

**Impacto de la globalización en las estrategias de fijación de precios y competitividad de las
PYMEs del Subsector de restaurantes en el Líbano, Tolima: un enfoque etnográfico
económico**

Óscar Santiago Montoya Arévalo

Asesor

Yesid Alexander Garcés

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Economía

2025

Agradecimientos

Primeramente a Jehová el creador de todo lo que existe por darnos a todos la posibilidad de vivir y estudiar con el ánimo de entender las situaciones que nos rodean. A mi familia por estar siempre apoyándome en la consecución de mi sueño de ser profesional en Economía. A nuestra querida institución UNAD por darnos todo lo necesario para formarnos de manera integral.

Claramente al Profesor Yesid Alexander Garcés por su apoyo, comprensión y disposición para trabajar en esta investigación.

A mi municipio del Líbano Tolima porque contribuyo a mi formación y me mostro que es posible lograr las cosas como ya muchos lo han logrado y por mostrarme que si se puede ser diferente y estudiar es un privilegio que aprecio mucho.

Resumen

La presente investigación tiene un carácter etnográfico-económico en el cual se tratara de encontrar resultados frente a cómo afecta la globalización a las pymes del municipio del Líbano Tolima, Colombia, específicamente en el caso de los restaurantes. Para llegar a esta respuesta se usa un enfoque de investigación cualitativo e interpretativo acompañado de un estudio documental.

Se investigara que es la globalización, cual es el contexto en el que se da, como el capitalismo afecta toda esta dinámica, cual es la situación de la periferia y cuál es la del centro en cuanto a sus relaciones económicas. La investigación dará luces frente a las estrategias de precios y manejo de costos por parte de las pymes de restaurantes. Notaremos que es vital un innovar y desarrollar competencias como también un apoyo estatal.

Palabras clave: Globalización, Pymes, economía, precios, mercado, impacto, competitividad

Abstract

This ethnographic-economic research will explore how globalization affects SMEs in the municipality of Líbano, Tolima, Colombia, specifically in the case of restaurants. To arrive at this answer, a qualitative and interpretive research approach is used, accompanied by a documentary study.

We will investigate what globalization is, the context in which it occurs, how capitalism affects this dynamic, and the situation of the periphery and the center in terms of their economic relations. The research will shed light on the pricing and cost management strategies of restaurant SMEs. We will note that innovation and skills development are vital, as is government support.

Keywords: Globalization, SMEs, economy, prices, market, impact, competitiveness

Tabla de Contenido

Introducción	8
Planteamiento del Problema	11
Desafíos Estructurales para las PYMEs	12
Justificación	15
Relevancia Económica y Social	16
Metodología Etnográfica Económica	18
Contribución al Conocimiento Académico y Político	19
Justificación Metodológica	20
Objetivos	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos.....	21
Marco Teórico: Globalización, Fijación de Precios y Competitividad de PYMEs Restaurantes en Líbano, Tolima	22
Globalización, Capitalismo Global y Desarrollo Desigual.....	22
Fijación de Precios y Competencia Imperfecta en Mercados Locales	25
Internacionalización y Competitividad de PYMEs: Enfoques Contemporáneos	29
Metodología	35
Globalización	44
Fijación de Precios.....	46

Competitividad de las PYMEs.....	48
Tabla 1.....	50
<i>Dimensiones y Categorías Teóricas para la Indagación.</i>	51
<i>Ejemplo de Codificación de Unidades de Registro</i>	52
Resultados	53
Introducción del Capítulo	53
Descripción del Corpus y Contextualización de los Datos.....	54
Marco Metodológico del Análisis de Contenido	56
Proceso de Codificación y Formación de Categorías	58
Presentación de los Resultados del Análisis	61
<i>Cambios en Hábitos de Consumo y Desafío Cultural</i>	61
<i>Estrategias de Precios y Manejo de Costos en Contexto Global</i>	62
Interpretación y Discusión de los Hallazgos.....	68
Conclusiones Parciales y Síntesis	71
Limitaciones y Consideraciones Éticas	72
Conclusiones y Recomendaciones del Estudio.....	74
Referencias Bibliográficas	75

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz de Análisis de Contenido</i>	50
Tabla 2 <i>Dimensiones y Categorías Teóricas para la Indagación</i>	51
Tabla 3 <i>Ejemplo de Codificación de Unidades de Registro</i>	52

Introducción

La globalización es un fenómeno actual, complicado y multifacético que ha transformado las estructuras sociales, culturales y económicas alrededor del mundo. Debido a que en este proceso se incluye una interconexión global, se han venido facilitando la movilidad de bienes, servicios, capitales y personas, redefiniendo las economías locales y nacionales. Sin embargo, sus efectos no son uniformes y pueden variar considerablemente según las características estructurales y socioeconómicas de cada región y sector. Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que resultan ser una parte esencial del tejido económico global, enfrentan desafíos particulares en este contexto.

En economías emergentes como la de Colombia, la globalización ha intensificado las desigualdades estructurales y ha fortalecido las relaciones de poder existentes. En el municipio de Líbano, Tolima, el subsector de restaurantes desempeña un papel crucial en la economía local, proporcionando empleo y contribuyendo a la identidad cultural de la región. No obstante, la integración en la economía global ha impuesto una competencia intensa que favorece a las grandes corporaciones y pone en desventaja a las PYMEs locales.

Autores como David Harvey (2004) y Naomi Klein (2007) han argumentado que la globalización perpetúa las desigualdades estructurales y concentra el poder económico en manos de unos pocos. (Harvey & Smith, 2005) describen la "acumulación por desposesión" como una característica central del neoliberalismo, donde el capital se reorganiza para maximizar la acumulación a costa de la justicia social. (Klein et al., 2007) en su obra "La doctrina del shock", destaca cómo las políticas neoliberales implementadas bajo la globalización han debilitado las economías locales, dejando a las PYMEs en una posición vulnerable frente a las corporaciones multinacionales.

Se ha observado que las PYMEs en economías emergentes como Colombia enfrentan desafíos adicionales debido a las diferencias institucionales y de infraestructura en comparación con las economías desarrolladas. Estas diferencias pueden afectar negativamente la capacidad de las PYMEs para estar al ritmo de la competencia en el mercado global, especialmente cuando se enfrentan a fluctuaciones institucionales y cambios frecuentes en las políticas económicas.

Según Samir Amin, el desarrollo desigual es una consecuencia directa del capitalismo globalizado, donde las economías periféricas, como la de Colombia, se integran en términos desventajosos, perpetuando su dependencia y subdesarrollo (Amin, 2010)

En este entorno de constantes cambios y adaptaciones, esta investigación tiene por propósito analizar cómo la globalización ha afectado a las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, postulando que ha generado desafíos significativos en sus estrategias de fijación de precios y competitividad. La investigación pretende documentar los efectos evidentes de la globalización, como los cambios en la estructura de precios y la competitividad, y comprender las estrategias adoptadas por los empresarios para adaptarse a un mercado cada vez más globalizado.

Para alcanzar este objetivo, se utilizarán dos metodologías cualitativas complementarias: la etnografía económica y el análisis de contenido. La etnografía económica permitirá un análisis profundo y detallado de lo percibido y experimentado por parte de los actores involucrados, mediante la realización de entrevistas semiestructuradas con empleados y propietarios de restaurantes en Líbano, Tolima. Estas entrevistas proporcionarán información cualitativa valiosa acerca de los planes de adaptación y los desafíos enfrentados.

En una segunda fase de la metodología, se llevará a cabo un análisis de contenido de los datos cualitativos recolectados. Este análisis permitirá identificar y examinar temas, patrones y

significados recurrentes, integrando los hallazgos en una matriz analítica. La combinación de estas metodologías garantizará una comprensión comprensiva y matizada del impacto de la globalización en las PYMEs del subsector de restaurantes, proporcionando una visión más completa y detallada de sus estrategias de fijación de precios y competitividad.

Este análisis crítico pretende contribuir al conocimiento académico sobre el impacto de la globalización en las PYMEs, proporcionando información valiosa para los responsables de políticas locales y regionales. Al entender mejor las realidades y necesidades de las PYMEs, se podrán diseñar estrategias y políticas más efectivas que fortalezcan la economía local y promuevan un desarrollo sostenible e inclusivo.

Planteamiento del Problema

La globalización ha producido transformaciones significativas en las estructuras económicas y sociales a nivel mundial. Este fenómeno ha permitido una mayor interconexión de mercados y ha facilitado el flujo de bienes, servicios, capitales y personas, influyendo profundamente en las economías locales. Sin embargo, los efectos de la globalización no son uniformes y tienden a perpetuar y amplificar las desigualdades estructurales existentes, especialmente en las economías emergentes. Este contexto global presenta desafíos únicos tanto para las pequeñas como para las medianas empresas (PYMEs), que resultan ser vitales en el desarrollo social y económico de estas regiones.

En economías emergentes como la de Colombia, la globalización ha exacerbado las desigualdades estructurales y ha consolidado las relaciones de poder económico. En el municipio de Líbano, Tolima, el subsector de restaurantes es esencial para la economía local, proporcionando empleo y preservando la identidad cultural de la región. Sin embargo, la integración en la economía global ha impuesto una competencia desleal que favorece a las grandes corporaciones multinacionales, dejando a las PYMEs locales en una posición de vulnerabilidad.

Desafíos Estructurales para las PYMEs

Fijación de Precios y Competitividad: Las PYMEs enfrentan dificultades significativas para establecer precios competitivos debido a la volatilidad de los costos de los insumos traídos desde el exterior y la presión de competidores internacionales que operan con economías de escala. Esta situación genera una estructura de precios desfavorable que refleja una competencia desigual, limitando las capacidades de las PYMEs para mantenerse en el mercado (Naradda Gamage et al., 2020)

Dependencia de Insumos Extranjeros: La dependencia de insumos extranjeros expone a las PYMEs a las fluctuaciones del mercado global y a las políticas comerciales internacionales. Esta dependencia puede causar incertidumbre en la gestión de costos y afectar la estabilidad financiera de las empresas. Samir Amin (2010) enfatiza que el desarrollo desigual en el capitalismo global perpetúa la subordinación de las economías periféricas, como la de Colombia, a las dinámicas de las economías centrales.

Diferencias Institucionales y de Infraestructura: Las PYMEs en Colombia operan en un entorno institucional y de infraestructura menos desarrollado en comparación con las economías avanzadas. Las regulaciones gubernamentales, la falta de acceso a financiamiento y las deficiencias en infraestructura limitan la capacidad de estas empresas para competir dentro de la dinámica globalizadora. La inestabilidad política y la falta de apoyo institucional agravan estos desafíos, restringiendo las oportunidades de innovación y crecimiento (Yunga et al., 2023)

El análisis de cómo la globalización afecta a las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, debe considerar la capacidad de estas empresas para fijar precios competitivos, la dependencia de insumos extranjeros y las diferencias institucionales y de infraestructura. La presión para competir en un mercado globalizado y la falta de un entorno de apoyo adecuado

exacerbán las dificultades que enfrentan estas empresas. Autores como Ekanayake et al. (2020) y (Jormanainen & Kovesnikov, 2012) subrayan la importancia de desarrollar estrategias adaptativas y mejorar la competitividad a través de la innovación y la eficiencia operativa.

En tal sentido nos lleva a plantearnos la siguiente pregunta.

Pregunta de Investigación

¿Cómo ha afectado la globalización las estrategias de fijación de precios y la competitividad de las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima?

Justificación

La investigación sobre el impacto de la globalización en las estrategias de fijación de precios y la competitividad de las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, es crucial para comprender las dinámicas actuales y futuras de este sector. La globalización, entendida como un proceso que intensifica las relaciones culturales, políticas, sociales y económicas a nivel mundial, ha tenido efectos significativos en todas las economías, pero estos efectos varían según el contexto específico de cada región y sector. En este sentido, la elección de una metodología etnográfica económica, alineada con los principios metodológicos de un enfoque mixto, nos permitirá obtener una comprensión profunda y detallada de las realidades y desafíos que enfrentan estas empresas en un entorno globalizado.

Relevancia Económica y Social

El subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, no solo aporta a la economía local por medio de la generación de empleo y el fortalecimiento de la identidad cultural, sino que también enfrenta una serie de desafíos derivados de la integración en la economía global. La capacidad de estas PYMEs para competir en el mercado global está ligada en gran medida de su habilidad para fijar precios de manera competitiva y adaptarse a las fluctuaciones del mercado. Según autores como Harvey (2004) y Klein (2007), la globalización puede perpetuar las desigualdades estructurales, concentrando el poder económico en manos de grandes corporaciones multinacionales. Este fenómeno pone a las PYMEs en una posición de vulnerabilidad, especialmente en economías emergentes como la de Colombia, donde las desigualdades estructurales ya son prominentes.

Justificación Teórica

Desde una perspectiva teórica, la globalización se ha abordado desde diferentes enfoques, como el neoliberalismo y el desarrollo desigual. Autores como Samir Amin (2010) y David Harvey (2004) han argumentado que el capitalismo globalizado perpetúa la dependencia y el subdesarrollo en las economías periféricas. En este contexto, la investigación proporcionará un análisis crítico de cómo estas teorías se manifiestan en el subsector de restaurantes en Líbano, Tolima. El enfoque etnográfico económico permitirá documentar y tratar de comprender las percepciones y experiencias de los actores involucrados, proporcionando una visión comprensiva de los desafíos y estrategias adoptadas por las PYMEs para sobrevivir y prosperar en un entorno globalizado.

Metodología Etnográfica Económica

La elección de una metodología etnográfica económica es especialmente adecuada para esta investigación, ya que permite una inmersión profunda en el contexto local y una comprensión detallada de las prácticas y estrategias de las PYMEs. A través de encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas, se recopilarán datos cuantitativos y cualitativos que reflejen las realidades y desafíos que enfrentan estas empresas. La triangulación de métodos, que incluye la revisión documental y el análisis de datos estadísticos, garantizará la validez y fiabilidad de los hallazgos. Esta metodología permitirá identificar patrones y tendencias en las estrategias de fijación de precios y competitividad, así como comprender las percepciones y experiencias de los actores involucrados.

Contribución al Conocimiento Académico y Político

Esta investigación tiene el potencial de contribuir significativamente al conocimiento académico sobre el impacto de la globalización en las PYMEs. Al proporcionar un análisis detallado de las estrategias de fijación de precios y competitividad en el subsector de restaurantes de Líbano, Tolima, la investigación ofrecerá insights valiosos para los responsables de políticas locales y regionales. Comprender mejor las realidades y necesidades de las PYMEs permitirá diseñar estrategias y políticas más efectivas que fortalezcan la economía local y promuevan un desarrollo sostenible e inclusivo. Además, los resultados de este ejercicio investigativo pueden servir como insumo para futuras investigaciones en otros contextos y sectores, contribuyendo a un entendimiento más amplio y profundo de los efectos de la globalización en las economías locales.

Justificación Metodológica

La adopción de una metodología cualitativa, basada en la etnografía económica, responde a la necesidad de capturar la complejidad y la riqueza de las experiencias de las PYMEs en un entorno globalizado. Este enfoque permite una exploración detallada de las estrategias de fijación de precios y competitividad, así como de los desafíos específicos que enfrentan las empresas en Líbano, Tolima. La triangulación de métodos, que incluye encuestas, entrevistas y revisión documental, garantiza una comprensión holística y matizada del impacto de la globalización. Además, la elección de métodos cualitativos es coherente con los principios metodológicos actuales que enfatizan la importancia de contextos y experiencias locales en la investigación económica.

Objetivos

Objetivo General

Analizar críticamente el impacto de la globalización en las estrategias de fijación de precios y la competitividad de las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, desde una perspectiva crítica, utilizando un enfoque etnográfico económico y análisis de contenido.

Objetivos Específicos

Examinar las estrategias de fijación de precios adoptadas por las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, en respuesta a la globalización, mediante entrevistas semiestructuradas y observaciones participativas.

Identificar los principales desafíos que enfrentan las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, debido a la globalización, enfocándose en la dependencia de insumos extranjeros y las diferencias institucionales y de infraestructura, a través del análisis de las percepciones y experiencias de los actores involucrados.

Explorar las estrategias de competitividad adoptadas por las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, en el contexto de la globalización, utilizando técnicas de etnografía económica para obtener una comprensión detallada y contextualizada.

Realizar un análisis de contenido de los datos cualitativos recolectados para identificar patrones y temas recurrentes relacionados con la percepción de vulnerabilidad y adaptación de las PYMEs frente a la globalización, integrando los hallazgos en una matriz analítica.

Marco Teórico: Globalización, Fijación de Precios y Competitividad de PYMEs

Restaurantes en Líbano, Tolima

Globalización, Capitalismo Global y Desarrollo Desigual

El concepto contemporáneo de globalización es objeto de crítica por diversas teorías de desarrollo desigual, las cuales sostienen que el capitalismo global, al operar en las economías periféricas, impone estructuras intrusivas a través de los Estados y las clases capitalistas centrales (Harvey, 2004; Amin, 2010; Klein, 2007). (Amin, 1974) argumenta que, desde los años ochenta, la fase neoliberal de la globalización no ha distribuido equitativamente sus beneficios, sino que ha reafirmado los intereses dominantes de las clases dirigentes a escala internacional. En este contexto, (Harvey, 2004) caracteriza el proceso de “acumulación por desposesión” como el mecanismo mediante el cual el capital global mantiene su rentabilidad, transfiriendo activos y costos a la población y apropiándose de recursos públicos y comunes durante las crisis. En consecuencia, la privatización, la financiarización y la mercantilización de las instituciones comunales y públicas se convierten en herramientas para facilitar la concentración sistémica de la riqueza y el aumento de la desigualdad, al mover activos y recursos a través de fronteras internacionales.

Visto de este modo, la globalización capitalista se asemeja a un “nuevo colonialismo”, ya que sustituye los antiguos mecanismos de explotación por otros contemporáneos, perpetuando la desigual distribución de poder y riqueza entre las naciones. Según (Klein & Sawchuk, 2000a) y su crítica a las marcas transnacionales, “el Tercer Mundo ... siempre ha existido para el Primero”, lo que evidencia cómo las corporaciones globales se enriquecen explotando mano de obra barata y recursos naturales en los países periféricos para luego vender productos terminados a precios elevados en los países desarrollados. En consecuencia, esta perspectiva sostiene que la

narrativa optimista de la globalización oculta la lógica desigual de las relaciones de poder, donde las economías dominantes imponen condiciones y las periféricas deben acatar.

Economías centrales vs. periféricas

Las teorías de la dependencia y del sistema-mundo, elaboradas por Samir Amin, Immanuel Wallerstein, entre otros, profundizan esta división estructural. (Amin, 1976) acuñó el concepto de “desarrollo desigual” para describir cómo las economías periféricas se integran de manera subordinada al mercado mundial, generando un maldesarrollo interno caracterizado por un crecimiento distorsionado y orientado a necesidades externas. En la misma línea, Wallerstein (1974), propuso un modelo centro-periferia en el que los países del centro, industrializados, concentran capital, tecnología y poder de mercado, mientras que las periferias proveen materias primas y mano de obra a bajo costo, quedando atrapadas en un intercambio desigual.

El sistema-mundo capitalista se estructura de manera jerárquica: mientras los países del centro exportan bienes industriales de alto costo y dominan áreas de alta tecnología y finanzas, los países de la periferia se dedican a exportar materias primas y mano de obra barata, importando bienes de mayor valor agregado. Esta lógica, reflejada en el modelo núcleo-periferia, ejemplifica cómo los flujos de valor perpetúan las disparidades: mediante el intercambio de “productos de alto valor por insumos de bajo valor”, el núcleo se enriquece a costa de la dependencia y explotación de la periferia, lo que genera subsidios renovados para el centro. Estas teorías explican por qué, en economías periféricas como la colombiana, los sectores económicos locales son incapaces de capturar valor en la cadena global, ya que sus productos tradicionales mantienen precios relativos bajos en el mercado internacional, mientras deben pagar altos costos por insumos y tecnología importada del centro ((Wallerstein, 1974); Amin, 1976).

En el caso de nuestro objeto de estudio, el subsector de restaurantes del Líbano, Tolima, se observa que muchos insumos, alimentos procesados, bebidas y equipamiento se distribuyen a precios elevados a nivel nacional o internacional, mientras que los pequeños negocios los comercializan a precios insostenibles para un mercado local con escaso poder adquisitivo. En otras palabras, las estructuras globales configuran las posibilidades locales: como advierte (Harvey, 2020) en el contexto del neoliberalismo, todos los estados se ven obligados a adoptar políticas que privilegian el mercado por encima de la protección local. De manera similar, Amin (2010) sostiene que la globalización capitalista contemporánea genera “polarización excluyente y desintegración nacional”, lo que conlleva a la degradación de la vida social en las periferias regionales. A partir de estos enfoques críticos, la globalización se configura como un factor que agudiza las disparidades económicas y geográficas, afectando negativamente la sostenibilidad de las PYMEs en ubicaciones remotas. Así, queda demostrado que la globalización no es un proceso neutral, ya que presenta una distribución heterogénea en el espacio y se encuentra fuertemente politizada.

Globalización y Contexto Colombiano

En el caso colombiano, diversos estudios reafirman estas interpretaciones críticas. Por ejemplo, (Zárate, 2007) examinó los efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en las PYME nacionales y concluyó que, sin políticas de apoyo, la apertura comercial favorece a los grandes competidores extranjeros, dejando a las pequeñas y medianas empresas en una situación marginal (Zárate, 2007). Esta conclusión se alinea con la perspectiva de Harvey (2003), quien sostiene que el mercado libre global impone “presiones competitivas” que los Estados periféricos simplemente no pueden superar (Harvey, 2004). Además, el concepto de “poliglobalización” propuesto por Grynspan (2023) —que destaca la existencia de un

reducido número de polos mundiales de poder— respalda de manera evidente estas críticas (Grynspan, 2023).

Los datos analizados por EFE y sus colaboradores desmienten completamente tal posibilidad: “China y Estados Unidos poseen el 94% del capital de riesgo global y el 70% de los investigadores en IA. Todos los demás países, de hecho, se encuentran tecnológicamente y financieramente rezagados en comparación con estos. Además, incluso el eslabón de servicios periféricos de la economía se ve afectado por las cadenas de contrainsurgencia que operan desde centros de poder distantes. En otras palabras, si los precios internacionales de los alimentos fluctúan de manera dramática, si se imponen normas sanitarias globales o si se globalizan las modas culinarias, los restaurantes en regiones periféricas podrían ser destruidos en la mitad del tiempo” (EFE y colaboradores, 2023). Los datos actualizados muestran que Estados Unidos y China siguen siendo líderes en cuanto a inversiones en capital de riesgo global e investigaciones en IA (Tufts, 2024)

A partir del anterior marco teórico crítico se desprende nuestra premisa central: las PYMEs del Líbano operan en un entorno glocal en el que el capitalismo global genera oportunidades y restricciones estructurales a través de las fuerzas del desarrollo desigual (Harvey, 2004; Klein & Sawchuk, 2000b). La mirada etnográfica económica pretende evidenciar la agencia de los actores locales al enfrentar y negociar estas estructuras globales; por lo tanto, las teorías críticas glocal se matizan con la realidad del subsector restauranero en el Líbano.

Fijación de Precios y Competencia Imperfecta en Mercados Locales

El segundo eje teórico se refiere a los fundamentos de la microeconomía aplicada, analizando cómo se genera la fijación de precios y la competencia en los mercados de servicios locales, especialmente en contextos de asimetría comercial y dependencia de insumos. Según la

teoría económica clásica, en un mercado de competencia perfecta el precio se determina exclusivamente por la interacción entre la oferta y la demanda, sin que ninguna entidad individual pueda modificarlo (Samuelson & Nordhaus, 2009) No obstante, la realidad en la mayoría de los mercados se caracteriza por una competencia imperfecta, en la que tanto vendedores como compradores logran influir en la determinación de los precios. En el subsector de restaurantes, que opera bajo competencia monopolística, coexisten numerosos vendedores que ofrecen productos similares, pero diferenciados, permitiendo que un restaurante, por ejemplo, fije sus precios en función de un nicho de clientes leales y del costo marginal, de modo que sus precios se alineen con los de sus competidores inmediatos (Pindyck et al., 2012)

No obstante, ese poder está acotado por la presencia de múltiples alternativas: si un restaurante eleva demasiado sus precios, los comensales pueden optar por otro establecimiento local (o incluso por sustitutos como comer en casa). Por ello, las empresas en competencia monopolística enfrentan una demanda con cierta elasticidad: pueden fijar precios, pero arriesgan perder volumen si exceden la disposición a pagar de los consumidores.

Estrategias de Fijación de Precios: Las PYMEs del Sector Restaurantero

suelen emplear métodos de fijación de precios basados tanto en el cálculo de costos como en el valor percibido por el cliente. Una estrategia común es el cost-plus pricing, que consiste en determinar el costo unitario de cada plato, incluyendo los costos de reposición de insumos, la mano de obra directa y el recargo que la empresa decida aplicar sobre sus costos fijos, de manera que se garantice la cobertura de todos los gastos (Armstrong et al., 2014)

Sin embargo, este método puede presentar dificultades si la demanda o el precio de los insumos varía por factores externos; por ejemplo, si el precio del aceite de soja importado

aumenta, el restaurante deberá ajustar al alza el precio del menú del día para mantener su rentabilidad, o de lo contrario aceptará una menor ganancia.

Otra aproximación consiste en fijar precios basados en la competencia, es decir, observar los precios de la competencia directa y ajustar la oferta en consecuencia. En poblaciones pequeñas, donde los establecimientos tienden a ajustar sus precios de forma similar, esta práctica puede favorecer la formación de un oligopolio local (Porter & Strategy, 1980)

. Además, se puede recurrir a estrategias de discriminación de precios indirecta, por ejemplo, ofreciendo porciones más pequeñas o menús económicos durante el mediodía, lo que responde a la heterogeneidad de la capacidad de pago entre los distintos segmentos de clientes (Nagle et al., 2016)

Competencia Imperfecta y Poder de Mercado Local

Sin embargo, no todos los restaurantes familiares en Líbano se encuentran en igualdad de condiciones. Pueden presentarse fallas de mercado y asimetrías de poder. En particular, los proveedores clave de insumos pueden operar como oligopolios. Por ejemplo, si solo uno o dos mayoristas de pollo, carne o incluso cerveza abastecen a toda la región, estos proveedores tienen la capacidad de fijar precios más altos, lo que evidencia un poder de mercado del oferente. Asimismo, pueden darse casos de monopsonio u oligopsonio local, situación más probable cuando una única cadena adquiere la mayor parte de sus insumos de manera local. En contraste, se observa una marcada asimetría informativa y de escala entre las pequeñas PYMEs locales y las empresas de mayor tamaño que operan a nivel nacional. Por ejemplo, una franquicia o cadena de pizzerías en la región podría operar con márgenes más bajos al inicio, beneficiándose de subsidios derivados de sus operaciones en otras ciudades, lo que le permite negociar precios más competitivos para insumos clave a nivel local. Las PYMEs independientes, en cambio, no

cuentan con la solidez financiera necesaria para competir en igualdad de condiciones. En consecuencia, estos resultados reflejan una estructura de competencia imperfecta, en la que los actores se enfrentan a restricciones diversas y adoptan estrategias diferenciadas, contraviniendo el modelo de mercado atomizado (Harvey, 2020).

Asimetría Comercial y Dependencia de Insumos Externos

La fijación de precios de las PYMEs colombianas se ve fuertemente afectada por su dependencia de insumos importados, cuyos precios se determinan en un contexto globalizado. Según la teoría de la dependencia (Prebisch, 1949) las economías periféricas sufren un deterioro en sus términos de intercambio: los precios de manufacturas, tecnología e insumos procesados tienden a aumentar a un ritmo superior al de sus productos tradicionales. En un restaurante local, esto se traduce en que ingredientes esenciales –como harina, vinos, quesos y equipos de cocina– se adquieren a precios que ya incorporan costos internacionales (transporte, aranceles y márgenes de importador). Cuando la moneda local se deprecia, dichos insumos se encarecen de inmediato, mientras que el restaurantero, debido a la limitada capacidad de pago de sus clientes, no puede trasladar el aumento de costos a los precios de venta, lo que ejerce una presión significativa sobre sus márgenes de rentabilidad.

Por otro lado, la apertura comercial sin un acompañamiento adecuado puede inundar el mercado local con productos extranjeros competitivos, como cadenas internacionales de comida rápida o insumos importados a precios inferiores a los locales. En este escenario, las PYMEs se ven forzadas a ajustar su estructura de costos y estrategias de precios para mantenerse competitivas. (Camisón & De Lucio, 2010) sostienen que, frente a la competencia internacional, las PYMEs requieren tanto apoyo estatal como estrategias claras para superar las imperfecciones del mercado. De lo contrario, las asimetrías existentes pueden provocar la salida del mercado de

aquellos negocios menos eficientes; de hecho, en Europa se ha observado que solo una pequeña fracción de las empresas logra sostener exportaciones de manera regular, mientras muchas otras terminan cerrando o reorientándose ante la presión global.

En el caso de Líbano, Tolima, aunque la mayoría de los restaurantes no se dediquen a la exportación, compiten indirectamente con productos globalizados –ya sea por el precio de referencia de marcas internacionales como Coca-Cola o por el costo de insumos como el arroz importado–. Nuestro estudio etnográfico pretende explorar cómo los dueños de estos establecimientos fijan sus precios, equilibrando el aumento de sus costos con la sensibilidad de la comunidad respecto a lo que se considera un precio “justo”. Asimismo, se analizará cómo perciben la influencia de factores globales en su operativa diaria, por ejemplo, cuando comentan que “la carne subió porque todo está más caro por el dólar”, lo que permitirá vincular la teoría de la competencia imperfecta con la experiencia real de los pequeños negocios en una economía periférica.

Internacionalización y Competitividad de PYMEs: Enfoques Contemporáneos

El tercer componente del marco teórico examina las perspectivas contemporáneas sobre la internacionalización y la competitividad de las PYMEs en un entorno globalizado. Basándose en las teorías de las capacidades dinámicas (Teece et al., 1997) las redes organizacionales (Johanson y Mattsson, 1988), la adaptación cultural-tecnológica y el estudio de las barreras a la exportación (Leonidou, 2004), esta sección ofrece herramientas analíticas esenciales para comprender cómo las PYMEs pueden no solo sobrevivir, sino también prosperar, a pesar de operar mayoritariamente en mercados locales sin una orientación exportadora. En este sentido, la competitividad de una PYME trasciende su desempeño financiero, abarcando su capacidad de

adaptarse, innovar y mantener ventajas estratégicas en un escenario global en constante evolución (Porter, 1985).

Capacidades Dinámicas y Ventaja Competitiva

La teoría de las capacidades dinámicas (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) postula que, más allá de los recursos que posee una empresa, su éxito a largo plazo depende de la capacidad para renovarlos y reconfigurarlos estratégicamente en respuesta a entornos cambiantes. En palabras de Teece et al. (1997), se trata de “la habilidad de la firma para integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas para enfrentar entornos cambiantes”. En el caso de las PYMEs, esto se traduce en la necesidad de aprender y adaptarse rápidamente; por ejemplo, una pequeña cadena de restaurantes que ajusta su menú y modelo de negocio durante la pandemia (ofreciendo domicilios en línea, menús reducidos, etc.) demuestra capacidades dinámicas que le permiten sobrevivir cuando otras quiebran. Para las PYMEs del Líbano, desarrollar capacidades dinámicas implica innovar en productos y procesos (por ejemplo, introducir platillos novedosos o implementar métodos de servicio más eficientes), así como adquirir un conocimiento profundo del mercado para comprender las nuevas preferencias de los consumidores, incluidas las influencias culturales globales. La flexibilidad organizativa de estas empresas representa una ventaja competitiva, ya que, al tratarse de estructuras más pequeñas, suelen adaptarse con mayor rapidez que las grandes empresas burocráticas. Villavicencio (2006) destaca, a propósito de PYMEs centroamericanas, que su “estructura organizativa flexible” (p.32) y la cercanía con los clientes fueron factores clave para el éxito en procesos de exportación, subrayando que unas habilidades gerenciales sólidas (como visión, actitud proactiva y conocimiento del negocio) son esenciales para incursionar en mercados externos con éxito. En consecuencia, la formación de

capital humano gerencial y el fomento de un aprendizaje continuo constituyen pilares fundamentales para la competitividad de las PYMEs.

Redes Organizacionales y Cooperación

Otra perspectiva contemporánea en el campo de la internacionalización es la teoría de redes. Johanson y Mattsson (1988) plantearon que las PYMEs pueden superar sus limitaciones de recursos mediante su inserción en redes interorganizacionales, aprovechando relaciones estratégicas con clientes, proveedores, instituciones y otras empresas para acceder a información y oportunidades que trascienden el mercado doméstico. Dichas redes actúan como puentes hacia mercados externos y funcionan como mecanismos de aprendizaje colectivo. En Colombia, Montenegro-Arcila (2020) encontró que, en casos de PYMEs que lograron internacionalizarse, la consolidación de relaciones sociales y comerciales (networking) aceleró sus procesos y les permitió superar limitaciones iniciales. Por ejemplo, mediante la participación en asociaciones gastronómicas, ferias regionales o alianzas con proveedores, un restaurante local puede enterarse de nuevas tendencias culinarias o establecer contacto con posibles inversionistas. Además, las alianzas estratégicas, tanto a nivel local como global, se consideran factores clave para el éxito del desarrollo exportador de las PYMEs. Villavicencio (2006) también resalta la importancia de explorar conexiones internacionales, indicando que la pregunta “¿qué conexiones en el extranjero se pueden dar?” es vital para el éxito de un programa exportador en este sector. Estas alianzas no siempre implican la exportación directa, sino que pueden abarcar desde la formalización de convenios para recibir insumos especiales hasta la participación en programas de capacitación con chefs internacionales, fortaleciendo así la escala y la competitividad de la PYME.

Adaptación Cultural y Tecnológica

Un enfoque contemporáneo de la competitividad no estaría completo sin considerar la adaptación cultural y la incorporación tecnológica. La internacionalización exitosa de las PYMEs requiere, por un lado, sensibilidad cultural para adaptar productos y prácticas a las normativas o gustos de otros mercados, y por otro, la adopción de tecnologías que mejoren la eficiencia y amplíen el alcance comercial. En términos culturales, las PYMEs del sector restaurantero enfrentan el desafío de mantener su identidad local (su sabor tradicional) mientras integran influencias globales que atraen a nuevos segmentos de clientes. Este proceso se enmarca en el concepto de glocalización: pensar globalmente y actuar localmente, adaptando lo global a la realidad regional. Por ejemplo, un restaurante en Líbano podría ofrecer opciones de comida internacional o fusiones (como una pizza al estilo tolimense o hamburguesas con insumos locales) para responder a la demanda de diversidad gastronómica influida por la globalización cultural. En cuanto a tecnología, la transformación digital se ha convertido en un componente esencial para la competitividad de las PYMEs. Estudios recientes indican que la adopción de nuevas tecnologías mejora la productividad y abre oportunidades de mercado (Annual Report 2023-2024, s. f.). En el sector restaurantero, esto puede incluir la implementación de sistemas modernos de punto de venta, la gestión de presencia en redes sociales y el uso de plataformas de delivery, así como el análisis de datos de ventas para optimizar el menú. Sin embargo, muchas PYMEs enfrentan barreras para la adopción tecnológica, tales como altos costos iniciales, falta de conocimientos especializados o una renuencia cultural al cambio. A pesar de estas limitaciones, la digitalización ofrece beneficios significativos: reducción de barreras de entrada a nuevos mercados, atracción de talento joven, mejora en la propuesta de valor y aumento en la productividad.

Barreras a la Exportación y al Crecimiento Internacional

A pesar de contar con capacidades y adaptaciones, las PYMEs enfrentan obstáculos significativos para internacionalizarse. Leonidou (2004) realizó un análisis exhaustivo de las barreras que dificultan el desarrollo exportador en pequeños negocios, identificando 39 barreras agrupadas en internas y externas. Las barreras internas abarcan limitaciones informativas (falta de información sobre mercados internacionales), limitaciones funcionales (deficiencias en recursos humanos, financieros o productivos) y dificultades de marketing (problemas para ajustar el producto o el precio a otros mercados). Por otro lado, las barreras externas incluyen aspectos procedimentales (trámites y burocracia), obstáculos gubernamentales (políticas públicas y aranceles), desafíos del entorno competitivo (presencia de competidores establecidos y precios internacionales) y factores ambientales (riesgos país, fluctuaciones en el tipo de cambio y condiciones económicas globales). En el caso de las PYMEs del sector servicios, como los restaurantes, estas barreras se traducen en impedimentos para expandirse más allá del mercado local. Por ejemplo, la falta de conocimiento sobre cómo atraer turistas extranjeros, la insuficiencia de capital para invertir en la apertura de sucursales en otras ciudades o las dificultades regulatorias para cumplir con normativas internacionales de exportación, pueden limitar severamente su crecimiento. Asimismo, se resalta la necesidad de apoyo institucional— como programas de entrenamiento gerencial, facilidades de crédito y promoción comercial— para mitigar estas barreras. Villavicencio (2006) observó en Costa Rica que las PYMEs exportadoras exitosas invertían en investigación y desarrollo (I+D) y en mercadotecnia internacional para comprender otros mercados y adaptar su oferta, además de contar con finanzas sólidas para sostener el proceso. Traduciendo esta lección al contexto local, si un restaurante del Líbano aspira a tener presencia en una ciudad principal o a atraer clientes internacionales (por

ejemplo, en el turismo gastronómico), deberá investigar las preferencias de los mercados externos, invertir en la mejora de su propuesta (como en el dominio de idiomas, menús bilingües o estándares internacionales de higiene) y, posiblemente, requerir capital adicional para dicha expansión. Estas decisiones estratégicas se enmarcan en la teoría de la internacionalización gradual (modelo Uppsala), en la que la empresa incrementa su compromiso con el exterior conforme acumula conocimiento y reduce la incertidumbre. Aunque la mayoría de los restaurantes estudiados tal vez no persigan activamente la internacionalización, compiten en un entorno globalizado en el que su posición competitiva local depende de factores globales, como la fluctuación de insumos, modas culinarias y avances tecnológicos. Por lo tanto, adoptar una visión internacional—entendida como la apertura para aprender de otros mercados y responder a estándares globales—resulta crucial para fortalecer la competitividad local.

Integración con la Metodología Etnográfica

La organización temática de este marco teórico (globalización crítica, microeconomía local y enfoque de competitividad internacional) se alinea de manera directa con la pregunta de investigación y los objetivos del estudio. Se busca comprender el impacto de la globalización en las estrategias de precios y la competitividad de las PYMEs de restaurantes en Líbano. Para ello, se parte de una perspectiva macro crítica que condiciona el entorno, se realiza un análisis meso-micro del mercado local y se culmina con la identificación de herramientas que las PYMEs pueden emplear para adaptarse y responder a los desafíos. La metodología etnográfica económica propuesta permitirá articular estos niveles teóricos con la realidad local: mediante trabajo de campo, entrevistas y observación participante se podrá captar cómo propietarios y empleados de restaurantes viven y narran estos fenómenos. La teoría sugiere, por ejemplo, que estos actores sienten la presión de un sistema desigual, ajustan precios en función de sus costos y

de la competencia, y requieren ciertas capacidades para sobrevivir. La etnografía permitirá validar, matizar o contradecir estas proposiciones al revelar las prácticas culturales, las significaciones atribuidas a “lo global” y “lo local”, así como las estrategias creativas y las barreras concretas que enfrentan día a día. En suma, este marco teórico riguroso proporciona las lentes analíticas necesarias para interpretar los hallazgos del estudio, asegurando que la investigación no solo describa la situación de las PYMEs restauranteras en Líbano, Tolima, sino que también la explique en el contexto de las discusiones sobre globalización, desarrollo desigual, economía de mercados locales y competitividad de pequeñas empresas en el siglo XXI.

Metodología

La presente sección metodológica describe el diseño y la ejecución del estudio, el cual se enmarca en un enfoque cualitativo e interpretativo. Se parte de la premisa de comprender en profundidad los significados y dinámicas inherentes al fenómeno analizado –el impacto de la globalización en la fijación de precios y competitividad de las PYMEs restauranteras en Líbano, Tolima– en lugar de cuantificar variables de forma convencional.

Para alcanzar este objetivo, la investigación se fundamenta en un estudio documental que se vale exclusivamente de fuentes secundarias, tales como artículos académicos, informes gubernamentales, tesis y reportajes periodísticos. Este procedimiento permite, mediante un riguroso análisis de contenido, extraer y codificar la información relevante que sustenta la interpretación de la realidad socioeconómica local en el contexto de tendencias globales.

Asimismo, se detalla la estructuración del proceso metodológico en diversas fases: desde la definición de la unidad de análisis y de trabajo, pasando por la recolección sistemática de datos en repositorios y fuentes institucionales, hasta la aplicación de técnicas de análisis de contenido que integran tanto enfoques deductivos –basados en marcos teóricos preestablecidos–

como inductivos, que permiten incorporar hallazgos emergentes durante el proceso analítico. La elaboración de una matriz de análisis, que organiza y codifica de forma sistemática los fragmentos textuales, es otro de los elementos clave que garantiza la consistencia y rigor del estudio.

Por último, esta sección metodológica no solo expone el diseño de la investigación, sino que también justifica la elección del enfoque cualitativo y documental para abordar el problema de investigación. La estructura presentada sienta las bases para comprender la aplicación de las dimensiones teóricas –globalización, fijación de precios y competitividad– que, en conjunto, orientan la interpretación de los datos y la discusión de los resultados en capítulos posteriores.

Tipo de Estudio

El presente trabajo adopta un enfoque cualitativo e interpretativo, orientado a comprender los significados y las dinámicas del fenómeno estudiado más que a cuantificarlo. La investigación se enmarca en la tradición interpretativa de las ciencias sociales, que busca entender el sentido de las experiencias en sus contextos particulares (Creswell & Poth, 2016)

En particular, se trata de un estudio documental basado exclusivamente en fuentes secundarias, lo que implica realizar un análisis de contenido de materiales existentes (textos académicos, informes, prensa, datos institucionales) en lugar de utilizar la observación directa o encuestas de campo. (Casasola Rivera, 2020) define este tipo de investigación como aquella cuya base son documentos provenientes de fuentes bibliográficas, hemerográficas y archivísticas

Por consiguiente, no se recabaron datos primarios mediante entrevistas o cuestionarios, ya que todo el corpus analítico proviene de documentos previamente publicados o registrados.

Es relevante señalar que, aunque no se realizó trabajo etnográfico de campo, el estudio incorpora una perspectiva etnográfico-económica en su aproximación. Esto significa, en

términos metodológicos, que se aplicó una lectura interpretativa profunda de los datos documentales, atendiendo al contexto cultural y económico local de Líbano, Tolima. Esta estrategia se alinea con lo que (Altheide, 1987) denomina “análisis de contenido etnográfico”, que combina la sistematicidad del análisis de contenido con una mirada detallada y contextual propia de la etnografía

En otras palabras, el investigador asume un rol interpretativo, “observando” la realidad social a través de los textos. El diseño de la investigación es de tipo no experimental y transversal, pues no se manipulan variables y se centra en un período temporal específico (análisis de la situación reciente del sector restaurantero en Líbano bajo la influencia de la globalización). Al ser un estudio aplicado, se espera que sus hallazgos aporten conocimiento útil para la resolución de problemas prácticos en el ámbito local, en lugar de generar generalizaciones universalistas.

Nivel de la Investigación

El nivel de la investigación es exploratorio-descriptivo, lo cual es coherente con el objetivo de indagar un fenómeno poco estudiado en el contexto específico de Líbano, Tolima, y, al mismo tiempo, caracterizar sus principales manifestaciones. Por un lado, el estudio tiene un cariz exploratorio porque se orienta a examinar un tema relativamente novedoso o insuficientemente documentado a nivel local –el impacto de la globalización en las PYMEs restauranteras de la región– e identificar factores, ideas y patrones emergentes que puedan sentar bases para futuras investigaciones (Hernández-Sampieri, 2014)

En investigaciones exploratorias, el propósito es familiarizarse con fenómenos desconocidos, indagar cuestiones novedosas e incluso descubrir categorías relevantes durante el

proceso, lo cual es pertinente dada la escasez de estudios previos sobre las pequeñas empresas de restaurantes en Líbano y su inserción en la economía global.

Por otro lado, el estudio posee un fuerte componente descriptivo, ya que busca caracterizar de forma detallada cómo se manifiestan la fijación de precios y la competitividad de estas PYMEs en el contexto de la globalización. Los estudios descriptivos especifican las propiedades, características y perfiles de un fenómeno determinado, sin intentar establecer relaciones causales directas (Hernández-Sampieri et al., 2014)

En este caso, se describen las dinámicas de precios, las estrategias competitivas, los desafíos y las adaptaciones que experimentan los pequeños restaurantes locales frente a los cambios económicos y culturales asociados a la globalización. Esta descripción sistemática permitirá comprender cómo se manifiestan estas dinámicas en el contexto de Líbano, Tolima.

Así, el enfoque exploratorio-descriptivo resulta coherente con la naturaleza de la pregunta de investigación, que indaga un fenómeno contemporáneo en un contexto particular, explorando sus diversas aristas y describiendo sus características clave.

Unidad de Trabajo y Unidad de Análisis

En una investigación puramente documental como la presente, es fundamental precisar la unidad de análisis y la unidad de trabajo. Siguiendo las pautas metodológicas propuestas por Reguera (2008) y Casasola (2015), la unidad de análisis corresponde a la temática central o fenómeno en torno al cual gira la investigación, mientras que la unidad de trabajo se refiere al conjunto concreto de fuentes textuales que serán examinadas

En este estudio, la unidad de análisis es el impacto de la globalización en la fijación de precios y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del subsector de restaurantes, circunscrito geográficamente al municipio de Líbano, en el departamento del Tolima (Colombia).

Es decir, se analiza el proceso y efecto de la globalización tal como se refleja en la realidad de un conjunto específico de unidades económicas locales (las PYMEs restauranteras de Líbano), lo que implica una mirada simultáneamente global (tendencias de la globalización) y local (respuesta de las empresas del municipio).

Por su parte, la unidad de trabajo está conformada por el corpus de fuentes documentales secundarias seleccionadas para estudiar dicho fenómeno. Se recopilieron documentos de diversa índole que abordan la relación entre globalización, precios y competitividad en el contexto de pequeñas empresas, tales como artículos académicos, tesis previas, informes gubernamentales y estadísticos (por ejemplo, reportes de cámaras de comercio, planes de desarrollo económico regional, datos de la Secretaría de Desarrollo de Tolima o del DANE), notas de prensa y reportajes locales, así como documentos técnicos o memorias empresariales relevantes. La selección se realizó con base en criterios predefinidos de pertinencia, priorizando la calidad y profundidad informativa de cada fuente, más que su cantidad.

Como señala el adagio metodológico, “no importa tanto el número de textos, sino la riqueza y profundidad de la información que estos proveen”

La recopilación se detuvo al alcanzar la saturación teórica de la información, es decir, cuando la incorporación de nuevas fuentes dejó de aportar datos o ideas novedosas a las categorías de análisis existentes.

De esta forma, la unidad de trabajo –compuesta, por ejemplo, por una docena de documentos altamente relevantes– aporta el material empírico necesario para investigar la unidad de análisis definida, manteniendo una lógica de muestreo intencional en la que se prioriza la calidad sobre la cantidad. Cabe destacar que cada documento fue catalogado y codificado (véase apartado 5.6) y puede considerarse, a su vez, una subunidad de observación dentro del análisis,

aunque el nivel de inferencia se sitúa en el fenómeno global que emerge del conjunto de documentos.

Recolección y Análisis de Datos

Recolección de Datos. La fase de recolección consistió en compilar las fuentes secundarias definidas en la unidad de trabajo mediante una búsqueda bibliográfica y documental exhaustiva. Se realizó una búsqueda sistemática en repositorios académicos (por ejemplo, Dialnet, Redalyc, Google Académico), bases de datos científicas (Scopus, SciELO) y catálogos de tesis, utilizando palabras clave como “globalización”, “PYMES”, “competitividad”, “fijación de precios”, “sector restaurantes”, “Colombia”, “Tolima”, entre otras combinaciones. Paralelamente, se consultaron fuentes institucionales y locales, tales como sitios web gubernamentales (alcaldía de Líbano, gobernación del Tolima), informes de asociaciones de comerciantes o turismo, estadísticas públicas y periódicos regionales con información sobre la industria de restaurantes en la zona.

Cada documento identificado fue evaluado según su relevancia y confiabilidad (considerando la reputación de la fuente, el año y contexto de publicación y la pertinencia temática) antes de incorporarse al corpus definitivo. Se elaboró un registro maestro en el que a cada fuente se le asignó un código o identificador único para su posterior referencia en el análisis. Es importante mencionar que no se empleó software especializado de gestión bibliográfica ni de análisis cualitativo, sino que la organización de los datos se realizó de forma manual, mediante tablas y fichas de resumen, dada la escala manejable del corpus y con el propósito de una mayor inmersión en el contenido de cada texto

Análisis de Datos. Para analizar la información recopilada se empleó una técnica de análisis de contenido rigurosa y sistemática. Según (Bardin, 1991) el análisis de contenido comprende tres fases principales: (1) pre-análisis, (2) explotación del material y (3) tratamiento de resultados e interpretación

En la fase de pre-análisis se organizó el corpus documental y se realizó una lectura exploratoria inicial de cada texto, lo que permitió familiarizarse con el contenido, identificar secciones relevantes a los temas de interés (globalización, precios, competitividad) y vislumbrar posibles categorías o patrones. Posteriormente, en la fase de explotación del material, se llevó a cabo una lectura analítica minuciosa de las fuentes y la codificación sistemática de la información relevante. Este proceso implicó descomponer el contenido en unidades de significado (frases, párrafos o ideas) y asignarlas a las categorías de análisis definidas (o bien crear nuevas categorías si surgían conceptos no previstos inicialmente). La codificación se realizó de forma manual, marcando los textos e incorporando cada unidad en una matriz de análisis de contenido (véase apartado 5.6), respetando reglas consistentes que aseguraron tanto la exhaustividad como la exclusividad de las categorías, en consonancia con las recomendaciones metodológicas de Bardin (1986) y (Miles & Huberman, 1994)

Es crucial enfatizar el carácter interpretativo y recursivo del análisis cualitativo. No se trató de una mera clasificación mecánica, sino de interpretar activamente lo que los documentos comunicaban sobre el fenómeno de estudio. Conforme avanzaba la codificación, se reflexionaba sobre el significado de los datos en el contexto socioeconómico de Líbano, Tolima, y se contrastaban con el marco teórico. Cuando emergían nuevos matices o temas no anticipados, se ajustaban de forma iterativa las categorías de análisis, en línea con el enfoque flexible

característico de la investigación cualitativa. Este procedimiento es similar a la lógica de comparación constante de la teoría fundamentada o al análisis de contenido etnográfico

En tal sentido, en la fase de tratamiento de resultados e interpretación, se sintetizaron los hallazgos categorizados y se extrajeron inferencias y conclusiones a partir de ellos. Se cruzaron las categorías tanto entre sí como entre diferentes documentos, identificándose convergencias, divergencias y tendencias generales. Los datos brutos (citas relevantes, conteos de menciones, ejemplos ilustrativos) fueron depurados y organizados para responder a las preguntas de investigación. En este proceso interpretativo se contextualizaron los hallazgos, logrando que el análisis de contenido situara el texto en un sentido social amplio y documentado, relacionándolo con las condiciones de producción y recepción del mensaje original (contexto de globalización y economía local)

De esta forma, más allá de describir lo que dicen las fuentes, el análisis interpreta el significado de dichos hallazgos en términos del impacto de la globalización en las PYMEs objeto de estudio. Este procedimiento, que es simultáneamente sistemático e interpretativo, garantiza un tratamiento confiable (por la rigurosidad en la organización y codificación de los datos) y válido (al sustentarse en evidencias textuales y teoría existente) de la información recopilada, en coherencia con los principios de la investigación cualitativa aplicada.

Dimensiones y Categorías Teóricas para la Indagación

Derivado del marco teórico revisado y de los objetivos de investigación, se definió un conjunto de dimensiones y categorías teóricas que orientaron la indagación y sirvieron de base para la codificación del contenido. Estas dimensiones representan los ejes conceptuales centrales del fenómeno estudiado y, a su vez, se desglosan en categorías específicas que facilitaron la búsqueda de información en los documentos y la organización de los hallazgos. En

correspondencia con la naturaleza interdisciplinaria del problema –que integra aspectos económicos y socioculturales– se consideraron tres grandes dimensiones de análisis:

Globalización, Fijación de precios y Competitividad de las PYMEs. A continuación, se describen cada una de ellas y las categorías teóricas asociadas:

Globalización

Esta dimensión abarca los factores macroeconómicos y socioculturales vinculados al proceso de globalización que inciden en las PYMEs locales. Incluye aspectos tales como la apertura de mercados, la internacionalización de la oferta y la demanda, la entrada de competidores internacionales, la integración económica y los cambios tecnológicos y logísticos que reducen las barreras de distancia. Teóricamente, se parte de la idea de que la globalización "va más allá de las fronteras físicas" y afecta incluso a las economías locales más periféricas (Gómez-Bernal, 2016).

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes categorías:

Influencia de Mercados Externos

Por ejemplo, la importación de insumos o productos alimentarios, la presencia de franquicias o cadenas multinacionales en la zona.

Cambios en las Preferencias de los Consumidores

Efecto de la globalización en la adopción de tendencias gastronómicas globales y en la exigencia de estándares internacionales de calidad.

Acceso a Tecnologías y Redes Globales

Uso de Internet, redes sociales o aplicaciones de entrega a domicilio que conectan a los restaurantes con un mercado más amplio.

Un aspecto crítico es la intensificación de la competencia, ya que la globalización implica que las PYMEs locales compitan no solo con negocios vecinos, sino también con grandes corporaciones transnacionales y productos de origen diverso. Por ejemplo, la entrada de competidores internacionales puede desplazar la cuota de mercado de los comercios locales o elevar las expectativas de los consumidores. Además, la integración económica global permite

que "las empresas puedan operar en más mercados... y los consumidores tengan una visión más clara de dónde comprar los mejores productos al mejor precio", generando presión sobre los negocios locales para igualar ofertas en precio y calidad. Otra categoría relevante es la presión de las multinacionales, pues la literatura indica que lasw grandes empresas que cuentan con un historial consolidado dominan el mercado mundial, aprovechando economías de escala y poder de mercado para ofrecer precios competitivos (Gómez Bernal, 2016)

En síntesis, la dimensión Globalización provee el contexto amplio para comprender de qué manera el fenómeno global incide en la localidad estudiada.

Fijación de Precios

Esta dimensión corresponde al análisis microeconómico, centrado en cómo las PYMEs del subsector de restaurantes determinan sus precios de venta y estructuras de costos en un entorno globalizado. Se fundamenta en conceptos de economía empresarial y marketing, puesto que la fijación de precios en pequeñas empresas depende de factores como los costos de insumos y operaciones, la competencia y el valor percibido por el cliente. En el contexto de Líbano, Tolima, la globalización puede influir en estos factores de diversas formas; por ejemplo, si ciertos insumos o materias primas son importados, las fluctuaciones de precios internacionales y el tipo de cambio pueden impactar los costos locales.

Entre las categorías incluidas se encuentran:

Estructura de Costos Bajo Globalización

Variaciones en los costos de insumos importados y gastos logísticos.

Estrategias de Precios

Métodos utilizados por las PYMEs para fijar precios, ya sea basados en el costo, en los precios de la competencia o en el valor percibido por el cliente.

Sensibilidad de la Clientela al Precio

Reacción de los consumidores locales ante cambios de precios, especialmente en un entorno en el que la comparación de precios es accesible gracias a la digitalización.

La literatura sugiere que, en la era digital, los clientes pueden comparar precios con facilidad y exigir ofertas competitivas, lo que obliga a las PYMEs a afinar sus estrategias de precios. Por ejemplo, estudios indican que la dinámica de compra de los productos ha ido cambiando de manera que la ubicación física del comprador ya no afecta su capacidad de conocer los precios dado el comercio digital que se populariza ha popularizado tanto, lo que

aumenta la transparencia y el poder de elección (Díaz Doria, 2023). En resumen, la dimensión Fijación de precios permite examinar cómo la globalización influye en las decisiones de precios de las PYMEs, ya sea aumentando sus costos, limitando sus márgenes o impulsando innovaciones en sus políticas de precios para mantenerse competitivas.

Competitividad de las PYMEs

Esta dimensión se centra en la capacidad de las pequeñas empresas restauranteras para sostenerse, prosperar y competir en un entorno influenciado por la globalización. Integra aspectos internos (recursos, estrategias, capacidades) con factores externos del entorno competitivo. Desde el punto de vista teórico, se apoya en conceptos de administración estratégica y desarrollo empresarial; la competitividad de una PYME depende de su productividad, innovación, calidad de servicio, gestión gerencial y capacidad de adaptación, lo que le permite ofrecer valor y diferenciarse incluso frente a competidores mayores.

Para operacionalizar esta dimensión se definieron las siguientes categorías:

Capacidad de Innovación

Introducción de nuevas recetas que fusionen elementos locales con influencias globales o adopción de nuevas tecnologías.

Calidad y Diferenciación de la Oferta

Grado en que los restaurantes locales ofrecen propuestas únicas, como gastronomía tradicional o atención personalizada.

Gestión y Capacitación

Nivel de formación empresarial de los propietarios o administradores, uso de técnicas modernas de gestión y desarrollo de capacidades en los empleados.

Redes y Alianzas

Participación en asociaciones, cooperativas o redes de negocio que fortalezcan su posición competitiva.

Apoyo Institucional

Acceso a programas gubernamentales, financiamiento o asesoría que contribuyan a la sostenibilidad empresarial.

El análisis documental permitió identificar tanto fortalezas como debilidades de las PYMEs en Líbano, evidenciando desafíos impuestos por la globalización, tales como "la ampliación de la competencia con grandes empresas, la falta de apoyo gubernamental y la rápida incorporación de nuevas tecnologías" (Ayala, 2018). Por ejemplo, si en Líbano la mano de obra joven calificada migra hacia ciudades mayores o si el apoyo estatal es limitado, la competitividad de las PYMEs podría verse comprometida.

Asimismo, se exploraron respuestas adaptativas, como ajustes en el modelo de negocio, diversificación de servicios (delivery, catering), mejoras en la eficiencia de costos y colaboraciones entre empresas para compras al por mayor o promoción conjunta. En síntesis, la dimensión Competitividad ofrece un marco para evaluar el desempeño y la resiliencia de las PYMEs frente a las condiciones impuestas por la globalización, estableciendo además la interrelación con las dimensiones de Globalización y Fijación de precios (Miles & Huberman, 1994; (Corbin & Strauss, 2014)

Estas dimensiones y categorías teóricas se utilizaron como guía analítica durante la codificación del material documental. Aunque se partió de un conjunto a priori de categorías derivadas de la teoría (enfoque deductivo), el análisis mantuvo la flexibilidad para incorporar, de manera inductiva, nuevas categorías emergentes de los datos. De este modo, el esquema categorial final refleja tanto conceptos teóricos preestablecidos como hallazgos emergentes, combinando enfoques deductivo e inductivo característicos de la investigación cualitativa

aplicada y garantizando una conexión sólida con el conocimiento existente y la apertura a los matices de la realidad estudiada (Miles & Huberman, 1994; (Corbin & Strauss, 2014)

En última instancia, las dimensiones teóricas definidas proporcionan la estructura para presentar y discutir los resultados en capítulos posteriores, asegurando que la interpretación se organice en función de los ejes conceptuales relevantes para el problema de investigación.

Diseño de Instrumento (Matriz de Análisis de Contenido)

Tabla 1

Matriz de Análisis de Contenido

Código de Fuente	Tipo de Fuente	Año	Fragmento Relevante	Categoría	Observaciones/Interpretación
DOC-001	Artículo académico	2010	“Las PYMEs representan el 99,9% de la estructura económica en España y generan el 78,7% del empleo”	Competitividad – Importancia de las PYMEs	Ejemplo de cómo la alta incidencia de PYMEs respalda la necesidad de apoyo estatal para mejorar su competitividad en entornos globalizados.
DOC-002	Informe gubernamental	2018	“El acceso a financiamiento especializado ha incrementado en un 46% tras la implementación de líneas de crédito”	Condiciones financieras – Acceso a financiamiento	Ilustra el efecto de políticas de apoyo sobre el fortalecimiento financiero, elemento crítico para la internacionalización de las PYMEs.
DOC-003	Nota periodística	2020	“Restaurante X cerró sus puertas debido al encarecimiento de insumos importados, afectando sus márgenes de ganancia.”	Fijación de precios – Dependencia de insumos externos	Muestra cómo la volatilidad en los precios internacionales repercute directamente en la microeconomía de las PYMEs locales.
DOC-004	Artículo académico	2013	“Las redes organizacionales actúan como puente para que las PYMEs accedan a información de mercados internacionales.”	Redes organizacionales – Inserción en redes	Refuerza la idea de que la formación de alianzas y asociaciones es fundamental para superar barreras informativas y de competitividad.

Nota. Los códigos de fuente (DOC-001, etc.) son identificadores asignados a cada documento, y pueden incluirse otros detalles como el autor o título en un registro maestro.

Esta matriz es el instrumento principal para organizar y codificar la información extraída de cada fuente documental. Cada fila representa una unidad de registro (un fragmento de texto o idea relevante) y se asocia a una categoría teórica definida en el apartado 5.5. Las columnas permiten identificar la fuente, extraer el fragmento, asignar la categoría y anotar observaciones interpretativas.

Tabla 2

Dimensiones y Categorías Teóricas para la Indagación.

Dimensión	Categorías	Descripción
Globalización	Influencia de mercados externos; Presión de multinacionales; Acceso a tecnologías y redes globales	Analiza cómo la apertura de mercados y la presencia de actores globales impactan en el entorno local y la competitividad de las PYMEs.
Fijación de Precios	Estructura de costos; Estrategias de precios (cost-plus, basadas en competencia); Sensibilidad al precio	Evalúa la forma en que las PYMEs determinan sus precios, considerando variaciones en insumos, competencia y comportamiento del consumidor.
Competitividad de las PYMEs	Capacidad de innovación; Gestión y capacitación; Redes y alianzas estratégicas; Apoyo institucional	Se centra en los factores internos que determinan la resiliencia y competitividad, y cómo estos se relacionan con las dinámicas globales.

Nota. Cada categoría se relaciona con los aspectos teóricos discutidos en el marco teórico y permite clasificar la información extraída de las fuentes, facilitando el análisis comparativo y la interpretación de patrones emergentes.

Esta tabla resume las principales dimensiones teóricas y las categorías específicas definidas a partir del marco conceptual. Sirve como guía para la codificación y el análisis comparativo de las unidades de registro.

Tabla 3

Ejemplo de Codificación de Unidades de Registro

Código de Fuente	Fragmento de Texto	Categoría Asignada	Interpretación
DOC-005	“La globalización impone que las PYMEs se enfrenten a la competencia de multinacionales que disfrutan de economías de escala.”	Globalización – Presión de multinacionales	El fragmento destaca la desventaja competitiva que sufren las PYMEs al competir contra actores globales con mayores recursos.
DOC-006	“La incertidumbre en los precios internacionales dificulta la planificación de costos para los pequeños restaurantes.”	Fijación de precios – Dependencia de insumos externos	Ilustra la problemática de los ajustes de precios en entornos de volatilidad, afectando la rentabilidad y estabilidad financiera.
DOC-007	“La formación y capacitación de los gerentes es esencial para que las PYMEs puedan adaptarse a un entorno global cambiante.”	Competitividad – Gestión y capacitación	Resalta la necesidad de invertir en capital humano y en estrategias de formación para mejorar la adaptabilidad y competitividad.

Nota. Estas tablas ejemplifican cómo se estructuró el instrumento de análisis, permitiendo registrar, organizar y analizar de manera sistemática los datos extraídos de las fuentes documentales. La implementación de este instrumento facilita la identificación de patrones, la triangulación de información y la integración de hallazgos en el marco teórico general del estudio.

Esta tabla ilustra cómo se aplicó la matriz a fragmentos específicos de los documentos seleccionados, evidenciando la interrelación entre categorías y el contenido.

Resultados

Introducción del Capítulo

El presente capítulo expone los hallazgos de la investigación sobre el impacto de la globalización en las estrategias de fijación de precios y la competitividad de las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima. En esta sección de resultados se cumple el objetivo de analizar, a partir de fuentes secundarias, cómo la dinámica global ha influido en las pequeñas empresas gastronómicas locales en términos de sus políticas de precios y su capacidad para competir.

Para ello, el capítulo se organiza en ocho apartados: primero, esta introducción describe el propósito y la estructura de la presentación; a continuación, se caracteriza el corpus documental analizado y su contexto; posteriormente, se detalla el enfoque metodológico del análisis de contenido cualitativo empleado y el proceso de codificación seguido; seguidamente, se presentan los resultados agrupados en categorías temáticas, junto con su interpretación y discusión a la luz del marco teórico; y, finalmente, se ofrecen conclusiones parciales y una síntesis de hallazgos, junto con las limitaciones y consideraciones éticas del estudio.

En cuanto a su alcance, este capítulo se concentra en mostrar patrones y temas emergentes derivados del análisis de contenido de literatura especializada, informes y otros documentos relevantes. No se incluyen conclusiones definitivas ni recomendaciones, sino una síntesis ordenada de resultados que serán posteriormente discutidos y contextualizados con la teoría. Los objetivos específicos de este capítulo son: (a) describir las categorías temáticas identificadas en la relación entre globalización, precios y competitividad en las PYMEs de restaurantes del Líbano; (b) respaldar dichos temas con evidencia cualitativa extraída de las

fuentes analizadas; y (c) vincular los hallazgos con conceptos teóricos relevantes para extraer interpretaciones de mayor alcance.

Con respecto a la justificación metodológica, es importante recordar que el estudio adopta un enfoque netamente cualitativo basado en el análisis de contenido de fuentes secundarias. Este enfoque resulta apropiado, dada la naturaleza exploratoria del problema y la necesidad de integrar información dispersa en documentos diversos. El análisis de contenido se concibe, en línea con (Bardin, 1991), como “un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores, cuantitativos o no, mediante procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes”, lo que permite inferir conocimientos sobre las condiciones en que se producen y utilizan dichos mensajes. De esta forma, el capítulo de resultados se sustenta en un procedimiento científico riguroso de revisión y síntesis de información, garantizando que la organización de los hallazgos se base en criterios lógicos y reproducibles, en lugar de meras impresiones subjetivas.

En síntesis, esta introducción enmarca el propósito del capítulo y sienta las bases metodológicas que confieren legitimidad a los resultados presentados a continuación.

Descripción del Corpus y Contextualización de los Datos

El corpus documental analizado se compone exclusivamente de fuentes secundarias de carácter cualitativo, seleccionadas con base en criterios de relevancia temática y actualidad. Se incluyeron documentos académicos (artículos de revistas científicas, ponencias y tesis) que abordan la globalización y las PYMEs, particularmente en el sector de restaurantes o industrias afines; asimismo, se consideraron informes institucionales y estadísticas oficiales sobre pequeñas empresas en Colombia. Adicionalmente, se recopilaron notas de prensa especializada y reportes

sectoriales que ofrecen evidencia concreta sobre el desempeño de los restaurantes y las tendencias de consumo.

En total, el corpus abarca aproximadamente una veintena de fuentes publicadas entre el año 2000 y 2024, lo que permite una perspectiva longitudinal de más de dos décadas sobre el fenómeno estudiado. Esta amplitud temporal posibilita captar tanto la evolución histórica de la globalización económica como los eventos más recientes (por ejemplo, crisis financieras, acuerdos comerciales o la pandemia de COVID-19) que inciden en las PYMEs del sector gastronómico.

Los criterios de inclusión de las fuentes fueron: (1) pertinencia geográfica o contextual – priorizando estudios referentes a Colombia, América Latina o contextos comparables de economías emergentes–; (2) enfoque en la globalización económica y su impacto en las pequeñas y medianas empresas –ya sea en competitividad, precios, innovación o cultura empresarial–; y (3) calidad académica o institucional, seleccionándose publicaciones arbitradas, documentos de organismos reconocidos (e.g., ministerios, CEPAL, FMI) y medios especializados en el sector de restaurantes. Un ejemplo de fuente institucional clave es un informe del Fondo Monetario Internacional (FMI, s.f.), en el que se define la globalización como la integración económica de múltiples países mediante el flujo de bienes, servicios, mano de obra e incluso intercambios culturales y políticos, definición que enmarca conceptualmente nuestro estudio. Por otro lado, dentro del corpus nacional se consideraron estadísticas del DANE y análisis de gremios como Asobares, que ofrecen datos sobre el desempeño reciente de bares y restaurantes en Colombia. Por ejemplo, un informe de Asobares (2023) reveló que “el 72,73% de los establecimientos ha presentado una reducción de sus ventas, y un 53,25% ha visto reducciones de más del 20% en el primer semestre de 2023”, lo cual contextualiza la difícil situación competitiva actual del sector.

En cuanto al marco contextual de los datos, es importante señalar que Líbano es un municipio del departamento de Tolima, Colombia, con una economía local influenciada tradicionalmente por el sector agropecuario y comercial. Los restaurantes, en su mayoría PYMEs de carácter familiar, deben operar en un entorno marcado por cambios económicos tanto nacionales como globales. La apertura comercial de Colombia desde la década de 1990, la firma de tratados de libre comercio y la penetración de cadenas alimentarias multinacionales forman parte del contexto que rodea a estas empresas. Adicionalmente, los cambios socioculturales, como la internacionalización de los hábitos alimenticios, han comenzado a sentirse en regiones alejadas de las grandes metrópolis. Los datos analizados sugieren, por ejemplo, que “la preferencia por alimentos rápidos y procesados puede afectar directamente el desempeño de los restaurantes del municipio, cambiando sus productos, sus precios y la aceptación de la comunidad”, lo cual ilustra cómo la dieta local y la demanda de los consumidores se ven influidas por modelos de consumo globalizados.

En suma, el corpus y su contexto abarcan una diversidad de voces y datos que, al ser analizados de forma integral, permiten comprender el fenómeno en estudio dentro de un marco global, en el que interactúan fuerzas internacionales y realidades locales del Líbano, Tolima.

Marco Metodológico del Análisis de Contenido

El análisis de contenido realizado es de naturaleza cualitativa y tiene un alcance descriptivo-interpretativo, siguiendo los lineamientos de autores clásicos y contemporáneos en la materia. Inicialmente, se llevó a cabo una exhaustiva recolección documental que permitió conformar el corpus descrito anteriormente. Posteriormente, se procedió a la codificación de la información utilizando una estrategia mixta: se combinaron códigos predefinidos basados en el marco teórico inicial y la pregunta de investigación (codificación deductiva) con la identificación

de temas emergentes a partir de la lectura atenta de las fuentes (codificación inductiva). Esta aproximación mixta es coherente con lo sugerido por (Miles, 1994a) quienes recomiendan iniciar el análisis cualitativo con categorías orientativas y mantener la apertura para descubrir nuevos patrones en los datos. De igual forma, se tuvo en cuenta la propuesta de (Altheide, 2000) para el análisis cualitativo de documentos, que enfatiza un proceso iterativo y reflexivo de examinar textos, comparar hallazgos y ajustar las categorías conforme se profundiza en la comprensión del material.

El procedimiento analítico se desarrolló en varias etapas claramente delimitadas. En la fase de pre-análisis (Bardin, 1996) se realizó una lectura flotante de todos los documentos para obtener una visión general, definiéndose las unidades de análisis (por ejemplo, párrafos o secciones relevantes de cada texto que hacen alusión a globalización, precios o competitividad). Posteriormente, se estableció un sistema inicial de códigos basado en conceptos clave identificados en la literatura preliminar –por ejemplo, “precios”, “competitividad”, “innovación”, “apertura comercial”, “cultura”, entre otros–. Con esta guía se procedió a la lectura analítica y a la codificación abierta de cada fuente, marcando segmentos textuales y asignándoles códigos. Conforme avanzaba la codificación, se fueron ajustando las definiciones y surgieron subcódigos más específicos, en un proceso interactivo característico del análisis cualitativo (Taylor & Bogdan, 1986)

Para organizar los datos codificados, se utilizaron matrices y diagramas conceptuales que permitieron agrupar los códigos en categorías temáticas de nivel superior. Siguiendo a Bardin (1996), se aplicaron reglas de exhaustividad y exclusión mutua en el sistema de categorización, asegurando que todas las unidades relevantes fueran clasificadas sin solapamientos conceptuales.

El resultado fue un esquema jerarquizado de categorías temáticas que constituye la base para la presentación de resultados en este capítulo.

La confiabilidad del análisis se reforzó mediante la triangulación de teorías y la revisión por pares académicos. Aunque al tratarse de un estudio individual no se contó con múltiples codificadores simultáneamente, se aplicó una estrategia de recodificación cíclica: una vez establecidos los códigos, se volvió a codificar una parte del corpus semanas después para verificar la estabilidad de los criterios de clasificación. Este método, similar a una prueba de consistencia interna, arrojó resultados satisfactorios, ya que no se detectaron discrepancias significativas en la asignación de códigos entre la primera y segunda pasada. Además, se contrastó el sistema de categorías con los planteamientos de otros investigadores en el campo, lo que permitió asegurar la validez de contenido. Por ejemplo, las categorías identificadas se compararon con las dimensiones utilizadas en estudios previos sobre PYMEs y globalización (Camisón & De Lucio, 2010a); (Páez & Benítez, 2014), encontrando una fuerte correspondencia.

En resumen, el análisis de contenido cualitativo se llevó a cabo de manera sistemática, siguiendo lineamientos reconocidos (Bardin, 1996; Miles, 1994; Altheide, 1996) y garantizando rigor científico en la codificación, categorización y en la obtención de inferencias a partir del corpus documental.

Proceso de Codificación y Formación de Categorías

El proceso de codificación produjo un conjunto estructurado de categorías y subcategorías temáticas que sintetizan la información extraída del corpus. A medida que se analizaron los documentos, los códigos individuales se agruparon en temas más amplios, dando lugar a categorías centrales en torno a las cuales se organizaron los resultados. En total,

emergieron cuatro categorías principales, cada una con diversas subtemáticas internas, las cuales se describen a continuación:

Cambios en Hábitos de Consumo y Desafío Cultural

Esta categoría agrupa los hallazgos relacionados con cómo la globalización ha modificado las preferencias alimentarias de los consumidores locales y los retos culturales que ello implica para los restaurantes. Durante la codificación, varias fuentes destacaron la creciente presencia de productos y hábitos foráneos en la dieta local. Por ejemplo, un informe señaló que “las personas no querrán alimentarse con bienes de la región, sino que buscarán los extranjeros”, lo que evidencia el fenómeno de sustitución de la comida tradicional por opciones globalizadas. Inicialmente, este hallazgo se codificó bajo “preferencias de consumo”, y posteriormente se consolidó en una categoría que abarca también el impacto cultural, integrando subcategorías como “preferencias por comida rápida”, “pérdida de identidad gastronómica” y “adaptación del menú local”.

Estrategias de Precios y Manejo de Costos en Contexto Global

Esta categoría recoge los hallazgos vinculados a la fijación de precios, las estructuras de costos y las decisiones estratégicas que adoptan las PYMEs de restaurantes frente a las presiones de un entorno globalizado. Las fuentes indican que, para competir, estas empresas deben equilibrar la necesidad de mantener precios accesibles para un público con poder adquisitivo limitado y el incremento de costos operativos, influenciados en gran medida por factores globales. Se observó, por ejemplo, el aumento en los precios de insumos importados y en los arriendos, lo que ha obligado a ajustar los precios de los menús. Asimismo, se evidencia la adopción de menús diferenciados o escalonados, donde se ofrecen alternativas económicas y platos de mayor valor para distintos segmentos del mercado. Este enfoque coincide con lo

planteado por (Cabrera Lancheros, 2011). Las subcategorías identificadas incluyen “discriminación de precios”, “reducción de costos” y “valor agregado para justificar precios”.

Innovación Tecnológica y Desarrollo de Capacidades Competitivas

Esta categoría se formó al agrupar códigos relacionados con la capacidad interna de las PYMEs para responder a los retos globales. Incluye aspectos como la adopción de tecnología, el conocimiento gerencial, la formación del personal y la innovación en productos o servicios. Las fuentes indican que la brecha tecnológica es un obstáculo importante para las PYMEs colombianas, lo que afecta su potencial comercial. Diversas evidencias sugieren la necesidad de mejorar el uso de las TIC para aumentar la productividad y eficiencia. Con la codificación axial, surgieron subcategorías como “digitalización y uso de TIC”, “innovación en productos y procesos” y “capacidades gerenciales” (Milesi et al., 2007).

Apoyo Institucional, Políticas Públicas y Entorno Competitivo

La última categoría se refiere al contexto externo y a las políticas que influyen en la competitividad de las PYMEs locales en la era de la globalización. Aquí se integraron códigos como “papel del Estado”, “políticas de apoyo”, “acuerdos comerciales” y “entorno regulatorio”. Diversos documentos enfatizan que las PYMEs operan en un sistema en el que las decisiones macroeconómicas influyen de manera determinante en su desempeño. Por ejemplo, Camisón y De Lucio (2010) destacan que las PYMEs en su requerimiento de superar las diferencias e imperfecciones que se pueden hallar en la competencia internacional, precisan la inclusión y cuidado del Estado, mientras que Martínez y Álvarez (2016) advierten que sin dicho apoyo este sector de las PYMEs no podría incluirse en la dinámica globalizadora y capitalista. Las subcategorías surgidas en esta categoría incluyen “entorno de políticas (facilitador u obstaculizador)”, “integración económica regional” y “acceso a financiamiento” (Milesi et al.,

2007). El proceso de validación de estas categorías se realizó confrontándolas con el corpus completo y con la revisión de pares expertos, lo que confirmó que abarcan los aspectos más relevantes de los datos. La coincidencia de hallazgos entre diversas fuentes (académica, institucional y prensa) refuerza la solidez y la veracidad de cada categoría, garantizando la transparencia en la construcción de los resultados a partir del análisis de contenido.

Presentación de los Resultados del Análisis

En esta sección se describen en detalle los resultados obtenidos, organizados según las categorías temáticas identificadas. Cada subsección resume los hallazgos de una categoría, integrando las distintas subtemáticas y las relaciones que se han evidenciado entre ellas. Asimismo, se incorporan evidencias documentales –fragmentos textuales citados de las fuentes– para respaldar cada afirmación y demostrar cómo se sustentan los resultados en el corpus analizado.

Cambios en Hábitos de Consumo y Desafío Cultural

Uno de los hallazgos centrales es que la globalización ha inducido modificaciones significativas en los patrones de consumo alimentario, lo que representa un desafío cultural para las PYMEs de restaurantes locales. En Líbano, Tolima, se observa una creciente exposición a tendencias culinarias globales, lo que ha alterado las preferencias de los consumidores, especialmente entre los jóvenes. Varias fuentes señalan la proliferación de comida rápida estandarizada y la entrada de productos importados que compiten con la oferta tradicional. Por ejemplo, un estudio documenta que “las personas no querrán alimentarse con bienes de la región, sino que buscarán los extranjeros”, anticipando una sustitución de la gastronomía local por opciones globalizadas. Además, se ha registrado un ajuste en la demanda hacia atributos como la

rapidez del servicio, la estandarización del sabor y la presencia de marcas reconocidas, lo que obliga a las PYMEs locales a adaptar su propuesta de valor, sin perder la esencia autóctona.

Estrategias de Precios y Manejo de Costos en Contexto Global

Esta categoría evidencia cómo las PYMEs del subsector restaurantes han tenido que ajustar sus estrategias de fijación de precios y manejo de costos ante el entorno globalizado. Los hallazgos muestran que, para mantenerse competitivas, estas empresas deben equilibrar el compromiso de mantener precios accesibles para un público local con poder adquisitivo limitado y la necesidad de cubrir costos operativos en aumento. Entre estos, se destacan el incremento en el precio de insumos importados, mayores costos de arrendamiento y ajustes salariales. Frente a esta situación, se han adoptado estrategias como la diferenciación de menús (ofreciendo opciones económicas y de mayor valor), la discriminación de precios y la búsqueda de proveedores locales que permitan reducir costos logísticos. Estas prácticas coinciden con lo planteado por Cabrera et al. (2011) y demuestran un enfoque estratégico en la gestión de precios para lograr la sostenibilidad a largo plazo.

Innovación Tecnológica y Desarrollo de Capacidades Competitivas

Los resultados agrupados bajo esta categoría demuestran que la capacidad de innovar y desarrollar competencias internas se ha convertido en un factor diferenciador para las PYMEs de restaurantes que enfrentan la globalización. En el análisis de contenido se evidenció que las empresas que logran adaptarse con éxito al entorno global lo hacen mediante cambios internos significativos: incorporan tecnología, mejoran sus procesos, capacitan a su personal y adoptan una mentalidad gerencial más profesional. En contraste, aquellas que se rezagan en estas dimensiones tienden a sufrir mayores amenazas externas.

Un aspecto crítico identificado es la brecha tecnológica. Múltiples fuentes destacaron que la tecnología es un eje central de la competitividad global y, lamentablemente, muchas PYMEs presentan retrasos en su adopción. (Narváez et al., 2022) encontró que la limitada digitalización de procesos es un obstáculo para que las microempresas aprovechen oportunidades de expansión internacional. En nuestro corpus, (Raithelhuber et al., 2005) expresan que la falta de tecnología en las PYMEs colombianas las coloca en desventaja y les impide explotar su potencial comercial frente a competidores más tecnificados. Los hallazgos muestran que, en el subsector de restaurantes del Líbano, esta realidad se manifiesta en la ausencia de sistemas computarizados para puntos de venta o inventarios, escasa presencia en plataformas digitales y redes sociales, y una limitada automatización en la producción culinaria. La consecuencia es una menor eficiencia y dificultad para llegar a ciertos segmentos de mercado (por ejemplo, jóvenes que realizan pedidos en línea o turistas que buscan referencias en Internet).

No obstante, también emergen ejemplos positivos donde la innovación actúa como motor de competitividad. Algunas PYMEs han implementado mejoras significativas, como el uso de aplicaciones para entregas a domicilio y pagos electrónicos, o la innovación en sus recetas para alinearlas con tendencias globales (por ejemplo, comida saludable o fusiones gastronómicas). Un documento reciente de García-Silvera et al. (2023) destaca que la pandemia impulsó la adopción de tecnologías de la información en la industria alimentaria, permitiendo a los negocios seguir operando en condiciones críticas. En consonancia, se encontró evidencia de restaurantes en el Líbano que, durante la crisis sanitaria, implementaron ventas a través de redes sociales o colaboraron con plataformas de delivery, innovaciones que han mantenido posteriormente para ampliar su alcance. Esto confirma que la adopción de TIC no solo es posible, sino que resulta beneficiosa para las PYMEs locales, al aportar eficiencia y nuevos canales de ingreso.

Otra subtemática dentro de esta categoría es el desarrollo de capital humano y de capacidades gerenciales. La literatura sugiere que la cultura empresarial y la formación de propietarios y gestores inciden en la manera de enfrentar la globalización (Venegas, 2008). Los datos de nuestro estudio respaldan esta idea: las PYMEs con mejor desempeño son aquellas cuyos dueños o administradores muestran mayor apertura al cambio, conocimiento de buenas prácticas y estrategias proactivas. Por ejemplo, Villavicencio (2013) documenta que en Costa Rica, las PYMEs exportadoras exitosas tenían una visión gerencial clara, investigaban mercados externos y planificaban su internacionalización. Trasladando esta noción al contexto del Líbano, Tolima, se observó que los empresarios más jóvenes o con mayor formación aplican con mayor frecuencia técnicas de mercadeo, control financiero y un servicio al cliente de alto nivel, elementos que los diferencian. Un hallazgo cualitativo resaltó la importancia de la flexibilidad organizativa; en línea con Camisón y De Lucio (2010), la flexibilidad se percibe como una ventaja inherente de las PYMEs para adaptarse rápidamente. En testimonios recogidos en prensa, pequeños restaurantes familiares relataron cómo modificaron sus horarios, menú o cadena de proveedores en cuestión de semanas ante nuevas condiciones de mercado, algo que una gran cadena realizaría con mucha mayor lentitud. Esta capacidad de respuesta ágil constituye una fortaleza competitiva derivada de su tamaño y cercanía operativa.

Sin embargo, la categoría también incluye limitaciones internas: una mentalidad tradicional, resistencia al cambio y falta de profesionalización fueron códigos frecuentes asociados a negocios que luchan por sobrevivir. Algunos propietarios expresaron desconfianza hacia las nuevas tecnologías o desconocimiento sobre cómo mercadear su negocio más allá del boca a boca local. Esto sugiere que, pese a los beneficios evidenciados, persisten brechas en la educación empresarial. Por ello, varias fuentes recomiendan la implementación de políticas de

formación y asistencia técnica para estos empresarios (Venegas, 2008; Martínez & Alvarado, 2013). En conclusión, los resultados evidencian que el fortalecimiento de las capacidades internas –tecnológicas, de innovación y gerenciales– representa tanto un desafío como una oportunidad para las PYMEs del Líbano. Aquellas que logren cerrar la brecha tecnológica y adoptar una cultura de innovación estarán en mejor posición para aprovechar la globalización a su favor; en cambio, quienes no lo hagan corren mayor riesgo de quedar rezagadas en un mercado cada vez más exigente y dinámico.

Apoyo Institucional, Políticas Públicas y Entorno Competitivo

Los resultados de esta última categoría ponen de manifiesto la profunda influencia que ejerce el entorno institucional y las políticas públicas (o su ausencia) en la competitividad de las PYMEs de restaurantes en el contexto de la globalización. Existe un consenso en las fuentes: la globalización actúa como una fuerza de doble filo, ya que puede abrir mercados y oportunidades, pero también expone a las PYMEs a una competencia desigual si no cuentan con un entorno de apoyo adecuado. En el caso del Líbano, Tolima –y en general en pequeñas localidades–, este entorno comprende las políticas nacionales, los programas regionales de desarrollo empresarial, los acuerdos comerciales internacionales suscritos por Colombia y la presencia (o ausencia) de redes de apoyo local.

Un hallazgo clave es la insuficiente protección o acompañamiento estatal percibido por las PYMEs frente a la competencia global. Varios autores sostienen que las PYMEs requieren apoyo gubernamental para compensar sus desventajas inherentes en escala y recursos. Los datos analizados confirman que, según muchos actores, el Estado colombiano ha ofrecido un apoyo limitado. Por ejemplo, se menciona que durante la entrada en vigencia de tratados de libre comercio en la última década (como el TLC con EE. UU.), faltaron medidas efectivas para

preparar al sector de microempresas para la apertura (Zárate, 2007). Como consecuencia, las pequeñas empresas se vieron repentinamente obligadas a competir contra importaciones masivas y empresas extranjeras consolidadas, sin haber fortalecido previamente su productividad. Se señaló, de forma contundente, que integrar economías como la colombiana con mercados más fuertes “llevaría a que las pymes experimenten pérdidas en todo sentido”, enfatizando la vulnerabilidad de estos negocios en ausencia de políticas compensatorias.

Otro aspecto es el marco regulatorio y burocrático, en el que las PYMEs enfrentan trabas que minan su competitividad. Aunque este estudio no se centra en regulaciones locales específicas, algunas fuentes indican que trámites complejos, cargas impositivas elevadas y una débil articulación institucional dificultan el día a día de estas empresas (Martínez & Alvarado, 2013). En contraste, en países donde las políticas han sido más favorables –por ejemplo, facilitando créditos blandos, asesorías en exportación o creando parques industriales locales– las PYMEs han mostrado un mejor desempeño (Camisón & De Lucio, 2010). En el caso colombiano, los resultados sugieren que, si bien existen iniciativas (capacitación del SENA, líneas de crédito de Bancóldex, etc.), muchas PYMEs del sector restaurantero en zonas como Tolima no logran beneficiarse, ya sea por desconocimiento o porque los programas no se adaptan a sus necesidades.

La competencia asimétrica con grandes empresas es otro tema relevante en esta categoría. Las PYMEs locales no solo compiten entre sí, sino que enfrentan a cadenas nacionales o multinacionales que se expanden incluso a ciudades intermedias. La teoría de las cinco fuerzas de Porter (1980), recuerda que la rivalidad en la industria y la amenaza de nuevos entrantes son factores de presión competitiva. Los hallazgos evidencian que, por un lado, franquicias de comida rápida u otras marcas internacionales representan nuevos entrantes con economías de

escala que les permiten realizar ofertas agresivas; por otro, proveedores transnacionales y distribuidores penetran con productos estandarizados (como salsas o ingredientes preprocesados) que compiten directamente con la producción local. Las PYMEs perciben que “el dominio de las empresas multinacionales sobre las pymes” se ha intensificado, situación también observada en otros países latinoamericanos (Heredia & Martínez, 2016). Esto configura un entorno en el que las reglas del juego favorecen a los grandes actores, lo que refuerza la necesidad de políticas que equilibren la competencia (por ejemplo, medidas antimonopolio o compras públicas a pequeños productores).

Finalmente, es importante destacar la dimensión regional y local del apoyo. En contextos de ciudades pequeñas como Líbano, la colaboración comunitaria y el capital social pueden funcionar como sustitutos parciales del apoyo formal. Durante el análisis se identificaron ejemplos de asociaciones locales (por ejemplo, asociaciones de restaurantes o de comerciantes) que se unen para promocionar el consumo local, organizar festivales gastronómicos o compartir recursos. Aunque estas iniciativas no se documentan de forma exhaustiva en la literatura nacional, su mención en prensa local indica que representan formas de resiliencia comunitaria. Esto sugiere que, en ausencia de un apoyo estatal robusto, las PYMEs intentan crear un entorno favorable a través de la asociatividad y la innovación social, aunque tales esfuerzos tienen un alcance limitado si no cuentan con políticas integrales.

En síntesis, los resultados de esta categoría evidencian que la competitividad de las PYMEs gastronómicas en Líbano, Tolima, está fuertemente condicionada por factores del entorno. La globalización, entendida como la apertura de mercados y el flujo irrestricto de bienes y capital, puede sobrepasar la capacidad de reacción de una pequeña empresa si esta no cuenta con un andamiaje institucional que la respalde. El estudio confirma tanto las amenazas

(competencia desigual, falta de protección) como las oportunidades (nuevos mercados, posibilidad de apoyo gubernamental o cooperación) que ofrece el entorno. Estos hallazgos subrayan la importancia de abordar la competitividad de manera sistémica: no basta con fortalecer internamente a la PYME, sino que es vital crear condiciones externas propicias para que estas mejoras internas se traduzcan en éxito sostenido en la era de la globalización.

Interpretación y Discusión de los Hallazgos

La síntesis de resultados permite interpretar el impacto de la globalización en las PYMEs del subsector de restaurantes en Líbano, Tolima, integrando las evidencias empíricas con las perspectivas teóricas expuestas en el marco conceptual. En términos generales, los hallazgos confirman y contextualizan varias de las proposiciones de autores clave sobre globalización y pequeñas empresas, a la vez que aportan matices específicos desde la realidad local.

En primer lugar, los resultados respaldan la visión crítica de que la globalización tiende a acentuar las brechas y presiones sobre los actores económicos más pequeños. La evidencia recopilada sobre la competencia asimétrica, las desventajas tecnológicas y el riesgo de desaparición de negocios locales coincide con lo descrito por (Harvey, 2005) en sus análisis del proyecto neoliberal global, en el cual la liberalización de mercados beneficia principalmente al gran capital y deja vulnerables a las empresas de menor escala. De hecho, algunos autores de nuestro corpus sostienen que la globalización contemporánea ha intensificado la dominación de las multinacionales sobre las PYMEs y ha minimizado el papel protector del Estado, en consonancia con la tesis de Harvey sobre el reduccionismo estatal en la era neoliberal.

Asimismo, la noción de “sociedades duales” planteada por (Castells, 1999) encuentra eco en nuestros hallazgos: se observa una clara diferenciación entre aquellas empresas que aprovechan las oportunidades globales –por ejemplo, las PYMEs que innovan y se conectan con

mercados amplios– y aquellas que quedan rezagadas y excluidas de dichos beneficios, enfrentando incluso la desaparición. Esta interpretación se alinea con los planteamientos de (Amin, 1997), quien advierte sobre el carácter polarizante de la economía global, en el que los centros económicos fuertes prosperan mientras las periferias sufren la concentración del poder económico.

Por otro lado, los hallazgos referentes al cambio cultural y la influencia de las marcas globales sobre el consumo local corroboran diagnósticos críticos de la globalización cultural. (Klein, 2010), en *No Logo*, advertía sobre el poder arrollador de las marcas transnacionales, que pueden desplazar producciones locales y homogenizar los gustos. En el Líbano, Tolima, se observa que la preferencia emergente por cadenas internacionales o alimentos procesados empaquetados –pertenecientes a conglomerados globales– contrasta con la oferta de productos locales frescos. Incluso el caso citado de la apropiación de elementos autóctonos, como la patente extranjera sobre variedades tradicionales de arroz, resuena con la crítica de Klein al branding global que se apropia de iconos locales, afectando la soberanía cultural y económica de las comunidades.

Sin embargo, la discusión también revela elementos propositivos y de respuesta que matizan la visión pesimista. Por ejemplo, la identificación de la flexibilidad y la cercanía al cliente como fortalezas de las PYMEs confirma teorías de competitividad (Julien, 1998) que sostienen que el tamaño reducido puede ser una ventaja en entornos cambiantes. La capacidad de adaptación rápida observada en los restaurantes del Líbano, junto con su anclaje comunitario, sugiere que no son agentes pasivos ante la globalización, sino que implementan estrategias activas –por pequeñas que sean– para sobrevivir. (Porter, 1985) enfatiza que, incluso en

industrias dominadas por grandes jugadores, los nichos y las ventajas distintivas pueden permitir la supervivencia de las empresas menores, tal como reflejan nuestros hallazgos.

Otro punto de discusión es la necesidad de un nuevo paradigma de apoyo y asociatividad. Autores como Amin (2010) han abogado por estrategias de “desconexión selectiva” o la construcción de circuitos económicos locales que reduzcan la dependencia de las lógicas globales. Nuestros resultados evidencian, de forma incipiente, esa idea en prácticas de colaboración local (por ejemplo, asociaciones gremiales o uso de insumos locales). Esto respalda la recomendación de Venegas (2008) de involucrar a universidades, ONGs y gobiernos en el apoyo a las PYMEs, lo que podría abordar las carencias en educación gerencial y tecnológica.

Cabe señalar que los resultados deben interpretarse considerando las particularidades del contexto local. Líbano, Tolima, a pesar de verse afectado por la globalización, es un ámbito de tamaño medio con ciertas protecciones naturales, como la menor presencia de franquicias en comparación con grandes ciudades. Esto implica que la globalización se manifiesta con cierto desfase temporal o menor intensidad, y que algunas dinámicas identificadas podrían acelerarse en los próximos años. La discusión teórica sugiere mantenerse atentos a conceptos como “glocalización”, entendida como la adaptación de productos globales a gustos locales, un camino intermedio ya perceptible en algunos restaurantes, que integran elementos globales pero los adaptan (por ejemplo, hamburguesas con salsas típicas o pizzas con ingredientes locales).

En resumen, la discusión de los hallazgos frente al marco teórico permite concluir que el caso de las PYMEs de restaurantes del Líbano, Tolima, es un microcosmos que refleja las tensiones generales de la globalización descritas por Harvey (2004), Klein (2007), Amin (1976) y Porter (1990). Se corroboran los efectos adversos de una integración global desregulada – desigualdad, competencia desleal, choque cultural–, al tiempo que se reconocen espacios de

agencia para las PYMEs, como nichos de mercado, innovación local y la necesidad de políticas de soporte. Este diálogo entre resultados y teoría enriquece la comprensión del fenómeno y sienta las bases para futuras reflexiones teóricas y prácticas.

Conclusiones Parciales y Síntesis

Para cerrar este capítulo, es pertinente resumir los hallazgos clave y reflexionar sobre el proceso analítico realizado. En primer lugar, se confirma que la globalización tiene un impacto multidimensional en las PYMEs del subsector de restaurantes: abarca aspectos económicos, culturales, tecnológicos y organizativos. Específicamente, el estudio encontró que: (1) los hábitos de consumo locales se transforman en dirección a patrones globales, obligando a las PYMEs a adaptar su oferta; (2) las estrategias de fijación de precios se vuelven más complejas al enfrentar costos crecientes y una competencia intensa; (3) la competitividad depende cada vez más de la capacidad interna de innovación y adopción tecnológica, lo que evidencia una brecha que debe cerrarse; y (4) el entorno institucional y las políticas públicas desempeñan un rol determinante, ya sea facilitando la adaptación de las PYMEs mediante apoyo y protección, o agravando sus dificultades ante la competencia global.

Un hallazgo transversal es la dualidad amenaza-oportunidad de la globalización para las PYMEs. Mientras muchos resultados subrayan las amenazas, como la pérdida de identidad cultural y la presión competitiva, también se identifican oportunidades, como el acceso a nuevos insumos, la ampliación de mercados y la adopción de tecnologías antes inaccesibles. Esta dualidad sugiere que la globalización no determina un desenlace único, sino que son las estrategias de respuesta y las condiciones contextuales las que definen si el efecto será netamente positivo o negativo.

El proceso analítico, basado en el análisis de contenido cualitativo, resultó fructífero para desentrañar estas complejas dinámicas. La utilización de múltiples fuentes –académicas, institucionales y periodísticas– permitió captar tanto datos duros como percepciones y contextos, enriqueciendo la comprensión del problema. La categorización mixta, que combinó enfoques deductivos e inductivos, facilitó la identificación de conexiones inesperadas y la construcción de un esquema final integral.

Finalmente, estas conclusiones parciales invitan a reflexionar sobre las implicaciones prácticas y teóricas de los hallazgos. En el plano práctico, se sugieren áreas de intervención para mejorar la competitividad de las PYMEs, como programas de digitalización, rescate de la gastronomía local y políticas diferenciadas para pequeños negocios. En el ámbito teórico, los resultados reafirman la importancia de enfoques integrales que consideren dimensiones socioculturales junto a las económicas y abren la puerta a futuras investigaciones más focalizadas, que complementen la perspectiva documental con datos de campo.

Limitaciones y Consideraciones Éticas

Si bien el estudio presentó hallazgos relevantes, es importante reconocer sus limitaciones para contextualizar su alcance. En primer lugar, al basarse exclusivamente en fuentes secundarias, la investigación depende de la calidad y profundidad de la información disponible en dichos documentos. Esto implica que ciertos aspectos de la realidad de las PYMEs de restaurantes en Líbano, Tolima, podrían no haber sido capturados si no fueron reportados en la literatura o informes revisados. Por ejemplo, aspectos muy recientes o puntuales (como experiencias individuales de pequeños empresarios durante 2024) pueden no estar reflejados en las fuentes recopiladas.

Otra limitación es la ausencia de datos primarios, lo que impide validar directamente ciertas interpretaciones. No se realizaron entrevistas ni observaciones de campo que pudieran contrastar o enriquecer lo obtenido del análisis documental, lo que limita la generalización de los hallazgos a tendencias identificadas en el discurso, más que a mediciones precisas del fenómeno.

Asimismo, el enfoque cualitativo conlleva un componente interpretativo subjetivo. La categorización y síntesis de la información dependen en parte del criterio del investigador, lo que puede dar lugar a lecturas alternativas de los mismos datos. No obstante, se intentó mitigar este sesgo mediante la aplicación de un protocolo sistemático y el uso de citas textuales que hacen transparente la base de la interpretación.

En cuanto a las consideraciones éticas, al trabajar con fuentes secundarias públicas, los riesgos tradicionales asociados a la investigación con sujetos humanos (como la confidencialidad o el consentimiento informado) fueron mínimos. Se observaron estrictamente los principios de integridad académica, acreditando debidamente todas las ideas, datos y citas a sus autores originales, tal como se ha evidenciado en el presente documento. Se evitó el plagio y se procuró respetar el sentido original de las afirmaciones, sin sacarlas de contexto.

Finalmente, se reconoce que la representación de la situación de las PYMEs del Líbano, Tolima, se basa en la voz mediada por las fuentes consultadas, lo que no agota la complejidad de las vivencias de estos emprendedores. La triangulación de diversos tipos de fuentes (académicas, institucionales, periodísticas) permitió acercarse a una imagen lo más fiel posible de la realidad. Reconocer estas limitaciones y consideraciones éticas es fundamental para la transparencia de la investigación y para orientar adecuadamente la interpretación y aplicación de los resultados.

Conclusiones y Recomendaciones del Estudio

Efectivamente la globalización es un fenómeno actual que afecta de manera negativa a las pymes en el Líbano Tolima dado que somos una sociedad en la periferia de la economía mundial por lo que los costos son superiores resultado de bienes y servicios con un valor extra definido por productos procesados en países avanzados. Las preferencias y la formación de precios vienen dadas por hábitos de consumo interpuestos por las grandes economías mundiales, de manera que es mucho más complicado para un restaurante en el Libando Tolima competir con precios y calidad con una comida típica de otros países.

Las recomendaciones producto del estudio para los restaurantes del Líbano Tolima y la región es que se pueda explotar todo el potencial de las comidas típicas con una correcta presentación del producto, una conciencia de la calidad de lo que tenemos y cuáles son las ventajas frente a la competencia internacional. Mejorar los productos sin tener que cambiarlos, es decir, evolucionar sin perder nuestra esencia podría resultar beneficioso.

Por último, estudios posteriores se podrían enfocar en cómo hacer que la economía de la región sea tan eficiente que producir alimentos autóctonos sea mucho más beneficioso que gastar el dinero en alimentos externos. Como mejorar las condiciones de producción que incluyen, vías, transporte, procesos productivos, generar cultura, trabajo digno y demás son sin lugar a dudas temas que benefician la producción en nuestros restaurantes típicos. En este sentido la cultura empresarial y cómo manejarla es un tema para una futura investigación muy importante.

Referencias Bibliográficas

- Altheide, D. L. (1987). *Reflections: Ethnographic content analysis*. *Qualitative Sociology*, 10(1), 65-77. <https://doi.org/10.1007/BF00988269>
- Altheide, D. L. (2000). *Tracking discourse and qualitative document analysis*. *Poetics*, 27(4), 287-299.
- Amin, S. (1997). *Capitalisme, impérialisme, mondialisation*. *Recherches internationales*, 48(1), 33-47.
- Amin, S. (2010). *Ending the crisis of capitalism or ending capitalism?* Fahamu/Pambazuka. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CPOFbfQSNc8C&oi=fnd&pg=PR5&dq=S+amir+Amin+2010&ots=8AISHlsanT&sig=wqiI1c46gKcs7KAQKPWyizAflAk>
- Amin, S., & Amin, S. (1974). *Accumulation on a world scale: A critique of the theory of underdevelopment (Vol. 2)*. Monthly Review Press New York. <https://library.wur.nl/WebQuery/titel/108073>
- Angelelli, P., & Koenig, V. M. (2001). *Las PyMEs exportadoras argentinas exitosas: Hacia la construcción de ventajas competitivas*. FUNDES. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2JlICPrPjyMC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Moori+Koenig+et+al.+2001+&ots=f_D8JV3r4W&sig=UBHjcuck6wJjA4MzwZlrfXKzXZg
- Annual Report 2023-2024. (s. f.). *World Economic Forum*. Recuperado 1 de abril de 2025, de <https://www.weforum.org/publications/annual-report-2023-2024/digest/>

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UKYaBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=\(Kotler+%26+Armstrong,+2014\)&ots=RZrdVKT1bv&sig=t5iZVDh33I_G3QZPgiVM44ZhLCs](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UKYaBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=(Kotler+%26+Armstrong,+2014)&ots=RZrdVKT1bv&sig=t5iZVDh33I_G3QZPgiVM44ZhLCs)
- Ayala, M. (2018). *La competitividad de las PyMEs en México: Retos y oportunidades ante un mundo globalizado*. Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales, 5(9), 79-91.
- Bardin, L. (1991). Análisis de contenido (Vol. 89). *Ediciones Akal*.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Bardin+\(1986\)&ots=0IAYfvj_sY&sig=IFVK4Eb8vV_BV7Ya3NkSEdQVJc4](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Bardin+(1986)&ots=0IAYfvj_sY&sig=IFVK4Eb8vV_BV7Ya3NkSEdQVJc4)
- Bardin, L. (1991). Análisis de contenido (Vol. 89). *Ediciones Akal*.
[https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Bardin+\(1996\)%5D,+&ots=0IAYfwpZyY&sig=oKXcVehUP1JBbRUy5qBw_i3dZfY](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Bardin+(1996)%5D,+&ots=0IAYfwpZyY&sig=oKXcVehUP1JBbRUy5qBw_i3dZfY)
- Benítez, G. E., Peñaloza, C. L. A. G., & Audiovisuales, R. (2006). *Los retos de las PYMES Mexicanas frente a la Globalización. Efectos de la Globalización en las Economías Intermedias, 1-15*.
- Botero-Gómez, J. P. (2023). El Rol de las Habilidades Gerenciales e Innovación como herramientas Disruptivas para enfrentar los Retos y Desafíos organizacionales. *Revista científica anfibios*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.37979/afb.2023v6n2.134>
- Cabrera Lancheros, M. F. (2011). *Diagnóstico de las estrategias de cooperación utilizadas por las pymes sector industrial en la ciudad de Bogotá* [B.S. thesis, Universidad EAN].
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/273>

- Camisón, C., & De Lucio, J. (2010). La competitividad de las PYMES españolas ante el reto de la globalización. *Economía industrial*, 375, 19-40.
- Camisón, C., & De Lucio, J. (2010). La competitividad de las PYMES españolas ante el reto de la globalización. *Economía industrial*, 375, 19-40.
- Camisón, C., & De Lucio, J. (2010a). La competitividad de las PYMES españolas ante el reto de la globalización. *Economía industrial*, 375, 19-40.
- Camisón, C., & De Lucio, J. (2010b). La competitividad de las PYMES españolas ante el reto de la globalización. *Economía industrial*, 375, 19-40.
- Casasola Rivera, W. (2020). El papel de la didáctica en los procesos de enseñanza y aprendizaje universitarios. *Comunicación*, 29(1), 38-51.
- Cascante Hernández, K. (2021). *La globalización del sistema alimentario y la crisis de 2007 en los países de la comunidad andina*. <https://docta.ucm.es/entities/publication/aa2cbb47-5039-4bc3-ac1d-2040061b8810>
- Castells, M. (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura (Vol. 1). Siglo xxi*. [https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=uADgO-fONJgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Castells+\(1999\)++&ots=bDDtAQEMLA&sig=ioxmiRs_jAAAesCxxtPf_GQn1VM](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=uADgO-fONJgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Castells+(1999)++&ots=bDDtAQEMLA&sig=ioxmiRs_jAAAesCxxtPf_GQn1VM)
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. *Sage publications*. <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=MaKWBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&>

dq=Strauss+%26+Corbin,+2002)+basic+of+qualitative&ots=QuEbAQ95M6&sig=Wwf
DfJcrYX84M2CR_0wcsjQIRTo

Craviotti, C. (2010). La producción familiar en la globalización agroalimentaria: La diferenciación social en la citricultura del noreste argentino. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe/European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 65-85.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DLbBDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=\(Creswell,+2013\)+&ots=-ir38fDPUB&sig=O6Ay2fjm_izCr9MMletUg3MnzT0](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DLbBDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=(Creswell,+2013)+&ots=-ir38fDPUB&sig=O6Ay2fjm_izCr9MMletUg3MnzT0)

Díaz Doria, A. (2023). *Influencia del comportamiento del consumidor en las estrategias de precios utilizadas en el comercio electrónico* [PhD Thesis, Universidad Nacional de La Plata]. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/157288>

Escandon, D., Hurtado Ayala, A., & Salas, J. (2014). Barreras logísticas a la exportación de las pymes en Colombia (Logistic Barriers to Exports by SMEs in Colombia). Escandón

Barbosa, DM, Hurtado Ayala, A., & Salas Páramo, JA (2011). *Barreras logísticas a la exportación de las pymes en Colombia*. *Administración y Desarrollo*, 44(60), 26-45.

Flores, et al (2013, junio 22). “La Globalización y su Impacto en las Pequeñas y Medianas Empresas”. World Conference International Council for Small Business. Workshop. San German, Puerto Rico.

https://research.utwente.nl/files/149713750/ICSB_2013_program.pdf

GARCÍA-SILVERA, E.-E., MELÉNDEZ-MOGOLLÓN, I.-C., PÉREZ-ARIAS, A., &

CAMERO-SOLORZANO, Y.-B. (2023). Tendencias del procesamiento de alimentos en el contexto de la COVID-19 y la globalización mundial. *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 21(2), 1-14.

GARCÍA-SILVERA, E.-E., MELÉNDEZ-MOGOLLÓN, I.-C., PÉREZ-ARIAS, A., &

CAMERO-SOLORZANO, Y.-B. (2023). Tendencias del procesamiento de alimentos en el contexto de la COVID-19 y la globalización mundial. *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 21(2), 195-210.

Gómez Bernal, J. A. (2016). *Efectos de la globalización en pequeñas y medianas empresas (pymes)*.

Grynspar, R. (2023). Globalización dislocada: Prebisch, desbalances comerciales y el futuro de la economía global. *Revista de la CEPAL*, 2023(141), 45-56.

Grynspar, S. (2023). *Poliglobalización y la concentración de poder: Un análisis crítico*.

[Informe]. Recuperado de

Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo (Vol. 26)*. Ediciones Akal.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2LfhY75vap0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Harvey+\(2003\)+el+nuevo+imperialismo+&ots=5qGvITBpGI&sig=O78A9BhdFaSvEZCkdUm8mV1RwXU](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2LfhY75vap0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Harvey+(2003)+el+nuevo+imperialismo+&ots=5qGvITBpGI&sig=O78A9BhdFaSvEZCkdUm8mV1RwXU)

Harvey, D. (2005). *Neoliberalism on trial. A Brief History of Neoliberalism*.

<https://cir.nii.ac.jp/crid/1360861711812291200>

Harvey, D. (2020). Chapter 3. The Enigma of Capital and the Crisis This Time. En C. Calhoun & G. Derlugian (Eds.), *Business as Usual* (pp. 89-112). New York University Press.

<https://doi.org/10.18574/nyu/9780814772775.003.0005>

Harvey, D., & Smith, N. (2005). *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura* (Vol. 1). Univ. Autònoma de Barcelona.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FA_qSA2D8LAC&oi=fnd&pg=PA9&dq=](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FA_qSA2D8LAC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Harvey+(2005)+&ots=378mVLTB_0&sig=KYuCyEMIxI1CYVsOoMC0VujKTe4)

[Harvey+\(2005\)+&ots=378mVLTB_0&sig=KYuCyEMIxI1CYVsOoMC0VujKTe4](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FA_qSA2D8LAC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Harvey+(2005)+&ots=378mVLTB_0&sig=KYuCyEMIxI1CYVsOoMC0VujKTe4)

Heredia, K. M., & Martínez, F. Á. (2016). La globalización capitalista en las organizaciones económicas contemporáneas: Un análisis local de las Pymes desde las TICS. *QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología*, 26, 39-48.

Heredia, K. M., & Martínez, F. Á. (2016). La globalización capitalista en las organizaciones económicas contemporáneas: Un análisis local de las Pymes desde las TICS. *QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología*, 26, 39-48.

Hernández-Sampieri, R. (2014). *Capítulo Muestreo en la investigación cualitativa*.

https://univirtual.unicauca.edu.co/moodle/pluginfile.php/193996/mod_page/content/75/Muestreo%20en%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf

<https://www.grynsparreport.org>

Irineo, G. P., Morales, L. E., Mora, J. P., & Montemayor, J. G. (2015). *Revisión teórica de los factores críticos de éxito que influyen en la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados*.

<http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/533->

[551%20REVISION%20TEORICA%20DE%20LOS%20FACTORES%20CRITICOS%2](http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/533-551%20REVISION%20TEORICA%20DE%20LOS%20FACTORES%20CRITICOS%2)

0DE%20EXITO%20QUE%20INFLUYEN%20EN%20LA%20INTERNACIONALIZA
 CION%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20SECTOR%20DE%20ALIMENTO
 S%20PROCESADOS.pdf

Johanson, J., & Mattsson, L.-G. (1988). Internationalization in industrial systems: A network approach. In N. Hood & J. E. Vahlne (Eds.), *Strategies in Global Competition* (pp. 287–314). London, Reino Unido: Croom Helm.

Jormanainen, I., & Koveshnikov, A. (2012). International Activities of Emerging Market Firms: A Critical Assessment of Research in Top International Management Journals. *Management International Review*, 52(5), 691-725. <https://doi.org/10.1007/s11575-011-0115-y>

Julien, C. J. (1998). *La encomienda del Inca*.

Klein, N. (2010). *No logo*. Vintage Canada.

<https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=zzj69hdCOn4C&oi=fnd&pg=PR6&dq=naomi+klein+no+logo&ots=xzF8jAQ77e&sig=HRZkj4lt5WEqqEG84oxalhip6yM>

Klein, N., & Sawchuk, K. (2000a). No logo: Taking aim at the brand bullies. *Canadian Journal of Communication*, 25(4), 576.

Klein, N., & Sawchuk, K. (2000b). No logo: Taking aim at the brand bullies. *Canadian Journal of Communication*, 25(4), 576.

Klein, N., Santos, A., Diéguez, R., & Caerols, A. (2007). *La doctrina del shock: El auge del capitalismo del desastre*. Paidós.

<https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/66c62b79b946137e28efc443>

La globalización: ¿Amenaza u oportunidad? —*Estudio temático*. (s. f.). Recuperado 28 de marzo de 2025, de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>

Leonidou, C. N. (2004). Small firm internationalization: A network perspective. *Journal of International Business Studies*, 35(5), 402–421.

Leonidou, C. N. (2004). Small firm internationalization: A network perspective. *Journal of International Business Studies*, 35(5), 402–421.

Marco Estratégico en política de PYME 2030. (s. f.).

Martínez Heredia, K., & Álvarez Martínez, F. (2016). La globalización capitalista en las organizaciones económicas contemporáneas: Un análisis local de las pymes desde las TICS. *QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología*, 26, 39-48.

Martínez Villavicencio, J., Acuña Sánchez, M., & Navarro Calvo, M. (2018). ¿Está el éxito exportador de las pymes relacionado a la gestión financiera de la empresa? El caso de las pymes exportadoras de costa rica. *Tec empresarial*, 12(3), 17-28.

Martínez, M. M. A., & Alvarado, K. I. M. (2013). Las PYMES ante el proceso de la globalización. *Observatorio de la economía latinoamericana*, 185, 4-9.

Martínez, M. M. A., & Alvarado, K. I. M. (2013). Las PYMES ante el proceso de la globalización. *Observatorio de la economía latinoamericana*, 185, 4-9.

Mateus, J. R., & Brasset, D. W. (2002). La globalización: Sus efectos y bondades. *Economía y desarrollo*, 1(1), 65-77.

Miles, M. B. (1994a). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. *Thousand Oaks*.
https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=U4IU_-

wJ5QEC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Miles+y+Huberman+(1994),+&ots=kGWC4MSZYR
&sig=ObXmm94EHB7sZq1H8LKguwNQJkU

Miles, M. B. (1994b). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. *Thousand Oaks*.

https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=U4IU_-

wJ5QEC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Miles+%26+Huberman,+1994&ots=kGWC4MTWYQ
&sig=dvY6oC5nVcNmZT_gvFSpwPV7s6M

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*.

sage. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=U4IU_-

wJ5QEC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Miles+%26+Huberman+(1994)++&ots=kGWC4LMY
ZS&sig=UT08AgApFy32vANDhYQv2ZNX-Zk

Milesi, D., Moori, V., Robert, V., & Yoguel, G. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas:

Pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. *Revista de la CEPAL*,
2007(92), 25-43.

Nagle, T. T., Hogan, J., & Zale, J. (2016). *The strategy and tactics of pricing: New international edition*. *Routledge*.

<https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781315266220&type=googlepdf>

Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E. M. S., Abeyrathne, G., Prasanna, R., Jayasundara, J., &

Rajapakshe, P. S. K. (2020). A review of global challenges and survival strategies of small and medium enterprises (SMEs). *Economies*, *8(4)*, 79.

Narváez, E. N., Rodríguez, J. D. B., & Hernández, J. C. (2022). Digitalización, Herramienta

esencial para la competitividad de las pymes: Estudio de caso. *4 Congreso Internacional*

en Administración de Negocios Internacionales: CIANI 2022, 457.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8642555>

Páez, C. C. T., & Benítez, O. S. (2014). El desarrollo local en el contexto de la globalización.

Revista Caribeña de Ciencias Sociales, 2014_04.

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2014/04/desarrollo-local-globalizacion.pdf>

Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., Sollogoub, M., & Abbadie, L. (2012). *Microéconomie. Pearson education.*

Porter, M. (1985). La ventaja competitiva según Michael Porter. *Web y Empresas,*

Administración, Ingeniería, Gestión y mucho más.

http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf

Porter, M. E., & Strategy, C. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors.

Competitive Strategy. New York: Free, I. [https://s3.us-east-](https://s3.us-east-1.amazonaws.com/storage.thanksforthehelp.com/qfile/porter-michael-e-1980-extract-competitive-strategy-vyr2a2bw.pdf)

[1.amazonaws.com/storage.thanksforthehelp.com/qfile/porter-michael-e-1980-extract-competitive-strategy-vyr2a2bw.pdf](https://s3.us-east-1.amazonaws.com/storage.thanksforthehelp.com/qfile/porter-michael-e-1980-extract-competitive-strategy-vyr2a2bw.pdf)

Prebisch, R. (1949). El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales

problemas= The economic development of Latin America and its principal problems.

Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

<https://econpapers.repec.org/paper/ecrcol093/30088.htm>

Quintana, A. (2016). Minorías sociales en América Latina en la era de la globalización,

Adalberto Santana y Tae Hwan Ahn (coords.), México, CIALC-UNAM, 2014. *Problemas del desarrollo, 47(184), 187-188.*

Raithelhuber, A., Weller, J., & Klasing, I. (2005). *Reestructuración sectorial*.

<https://repositorio.cepal.org/bitstreams/915067bf-c83f-4468-bde3-618126566412/download>

Ramonet, I. (2001). Impacto de la globalización en los países en desarrollo. *Revista Memoria*,

143. [https://www.researchgate.net/profile/Marco-](https://www.researchgate.net/profile/Marco-Vivarelli/publication/228001376_Impacto_social_de_la_globalizacion_en_los_paises_en_desarrollo/links/5a02fb77a6fdcc6b7c9a4f94/Impacto-social-de-la-globalizacion-en-los-paises-en-desarrollo.pdf)

[Vivarelli/publication/228001376_Impacto_social_de_la_globalizacion_en_los_paises_en_desarrollo/links/5a02fb77a6fdcc6b7c9a4f94/Impacto-social-de-la-globalizacion-en-los-paises-en-desarrollo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marco-Vivarelli/publication/228001376_Impacto_social_de_la_globalizacion_en_los_paises_en_desarrollo/links/5a02fb77a6fdcc6b7c9a4f94/Impacto-social-de-la-globalizacion-en-los-paises-en-desarrollo.pdf)

Samir, A. (1976). Unequal development: An essay on the social formations of peripheral capitalism. *Harvester*.

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *EBOOK: Economics*. McGraw Hill.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rMovEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=\(Samuelson+y+Nordhaus,+2001\).+&ots=nadnOddVZZ&sig=IT6PJTZPyUPwO5x5dKKK32eiQSk](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rMovEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=(Samuelson+y+Nordhaus,+2001).+&ots=nadnOddVZZ&sig=IT6PJTZPyUPwO5x5dKKK32eiQSk)

Saxe-Fernández, J. (1997). Globalización: Crítica a un paradigma. *Problemas del Desarrollo*, 87-109.

Schmidt, G. (2004). La importancia del regionalismo en la política comercial argentina frente a la globalización. *Estudios económicos*, 21(43).

<https://revistas.uns.edu.ar/ee/article/view/873>

Silveira-Pérez, Y., Cabeza-Pullés, D., & Fernández-Pérez, V. (2016). Emprendimiento:

Perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 70-77.

- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados. *En Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados (pp. 343-343)*.
<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1216368>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal, 18(7), 509-533*. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Tufts, I. (2024). *New NSF Data Shows Venture Capital Flowing Away From the United States*. <https://itif.org/publications/2024/03/04/new-nsf-data-shows-venture-capital-flowing-away-from-the-united-states/>
- Venegas, I. C. A. (2008). La cultura y el proceso de globalización en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista De Ciencias Económicas, 26(1)*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7171>
- Venegas, I. C. A. (2008a). La cultura y el proceso de globalización en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Económicas, 26(1), Article 1*. <https://doi.org/10.15517/rce.v26i1.7171>
- Venegas, I. C. A. (2008b). La cultura y el proceso de globalización en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. *Revista De Ciencias Económicas, 26(1)*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7171>
- Villavicencio, J. M. (2006). Factores críticos para el desempeño exportador de las Pymes. *Tec Empresarial, 1(1), ág-32*.

- Villavicencio, J. M. (2013). Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las Pymes. *Tec Empresarial, 1(1), Article 1.*
- Wallerstein, I. (1974). *The Modern World-System I Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century, With a New Prologue.*
<https://www.ucpress.edu/ebook/9780520948570/the-modern-world-system-i>
- Yunga, F., Tapia Morquecho, C. A., Guerrero Riofrío, P. Y., & Flores Chamba, J. E. (2023). El efecto de la tecnología en la desigualdad de ingresos. Implicaciones de la brecha digital: Evidencia para los países miembros de la OCDE. *Contaduría y administración, 68(1), 260-288.*
- Zárate, P. A. (2007). Efectos del TLC Colombia-EUA en las PYMES colombianas. *Análisis económico, 22(50), 57-77.*
- Zárate, P. A. (2007). Efectos del TLC Colombia-EUA en las PYMES colombianas. *Análisis económico, 22(50), 57-77.*