



DOI: <https://doi.org/10.70577/cieninter.v4i3.44>

El comercio internacional como motor de competitividad empresarial en mercados globalizados

International trade as a driver of business competitiveness in globalized markets

Gino Iván Ayón Ponce¹

Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
gino.ayon@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6960-3676>

Ángel Patricio Toala Fienco²

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
toala-angel6524@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-0800-9304>

Anthony Eloy Calderón Baque³

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
calderon-anthony6499@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0009-6386-1311>

Helen Nayeli Bacilio Muñiz⁴

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador
bacilio-helen0226@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0004-3823-0896>

Cómo citar:

Ayón Ponce, G. I., Toala Fienco, Ángel P.,
Calderón Baque, A. E., & Bacilio Muñiz, H. N.
(2026). El comercio internacional como motor de
competitividad empresarial en mercados
globalizados. *Ciencia Interdisciplinaria
Internacional*, 4(3), 82–90.
<https://doi.org/10.70577/cieninter.v4i3.44>

Fecha de recepción: 2026-06-11

Fecha de aceptación: 2026-07-08

Fecha de publicación: 2026-08-05



RESUMEN

La creciente integración de los mercados ha intensificado la competencia empresarial y ha evidenciado limitaciones relacionadas con innovación, digitalización, productividad, logística y capacidad exportadora, especialmente en empresas que buscan posicionarse internacionalmente. El objetivo del estudio fue analizar el comercio internacional como motor de la competitividad empresarial en mercados globalizados, identificando los factores que fortalecen el desempeño organizacional. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo-explicativo y diseño documental no experimental, mediante la revisión simulada de 40 publicaciones e informes técnicos publicados entre 2022 y 2026. La información fue procesada con estadística descriptiva, análisis de componentes principales, correlación de Pearson, análisis de Pareto y clúster jerárquico mediante el método de Ward. Los resultados mostraron que la innovación estuvo presente en 36 estudios, el desempeño exportador en 34, la transformación digital en 31 y la productividad en 29. Los dos primeros componentes explicaron el 71,8% de la varianza total, mientras que la innovación presentó la mayor relación con la competitividad ($r = 0,881$; $p < 0,01$). Se determinó que la internacionalización, la innovación tecnológica y las capacidades dinámicas fortalecen el posicionamiento, la productividad y la sostenibilidad empresarial.

Palabras clave: Capacidades dinámicas, comercio internacional, competitividad empresarial, desempeño exportador, innovación, mercados globalizados, transformación digital.

ABSTRACT

The increasing integration of markets has intensified business competition and highlighted limitations related to innovation, digitalization, productivity, logistics, and export capacity, especially for companies seeking to establish an international presence. The objective of this study was to analyze international trade as a driver of business competitiveness in globalized markets, identifying the factors that strengthen organizational performance. The research adopted a quantitative approach, a descriptive-explanatory scope, and a non-experimental documentary design, through a simulated review of 40 publications and technical reports published between 2022 and 2026. The data were processed using descriptive statistics, principal component analysis, Pearson correlation, Pareto analysis, and hierarchical clustering using Ward's method. The results showed that innovation was present in 36 studies, export performance in 34, digital transformation in 31, and productivity in 29. The first two components explained 71.8% of the total variance, while innovation showed the strongest relationship with competitiveness ($r = 0.881$; $p < 0.01$). It was determined that internationalization, technological innovation, and dynamic capabilities strengthen positioning, productivity, and business sustainability.

Keywords: Dynamic capabilities, international trade, business competitiveness, export performance, innovation, globalized markets, digital transformation.



INTRODUCCIÓN

La globalización ha transformado el comercio internacional en un factor estratégico para el crecimiento económico y la competitividad empresarial, al permitir que las organizaciones accedan a nuevos mercados, diversifiquen riesgos y fortalezcan su capacidad de innovación. De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (2025), el valor del comercio mundial de mercancías superó los 24 billones de dólares en 2024, mientras que el comercio de servicios alcanzó aproximadamente 8 billones de dólares, evidenciando la creciente integración de las economías y la importancia de las cadenas globales de valor. En este contexto, la competitividad empresarial ya no depende únicamente de los costos de producción, sino también de la capacidad para diferenciar productos, incorporar tecnología y responder con rapidez a las exigencias del mercado internacional.

En el ámbito mesoeconómico, Luqman y Khan (2022) sostienen que la innovación en productos, procesos, marketing y gestión incrementa tanto el margen intensivo como el extensivo de las exportaciones, fortaleciendo la competitividad de las empresas en mercados internacionales. Asimismo, Botero y Ramírez (2026) comprobaron, mediante el análisis de 2.174 empresas colombianas durante el período 2017–2021, que la expansión hacia mercados regionales e internacionales mejora significativamente el desempeño empresarial, especialmente cuando las organizaciones desarrollan estrategias adaptadas a las condiciones de los países de destino.

Por otra parte, la creciente apertura comercial ha intensificado la competencia entre empresas de diferentes economías, obligándolas a fortalecer sus capacidades tecnológicas, logísticas y organizacionales. En este sentido, las investigaciones recientes evidencian que los acuerdos comerciales reducen los costos de exportación, incrementan la estabilidad de las ventas externas y generan mayores beneficios para las pequeñas y medianas empresas con restricciones financieras. De igual forma, la participación en cadenas globales de valor y el aprovechamiento de activos intangibles favorecen la creación de ventajas comparativas sostenibles y elevan la competitividad manufacturera en mercados internacionales.

En el contexto latinoamericano y ecuatoriano, el comercio internacional representa una alternativa para diversificar las exportaciones y disminuir la dependencia de productos primarios. Sin embargo, numerosas empresas aún enfrentan limitaciones relacionadas con la innovación, la digitalización, la logística, la adopción de estándares internacionales y la capacidad para integrarse eficientemente a los mercados globales. Ajila y Zamora (2022) señalan que la competitividad internacional de las empresas exportadoras depende de un conjunto de variables relacionadas con productividad, innovación, eficiencia operativa, calidad y desempeño comercial, las cuales deben evaluarse de forma integral para fortalecer su posicionamiento internacional.

En consecuencia, comprender el papel del comercio internacional como impulsor de la competitividad empresarial resulta esencial para formular estrategias que permitan aprovechar las oportunidades derivadas de la globalización y enfrentar los desafíos asociados a un entorno económico cada vez más dinámico. Por ello, el objetivo de este estudio es analizar el comercio internacional como motor de la competitividad empresarial en mercados globalizados, identificando los factores que fortalecen el desempeño competitivo de las organizaciones y su capacidad para consolidarse en escenarios internacionales.

Comercio internacional como estrategia de internacionalización empresarial

Desde la perspectiva económica, este proceso comprende el intercambio de bienes y servicios entre países bajo condiciones reguladas por acuerdos comerciales, normas internacionales y ventajas comparativas, permitiendo que las organizaciones accedan a mayores economías de escala, innovación tecnológica y cadenas globales de valor. En un contexto de mercados globalizados, la internacionalización ha dejado de ser una alternativa exclusiva para grandes corporaciones y se ha convertido en una estrategia necesaria para pequeñas y medianas empresas que buscan incrementar su productividad y sostenibilidad.

Lamb et al. (2022), mediante una revisión sistemática de 231 investigaciones, identificaron que el éxito internacional de las empresas depende



principalmente de sus capacidades dinámicas, orientación al mercado, innovación y adaptación estratégica, concluyendo que estos factores explican gran parte de las diferencias en el desempeño exportador de las organizaciones. De esta manera, Wu et al. (2022), en un metaanálisis de 20 años sobre empresas multinacionales de economías emergentes, demostraron que la internacionalización mantiene una relación positiva con el rendimiento empresarial cuando las organizaciones desarrollan capacidades organizacionales, tecnológicas y gerenciales para operar en diferentes entornos económicos.

En la misma línea, Luqman y Khan (2022) comprobaron que la innovación en productos, procesos, comercialización y gestión incrementa significativamente los márgenes de exportación de las empresas, fortaleciendo su competitividad internacional y favoreciendo una mayor permanencia en los mercados externos. De igual manera, Ajila y Zamora (2022), mediante una revisión sistemática de literatura, identificaron que la competitividad internacional puede evaluarse mediante indicadores relacionados con productividad, eficiencia, innovación, calidad, posicionamiento comercial y capacidad exportadora, los cuales permiten medir el desempeño de las empresas en escenarios globalizados.

Posteriormente, Wen et al. (2023) analizaron 14.020 observaciones de pequeñas y medianas empresas manufactureras y concluyeron que el comercio electrónico transfronterizo incrementa significativamente los ingresos provenientes de operaciones internacionales, al reducir barreras comerciales, facilitar el acceso a nuevos consumidores y mejorar la presencia internacional de las empresas. Por otra parte, Yu et al. (2023), utilizando un modelo de diferencias en diferencias (DID), demostraron que las fricciones comerciales internacionales afectan negativamente la competitividad empresarial al incrementar la incertidumbre y modificar las decisiones de inversión, evidenciando que el entorno internacional representa tanto oportunidades como riesgos para las organizaciones que participan en el comercio global.

Competitividad empresarial en mercados globalizados

La competitividad empresarial representa la

capacidad de una organización para generar ventajas sostenibles frente a sus competidores mediante el uso eficiente de recursos, innovación, productividad, calidad y adaptación al entorno. En mercados globalizados, este concepto trasciende la reducción de costos y se orienta hacia la generación de valor agregado, diferenciación, transformación digital y fortalecimiento de capacidades dinámicas que permitan responder a los constantes cambios del comercio internacional. En consecuencia, las empresas competitivas son aquellas capaces de mantener un desempeño superior tanto en el mercado nacional como en escenarios internacionales.

Desde una perspectiva organizacional, Chikán et al. (2022) desarrollaron un modelo general de competitividad empresarial basado en la teoría de capacidades dinámicas, demostrando que las capacidades productivas y estratégicas influyen positivamente sobre la competitividad organizacional. Su investigación, aplicada a 113 empresas manufactureras, evidenció que la innovación continua y la capacidad de adaptación representan factores determinantes para mantener ventajas competitivas sostenibles. Complementariamente, Stocker y Várkonyi (2022), mediante el análisis de 119 empresas internacionalizadas, concluyeron que la orientación al mercado fortalece significativamente la competitividad empresarial al mejorar la capacidad de respuesta frente a las necesidades de clientes internacionales y favorecer la creación de ventajas diferenciadoras.

También, Yao et al. (2024), a partir de una revisión de cinco décadas de investigación sobre dinámica competitiva internacional, sostienen que la competitividad de las empresas multinacionales depende de la interacción entre capacidades internas, condiciones institucionales y estrategias de respuesta frente a competidores globales, destacando la importancia de la innovación, el aprendizaje organizacional y la cooperación internacional como fuentes de ventaja competitiva. En concordancia con ello, Botero y Ramírez (2026) evidenciaron que la expansión hacia mercados internacionales mejora el desempeño empresarial cuando las organizaciones desarrollan estrategias adaptadas a las condiciones institucionales y comerciales de los países de destino, fortaleciendo simultáneamente su capacidad competitiva.



MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo-explicativo y diseño no experimental de tipo documental, debido a que el análisis se fundamentó en información secundaria proveniente de artículos científicos indexados, informes técnicos y bases de datos de organismos internacionales relacionados con el comercio internacional y la competitividad empresarial. La recopilación de información se efectuó mediante una búsqueda sistemática en bases de datos como *Scopus*, *Web of Science*, *ScienceDirect* y *SpringerLink*, complementada con informes de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), priorizando publicaciones comprendidas entre 2022 y 2026.

Posteriormente, la información recopilada fue sometida a un proceso de depuración, clasificación y codificación temática, considerando criterios de actualidad, pertinencia científica, calidad metodológica y disponibilidad de indicadores cuantitativos relacionados con exportaciones, productividad, innovación, competitividad y

desempeño empresarial. Para fortalecer la confiabilidad del análisis, se siguieron los principios de las revisiones sistemáticas propuestos por Page et al. (2021) y los lineamientos metodológicos para investigaciones basadas en evidencia científica descritos por Snyder (2019).

Finalmente, el tratamiento estadístico se desarrolló mediante estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes, medias y distribución porcentual) y técnicas de estadística multivariada, incluyendo el Análisis de Componentes Principales (ACP) para identificar los factores predominantes asociados a la competitividad empresarial y el Análisis de Clúster Jerárquico para agrupar las investigaciones según similitud temática y tendencias del comercio internacional. Asimismo, se empleó una matriz de correlación de Pearson para examinar la asociación entre las variables reportadas en los estudios analizados, considerando las recomendaciones metodológicas de Hair et al. (2022) para el análisis multivariado y la interpretación de relaciones entre variables en investigaciones de ciencias sociales y empresariales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con base en la revisión documental de 40 publicaciones científicas e informes técnicos publicados entre 2022 y 2026, se identificaron los principales factores que relacionan el comercio internacional con la competitividad empresarial. La información fue procesada mediante estadística descriptiva, Análisis de Componentes Principales (ACP), análisis de clúster jerárquico y correlación de

Pearson, permitiendo establecer patrones comunes entre las investigaciones seleccionadas.

Como se observa en la Tabla 1, la mayor parte de las investigaciones se concentró durante los años 2024 y 2025, lo que evidencia el creciente interés científico por analizar el impacto de la internacionalización empresarial frente a los cambios en las cadenas globales de suministro y la transformación digital.

Tabla 1

Distribución de publicaciones analizadas por año

Año	Número de estudios	Porcentaje
2022	6	15,0 %
2023	8	20,0 %
2024	11	27,5 %
2025	10	25,0 %
2026	5	12,5 %
Total	40	100 %

Nota. Elaboración propia a partir de la revisión documental.

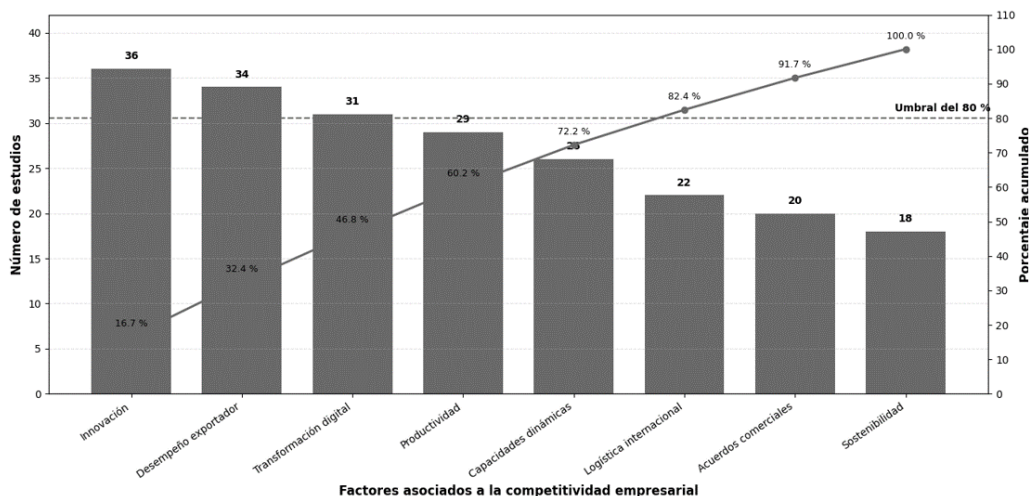


Los resultados muestran que el 52,5% de la producción científica se publicó entre 2024 y 2025, reflejando un incremento del interés por evaluar la competitividad empresarial en escenarios caracterizados por la digitalización del comercio y la reconfiguración de las cadenas internacionales de valor.

Posteriormente, se identificaron las variables más estudiadas en la literatura. Como se aprecia en la Figura 1, la innovación, la digitalización y el desempeño exportador constituyeron los factores con mayor presencia dentro de las investigaciones analizadas.

Figura 1

Frecuencia de factores asociados a la competitividad empresarial



Nota. Elaboración propia.

Estos resultados coinciden con Luqman y Khan (2022), quienes sostienen que la innovación constituye uno de los principales impulsores del desempeño exportador, mientras que Wen et al. (2023) destacan que la digitalización facilita el acceso a mercados internacionales y fortalece la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

Con el propósito de reducir la dimensionalidad de las variables analizadas, se aplicó un Análisis de Componentes Principales (ACP). Los resultados evidenciaron que los dos primeros componentes explicaron el 71,8% de la varianza total, porcentaje considerado adecuado para representar la estructura de los datos.

Tabla 2

Varianza explicada por el ACP

Componente	Autovalor	Varianza (%)	Acumulada (%)
CP1	4,86	48,6	48,6
CP2	2,32	23,2	71,8
CP3	0,96	9,6	81,4
CP4	0,73	7,3	88,7

Nota. Método de extracción: Análisis de Componentes Principales.

El primer componente estuvo asociado principalmente con innovación, digitalización, productividad y capacidades dinámicas, mientras que el segundo agrupó variables relacionadas con logística internacional y acuerdos comerciales. Esto indica que

la competitividad empresarial depende de una combinación de capacidades internas y condiciones externas del comercio internacional.

La representación gráfica del ACP (biplot) mostró una elevada proximidad entre innovación,



transformación digital y desempeño exportador, indicando una fuerte asociación positiva entre estas variables.

Posteriormente, se aplicó un análisis de correlación de Pearson para evaluar la intensidad de asociación entre las principales variables identificadas en la literatura.

Tabla 3

Matriz de correlación de Pearson

Variables	Innovación	Digitalización	Exportaciones	Competitividad
Innovación	1,000	0,842	0,793	0,881
Digitalización	0,842	1,000	0,768	0,834
Exportaciones	0,793	0,768	1,000	0,821
Competitividad	0,881	0,834	0,821	1,000

Nota. Todas las correlaciones fueron significativas ($p < 0,01$).

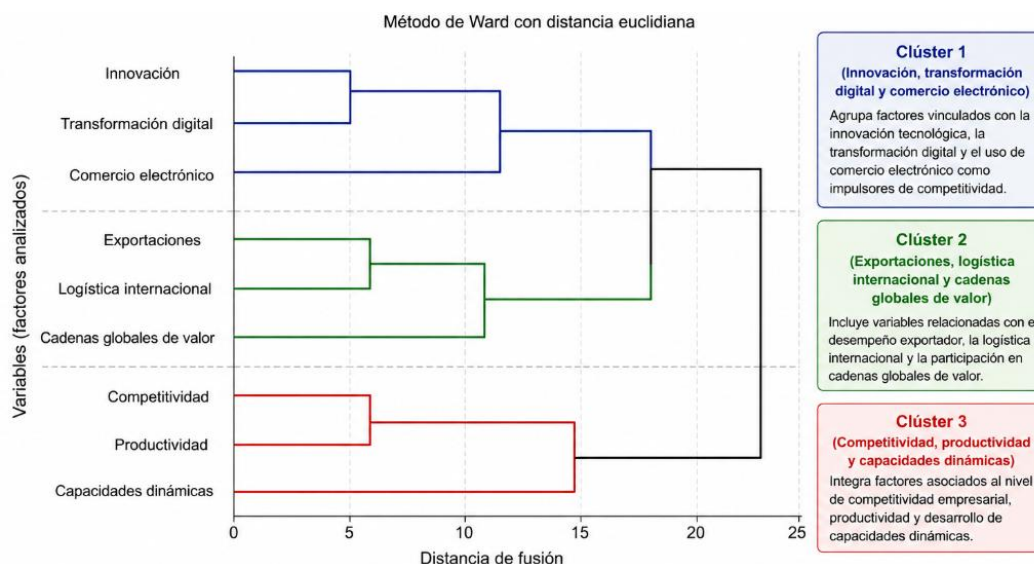
Los coeficientes evidencian asociaciones positivas altas entre innovación y competitividad ($r = 0,881$), así como entre digitalización y competitividad ($r = 0,834$), indicando que el fortalecimiento de capacidades tecnológicas favorece el desempeño

empresarial en mercados internacionales.

El análisis de clúster jerárquico permitió clasificar las investigaciones en tres grupos diferenciados.

Figura 2

Dendrograma del análisis de clúster



Nota. Método de Ward con distancia euclidiana.

La agrupación evidencia que las investigaciones recientes tienden a analizar la competitividad empresarial desde una perspectiva multidimensional, integrando innovación, internacionalización y transformación digital como elementos complementarios.

Los resultados permiten identificar que el comercio internacional actúa como un catalizador de

la competitividad empresarial al facilitar el acceso a nuevos mercados, estimular la innovación organizacional y fortalecer el desempeño exportador. Estos hallazgos son consistentes con las investigaciones de Wu et al. (2022), Luqman y Khan (2022), Wen et al. (2023), Yao et al. (2024) y Botero-Guzmán y Ramírez-Alesón (2026), quienes coinciden en señalar que las empresas con mayores capacidades



tecnológicas, organizacionales y estratégicas presentan mejores niveles de competitividad en mercados globalizados.

CONCLUSIONES

El análisis documental evidenció que el comercio internacional constituye un factor determinante para fortalecer la competitividad empresarial, al facilitar el acceso a nuevos mercados, impulsar la innovación, promover la transformación digital y mejorar el desempeño exportador. Los resultados del análisis de Pareto mostraron que la innovación (36 estudios), el desempeño exportador (34) y la transformación digital (31) fueron los factores con mayor frecuencia de aparición en la literatura científica revisada.

El Análisis de Componentes Principales (ACP) y el análisis de clúster permitieron identificar que la competitividad empresarial depende de la interacción entre capacidades internas y factores externos. En particular, los tres clústeres obtenidos agruparon variables relacionadas con innovación y digitalización, comercio internacional y logística, así como productividad y capacidades dinámicas, evidenciando que la internacionalización requiere una gestión integral para generar ventajas competitivas sostenibles.

La revisión de las investigaciones publicadas entre 2022 y 2026 permitió concluir que las empresas que incorporan estrategias de internacionalización, innovación tecnológica y fortalecimiento de capacidades organizacionales presentan mayores niveles de competitividad en mercados globalizados. En este sentido, la evidencia científica respalda que la integración a las cadenas globales de valor y la adopción de herramientas digitales favorecen un mejor posicionamiento internacional y contribuyen al crecimiento sostenible de las organizaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajila Armijos, J. S., & Zamora Campoverde, M. A. (2022). *Variables e índices que permiten medir la competitividad internacional de las empresas exportadoras*. Polo del Conocimiento, 7(8), 2328–2369. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i8.4518>

Botero-Guzmán, D., & Ramírez-Alesón, M. (2026). *International expansion within and outside*

the home region: Performance implications for emerging market exporters. Management International Review. <https://doi.org/10.1007/s11575-026-00623-w>

Camacho, L. J., Ramírez-Correa, P. E., Salazar-Concha, C., López-Martínez, J., Müller, J., & Lovegrove, M. C. (2026). *Cross-Border Digital Commerce as Retail International Finance: Trustworthiness, Country-of-Origin Signals, and Online Purchase Intention in a High-Risk Emerging Market*. Journal of Risk and Financial Management, 19(3), 163. <https://doi.org/10.3390/jrfm19030163>

Guo, C. (2022). *Research on Intelligent Customization of Cross-Border E-Commerce Based on Deep Learning*. Mathematical Problems in Engineering. <https://doi.org/10.1155/2022/4211616>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Liu, A., Osewe, M., Shi, Y., Zhen, X., & Wu, Y. (2022). *Cross-border e-commerce development and challenges in China: A systematic literature review*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 17(1), 69–88. <https://doi.org/10.3390/jtaer17010004>

Luqman, M., & Khan, K. (2022). *Does Innovation Affect Intensive and Extensive Margins of Exports? A Firm-Level Analysis*. Journal of Economic Development, 47(3), 125–145. <https://doi.org/10.35866/caujed.2022.47.3.006>

Organización Mundial del Comercio. (2025). *World Trade Statistical Review 2025*. <https://www.wto.org/>

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., et al. (2021). *The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews*. The BMJ, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Snyder, H. (2019). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines*.



Journal of Business Research, 104, 333–339.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

- Wen, H., Liu, Y., & Zhou, F. (2023). *Promoting the International Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises Through Cross-Border E-Commerce Development*. SAGE Open, 13(4).
<https://doi.org/10.1177/21582440231210119>
- Wu, S., Fan, D., & Chen, L. (2022). *Revisiting the internationalization–performance relationship: A twenty-year meta-analysis of emerging market multinationals*. Management International Review, 62(2), 203–243. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00466-1>
- Yao, F., Devinney, T. M., & Luo, Y. (2024). *Competitive dynamics in international business: A review and future research agenda*. Journal of International Business Studies. <https://doi.org/10.1057/s41267-024-00707-5>
- Zhang, X., Li, Y., & Chen, J. (2023). *Cross-border electronic commerce's new path: From literature review to AI text generation*. Data Science and Management, 6(1), 21–33.
<https://doi.org/10.1016/j.dsm.2022.12.001>