

Factores determinantes en la internacionalización y gestión financiera de las PYMES: una revisión breve

Determining factors in the internationalization and financial management of SMEs: a brief review
Mishell Gabriela Gómez Barragán, Hilda Marlene Caizaguano Sigcha, Kevin Andrés Orna Vásquez, Joselyn Nicol Gualotuña Casamen

Resumen

Este estudio analiza el impacto de la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y el marketing digital en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), identificando además las barreras estructurales y tecnológicas que limitan su competitividad en mercados globales. El objetivo principal fue evaluar cómo estos factores influyen en la gestión contable y en la calidad de la información financiera, elementos claves para el crecimiento y sostenibilidad internacional de las PYMES. Se empleó una revisión sistemática de literatura reciente, centrándose en investigaciones publicadas entre 2018 y 2024 que abordan el contexto iberoamericano y latinoamericano. Los resultados evidencian que la adopción de las NIIF mejora la transparencia y credibilidad financiera, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la confianza de inversionistas internacionales. Asimismo, el marketing digital surge como una herramienta fundamental para superar limitaciones geográficas y temporales, permitiendo una segmentación eficiente y una gestión efectiva de canales de distribución. Sin embargo, la internacionalización enfrenta obstáculos significativos derivados de la falta de capacitación tecnológica, limitaciones presupuestarias y deficiencias en la gestión del conocimiento, lo cual afecta la implementación de estrategias digitales y la calidad contable. En conclusión, la consolidación de competencias profesionales, la integración estratégica de tecnologías y la mejora continua en la gestión financiera son indispensables para que las PYMES logren posicionarse y crecer en mercados internacionales de manera sostenible y competitiva. Este estudio aporta un marco conceptual y práctico para comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan las PYMES en su proceso de expansión global.

Palabras claves: Gestión Financiera; PYMES; NIIF; Decisiones Estratégicas; Expansión

Mishell Gabriela Gómez Barragán

Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" | Latacunga | Ecuador | mggomez8@espe.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-4383-6971>

Hilda Marlene Caizaguano Sigcha

Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" | Latacunga | Ecuador | hmcaizaguano@espe.edu.ec

Kevin Andrés Orna Vásquez

Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" | Latacunga | Ecuador | kaorna@espe.edu.ec

Joselyn Nicol Gualotuña Casamen

Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" | Latacunga | Ecuador | jngualotuna@espe.edu.ec

Abstract

This study analyzes the impact of the implementation of International Financial Reporting Standards (IFRS) and digital marketing on the internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs), also identifying the structural and technological barriers that limit their competitiveness in global markets. The main objective was to evaluate how these factors influence accounting management and the quality of financial reporting, key elements for the international growth and sustainability of SMEs. A systematic review of recent literature was conducted, focusing on research published between 2018 and 2024 that addresses the Ibero-American and Latin American context. The results show that the adoption of IFRS improves financial transparency and credibility, facilitating strategic decision-making and generating the confidence of international investors. Furthermore, digital marketing emerges as a fundamental tool for overcoming geographical and time constraints, enabling efficient segmentation and effective management of distribution channels. However, internationalization faces significant obstacles stemming from a lack of technological training, budgetary constraints, and deficiencies in knowledge management, which impact the implementation of digital strategies and accounting quality. In conclusion, the consolidation of professional skills, the strategic integration of technologies, and continuous improvement in financial management are essential for SMEs to position themselves and grow in international markets sustainably and competitively. This study provides a conceptual and practical framework for understanding the challenges and opportunities SMEs face in their global expansion process.

Keywords: Financial Management; SMEs; IFRS; Strategic Decisions; Expansion

Introducción

Contextualización

“La administración financiera es una de las áreas funcionales e importantes de la administración, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros” (Espinosa et al., 2018, p. 1).

Según Espinosa et al. (2018), la Administración Financiera es “uno de las mayores dificultades es la no aplicación de análisis financieros en la mayoría de empresas pequeñas y medianas” (p.3).

En las últimas décadas, el impulso a los emprendedores y pequeñas y medianas empresas (PYMES) se ha consolidado como una estrategia clave para el desarrollo económico, dado su impacto positivo en el crecimiento, la generación de empleo y la reducción de la pobreza. Este respaldo por parte de los poderes públicos ha estado tradicionalmente enfocado en subvenciones e incentivos, aunque se ha planteado la necesidad de evolucionar hacia políticas que fortalezcan un entorno empresarial favorable y sostenible como dinamizador de la actividad económica (Luna, 2006).

En este contexto de transformación, la globalización económica ha traído consigo profundos cambios que inciden directamente en las profesiones ligadas al mundo de los negocios, entre ellas, la Contaduría Pública.

“La aplicación de una auditoría financiera interna obligatoria, en las micro, pequeñas y medianas empresas es condicionada por la naturaleza jurídica, la dimensión de la organización y el costo de los servicios prestados por una auditoría” (Espinosa et al., 2024, p. 148).

Refiriéndonos a lo mencionado la contaduría y la auditoría van de la mano, pero la auditoría para las pymes es un costo muy extenso, lo cual no es favorable para conocer la salud de las empresas.

Este fenómeno, considerado hoy una realidad estructural más que un evento futuro, ha ampliado el campo de acción del contador, exigiendo respuestas más ágiles y fundamentadas frente a los nuevos desafíos y oportunidades empresariales, al tiempo que ha obligado al profesional a apropiarse de herramientas tecnológicas y conceptuales más complejas para garantizar su desempeño eficiente (Ríos, 2008). La creciente complejidad del entorno económico global también ha implicado una transformación de las prácticas contables, al imponer la necesidad de estándares internacionales que unifiquen el lenguaje financiero.

En países como Colombia, esta tendencia se ha materializado con la adopción de normativas como la Ley 1314 de 2009, que marca una transición hacia la regulación contable internacional. Esta reforma, sin embargo, ha generado tensiones entre la contabilidad financiera y la fiscalidad, introduciendo criterios de medición que no siempre responden a los fines tributarios y que incluso podrían derivar en efectos como la doble imposición (Vargas y Peña, 2017). Así, en un escenario donde convergen el emprendimiento, la globalización y la evolución normativa contable, se hace imperativo repensar el papel del contador como actor estratégico en la sostenibilidad y competitividad empresarial.

Problemática central

En los últimos años, la crisis generada por la emergencia sanitaria del COVID-19 ha dejado en evidencia la vulnerabilidad estructural de muchos sectores productivos, especialmente de las pequeñas y medianas empresas. Ante este escenario, las pymes se han visto obligadas a replantear sus estrategias operativas y comerciales, implementando mecanismos de adaptación que les permitan sobrevivir en un entorno profundamente transformado por la incertidumbre económica y los cambios en los patrones de consumo. Según Leyva (2022), los empresarios del sector comercial minorista han debido ajustar sus modelos de negocio para enfrentar nuevos desafíos, entre los que destacan la digitalización acelerada, la reorganización de sus procesos internos y la necesidad de gestionar recursos escasos con mayor eficiencia. Estos cambios han propiciado una reflexión estratégica sobre el papel que deben desempeñar los líderes empresariales, quienes ya no pueden limitarse a la gestión rutinaria, sino que deben anticiparse a los riesgos, identificar oportunidades y construir resiliencia organizacional a partir de una lectura crítica de la realidad postpandemia.

El impacto de la pandemia no ha sido homogéneo en todos los sectores ni regiones, pero ha sido especialmente severo en los países en desarrollo, donde las condiciones estructurales y el

acceso limitado a recursos financieros agravan las dificultades de las pymes para mantenerse competitivas. En este sentido, uno de los retos más significativos para las empresas latinoamericanas es su limitada capacidad de internacionalización, que suele verse obstaculizada por barreras tanto internas como externas. De acuerdo con Peralta-Jiménez y Tonon-Ordóñez (2022), las principales dificultades que enfrentan las pymes de América Latina y el Caribe al intentar insertarse en mercados internacionales incluyen la escasez de financiamiento, la debilidad institucional y la inestabilidad jurídica, así como una insuficiente capacidad de innovación y falta de personal cualificado. Estos factores no solo restringen su crecimiento, sino que también comprometen su sostenibilidad en un contexto donde la integración económica y la competitividad global son determinantes para el éxito empresarial. La revisión sistemática desarrollada por los autores confirma que superar estas limitaciones requiere un esfuerzo articulado entre el sector privado, las instituciones gubernamentales y los organismos de cooperación internacional, con el fin de construir un ecosistema empresarial más sólido y competitivo.

Justificación

En el entorno económico contemporáneo, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Colombia enfrentan desafíos estructurales que afectan directamente su competitividad, sostenibilidad y capacidad de adaptación. Entre estos desafíos se encuentran la creciente competencia internacional, los acelerados procesos de transformación digital, la presión por cumplir con normativas complejas y la necesidad permanente de optimizar recursos limitados. Para responder a este contexto dinámico, los Sistemas Integrados de Gestión (SIG) emergen como una estrategia clave que permite a las PYMES articular de manera coherente aspectos como la calidad, la gestión ambiental, la seguridad y salud en el trabajo, y la eficiencia operativa (Quiroz et al., 2023). La adopción de los SIG no solo aporta valor estratégico, sino que también contribuye a elevar la madurez organizacional y facilitar la alineación con estándares internacionales. No obstante, la implementación efectiva de estos sistemas aún enfrenta barreras técnicas, económicas, culturales y legales, tanto en América Latina como a nivel global (Quiroz et al., 2023; González, 2021).

Estas dificultades se ven agravadas por una falta generalizada de sistematización del conocimiento disponible sobre cómo las PYMES abordan la adopción e implementación de los SIG. La literatura científica sobre el tema ha avanzado de manera fragmentada, lo que ha impedido construir un marco teórico unificado que oriente a los actores empresariales y gubernamentales en la toma de decisiones informadas. En este sentido, resulta prioritario revisar de manera crítica y analítica los enfoques, modelos, estudios de caso y recomendaciones que la producción científica internacional ha generado en la última década. Como lo argumentan Dini y Stumpo (2018), la brecha de productividad que caracteriza a las MIPYMES latinoamericanas respecto a sus contrapartes en regiones como la Unión Europea, responde en parte a la escasa integración de prácticas innovadoras y sostenibles en sus modelos de gestión, siendo los SIG una herramienta con potencial aún no plenamente explotado. A su vez, la baja participación de estas empresas en cadenas de

valor de alto valor agregado se relaciona con su limitada capacidad de adaptación organizacional, hecho que puede mitigarse a través de la adopción de sistemas de gestión integrados y coherentes.

En este contexto, se observa una carencia de estudios comparativos y sistemáticos que permitan identificar patrones comunes, obstáculos recurrentes y estrategias exitosas adoptadas en distintas regiones. Por ejemplo, investigaciones recientes destacan que el acceso a la financiación continúa siendo el principal obstáculo para las PYMES a nivel mundial, seguido por problemas de infraestructura, informalidad, y debilidades institucionales (OIT, 2015; IFC, 2013). A pesar de su relevancia, estas limitaciones no siempre han sido abordadas desde una perspectiva que vincule sus efectos con la capacidad de implementar SIG. Tampoco se dispone de una tipología clara de factores internos y externos que expliquen el éxito o fracaso de estos sistemas en diversos contextos. La escasez de guías prácticas, modelos validados empíricamente y estudios longitudinales constituye una brecha crítica en la literatura, lo que justifica la pertinencia de realizar un análisis bibliométrico que permita mapear el estado actual del conocimiento, detectar vacíos y proponer nuevas rutas de investigación (González, 2021).

Metodología

La revisión bibliográfica constituye una fase fundamental en el desarrollo de cualquier investigación científica o académica, ya que permite contextualizar el objeto de estudio, identificar vacíos del conocimiento y fundamentar teóricamente el planteamiento del problema. Este proceso, también conocido como búsqueda documental, revisión de antecedentes o investigación bibliográfica, implica la consulta sistemática de diversas fuentes de información, tales como catálogos bibliográficos, bases de datos especializadas, buscadores académicos, repositorios institucionales y publicaciones científicas en distintos.

En este mismo sentido, Martín y Lafuente (2017), señalan que la revisión bibliográfica supone no solo la localización de fuentes pertinentes, sino también su análisis crítico y selección en función de los objetivos e interrogantes planteados por el investigador. Así, la revisión no se limita a una recopilación de datos, sino que representa una estrategia metodológica clave para asegurar la rigurosidad y pertinencia del estudio.

En el marco de un estudio académico orientado a comprender los desafíos contemporáneos de las pequeñas y medianas empresas en el ámbito contable y financiero, la estrategia metodológica para la revisión bibliográfica adoptó criterios claramente definidos que garantizaron la rigurosidad y relevancia del material seleccionado. La búsqueda de información se realizó en bases de datos reconocidas por su calidad científica y por su amplia cobertura temática, tales como Scopus, Scielo, RedALyC y Google Scholar, lo cual permitió acceder a literatura especializada tanto a nivel regional como internacional.

Se emplearon términos clave relacionados directamente con el objeto de estudio, entre los que se incluyeron expresiones como “auditoría en PYMES”, “control financiero”, “globalización”,

“NIIF para PYMES” y “normas internacionales de auditoría”. La elección de estas palabras clave respondió a la necesidad de capturar con precisión la producción científica vinculada a la evolución normativa, la práctica contable y los entornos de control aplicables a estas unidades productivas, en especial en contextos de transformación económica acelerada.

La selección de documentos se realizó bajo estrictos criterios de inclusión y exclusión que aseguraron la pertinencia académica de los textos analizados. En primer lugar, se consideraron exclusivamente estudios publicados en los últimos diez años, comprendidos entre 2014 y 2023, con el propósito de recoger hallazgos actualizados y alineados con los cambios normativos más recientes, particularmente en relación con la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES y la aplicación de estándares globales de auditoría.

Asimismo, se incluyeron únicamente textos redactados en español o inglés, a fin de acceder tanto a los aportes regionales como a los provenientes de contextos internacionales con prácticas consolidadas. Finalmente, se priorizó la inclusión de artículos revisados por pares, tesis doctorales, documentos técnicos de organismos especializados y publicaciones académicas indexadas, lo que garantizó la solidez metodológica y la validez científica de los insumos seleccionados.

Resultados

Implementación de las NIIF y el impacto de la globalización en las PYMES

Existen diversas fuentes que abordan el papel de las PYMES en el contexto global, particularmente en relación con la implementación de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y el impacto de la globalización. Este eje temático resulta crucial para comprender los retos estructurales que enfrentan las pequeñas y medianas empresas frente a la competencia internacional y las exigencias contables modernas.

En primer lugar, Rodríguez y Jaramillo (2024), evidencian que, si bien la adopción de las NIIF en el ámbito iberoamericano implica múltiples desafíos—como la capacitación del personal, el costo de implementación y la adaptación tecnológica—también conlleva beneficios significativos, especialmente en términos de calidad y transparencia de la información financiera. Esta mejora contribuye a una mejor toma de decisiones empresariales, así como a una mayor credibilidad ante inversionistas y entes reguladores.

En esa misma línea, Casanova-Villalba et al. (2023), afirman que una adecuada gestión de costos, apoyada por sistemas contables modernos, incide directamente en la rentabilidad de las PYMES. Las empresas que no cuentan con información precisa y oportuna para la toma de decisiones estratégicas enfrentan mayores riesgos de ineficiencia, lo cual limita su crecimiento y sostenibilidad.

Por otro lado, desde un enfoque más estructural, Brodowicz (2024), analiza cómo la globalización afecta a las PYMES argentinas en múltiples dimensiones: acceso a financiamiento, presión

de las importaciones, costos operativos y obstáculos para la exportación. Las empresas locales enfrentan una competencia desigual, no solo por sus limitaciones internas, sino también por la falta de políticas de apoyo y estrategias de internacionalización adecuadas, estas condiciones han provocado la migración de PYMES hacia modelos de negocios asociados con grandes multinacionales.

Finalmente, Pinot (2018), plantea que la educación empresarial enfocada en la internacionalización es un factor determinante para que las PYMES latinoamericanas puedan competir globalmente. La escasa preparación para enfrentar los desafíos de los mercados internacionales, unida al bajo conocimiento de los mecanismos de cooperación birregional (como el caso de la UE-ALC), limita las posibilidades de expansión de las empresas más pequeñas.

Tabla 1. Síntesis de hallazgos: NIIF y globalización en las PYMES

Fuente	Enfoque principal	Hallazgos clave	Implicaciones para las PYMES
Rodríguez & Jaramillo (2024).	NIIF y contabilidad financiera	Mejora en calidad y transparencia de la información financiera.	Facilita toma de decisiones e internacionalización.
Casanova-Villalba et al. (2023).	Gestión contable de costos	Una correcta gestión mejora la rentabilidad y planificación estratégica.	PYMES necesitan invertir en contabilidad de calidad.
Brodowicz (2024).	Impacto de la globalización en PYMES argentinas	Aumento de costos, pérdida de competitividad, dificultades para exportar.	Requiere políticas de apoyo e integración comercial.
Pinot (2018).	Educación e internacionalización de PYMES	Falta formación y conocimientos para competir globalmente.	

Fuente: adaptada a partir de Rodríguez & Jaramillo (2024); Casanova-Villalba et al. (2023); Brodowicz (2024); Pinot (2018).

Impacto del Marketing Digital en la Internacionalización de las PYMES

La literatura reciente enfatiza la creciente relevancia del marketing digital como herramienta estratégica en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, en especial en un entorno global altamente competitivo y digitalizado. Alfaro Ramos et al. (2024), sostienen que el uso de tecnologías de la información y comunicación permite a las PYMES superar las limitaciones geográficas y temporales, posicionando sus productos y servicios en mercados internacionales sin necesidad de presencia física. Este tipo de prácticas no solo representa una ventaja competitiva evidente, sino que además facilita una segmentación más precisa y la generación de vínculos comerciales en nuevos entornos económicos. En este contexto, el marketing digital no se reduce a la difusión de contenido, sino que se configura como un instrumento integral para la expansión empresarial.

Una variable crítica dentro del entorno digital que influye directamente en el desempeño internacional de las PYMES es la capacidad tecnológica para gestionar plataformas virtuales de venta, canales de distribución y bases de datos de clientes potenciales. En esta línea, Heredia et al.

(2024), presentan el caso del desarrollo de un sistema web de gestión de ventas con tecnologías como MEAN Stack, evidenciando que las soluciones digitales robustas pueden optimizar procesos, reducir tiempos de respuesta y mejorar la experiencia del usuario. Dichos sistemas no solo permiten un control más eficiente de los recursos tecnológicos, sino que también potencian la capacidad de las empresas para mantenerse competitivas en mercados más amplios. En consecuencia, la transformación digital ya no es opcional para las PYMES, sino un requerimiento estratégico para su sostenibilidad y crecimiento más allá del mercado local.

La adopción del marketing digital también está relacionada con el nivel de formación del capital humano y la apropiación tecnológica dentro de las organizaciones. Macías-Linares et al. (2024), analizan esta relación y concluyen que, aunque existe una alta percepción de capacidad sobre el uso de tecnologías de información entre los trabajadores, dicha competencia no se traduce necesariamente en prácticas efectivas dentro de la empresa. Esta brecha revela un área crítica de mejora, ya que el rendimiento empresarial se ve directamente influido por la habilidad de los empleados para utilizar herramientas digitales con fines estratégicos. El estudio destaca, además, la importancia de fortalecer el capital intelectual como un medio para impulsar procesos de innovación que permitan a las PYMES acceder a nuevos mercados con una propuesta de valor diferenciada.

Desde una perspectiva metodológica más amplia, la revisión sistemática realizada por Guendulay-León et al. (2024), sobre la gestión del conocimiento en PYMES refuerza la idea de que los procesos de internacionalización están estrechamente vinculados con la acumulación y aplicación de saberes organizacionales. La investigación evidencia una producción creciente de literatura científica sobre este tema en países industrializados, lo que refleja el interés global por entender cómo las empresas pueden aprovechar su conocimiento interno para adaptarse a contextos internacionales complejos. Este hallazgo sugiere que la internacionalización basada en marketing digital no debe abordarse únicamente desde la implementación técnica, sino también desde una lógica de gestión del conocimiento que permita integrar capacidades, prácticas y aprendizajes adquiridos en el entorno local para transferirlos de manera efectiva a mercados externos.

Barreras Estructurales y Desafíos Tecnológicos para la Internacionalización

El proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas no puede comprenderse únicamente desde las oportunidades que ofrece el entorno digital, sino que debe analizarse con rigor la presencia de barreras estructurales que limitan su capacidad para competir en escenarios globales. En este sentido, Alfaro Ramos et al. (2024), identifican una serie de obstáculos recurrentes que impiden el despliegue efectivo del marketing digital, entre los cuales destacan la falta de capacitación especializada, las restricciones presupuestarias para adoptar herramientas tecnológicas avanzadas y la escasa cultura de innovación en ciertas organizaciones. Estas limitaciones estructurales no solo ralentizan el crecimiento comercial, sino que también impiden consolidar una identidad empresarial competitiva más allá del contexto nacional. Desde esta perspectiva, la

internacionalización se presenta como una posibilidad restringida por factores internos que requieren una intervención estratégica sostenida.

En el análisis de los factores que afectan la implementación tecnológica, resulta crucial considerar las condiciones del ecosistema productivo y las capacidades internas de cada empresa. Heredia et al. (2024), ponen énfasis en que muchas PYMES enfrentan dificultades para integrar soluciones tecnológicas que optimicen su operatividad, debido principalmente a la carencia de infraestructura adecuada y a la limitada disponibilidad de profesionales especializados en el desarrollo de software. Este desfase entre la oferta tecnológica del mercado y la preparación interna de las empresas genera un rezago competitivo que no puede ser superado únicamente mediante la adquisición de tecnología, ya que la transformación digital exige también procesos de reconfiguración organizativa que incluyan nuevas formas de gestión, control y análisis de datos orientados al entorno internacional.

El desafío tecnológico también se expresa en la limitada capacidad de muchas PYMES para generar y gestionar conocimiento que les permita adaptar sus procesos al dinamismo de los mercados globales. Según Guendulay-León et al. (2024), esta deficiencia responde en gran medida a la falta de estrategias institucionales enfocadas en la gestión del conocimiento como un activo intangible clave para la innovación. Esta omisión impide que las empresas desarrollen ventajas competitivas sostenibles y reduce su posibilidad de implementar modelos de negocio escalables y replicables en otras economías. Por ello, resulta imprescindible que las PYMES asuman un compromiso sostenido con la creación de entornos de aprendizaje organizacional, donde el conocimiento se capitalice mediante prácticas colaborativas, evaluación sistemática de resultados y mejora continua en función de las demandas del mercado internacional.

Un aspecto que no puede pasarse por alto es la falta de articulación entre los procesos tecnológicos y los objetivos estratégicos de expansión internacional. Macías-Linares et al. (2024), señalan que, si bien muchas PYMES han incorporado tecnologías de información como parte de su operativa diaria, ello no implica necesariamente una visión estratégica orientada hacia la internacionalización. Esta desconexión entre tecnología y planificación limita la efectividad de las herramientas digitales utilizadas, ya que su uso no responde a una lógica de crecimiento externo, sino a necesidades operativas inmediatas. En consecuencia, se observa una implementación fragmentada y poco coherente que debilita la proyección internacional de las empresas, haciendo evidente la necesidad de diseñar políticas empresariales que integren la tecnología como un medio para alcanzar metas globales, y no como un fin en sí mismo.

Gestión Contable y Calidad de la Información Financiera en PYMES

En el contexto de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, la gestión contable adquiere un papel determinante debido a su influencia directa en la calidad y confiabilidad de la información financiera que se comunica a agentes externos. De acuerdo con Alfaro Ramos et al. (2024), una contabilidad rigurosa y actualizada no solo fortalece los procesos internos

de control y toma de decisiones, sino que también incrementa la credibilidad de las PYMES frente a inversionistas, socios estratégicos y entidades de financiamiento internacional. El cumplimiento de estándares contables armonizados con normativas internacionales se convierte en un requisito indispensable para reducir la asimetría de información y facilitar la evaluación de riesgos por parte de actores globales, lo que permite que las organizaciones sean consideradas como aliadas viables dentro de un entorno competitivo internacional.

La adopción de buenas prácticas contables también se vincula con la transparencia organizacional, entendida como una condición esencial para acceder a mercados extranjeros y construir relaciones comerciales sostenibles. En esta línea, Macías-Linares et al. (2024), destacan que una de las principales limitaciones de las PYMES radica en su dependencia de sistemas contables tradicionales que no responden a los requerimientos de oportunidad, pertinencia y exactitud exigidos por los estándares de comercio internacional. Este desfase no solo compromete la consistencia de los reportes financieros, sino que obstaculiza la proyección internacional de las empresas, ya que genera desconfianza respecto a su capacidad de gestionar recursos de forma eficiente y cumplir con las obligaciones contractuales derivadas de la expansión transfronteriza.

Desde una perspectiva estratégica, la calidad de la información financiera también se relaciona con la capacidad de las PYMES para planificar inversiones, medir retornos y valorar escenarios de riesgo en procesos de internacionalización. Según Guendulay-León et al. (2024), una contabilidad de carácter proactivo y analítico permite que los gestores tomen decisiones fundamentadas en evidencia empírica, superando las prácticas reactivas que caracterizan a muchas empresas familiares o de estructura informal. Este cambio de enfoque implica la integración de herramientas contables como el análisis de costos, la contabilidad por centros de responsabilidad y el control presupuestario, todas ellas orientadas a mejorar la eficiencia operativa y garantizar una asignación racional de recursos en función de objetivos comerciales globales.

El desarrollo de competencias contables dentro de las PYMES representa un reto significativo que incide directamente en la posibilidad de consolidar una cultura financiera orientada a la sostenibilidad y la expansión. Heredia et al. (2024), advierten que la debilidad en los procesos de formación profesional del personal encargado de la contabilidad limita la implementación de políticas financieras coherentes con los desafíos que plantea la internacionalización. Esta carencia de habilidades técnicas impide que la información generada cumpla con los criterios de relevancia, fiabilidad y verificabilidad, lo que dificulta su uso como instrumento de negociación y posicionamiento estratégico. Por tanto, se vuelve imprescindible promover procesos de capacitación continua, certificación de competencias y actualización normativa como mecanismos para fortalecer el perfil contable de las organizaciones que buscan proyectarse hacia mercados internacionales.

Discusión

La internacionalización de las PYMES constituye un fenómeno complejo que no puede abordarse únicamente desde una perspectiva operativa o tecnológica, sino que requiere una lectu-

ra crítica de los factores estructurales que configuran sus dinámicas de crecimiento en contextos globalizados. Alfaro Ramos et al. (2024), destacan que el uso estratégico del marketing digital ha transformado las condiciones de entrada a nuevos mercados, sin embargo, advierten que este proceso se encuentra mediado por la capacidad de las organizaciones para incorporar herramientas tecnológicas de forma coherente con sus objetivos comerciales. Desde esta óptica, la expansión internacional no depende exclusivamente de la existencia de canales digitales, sino de la habilidad organizacional para integrarlos dentro de un modelo de negocio sostenible y competitivo. La tecnología, en este sentido, actúa como un catalizador que amplifica capacidades existentes, pero no sustituye las debilidades estructurales que aún persisten en gran parte del sector PYME.

El análisis de los resultados pone en evidencia que la gestión del conocimiento y la calidad de la información financiera son factores interdependientes que determinan en gran medida el éxito de los procesos de internacionalización. Guendulay-León et al. (2024), subrayan que la apropiación y movilización del conocimiento organizacional representa una ventaja competitiva clave, especialmente cuando se orienta hacia la creación de entornos colaborativos, la sistematización de experiencias y la evaluación permanente del desempeño. En este contexto, las PYMES que no reconocen al conocimiento como un recurso estratégico tienden a reproducir esquemas operativos limitados al entorno local, lo que restringe sus posibilidades de adaptación a mercados más exigentes. La ausencia de una cultura organizacional basada en la gestión del conocimiento impide consolidar procesos de innovación sostenidos, lo cual compromete la capacidad de respuesta ante los desafíos del comercio internacional.

Otro de los hallazgos relevantes se relaciona con la función que cumple la contabilidad como eje articulador entre la operatividad empresarial y los requerimientos del entorno financiero global. De acuerdo con Macías-Linares et al. (2024), muchas PYMES continúan operando bajo esquemas contables tradicionales, los cuales resultan insuficientes frente a las exigencias de transparencia, pertinencia y exactitud que demandan los mercados internacionales. Esta limitación no solo se traduce en deficiencias técnicas, sino que refleja una falta de visión estratégica en torno al papel que debe cumplir la contabilidad en la expansión empresarial. En la medida en que la información financiera no responda a los estándares internacionales, la credibilidad de las organizaciones se ve comprometida, afectando su acceso a fuentes de financiamiento, socios comerciales y espacios de negociación que son fundamentales para la consolidación de su posicionamiento externo.

La globalización impone condiciones que exceden las capacidades operativas inmediatas de las empresas, por lo cual se vuelve indispensable contar con políticas institucionales que acompañen el proceso de inserción internacional. Brodowicz (2024), sostiene que las PYMES, en especial en contextos latinoamericanos, enfrentan barreras estructurales relacionadas con el acceso desigual a financiamiento, la presión de productos importados y la escasa articulación entre políticas públicas y estrategias de exportación. Estas condiciones refuerzan un escenario de desventaja competitiva en el que las empresas locales no solo deben superar sus limitaciones internas, sino también enfrentar una dinámica de mercado que favorece a grandes corporaciones con mayor respaldo estatal y recursos logísticos. En este escenario, la ausencia de un entorno institucional

favorable debilita aún más la capacidad de internacionalización de las PYMES, obligándolas a adaptarse mediante estrategias defensivas que, en muchos casos, terminan por reducir su autonomía y limitar su capacidad de innovación.

Finalmente, los resultados confirman que la formación del capital humano y la educación empresarial continúan siendo elementos subestimados dentro del proceso de internacionalización. Pinot (2018), identifica una relación directa entre el nivel de formación gerencial y la efectividad de las estrategias de inserción internacional, lo cual pone de relieve la necesidad de replantear los modelos educativos dirigidos a emprendedores y gestores de pequeñas empresas. La escasa preparación para operar en escenarios globales no solo responde a factores individuales, sino también a un déficit institucional en la promoción de capacidades orientadas al comercio exterior. Esta brecha formativa se traduce en una baja apropiación de los mecanismos de cooperación internacional, una limitada comprensión de los acuerdos comerciales y un desconocimiento de las herramientas financieras disponibles para la expansión empresarial. Superar esta condición implica repensar el vínculo entre academia, Estado y sector productivo, con el fin de fortalecer el ecosistema de apoyo que requieren las PYMES para internacionalizarse con éxito.

Conclusiones

La adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera representa un elemento fundamental para la profesionalización y competitividad de las PYMES en el mercado global. La implementación rigurosa de estas normativas mejora la calidad, transparencia y confiabilidad de la información financiera, facilitando así la toma de decisiones estratégicas y la generación de confianza frente a inversionistas y entidades reguladoras. Esta adecuación contable se posiciona como una condición indispensable para que las pequeñas y medianas empresas puedan integrarse efectivamente en contextos internacionales, donde la estandarización y comparabilidad de la información son aspectos clave para la aceptación y éxito comercial.

El marketing digital constituye un recurso estratégico imprescindible para la internacionalización de las PYMES, permitiéndoles trascender las limitaciones geográficas y temporales que tradicionalmente condicionaban su expansión. La correcta utilización de herramientas tecnológicas favorece la segmentación precisa de mercados y la optimización de canales de distribución, impactando positivamente en la visibilidad y competitividad de estas organizaciones en entornos digitales globales. Sin embargo, la efectividad de estas estrategias depende en gran medida del desarrollo del capital humano y de una gestión integral del conocimiento que articule las capacidades tecnológicas con los objetivos comerciales, configurando así una base sólida para la innovación y el crecimiento sostenible.

Los obstáculos estructurales y tecnológicos que enfrentan las PYMES al intentar internacionalizarse revelan la necesidad de una integración profunda entre la gestión contable, la estrategia digital y el diseño organizacional. La ausencia de sistemas adecuados para gestionar y capitalizar el conocimiento interno limita la capacidad de estas empresas para adaptarse a los requerimientos

y dinámicas del mercado internacional. La carencia de competencias técnicas y la falta de alineación estratégica en el uso de tecnologías impactan negativamente en la calidad de la información financiera y en la proyección global. Por ende, resulta indispensable fortalecer las competencias profesionales, fomentar una cultura de aprendizaje continuo y diseñar políticas que integren tecnología y objetivos de internacionalización en un marco coherente y sostenible.

Referencias

- Alfaro Ramos, A. E., Monge Segura, F., Alfaro Ramos, A. E., & Monge Segura, F. (2024). Marketing Digital para la Internacionalización en las pequeñas y medianas empresas: Una revisión. *RAN (Chillán)*, 10(2), 280-294. <https://doi.org/10.29393/ran10-18mdia20018>
- Bayona, L. G., Bernal, O. V., Grajales Montoya, N. E., Barrientos Cuellar, O., Bayona, L. G., Bernal, O. V., Grajales Montoya, N. E., & Barrientos Cuellar, O. (2024). Estrategias de mercadeo en pequeñas y medianas empresas de familia para ser competitivas en Colombia. *Tendencias*, 25(1), 244-268. <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.248>
- Becerril Velasco, C. I., Rubio Campos, J., Becerril Velasco, C. I., & Rubio Campos, J. (2024). Evaluación de los instrumentos de política pública para formalizar el empleo en Nuevo León, México (2015-2021). *Revista Reflexiones*, 103(1), 1-27. <https://doi.org/10.15517/rr.v103i1.50795>
- Brodowicz, M. (2024, 21 de junio). El impacto de la globalización en los negocios para pequeñas empresas. Aithor.Com. <https://n9.cl/r5lj3>
- Casanova-Villalba, C. I., Proaño-González, E. A., Macias-Loor, J. M., & Ruiz-López, S. E. (2023). La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES. *Journal of Economic and Social Science Research*, 3(1). <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n1/59>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CEPAL.
- Escobar Rodríguez, J. H., Isaac Roque, D., de la Oliva de Con, F., Escobar Rodríguez, J. H., Isaac Roque, D., & de la Oliva de Con, F. (2024). Calidad de la información contable en pymes de Bogotá: Medición basada en el modelo Beneish M-Score. *Cofin Habana*, 18(2).
- Espinosa, M., & Villacrés, G. (2018). La Administración Financiera y la toma de decisiones en la Empresa Promepel SA. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(62), 1-13.
- Estévez Bonilla, A. E., Toapanta Cunalata, D. G., Ortiz Betancourt, W., & Espinosa Jaramillo, M. T. (2024). Estudio comparativo de auditoría financiera en pymes de calzado Tungurahua. *Killkana Social*, 8(1), 141-158. <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v8i1.1375>
- González, J. (2021). *Retos para la Transformación Digital de las PYMES: Competencia Organizacional para la Transformación Digital* [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. <https://doi.org/10.35376/10324/47767>

- Guendulay-León, K. A., Jiménez-Velásco, G., Acevedo-Martínez, J. A., Cruz-Cabrera, B. C., Guendulay-León, K. A., Jiménez-Velásco, G., Acevedo-Martínez, J. A., & Cruz-Cabrera, B. C. (2024). Gestión del conocimiento y pymes: Un análisis bibliométrico de tendencias. *Revista Universidad y Empresa*, 26(46). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13726>
- Gutiérrez Ponce, H., Espinoza Rosero, G. B., Alcívar Gómez, B. A., Gutiérrez Ponce, H., Espinoza Rosero, G. B., & Alcívar Gómez, B. A. (2024). Análisis de la estructura de financiamiento de las Pymes del Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(57), 43-55. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i57.2745>
- Heredia, S., Narváez, E., & Narváez, M. (2024). Sistema web de gestión administrativa para PYMES utilizando la tecnología Mean Stack. *Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU)*, 11(2), 57-67. <https://doi.org/10.26423/rctu.v11i2.833>
- Leyva, A. (2022). Principales desafíos de las pymes frente a la crisis provocada por la pandemia de COVID-19. *ResearchGate*, 15(37), 1-13. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi37.438>
- Macías-Linares, B. R., Ábrego-Almazán, D., Cruz-Maldonado, J. C. D. la, Macías-Linares, B. R., Ábrego-Almazán, D., & Cruz-Maldonado, J. C. D. la. (2024). Influence of Intellectual Capital and Information Technologies on the business performance of SMEs in the downtown of Tamaulipas. *RIDE. Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 14(28). <https://doi.org/10.23913/ride.v14i28.1809>
- Martín, S. G., & Lafuente, V. (2017). Referencias bibliográficas: Indicadores para su evaluación en trabajos científicos. *Investigación bibliotecológica*, 31(71), 151-180. <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2017.71.57814>
- Oficina Internacional del Trabajo. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo. CIT 104/2015, Informe IV*. ILO Publications.
- Pech-Nah, I. F., Ojeda-López, R. N., Sánchez-Limón, M. L., Pech-Nah, I. F., Ojeda-López, R. N., & Sánchez-Limón, M. L. (2024). Competitividad en las PyMEs del municipio de Umán, Yucatán. *Ciencias administrativas teoría y praxis*, 20(2), 67-88. <https://doi.org/10.46443/catyp.v20i2.388>
- Peralta-Jiménez, N. C., & Tonon-Ordóñez, L. B. (2022). Pequeñas y medianas empresas latinoamericanas: Dificultades de Internacionalización. *INNOVA Research Journal*, 7(3), 155-176. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n3.2022.2102>
- Pinot, F. (2018). *Las Pymes Latinoamericanas y Formación para la Internacionalización*. EU-LAC Foundation. <https://doi.org/10.12858/0118ES>
- Quiroz, J., Boo, G., Quintero, I., & Steffanell, I. (2023). Desafíos para la adopción de SIG en el contexto de las PYMES en Colombia: Un estudio sistemático/ bibliométrico. *Ingeniare*, 19(26), 29-50.
- Ríos, P. A. R. (2008). *Impacto de la globalización económica en la actividad profesional del contador público colombiano*. Universidad del Valle.
- Rodríguez, J., & Jaramillo, C. (2024). Retos y beneficios en la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera en Iberoamérica. *CIENCIAMATRIA*, 10(1), 236-263. <https://doi.org/10.35381/cm.v10i1.1219>

Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global: Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas del desarrollo*, 37(146), 31-50.

Ruiz de Chávez Alfaro, C., Álvarez Cedillo, J. A., & Yarzabal Coronel, N. (2024). Evaluación de habilidades blandas para mejora en el servicio de las pequeñas y medianas empresa turísticas. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 14(28). <https://doi.org/10.23913/ride.v14i28.1873>

Segura-Monge, M. Á., Gómez-Ramírez, G. A., Barahona-Guzmán, G., Montero-Jiménez, J. J., y Montero-Jiménez, J. J. (2024). Hacia el mejoramiento de la gestión de activos de equipos críticos en Pymes: Propuesta de metodología e implementación. *Revista Tecnología en Marcha*, 37(2), 95-108. <https://doi.org/10.18845/tm.v37i2.6699>

Vargas, R., & Peña, E. (2017). La globalización económica y contable: Su incidencia sobre la fiscalidad en Colombia. *Actualidad Contable Faces*, 20(35), 91-113.

Autores

Mishell Gabriela Gómez Barragán. Lic. Contabilidad y Auditoría, me voy a graduar de la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE" este semestre.

Hilda Marlene Caizaguano Sigcha. Estudiante del octavo semestre de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE"

Kevin Andrés Orna Vásquez. Estudiante del octavo semestre de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE"

Joselyn Nicol Gualotuña Casamen. Actualmente estudiante de octavo semestre de la carrera de contabilidad y auditoría

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.