



FACTORES QUE IMPACTAN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES EN LA REGION SUR DEL ESTADO DE SONORA

Autores:

M.A. Petra Aydeé Villegas Yáñez
Universidad Autónoma de Nuevo León
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Estatal de Sonora
Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo,
aydvillegas@hotmail.com
petra.villegas@ues.mx
Nacionalidad: Mexicana

Dr. Sergio Armando Guerra Moya
Profesor - Investigador
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Contaduría Pública y Administración
sagm52@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicano

MAC. María Guadalupe Durazo Bringas
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Estatal de Sonora
Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo,
Correo electrónico: lupitadzo@hotmail.com
Nacionalidad: Mexicana.

Fecha de envío: 17/Abril/2015

Fecha de aceptación: 28/Abril/2015

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar si la capacidad productiva, el conocimiento del mercado, la diferencia significativa del producto y la logística contribuyen al crecimiento de las exportaciones en las PyMEs de la región sur del estado de Sonora. Se cuantificara el crecimiento de las mismas, se identificarán y analizarán los factores de éxito. Para ello se realizara un instrumento y se validará para aplicarse a una muestra representativa de empresas exportadoras de la región y los resultados obtenidos se publicarán a las empresas de la región, dependencias gubernamentales, organismos de comercio e instituciones educativas.

Palabras clave: Crecimiento, Exportaciones, Factores, PyMEs.

INTRODUCCIÓN

Debido a que el entorno actual se caracteriza por una economía globalizada, dinámica y cada vez más competitiva, las empresas requieren de la implementación de procesos y técnicas que les permitan desarrollar una gestión eficiente en el logro de sus objetivos. Por lo anterior se hace necesario un conocimiento profundo de las mismas y de cuáles son los factores y variables que se conviertan en elementos clave de su éxito competitivo. Por tal efecto en las últimas décadas la identificación de los factores que determinan el éxito de las empresas y la determinación del comportamiento que debe adoptar para mejorar su rendimiento, ocupan una parte importante del pensamiento económico y constituye desde siempre la preocupación central de los que participan en la gestión y dirección de las organizaciones.

El nuevo escenario mayormente competitivo, dinámico y agresivo, está llevando a las empresas a verse cada vez más mermados sus resultados. Ello por la globalización de la actividad económica, misma que genera junto a la aparición de nuevas oportunidades de negocios, un incremento de la presión competitiva en el mundo.

La presente investigación se enfoca a revisar los factores que determinan el éxito de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), debido a que éstas de acuerdo a Franco, A. (2012) constituyen en la actualidad un sector de marcada relevancia para el desarrollo de la mayoría de países, dado el papel clave que desempeñan, especialmente por su contribución a la generación de empleo y al desarrollo de la comunidad donde se ubican, así mismo la contribución de éstas a la economía del país.

MARCO TEÓRICO

La dinámica de la economía nacional en los últimos 50 años, ha sufrido cambios drásticos, tanto el modelo de aceleración económica como el de sustitución de importaciones, cuya intención fue acelerar el crecimiento interno, la no dependencia del exterior y la detonación del sector industrial, causó paulatinamente el quiebre de la economía mexicana. Para Mendiola (1999), desde la década de los años 70's a los 80's, en México se acentuó el problema de la descapitalización del campo mexicano y la intención de modernizar al país a través de la industrialización, lo que generó una crisis de deuda externa, forzando al gobierno a abandonar la estrategia económica propuesta, devaluando el valor de la moneda mexicana.

Adicional a los sucesos económicos previamente descritos, se suscitó uno de los eventos más relevantes de índole comercial en México, el cual fue la incorporación de este país al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio con sus siglas en inglés GATT y al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios con sus siglas en inglés GATS. Moreno y Ros (2004), explican que México cambio radicalmente su política económica ante la firma de estos acuerdos y del, dejando en claro que este país entraría a un dinamismo de competitividad internacional.

En este contexto internacional, las Pymes actualmente no solamente se dedican a satisfacer el mercado local o interno de su economía, en un mundo globalizado como el de la actualidad, estas empresas también se han involucrado en el comercio internacional, a través de la importación y exportación de sus productos y servicios. A pesar de que la dinámica del

intercambio comercial internacional está dominada por las grandes corporaciones, las Pymes también se benefician y contribuyen a esta dinámica.

Según García y Paredes (2001), los apoyos o programas que el gobierno mexicano implementó se generalizaron en dos categorías importantes: a) Apoyo a cadenas productivas y b) Apoyos a la capacidad competitiva. Estos programas, adicional a que promovieron en el gobierno un mayor control de las actividades de índole comercial, propició en la economía un crecimiento sino exponencial, gradual del Producto Interno Bruto (PIB). En términos macroeconómicos, la evolución del PIB no ha sido constante. Después de la crisis de los años 80's, el crecimiento económico de México se detuvo. Es decir, en el periodo de 1982 a 1988 el PIB subió apenas el 0.22% por año. Ibarra (2008), diserta que la evolución del PIB se dio de la siguiente manera como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Evolución histórica del Producto Interno Bruto (1960-2007)

Indicador	1960-1977	1978-1981	1982-1988	1989-1994	1996-2007
Tasa de crecimiento del PIB	6.23%	9.11%	0.22%	3.91%	3.58%

Logística de entrada

Según la Secretaría de Economía (2011), conforme a la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las Pymes constituyen el 99.8% de las unidades económicas del país, generan el 34.7% de la producción total, contribuyen con el 73% de los empleos y tienen una particular importancia para la economía nacional, no solo por su aportación a la producción y al empleo, sino también por su flexibilidad a los cambios, la capacidad de

contribuir al proceso de innovación y a mejorar la competitividad de la industria y por ser un medio para impulsar el desarrollo económico (Diario Oficial de la Federación, 2011).

Si bien, Sonora aporta cerca del 2.53% a la economía nacional, las Pymes sonorenses de 2005 a 2012, en promedio han aportado el 2.54% respecto a la participación de las Pymes a nivel nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2013). A pesar de que se percibe una aportación mínima para el estado, es uno de los sectores de la economía más importantes para el desarrollo económico. La Tabla 2 muestra de forma específica la trayectoria histórica estatal de las Pymes sonorenses en el PIB nacional.

Tabla 2. Aportación de las Pymes sonorenses al PIB nacional de 1993 a 2013
(Millones de pesos)

Período	PIBE Sonora
1993	\$ 30.80
1994	\$ 32.42
1995	\$ 31.77
1996	\$ 32.85
1997	\$ 34.98
1998	\$ 37.13
1999	\$ 38.67
2000	\$ 41.47
2001	\$ 41.81
2002	\$ 39.92
2003	\$ 169.53
2004	\$ 179.33
2005	\$ 186.34
2006	\$ 202.87
2007	\$ 208.90
2008	\$ 209.56
2009	\$ 198.55
2010	\$ 210.36
2011	\$ 244.58
2012	\$ 259.36
2013	\$ 274.14

Operaciones

La tabla anterior muestra el aumento anual de la participación de las Pymes de Sonora en el PIB; se puede apreciar de 1993 a 1999 el PIB no superó los 30 puntos porcentuales, sin embargo a partir de 2003 a 2013 la participación de estas fue superior a los 100 puntos porcentuales, teniendo una aportación histórica de 274.14% solo en 2013. En la Tabla 2 se aprecia el crecimiento de las Pymes en el PIB nacional en sus respectivos años, fundamentalmente la evolución de este en los últimos 20 años ha presentado una tendencia creciente.

En este contexto el término "Pymes" es conocido en todo el mundo como: "Pequeñas y Medianas Empresas". Por lo anterior, las empresas que pueden formar parte de este grupo o clasificación de las Pymes varían de acuerdo al lugar y la organización. Nacional Financiera (2013), considera cuatro criterios para agruparlas en micro, pequeña y mediana empresas, los cuales son: el sector, rango de número de trabajadores, rango de monto de ventas anuales y el tope máximo combinado. La Tabla 3 muestra la clasificación:

Tabla 3. Clasificación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores(7) +(8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250

Logística de

García de Alba (2004) menciona que el principal reto del país es hacer que las Pymes participen en la exportación, lo que permitirá atacar el problema del empleo y desarrollo regional. Además afirma que estas empresas solo participan con el 6% de las exportaciones totales, comparándolo con países como Italia y España que lo hacen alrededor del 40% del total de sus exportaciones. Diserta que los motivos por los que las Pymes participan poco en la exportación son: la logística de la exportación y su costo, desconocimiento de los apoyos por parte del gobierno federal, desconocimiento de la actividad del apoyo en micro sectores al comercio exterior, la falta de empresas integradoras y falta cultura de asociación en compras.

Según Pro México (s.f.) hoy día las empresas han tenido que evolucionar de un carácter nacional a uno internacional, debido a la internacionalización de las economías, llevando a éstas a la búsqueda de su eficiencia y competitividad. Por ello ha sido necesario llevar a cabo relaciones estrechas y estratégicas entre el gobierno, los diversos organismos y las empresas, buscando una sinergia positiva que fomente la producción nacional, el comercio internacional así como las inversiones extranjeras; logrando con esto la generación de empleos, el fortalecimiento del mercado interno y el incremento de las exportaciones, reflejándose así en un incremento del bienestar económico y social que permite una mejor calidad de vida para la población mexicana, lo que lleva a la economía mexicana ha enfocarse al fortalecimiento de la PYME y el fomento a la exportación.

El comportamiento estable de la economía comercial ha permitido que las exportaciones además de haber crecido en volumen como se precia en la Tabla 4, lo hayan hecho en la

participación del mercado, señalando una mejor aceptación de los productos mexicanos en los mercados internacionales. El país en conjunto con los diferentes organismos está impulsando acciones para hacer aún más competitivo este componente exportador, logrando ampliar los mercados extranjeros así como la diversificación de los productos de exportación. Un estudio elaborado por la empresa Centro de Negocios Whole Service for Business, S.A. de C.V. (WSFB) calcula que aproximadamente existen 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industriales, comercio y servicios de los cuales se encuentren principalmente: el 65% de las Pymes en México son de carácter familiar; más de 80% no cuenta con algún tipo de certificación; cerca de 50% no utiliza técnicas en calidad o productividad; sólo 24% maneja alguna licencia o patente; el 83% no realiza actividad alguna para consolidar su presencia en el exterior y dentro del sector manufacturero se destaca que el 35% de los negocios no realizaron ninguna inversión (ProMéxico, s.f.).

Tabla 4. Balanza comercial de México con el mundo
 Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
1993	51,885,972	65,366,543	117,252,515	-13,480,571
1994	60,882,193	79,345,894	140,228,087	-18,463,701
1995	79,541,546	72,453,059	151,994,605	7,088,487
1996	95,999,737	89,468,759	185,468,496	6,530,978
1997	110,431,493	109,808,191	220,239,684	623,302
1998	117,539,288	125,373,054	242,912,342	-7,833,766
1999	136,361,810	141,974,759	278,336,569	-5,612,949
2000	166,120,730	174,457,815	340,578,545	-8,337,085
2001	158,779,727	168,396,428	327,176,155	-9,616,701
2002	161,045,973	168,678,884	329,724,857	-7,632,911
2003	164,766,429	170,545,840	335,312,269	-5,779,411
2004	187,998,548	196,809,645	384,808,193	-8,811,097
2005	214,232,949	221,819,518	436,052,467	-7,586,569
2006	249,925,134	256,058,346	505,983,480	-6,133,212
2007	271,875,307	281,949,042	553,824,349	-10,073,735
2008	291,342,589	308,603,244	599,945,833	-17,260,655
2009	229,703,544	234,384,965	464,088,509	-4,681,421
2010	298,473,141	301,481,812	599,954,953	-3,008,671
2011	349,433,377	350,842,868	700,276,245	-1,409,491

2012	370,769,884	370,751,552	741,521,436	18,332
2013	380,026,580	381,210,166	761,236,746	-1,183,586
2014 /1	226,389,579	227,618,692	454,008,271	-1,229,113

Marketing y Ventas

Es necesario en la actualidad entender el proceso de internacionalización de las Pymes para garantizar la viabilidad de la misma en un contexto de globalización, por el impacto que tienen estas empresas en su aportación a la economía regional, nacional e internacional.

De acuerdo a lo establecido por Welch y Loustarinen (1988, cit. en Maekawa s.f.) por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, durante un proceso de creciente implicación y proyección internacional. En la actualidad existen diversas teorías de internacionalización debido a la carencia de una teoría que pueda ser capaz de explicar la heterogeneidad de situaciones observadas en la internacionalización de las empresas.

En los últimos años, estos enfoques tradicionales han sido completados por teorías más recientes que intentan explicar los procesos de internacionalización no secuenciales o en fases próximas a la creación, como *International Entrepreneurship*. La internacionalización de estas empresas que participan en los mercados internacionales en poco tiempo desde su fundación, denominadas por distintos autores como “international new ventures”, “born-global” o “global starts-ups”, ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones. (Rodríguez, 2011).

Según Wiedersheim (1975, cit. en Castro, Molina y Ramírez s.f.) en el modelo de la universidad de Uppsala en Suecia sobre la internacionalización de las empresas, investigaciones

desarrolladas por Johanson, Vahlne y Wiedersheim- Paul en los años 1975 y 1977, gran parte de las teorías conocidas como gradualistas fueron investigadas por estos autores los que destacaron cuatro posibles etapas en el desarrollo de la actividad internacional de las empresas suecas, Sandvik, Facit, Atlas Copco y Volvo, objeto de su investigación. Las cuáles son las siguientes: 1) No se lleva a cabo exportaciones de manera regular, 2) Se exporta a través de un agente o representante independiente, 3) Se establece una filial de ventas en el extranjero y 4) Se produce o fabrica en el extranjero.

A continuación se definen las variables dependientes e independientes consideradas para este estudio. Variables dependientes (VD): Crecimiento de exportaciones. Variables independientes (VI): 1) Capacidad Productiva, 2) Diferencia significativa del producto, 3) Conocimiento del mercado y 4) Logística.

Crecimiento de las exportaciones (VD). Según Fujii y Cervantes (2013) desde la perspectiva de la demanda, la vía convencional a través de la cual la economía ha abordado el tema de la relación entre exportaciones y crecimiento, ha sido mediante el efecto de las exportaciones en los componentes de la demanda global, tanto en forma directa, porque las exportaciones son un componente de la demanda global, como indirecta, por el efecto multiplicador que las exportaciones tienen en otros componentes de la demanda global. Este enfoque está presente en los conceptos de multiplicador del comercio exterior (Harrod, 1933). Y también lo está en el concepto del súper-multiplicador del comercio exterior (Hicks, 1950), que al efecto que las exportaciones ejercen en el producto —a través del multiplicador del comercio exterior de Harrod— suma el hecho de que el incremento de las exportaciones permite que se

expandan otros componentes de la demanda, hasta el punto en que el aumento de las importaciones sea igual al acrecentamiento inicial de las exportaciones.

Capacidad Productiva (VI). En el sentido más amplio del término la función productiva de la empresa, Ruiz (2005) lo relaciona con el empleo de factores humanos y materiales para la producción de bienes y servicios. Así mismo la capacidad productiva se define como “la cantidad de producción que un sistema puede conseguir durante un periodo específico.” Cantidad de recursos que entran y que están disponibles con relación a los requisitos de producción durante un período de tiempo determinado” (Chase et al., 2005, p. 432).

Diferencia significativa del producto (VI). El Producto/servicio se encuentra continuamente en competencia con diversos productos; la decisión de adquirir uno u otro depende de diversas consideraciones sobre el producto y su marketing. En una gran parte de las situaciones la decisión última de compra se toma por factores que diferencian un producto de otro en aspectos fundamentalmente de marketing: Se llaman productos distintivos aquellos que poseen atributos o atractivos diferenciales (Quintana, 2009).

El conocimiento del mercado (VI). Conocer el Mercado significa algo más que reconocerlo, haber buceado en lo profundo de sus esencias y ser capaces de sintetizar y de analizar: su estructura, sus características y sus condicionantes, en el sentido de mejorar las decisiones de Marketing que le afectan. Y sobre todo, controlar los esquemas de su funcionamiento y las bases sobre las que se asienta el comportamiento de sus instituciones (Pérez y Pérez, 2006).

Logística (VI). Según Bastos (2007) la logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía, además del control de inventarios, a la vez que maneja con acierto los flujos de información asociados. Además menciona que en épocas anteriores, ésta buscaba únicamente conseguir que el producto estuviese en el sitio adecuado y en el tiempo indicado, con el menor costo posible. Sin embargo estas acciones se han vuelto cada vez más complejas, por lo que los objetivos asociados a ella incorporan nuevos criterios de efectividad y optimización de la atención al cliente. (p. 3)

A pesar de los apoyos para promover el crecimiento de las Pymes, considerando lo que representan en su aportación al PIB de la nación y del estado de Sonora, los estudios que se han realizado para analizar y determinar los factores de éxito que les ayuden a ser más competitivas en el ámbito internacional; todavía es poca participación de las mismas en las exportaciones.

En este contexto y debido a la creciente competencia a la que se enfrentan las empresas de la región derivado del mercado global en el que participan; se requiere que sean más competitivas a nivel mundial y que adquieran estrategias que le permitan incursionar con mayor éxito; por ello es necesario plantear la siguiente pregunta de estudio: *¿Cuáles son los factores que contribuyen al crecimiento de exportaciones en Pymes de la región sur del estado de Sonora?*

Objetivo General. Determinar si la capacidad productiva, el conocimiento del mercado, la diferencia significativa del producto y la logística contribuyen al crecimiento de las exportaciones en las PyMEs de la región sur del estado de Sonora.

MÉTODO

La presente investigación es no experimental Transversal de tipo descriptivo, Sierra (1995) indica que este tipo de investigación alude a que es no experimental debido a que se realiza sin la manipulación deliberada de las variables en estudio. Es no experimental transaccional porque se ocupa de obtener datos en un solo momento, en un tiempo único, la toma de observaciones y aplicación de instrumentos a los participantes. Y es no experimental Transversal de carácter descriptivo ya que el propósito es describir variables, analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado.

Además se cuidará la fiabilidad del instrumento verificando la estabilidad con la constancia en los resultados con independencia del número de veces que se aplique; su equivalencia y su homogeneidad. Además de verificarse a través del análisis de consistencia interna de los ítems con el conjunto de la prueba Alfa de Cronbach. La información obtenida de este instrumento, se procesará con el software estadístico SPSS.

RESULTADOS

Estudio realizado por Fujii y Cervantes se basa en la idea de que la capacidad de las exportaciones de dinamizar la economía se refuerza si estas amplían el mercado interno, que depende del ingreso nacional contenido en las exportaciones. La información concierne a las exportaciones manufactureras totales, las de la industria maquiladora de exportación y las del resto de la economía para explicar el hecho de que no obstante que el sector exportador

mexicano ha registrado un dinamismo y una maduración extraordinarios en las últimas décadas, su contribución al crecimiento del conjunto de la economía ha sido débil.

Para identificar y entender cuáles son los factores que determinan y explican la velocidad y el éxito de la internacionalización de las Pymes, particularmente en el contexto de países en desarrollo. Por ello Cancino & La Paz (2010) realizaron un estudio de casos sobre tres Pymes exportadoras Chilenas creadas recientemente y de tamaño pequeño con el desafío de comercializar sus productos en el mercado internacional. Los aciertos y la experiencia laboral de los socios fundadores de las INV en la muestra se nutren de su experiencia como trabajadores independientes en la creación de empresas. Según los emprendedores, toda esta experiencia previa reduce la percepción de riesgo y las distancia para impulsar la internacionalización de una empresa naciente. Asimismo, las exportaciones se han concentrado de manera importante en mercados geográfica o psicológicamente distantes y finalmente por la utilización de programas públicos de fomento productivo y apoyo exportador financiados por el Estado chileno.

En estudio de casos realizado por Jiménez (2006) se han seleccionado las Pymes empleada en los Censos Económicos 2004 elaborados por el INEGI de México con actividad exportadora, pertenecientes a los sectores productivos más representativos, de acuerdo a lo señalado en la teoría de la internalización y para evaluar cómo inciden las características internas de las Pymes mexicanas en dicho proceso, primeramente los factores endógenos de la internacionalización empresarial considerados y las cuales forman parte de las variables independientes para esta investigación como la importancia de la localización geográfica, de los canales de distribución, las cuales inciden en la *logística* de las empresas los resultados

encontrados son: la totalidad de las empresas industriales entrevistadas consideran a la localización geográfica como un elemento con alto impacto en el proceso de internacionalización, lo cual repercute en la facilidad de acceso a recursos materiales y humanos con relativamente bajos costos en comparación con otros enclaves productivos. Adicionalmente, la infraestructura existente en vías de transporte permite ingresar al mercado exterior en tiempos mínimos, particularmente a los EUA, principal destino de las empresas objeto de estudio.

Con respecto al siguiente factor endógeno *adaptación del producto* lo que significa modificarlo para satisfacer los gustos de los clientes. Se utiliza a menudo cuando la función del producto es la misma en diferentes países pero las condiciones de uso son diferentes. Entre las empresas entrevistadas se aprecia la importancia que le otorgan a este factor, ya que la gran mayoría lo consideran de suma relevancia en el proceso de internacionalización. Generalmente en las empresas estudiadas se realiza una adaptación previa su producto a todas las exigencias del mercado de destino, sin embargo una minoría emplea un método, denominado pre-adaptación de producto, de adaptación sobre pedido basándose en las especificaciones acordadas con el cliente, reduciendo al mínimo el riesgo en que se incurre al exportar, invirtiendo en la adaptación sólo cuando están completamente seguras de la necesidad de la misma. (Jiménez, 2006)

Al analizar los factores exógenos para la internacionalización empresarial se encontró con la información sobre oportunidades de los mercados exteriores que aplica para la variable interdependiente denominada *conocimiento del mercado* encontrándose lo siguiente: la mayor parte de las empresas entrevistadas iniciaron su experiencia como exportadores sin contar con orientación ni asesoramiento por parte de las instituciones gubernamentales, el aprendizaje se realizó con el contacto de los primeros clientes aun cuando en la actualidad casi todas las

empresas comprendidas en el estudio reciben apoyo en información y orientación de diversos organismos públicos. (Jiménez, 2006)

Programas de apoyo gubernamental aspecto que impacta en la variable independiente de esta investigación denominada *capacidad productiva*. Un aspecto que generalmente se considera importante para el éxito de las Pymes exportadoras lo encontramos en los programas de gobierno enfocados a la incubación de empresas. Elaborados con la finalidad de desarrollar y fortalecer la actividad productiva de aquellas que inician operaciones. Sin embargo, al realizar el análisis del impacto que estos programas tienen en el proceso de internacionalización, nos encontramos con resultados contrarios a los esperados debido principalmente a que ninguna de las empresas seleccionadas se han beneficiado de este tipo de proyectos de apoyo. (Jiménez, 2006)

El análisis empírico realizado sobre 431 empresas del mundo por Rubio y Aragón (2006) permite concluir que las Pymes más competitivas y con el fin de incrementar su conocimiento, se presenta un modelo de competitividad a través de la revisión de una serie de trabajos que se centran específicamente en las empresas más pequeñas. Concretamente, las coincidencias entre ellos llevan a resaltar la importancia para competir de la tecnología, la innovación, los recursos comerciales, la gestión de los recursos humanos, las capacidades directivas, los recursos financieros, la cultura y la calidad del producto o servicio. Las que inciden en las variables independientes capacidad productiva, conocimiento del mercado y diferencia significativa.

Los rasgos encontrados son: ocupan una posición tecnológica fuerte y buena, ya que el desarrollo interno de la tecnología, su adquisición o el uso que hacen de ella las posicionan por

delante de la competencia. Dedicar grandes esfuerzos a la obtención de información sobre las tecnologías más relevantes de su sector, al desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos, y a la dotación de mayores recursos (humanos y financieros) al departamento de Investigación y Desarrollo (I+D). Recaban información sobre el negocio, tienen una buena imagen ante el mercado, se anticipan con rapidez a los cambios y tendencias, y se esfuerzan por evaluar periódicamente la calidad de sus productos o servicios. Realizan procesos de selección rigurosos que permiten la entrada de personal que se adapta a las necesidades de la empresa como un todo y que, además, posee los conocimientos requeridos. (Rubio y Aragón, 2006)

En el estudio realizado a 171 PyMEs industriales exportadoras de la región Caribe Colombiana por Martínez (2009). Respecto a la experiencia internacional se encontró que las Pymes más jóvenes, como las más antiguas, poseen muy poca experiencia en exportaciones. Posiblemente, porque en los países latinoamericanos las exportaciones aún son incipientes, dada la reciente apertura económica y la liberalización de los mercados que anteriormente se encontraban protegidos. Las Pymes han adoptado, en su mayoría, una estrategia de estandarización geográfica; seleccionando, especialmente países con menor distancia psíquica y geográfica. El 44% de las Pymes estudiadas no participa en alianzas estratégicas. El 29% ha decidido constituirse en una red inter-organizativa con los organismos de promoción de exportaciones, el 26% con sus proveedores y, el 16% participan en más de una red inter-organizativa. Estos resultados permiten suponer que la promoción de exportaciones puede contribuir con la expansión geográfica de estas Pymes, con la diversificación de su oferta y con la creación de su departamento de comercio exterior.

Las Pymes estudiadas han adoptado, en su mayoría, una estrategia de estandarización de la oferta al poseer una línea estrecha y media de productos exportables, combinada con una estrategia de estandarización geográfica. Esto, posiblemente porque la elección de una estrategia de expansión geográfica está asociada a una mayor exposición a: 1) el riesgo y la incertidumbre; 2) el cambio de los gustos y preferencias de los competidores; y 3) La inestabilidad de los mercados internacionales, causada por las diferencias socioculturales y económicas; entre otros factores. El objetivo de una estrategia de diversificación geográfica está orientado a desarrollar y sostener la presencia de una empresa en un gran número de mercados. (Martínez, 2009)

CONCLUSIONES

La literatura consultada coincide en considerar que la exportación lleva a las Pymes a buscar estrategias que las vuelvan más competitivas. Dichas estrategias las denominan: factores críticos de éxito, factores competitivos y factores de crecimiento. La herramienta de Benchmarking algunos estudios analizan su implementación para identificar los factores críticos de éxito y como una metodología para analizar diferencias entre empresa y socios y adoptar e implementar los cambios.

Además los factores críticos de éxito encontrados son: liderazgo, educación y entrenamiento de equipo, compromiso y motivación, comunicación. Los factores internos y externos: la localización geográfica de las empresas, los canales de distribución, los precios, la marca, la adaptación del producto, los subsidios y programas del gobierno. Todos como una

constante en las empresas para lograr ser más competitivas, aprovechando y capitalizando dichos factores, por la importancia que tienen para las Pymes en su desarrollo exportador.

En la percepción de los entrevistados, la colaboración de las instituciones de gobierno en la gestación de empresas no ha impactado en su proceso de internacionalización. El apoyo, en aquellas empresas que lo reciben, básicamente se relaciona con difusión sobre oportunidades de negocio con posibles clientes, la participación en ferias o eventos comerciales y cursos relacionados con la actividad exportadora.

Los resultados de los estudios indican que las Pymes estudiadas han ido mejorando gradualmente el tipo de tecnología de su proceso productivo. Es decir, la posición competitiva de la empresa es determinante de su éxito en los mercados internacionales, debido al tipo de tecnología, producto, servicio, precio y distribución que ésta desarrolle, para satisfacer la demanda externa. Otro factor ambiental relevante que se comporta como barrera para la exportación ha sido: las políticas gubernamentales y comerciales de los países de destino, así como la distancia geográfica, se identifican como los factores ambientales que incrementan o disminuyen la distancia psíquica entre las Pymes estudiadas y los mercados internacionales. Posiblemente, porque las barreras para la exportación que éstas afrontan son más bien internas. Otros factores que se comportan como motivadores de las exportaciones de estas Pymes son: la cultura, el idioma y la distancia geográfica, debido a que, en su mayoría, exportan hacia otros países latinoamericanos. Por consiguiente, la distancia psíquica juega un papel importante en el proceso del desarrollo exportador de estas Pymes, indicando que las políticas gubernamentales –

barreras para la exportación– influyen en el proceso del desarrollo exportador y en la estrategia de exportación.

Al realizar el análisis de la literatura en estudios empíricos se verifico la relación que existe de las variables dependientes con las independientes y se pudo constatar que si existe relación entre la capacidad productiva, la diferencia significativa del producto, el conocimiento del mercado y la logística con el incremento en las exportaciones de las Pymes, lo cual permitirá conocer los factores que promueven el incremento en las exportaciones de Pymes de la región sur del estado de Sonora.

REFERENCIAS

- Bastos, A. (2007). *Distribución Logística y Comercial: La Logística en las Empresas*. ISBN: 978-84-9839-200-5. Editorial Ideas propias. Barcelona, España. Disponible en http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS/08/LOGISTICA%20EMPRESARIAL/ANA%20BASTOS_%20LOGISTICA%20EN%20LA%20EMPRESA.pdf
- Cancino, C. A. & I. La Paz, A. (2010). *International New Ventures en Chile: tres casos de éxito*. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (45) 140-162. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71615503010>
- Castro, P., Molina H. y Ramírez J. (s.f.). *La política exportadora de las empresas familiares manufactureras Andaluzas*. Córdoba, España. Disponible en http://www.cegea.upv.es/congresos_y_jornadas/2007_Empresa_y_Sociedad/cd/170c.pdf
- Chase et al (2005). *Administración de la producción y operaciones*. México. Ed. Mc Graw Hill. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/588/5/CAPITULO%20IV.pdf>

- Círculo de empresarios, (2011). Las Pymes: clave para recuperar el crecimiento y el empleo. Madrid, España. Disponible en <http://www.cen7dias.es/BOLETINES/327/documentopyme.pdf>
- Daniel, W. (2001). Bioestadística: base para el análisis de las ciencias de la salud. Ciudad de México, México. Editorial LIMUSA. 8va reimpresión. ISBN: 968-18-5196-X
- Diario Oficial de la Federación (2011). Secretaría de Economía. Reglas de operación del fondo de apoyo para las Pymes para el ejercicio fiscal 2012. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/2012/pdfs/RO_FPYME_2012_DOEF_23122011.pdf
- Dirección General de la Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2007). Logística y Competitividad de la PYME. Madrid, España. Ministerio de la Industria, Turismo y Comercio. División de Información, Documentación y Publicaciones. Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/LogisticaCompetitividadPyme.pdf>
- Directorio de emprendedores Sonora México, (2013). Disponible en: <http://www.sonora.org.mx/directorio/esp-index.asp>
- El economista, (2012). Pymes aportan cada vez menos al PIB. Ciudad de México, México. Disponible en <http://www.ssgt.com.mx/pdf/economista-pymespiib.pdf>
- Ferraro, C. (2011). Apoyando a las Pymes: *Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile. CEPAL Ministerio de Asunto Exteriores y de Cooperación y la Agencia Española de la Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). CEPAL/LC/R.2180. Disponible en <http://www.cepal.org/revista/noticias/articuloCEPAL/>
- Franco, A. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las Pymes en Colombia. Tesis Doctoral. Barcelona, España. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_96826/mfa1de1.pdf
- García, G. y Paredes, V. (2001). Programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, 1995-2000. Serie 115 Desarrollo Productivo. CEPAL. ISBN: 92-1-321938-5. ISSN: 1020-5179 Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/9279/L1639p.pdf>

- Daniel, W. (2001). *Bioestadística: base para el análisis de las ciencias de la salud*. Ciudad de México, México. Editorial LIMUSA. 8va reimpresión. ISBN: 968-18-5196-X
- De María, M. (2002). *Pequeñas y Medianas empresas industriales y política tecnológica: el caso mexicano de las tres últimas décadas*. Santiago de Chile. Serie División de Desarrollo Productivo Empresarial. Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico. CEPAL/LC/L.123. Disponible en <http://www.cepal.org/revista/noticias/articuloCEPAL/>
- Diario Oficial de la Federación (2011). Secretaría de Economía. Reglas de operación del fondo de apoyo para las Pymes para el ejercicio fiscal 2012. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/2012/pdfs/RO_FPYME_2012_DOEF_23122011.pdf
- Directorio de emprendedores Sonora México, (2013). Disponible en: <http://www.sonora.org.mx/directorio/esp-index.asp>
- El economista, (2012). Pymes aportan cada vez menos al PIB. Ciudad de México, México. Disponible en <http://www.ssgt.com.mx/pdf/economista-pymespib.pdf>
- Franco, A. (2012). Factores determinantes del dinamismo de las Pymes en Colombia. Tesis Doctoral. Barcelona, España. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_96826/mfa1de1.pdf
- Fujii, G. & Cervantes, M. (2013). México: Valor agregado en las exportaciones manufactureras. CEPAL/LC/L.109. Disponible en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/49524/RVE109FujiiCervantes.pdf>
- García, G. y Paredes, V. (2001). Programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, 1995-2000. Serie 115 Desarrollo Productivo. CEPAL. ISBN: 92-1-321938-5. ISSN: 1020-5179 Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/9279/L1639p.pdf>
- García de Alba, S. (2004). Apoyos del Gobierno Federal para la Exportación. Guadalajara, México. Revista de Mercado y Negocios Internacionales. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente. Disponible en: http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=277&Itemid=120
- Góngora, G. y Madrid, A. (2010). El apoyo a la innovación de la Pyme en México: un estudio exploratorio. Aguascalientes, México. Revista de Investigación y Ciencia No. 47. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Disponible en <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%203.pdf>
- Ibarra, C. (2008). La paradoja del crecimiento lento de México. CEPAL. Disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/33753/RVE95Ibarra.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2013). Producto Interno Bruto en México durante el segundo trimestre de 2013. Boletín de Prensa Núm. 348/13. Aguascalientes, México. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/PIB%20a%20precios%20constantes/2013/agosto/comunica.pdf>
- Jiménez Martínez I. (2006). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico*, Núm. 49, Vol. XXII, Abril, 2007. Disponible en <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/4906.pdf>
- Martínez Carazo, P. (2009). Proceso de desarrollo exportado de la PYME Colombiana. Universidad del Norte, Columbia. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320570003>

- Maekawa, C. (s.f.). Internacionalización de la micro y pequeñas empresas (Mypes) textiles. Estudio empírico de las Mypes textiles en Lima Metropolitana. Madrid. Perú. Universidad Politécnica de Catalunya. Disponible en <http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/437/CESAR%20MAEKAWA.pdf>
- Mendiola, G. (1999). *México: empresas maquiladoras de exportación en los noventa*. Países Bajos. Serie Reformas Económicas. CEPAL/LC/L.I326. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/4571/lc11326e.pdf>
- Moreno, J. y Ros, J. (2004). Mexico's market reforms in historical perspective. Cambridge, Estados Unidos: The David Rockefeller Center for Latin American Studies. Harvard University. Paper No. 04/05. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/22339/G2258iMorenoRos.pdf>
- Nacional Financiera, (2013). Clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. México, D.F. Disponible en: <http://www.nafin.com.mx/portalnf/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>
- Palomo, M. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las Pymes. Monterrey, México. Universidad Autónoma de Nuevo León. Disponible en www.ingenierias.uanl.mx/28/28_los_procesos_gestion.pdf
- Pérez, D. y Pérez, I. (2006). El conocimiento del mercado: análisis de clientes, intermediarios y competidores. Madrid, España. Escuela de Organización Industrial. Disponible en http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf
- ProMéxico (s.f.). Retos de las Pymes dentro del comercio internacional. Disponible en <http://www.promexico.gob.mx/comercio/retos-de-las-pymes-dentro-del-comercio-internacional.html>
- Quintana, M. (2009). Los Productos. Disponible en http://campusvirtual.ehu.es/open_course_ware/castellano/social_juri/marketing/tema-6/tema-6-los-productos-servicios.pdf
- Rodríguez, A. (2011). La Internacionalización de los Servicios Intensivos en Conocimiento: Cooperación, Innovación e implicaciones del Offshoring de I+D. (Disertación de Tesis Doctoral publicada). Madrid. Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/11956/alicia_rodriguez_tesis.pdf?sequence=1
- Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en las pymes. (Spanish). *Revista de Empresa*, Retrieved October 20, 2008, from Academic Search Complete database. Disponible en http://orquesta1.blogspot.mx/2008/10/score-offering-spanish-language_17.html
- Ruíz, C. (2005). Administración de Empresas y Organización de la Producción. Disponible en <http://www4.ujaen.es/~cruiz/tema5.pdf>
- Secretaría de Economía (2011). Con datos de Banco de México. Subsecretaría de Comercio Exterior. Disponible en http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/TTbc_e.html
- Secretaría de Economía, (2013). Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa. Ciudad de México, México. Disponible en http://www.fondopyme.gob.mx/index_b.asp
- Sierra Bravo, R. (1995). *Técnicas de investigación social teórica y de ejercicios*. Decima Ed.

- Vázquez Núñez, S. O. & Vázquez, S. O. (2007). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES: un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004. *Contaduría y Administración*, (222) 41-57. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39522204>
- Vélez, M. (2009). Desarrollo de un micro mundo orientado a soportar la administración de crecimiento de pequeñas y medianas empresas. (Disertación de Tesis de Maestría publicada). Medellín, Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/2394/1/43615193.2009.pdf>