



Internacionalización de las MiPyMEs: Aceptar el alza del dólar como beneficio económico

Ocegueda-López, Francisco Javier¹; Martínez-García, Lidia Judith²; Velasco-Aragón, Josefina Iliana³ y Ocegueda-Armenta, Francisco Javier⁴.

¹Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México, *bepaco16@hotmail.com*, Ciudad de la cultura "Amado Nervo" S/N, (+52) 311-161-18-93

²Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México, *nidiarodmar@hotmail.com*, Ciudad de la cultura "Amado Nervo" S/N, (+52) 311-132-39-93

³Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México, *ily_velar@hotmail.com*, Ciudad de la cultura "Amado Nervo" S/N, (+52) 311-130-61-33

⁴Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México, *maesuan@hotmail.com*, Ciudad de la cultura "Amado Nervo" S/N, (+52) 311-204-01-78

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: abril de 2017

Fecha de publicación en línea: junio de 2018

Resumen

La presente investigación aborda el hecho de que las MiPyMEs (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) en México son un elemento fundamental para la sociedad, pues proporcionan un porcentaje destacable de empleo. Además, como factor económico, las MiPyMEs aportan al Producto Interno Bruto (PIB), por lo que se hace necesario enfatizar que estas pequeñas entidades empresariales necesitan abordar un mercado internacional. Para esto se diseñará un modelo de regresiones lineales que visualice las variables que tienen relevancia en la internacionalización y las ventajas de los pequeños negocios. Las variables por tratar son: Inflación, Valor del dólar interbancario, Exportación, Importación y Cantidad de MiPyMEs.

Palabras Clave: **MiPyMEs, exportación, internacionalización**

Abstract

The present work deals with how the MiPyMEs (Micro, medium and small businesses) in the country of Mexico are an important part for the society since they grant a significant percentage of employment, as well as economic factor being contributor of the Gross Domestic Product, reason why it is emphasized that these small entities To analyze the impact of the Inflation, Interbank Dollar Value, **Export**, Import and Quantity of MiPyMEs variables on the **Internationalization** of small businesses and the advantages that this entails.

Key Words: **MiPyMEs, Export, Internationalization**

I. Introducción

I.1. Importancia de las MiPyMEs como factor social y económico

No es difícil inferir que las empresas transformadoras de productos y servicios son el motor social, económico y empleador en cualquier país, de ahí la importancia de observar la producción que necesita la humanidad, tanto para que continúe el sustento social como para que satisfaga todas las necesidades humanas.

Tanto en México como en el mundo más del 90% de las empresas se encuentran clasificadas como Micro, Pequeñas y Medianas empresas -en adelante MiPyMEs-. Estas contribuyen a mejorar el nivel de ingreso de la población al crear un mecanismo de empleo entre parientes y amigos, pues son quienes hacen andar una idea e inician alguna actividad empresarial en pequeña escala.

Rodríguez (2010) hace referencia al papel que tienen las MiPyMEs a nivel mundial, pues comenta que, en muchos países desarrollados, o en vías de desarrollo, las pequeñas y medianas empresas generan más de la mitad del PIB, del empleo y de los ingresos a la hacienda pública, y todo ello a pesar de que las dificultades financieras de acceso a la tecnología han sembrado de escollos el camino. Continúa diciendo que a nivel mundial se observa que, tanto en países desarrollados (Estados Unidos, Japón, Alemania, Italia, etcétera) como en aquellos en vía de desarrollo (Brasil, Argentina, Chile, México, etcétera), las pequeñas y medianas empresas controlan un porcentaje significativo de la actividad económica. En México existe un total de 711,051 entidades empresariales, dadas las estadísticas del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), lo que se puede observar en la siguiente tabla.

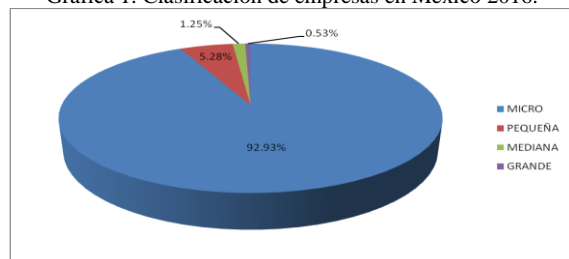
Tabla 1. Cantidad de empresas en México en el 2016

Clasificación	Industria	Comercio	Servicios	Total
Micro	40,342	452,304	168,157	660,803
Pequeña	8,560	12,486	16,533	37,579
Mediana	3,195	3,799	1,917	8,911
Grande	1,394	870	1,494	3,758
Total	53,491	469,459	188,101	711,051

Fuente: Elaboración propia con datos de SIEM.

De las 711,051 unidades empresariales, el 92.93% de las empresas están clasificadas como micro, 5.28% como pequeñas, 1.25% como medianas y solamente 0.53% son grandes empresas.

Grafica 1. Clasificación de empresas en México 2016.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIEM.

Tomando en cuenta las estadísticas anteriores es fácil denotar que las MiPyMEs en la actualidad son el centro del sistema económico de México y tiene enorme crecimiento. Las mismas proporcionan más de la mitad de los empleos en cualquier entidad. Suele suponerse que el negocio pequeño puede llegar a ser insignificante, sin embargo, ya se cuenta con administración eficaz y procedimientos más adecuados.

I.2 Internacionalización de las MiPyMEs: dólar como moneda de intercambio

Actualmente, la globalización destaca como uno de los factores más importantes en los mercados, pues unifica al mundo a través del intercambio de bienes, servicios, cultura, información, conocimientos y productos. Por otra parte, el proceso globalizador permite que las empresas salten a un mercado internacional, pues requieren llegar a otros países y no limitarse a un comercio local. El proceso descrito se ha hecho cada vez más sencillo gracias a la innovación tecnológica y a la comunicación virtual, ya que el uso del Internet propicia que la gente pueda llegar en segundos a cualquier parte del mundo.

Por otra parte, alrededor del planeta existen divisas muy diferentes, por lo que es necesario contar con una paridad común en el dinero que se intercambia en las transacciones comerciales. Desde la Segunda Guerra Mundial el dólar ha prevalecido como la referencia de cambio mundial. Desde entonces, no ha existido otra moneda que supla al dólar; en su momento, tanto el euro como el yen lo intentaron, sin lograr superar el reto. Sonsoles (2014) expone las estadísticas sobre los intercambios de los mercados de divisas del BIS de 2013; en las mismas se muestra cómo de la mareante cifra de 5.3 trillones de dólares que se negocian al día, el dólar estuvo en uno de los lados del intercambio el 87% de las veces, comparado con el 85% de 2010 y similar a la cifra de finales de los años 90.

Podría tenerse la creencia de los únicos negocios de carácter internacional son las grandes empresas. Wohlmuth (2016) hace énfasis en que solo el 6.7% de las exportaciones están dadas por las MiPyMEs. Lo anterior puede tomar dos vertientes: la primera es que realmente el pequeño negocio no es apto para entrar en el esquema comercial, y la segunda que existe un amplio porcentaje por cubrir para satisfacer las necesidades de otros países. Además, no existe mucha competencia dentro del país para poder exportar, así que los negocios que implementen un comercio local tienen esta enorme ventaja.

Continuando con lo anterior y dado el mínimo porcentaje de exportación proporcionado por Wohlmuth, lo que hacen las MiPyMEs es importar, ya sea directa o indirectamente, para ofrecer sus productos o realizar los servicios que otorgan. Por esto es importante considerar el estado del comercio exterior, además de cómo se encuentra el peso mexicano frente al dólar. El alza de este último podría significar el aumento de precio de las materias primas, lo que afecta a todos los que se encuentran dentro de la cadena de suministros. Lo anterior mencionado provoca un encarecimiento de la producción de bienes, así como de la distribución de estos. En términos económicos se propicia una inflación que afecta al usuario final.

II. Marco teórico

II.1 Mercado extranjero para las MiPyMEs

El pensamiento que se tiene sobre los pequeños negocios es que no pueden tener una internacionalización de sus negocios,

que deben existir solo en el mercado local. Hay varios estudios que especifican el tamaño que deben tener los negocios para convertirse en empresas internacionales; si la cantidad es menor a este tamaño, la empresa tiene un obstáculo para salir adelante. Se acota que el tamaño de las empresas no afecta al hecho de que las MiPyMEs puedan exportar, sino la visión de la persona que se encuentran dirigiendo.

II.1.1 Comercio internacional frente al Comercio nacional.

Se puede hacer una diferenciación entre el análisis del comercio internacional contra el análisis de mercados interiores en tres aspectos:

- *Aumento de las oportunidades comerciales.* La principal ventaja del comercio internacional es que expande los horizontes comerciales. Si la población se viera obligada a consumir únicamente lo que produce su país, el mundo sería más pobre, tanto en el plano material como en el espiritual. Los canadienses no podrían beber vino, los norteamericanos no podrían comer plátanos y la mayoría del mundo no tendría jazz ni películas de Hollywood.
- *Soberanía de las naciones.* En el comercio internacional intervienen personas y empresas que viven en países distintos. Cada nación es una entidad soberana que regula la circulación de personas, bienes y flujos financieros a través de las fronteras. Contrasta con el comercio interior, en el que hay una única moneda. El comercio como actividad y el dinero fluyen libremente dentro de las fronteras y la gente puede emigrar con facilidad en busca de nuevas oportunidades. A veces se levantan barreras políticas al comercio cuando los grupos afectados se oponen al comercio exterior y los países imponen aranceles o contingentes.
- *Tipos de cambio.* La mayoría de los países tienen su propia moneda. Alguien puede pagar en dólares un automóvil japonés, mientras que Toyota requiere que se le pague en yenes japoneses. El sistema financiero internacional debe garantizar una corriente continua de dólares, yenes y otras monedas o, de lo contrario, puede poner en peligro el comercio (Samuelson y Nordhaus, 2001).

2.1.2 Factores de éxito de las MiPyMEs a nivel internacional

Es de vital importancia determinar cuáles son los factores por los que las empresas pequeñas han tenido éxito al exportar:

- *La posición proactiva del dirigente.* Cuanto más proactivo es el dirigente en su decisión de internacionalizar su PYME, mayores probabilidades tendrá de lograr el éxito.
- *La visión clara del dirigente y de su equipo.* La visión clara del dirigente está estrechamente vinculada con los buenos resultados en los mercados extranjeros. Así pues, el hecho de concebir una imagen clara de la posición a adoptar en el mercado extranjero, así como la obtención de los medios necesarios para conseguirlo parece imprimir un cierto dinamismo a las actividades internacionales de la PYME.
- *La innovación y un enfoque centrado en el marketing.* El solo hecho de incursionar en nuevos mercados puede considerarse una forma de innovación. Sin embargo, para que tal introducción

tenga éxito, la PYME debe mostrarse a menudo sensible ante las necesidades y las peculiaridades del país extranjero, y adaptar sus productos y servicios en consecuencia. A veces, incluso debe diseñar nuevos productos para responder mejor a dichas necesidades.

- *El espíritu de equipo.* A pesar de que el dirigente sea el líder de la PYME, no hay que olvidar el importante papel que desempeña su entorno. Las PYMES que registran el mayor éxito al internacionalizarse cuentan a menudo con un dirigente rodeado por un equipo unido y solidario.
- *La pertenencia o la colaboración con una red.* La PYME debe aliarse a menudo con una red local o internacional para lograr con éxito su internacionalización y enfrentarse a la competencia de las grandes empresas, que por lo general es áspera.
- *La protección del conocimiento.* Ya sea que dicha protección se realice mediante la legislación o por otros medios, las PYMES de éxito se preocupan constantemente por impedir que sus conocimientos y destrezas sean imitados como resultado de su internacionalización.
- *Las estrategias de concentración.* Las PYMES que logran un mayor éxito en los mercados extranjeros parecen adoptar estrategias basadas en la concentración (número limitado de productos en un número limitado de mercados) y utilizan estructuras organizacionales y procesos de administración que les permiten obtener la información necesaria sobre los mercados (Jacques, Cisneros y Mejía, 2011).

II.2 Exportar o Importar, equilibrio en el mercado

La determinación de qué es lo mejor de un país para mantener un equilibrio económico de acuerdo con las variables macroeconómicas que se establecen a nivel global podría resultar compleja. Esto se debe a que cada país tiene diferentes situaciones económicas, sociales e incluso geográficas que pueden afectar el proceso productivo.

Varios estudiosos de economía han propuesto teorías. Monje (2001) menciona que es Adam Smith quien define la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente. Él se basa en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien más caro que solo comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que "B" pudiera producirlo. De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Por consiguiente, la teoría de Smith podría resultar engañosa hoy en día, puesto que la ventaja en el mercado no es absoluta sino competitiva. No obstante, se puede tomar esta teoría para resaltar que algunos países necesitan bienes que no pueden ser producidos o que al hacerlo su costo se incrementa. Ahí es donde se puede tomar una ventaja dual, tanto absoluta como competitiva, para entrar al mercado internacional.

Teniendo en cuenta que algunas naciones se diferencian por la forma de producir, Emmanuel (1972) dice que estas diferencias operan en la forma de producir de cada país y al existir otras tantas en cuanto a recursos naturales, capital, tecnología, etcétera, habrá fluctuaciones de valor en cada bien producido, lo que hace que algunos bienes al ser

importados o exportados tengan un valor mayor o menor. De esta manera se provoca un intercambio inequitativo entre países, lo que se conoce como Teoría del Intercambio desigual. Por otra parte, Monje (2001) menciona que los países desarrollados imponen aranceles a la entrada de productos, lo que dificulta aún más el intercambio equitativo y no permite la competencia igualitaria de los países del tercer mundo con el primer mundo.

Ahora bien, en los negocios internacionales es donde interviene un intercambio monetario, en el cual podemos hacer referencia a la teoría monetaria del comercio internacional que comprende dos aspectos, que determinan porqué se necesita una moneda única para realizar las transacciones monetarias:

- La aplicación de los principios monetarios al intercambio internacional o, dicho de otra manera, el enfoque que explica la circulación de la moneda, así como sus efectos en el precio de las mercancías, el saldo comercial, los ingresos, el tipo de cambio y el tipo de interés.
- El análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros, que tratan de contrarrestar los efectos de los desequilibrios de la balanza de pagos en cuanto a la duración, intensidad y amplitud, hasta restablecer el equilibrio o por lo menos hasta preservar el nivel que se desea (Monje, 2001).

II.3 Impacto del alza del dólar en las MiPyMES

En los últimos años, el dólar ha aumentado frente al peso mexicano debido a ciertas cuestiones macroeconómicas, entre las cuáles se encuentra la disminución del precio del petróleo. Además, se debe tener en cuenta el llamado "efecto Trump", que implica no solo la postura de Trump de revisar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), sino también algunos discursos atacando a los mexicanos con comentarios despectivos, e incluso amenazando con construir un muro para una división más "segura" en la frontera entre ambos países. Cabe añadir que, según Banamex, en 2010 el dólar valía \$12.34 pesos mexicanos. Esta cifra aumentó un 59.84% en tan solo seis años, pues para 2016 el dólar ya valía \$20.62 pesos. La volatilidad del peso mexicano frente al dólar provoca que las empresas que importan se vean afectadas, pues aumentan los precios de los productos para el consumidor final y esto provoca una disminución en las ventas. Asimismo, en una entrevista con Jaime Lázaro, director General de Asset Management de BBVA Bancomer, se cuestionaban dos importantes aspectos:

- *Influjo de las fluctuaciones del peso mexicano en las PYMES.* Lázaro mencionó que uno de los principales efectos de la depreciación del peso mexicano es un aumento en los precios de bienes y servicios, y este aumento será más marcado si se trata de artículos de importación. Las Pymes seguramente ya están experimentando este aumento en los precios de sus proveedores, lo cual repercutirá en sus precios finales. Por otro lado, las empresas que están dentro de la cadena exportadora tendrán un aumento en la demanda, pues hoy los productos mexicanos son más baratos para los consumidores extranjeros, en particular para los consumidores estadounidenses.
- *Prevención de las PYMES para no sufrir debido a los cambios.* Es muy recomendable que las Pymes que estén expuestas directamente al riesgo

cambiario (importadoras o con insumos en dólares) cuenten con coberturas para disminuir este riesgo, y existen varios instrumentos financieros que pueden ayudar a gestionar dicho riesgo.

Además, Lázaro brinda algunos consejos para las Pymes en relación con el alza al dólar:

- El nivel actual del Peso y el aumento de precios generarán un entorno que podría resultar complicado, por tanto, vale la pena ser cautelosos en las acciones que se van a realizar.
- En la planeación financiera es importante tener en cuenta que el Tipo de Cambio podrá sufrir movimientos importantes.
- Hay que hacer proyecciones con diferentes escenarios y si el efecto de la moneda es significativo, buscar la forma de cubrirlo.
- Existen varios artículos que muy probablemente subirán de precio por su origen o por la naturaleza de sus componentes, por lo que se debe asegurar un precio antes de que el efecto cambiario repercuta de forma importante.
- Por último, hace mucho énfasis en que las MiPyMES se atrevan a desarrollar el mercado externo, que se acerquen a algún banco para el apoyo de este tipo de comercialización (2010).

III. Método

Se utilizará un enfoque cuantitativo que intente delimitar la información, de acuerdo con datos ya establecidos y estudiados. También se usarán herramientas estadísticas para solventar y procesar variables que expliquen el modelo y tener una mejor medición.

El análisis determina algunas variables para demostrar que tanto afectan a las MiPyMES del país. Por lo anterior, se usará una metodología analítica ya que "consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas" (Gómez, 2012). En otras palabras, es un método que descompone un todo en partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. Sin duda, este método explica y comprende mejor el estudio, además de que establece nuevas teorías.

Asimismo, al examinar el objeto de estudio se analizarán por separado las variables, por una parte, para determinar cuál relación pueden tener unas con otras, y por otra para comprobar que tan conveniente es que las MiPyMES ingresen al mercado exterior. Con esto, se tomaría en cuenta el entorno general de las MiPyMES existentes en México, pues se pretende verificar la tesis de lo que pasaría si estas intervienen en el mercado extranjero. Desde luego, no se observa solo un extracto de las empresas de la nación o solo un tipo de producción específico: la investigación desprende el análisis estratificado de cada uno de los procesos productivos y de servicios que se encuentran comercializando como pequeños negocios.

Por consiguiente, se extraerán del año 2008 hasta el 2016 los valores de las variables *Exportaciones, Importaciones, Cantidad de MiPyMES, Tipo de cambio interbancario del dólar e Inflación*. Todas estas variables serán estudiadas con el modelo de regresión lineal múltiple que estudia la dependencia de una variable respecto a más de una variable explicativa. En otras palabras, en la regresión múltiple hay más de una variable explicativa. Estos modelos también son denominados Modelos Multivariados. Schmidt (en Guajarati y Porter, 2010)

argumenta que estos modelos permiten estimar relaciones en las cuales dos o más variables independientes afectan a una variable dependiente. Si tenemos la ecuación de regresión

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

entonces β_i es la cantidad que Y cambiará en promedio si X aumenta en 1 unidad, manteniendo constante el resto de las variables X. Mientras que β_0 es el valor de Y si el resto de las variables X son iguales a 0.

IV. Resultados

Con anterioridad se mencionó que se utilizarán variables para explicar el modelo a utilizar. Lo que se quiere demostrar es que las MiPyMEs mejorarían al entrar a mercado extranjero, por lo que se tomarán en cuenta las siguientes variables:

- *Exportación.* Son bienes y servicios producidos en el interior y comprados en el extranjero y se toma esta variable para demostrar si tiene relación en el ingreso de las empresas pequeñas a la internacionalización.
- *Importación.* Son las compras de bienes y servicios a otros, producidos en el extranjero y consumidos en el interior. Representara lo que realiza en este momento las MiPyMEs que es el traer productos de fuera para seguir produciendo o para ya venderlos al consumidor final.
- *Valor del dólar frente al peso mexicano.* En los últimos años el aumento del dólar frente al peso mexicano ha sido significativo
- *Inflación.* Indica la subida del nivel general de precios, está dada por una tasa de variación general de precios. Establecerá la importancia de que si aumentan los productos entonces disminuye el comercio.
- *Cantidad de negocio existentes que se están estudiando* (Samuelson y Nordhaus, 2001).

A continuación se muestra la tabla del concentrado de la información recabada de las variables antes mencionadas:

Tabla 2. Concentrado de datos para el análisis con Regresión Lineal

Año	Cambio Interbancario del Dólar	Exportación Miles de Dólares	Importación Miles de Dólares	Inflación Porcentual	No. de MiPyMEs
2008	11.218	20,058,935.3	22,745,527.1	5.117	688,168
2009	13.613	16,572,690.7	17,826,875.5	5.314	715,840
2010	12.664	21,398,321.6	22,605,888.3	4.158	742,403
2011	12.484	24,415,836.3	25,678,232.3	3.407	774,438
2012	13.136	26,484,528.4	27,467,754.4	4.112	772,761
2013	12.846	27,544,465.2	28,361,861.0	3.808	785,574
2014	13.377	29,545,190.2	29,873,961.2	4.019	738,918
2015	15.978	29,787,506.8	30,162,059.5	2.724	708,360
2016	18.684	29,598,911.8	29,624,901.0	2.820	707,293

Fuente: Elaboración Propia recabando datos de: Banamex, Banco de México, INEGI y SIEM.

IV.1. Inflación como variable de estudio

En primer lugar, para este trabajo se usará el modelo con la variable *inflación*, tratando de estimar que tanto influirían las demás variables para que los precios de la nación aumenten por lo que se expresaría de la siguiente manera:

$$\text{Inflación} = \beta_0 + \beta_1 \text{Cambio Interbancario del Dólar } X_1 + \beta_2 \text{Exportación } X_2 + \beta_3 \text{Importación } X_3 + \beta_4 \text{Cantidad de MiPyMEs } X_4$$

Para determinar si existe una asociación de las variables se utilizó el Programa "POM for Windows", que es un software para métodos cuantitativos, producción y gestión de operaciones de la editorial Pearson Prentice hall, lo que arroja el modelo:

$$\text{Inflación} = 17.32 - 0.29 * \text{Cambio Interbancario del Dólar} + 0 * \text{Exportación} + 0 * \text{Importación} + 0 * \text{Cantidad de MiPyMEs}$$

Esto señala que por cada peso que aumente el valor del dólar, la inflación disminuiría en 0.29 puntos porcentuales. Si la exportación aumenta en 1 peso no tiene ninguna repercusión en la inflación, así como si la importación aumenta en 1 dólar, tampoco repercute a la inflación. Por último, si se abre una nueva pequeña empresa no tiene repercusión en la inflación.

IV.2 Exportación como variable de estudio

La siguiente variable por evaluar será la *exportación*, que se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Exportación} = \beta_0 + \beta_1 \text{Cambio Interbancario del Dólar } X_1 + \beta_2 \text{Inflación } X_2 + \beta_3 \text{Importación } X_3 + \beta_4 \text{Cantidad de MiPyMEs } X_4$$

Al hacer uso del Programa "POM for Windows" se delimita la siguiente ecuación lineal:

$$\text{Exportación} = -15,434,300 + 323,680 * \text{Cambio Interbancario del Dólar} + 205,167 * \text{Inflación} + 1.06 * \text{Importación} + 10.38 * \text{Cantidad de MiPyMEs}$$

Por lo que por cada peso que aumente el valor del dólar, la exportación aumentará 323,680 miles de dólares. Si la inflación aumenta en 1 punto porcentual, la exportación aumentara en 205,167 miles de dólares. Si la importación aumenta en un dólar, la exportación aumentará 1.06 miles de dólares. Si se abre una nueva pequeña empresa, la exportación aumentara en 10.38 miles de dólares.

IV.3 Dólar como variable de estudio

La siguiente variable es el dólar, que se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Cambio Interbancario del Dólar} = \beta_0 + \beta_1 \text{Exportación } X_1 + \beta_2 \text{Inflación } X_2 + \beta_3 \text{Importación } X_3 + \beta_4 \text{Cantidad de MiPyMEs } X_4$$

"POM for Windows" arroja la siguiente ecuación lineal:

$$\text{Cambio Interbancario del Dólar} = 46.45 + 0 * \text{Exportación} - 1.18 * \text{Inflación} + 0 * \text{Importación} + 0 * \text{Cantidad de MiPyMEs}$$

Por lo que por cada dólar que aumente la exportación, el valor del dólar no tiene afectación. Si la Inflación aumenta en 1 punto porcentual, el valor del dólar disminuye 1.18. Si la importación aumenta en un dólar, el valor del dólar no tiene repercusión. Para concluir, si se abre una nueva pequeña empresa, el valor del dólar no sufre cambios.

IV.4. Cantidad de MiPyMEs como variable de estudio

La siguiente variable por evaluar será la *cantidad de MiPyMEs* por lo que matemáticamente se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Cantidad de MiPyMEs} = \beta_0 + \beta_1 \text{Exportación } X_1 + \beta_2 \text{Inflación } X_2 + \beta_3 \text{Importación } X_3 + \beta_4 \text{Cambio Interbancario del Dólar } X_4$$

"POM for Windows" arroja la ecuación lineal:

$$\text{Cantidad de MiPyMEs} = 1,213,917 + .04*\text{Exportación} - 22,667*\text{Inflación} - .05*\text{Importación} - 20,916*\text{Cambio Interbancario del Dólar}$$

Lo que quiere decir que por cada dólar que aumente la exportación, aumentará casi una empresa. Si la inflación aumenta en 1 punto porcentual, cerrarían 22,667 empresas. Por cada dólar de importación, un pequeño negocio tendría que cerrar. Cada vez que aumenta el dólar, tendrían que cerrar 20,916 empresas.

IV.5 Importación como variable de estudio

La siguiente variable por evaluar será la importación, por lo que matemáticamente se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Importación} = \beta_0 + \beta_1 \text{Exportación } X_1 + \beta_2 \text{Inflación } X_2 + \beta_3 \text{Cantidad de MiPyMEs } X_3 + \beta_4 \text{Cambio Interbancario del Dólar } X_4$$

Ayudado por el Programa "POM for Windows" delimita la siguiente ecuación lineal:

$$\text{Importación} = 14,993,810 + .93*\text{Exportación} - 253,648*\text{Inflación} - 9.59*\text{Cantidad de MiPyMEs} - 304,593*\text{Cambio Interbancario del Dólar}$$

Por lo que por cada dólar que aumente la exportación, aumentará 0.93 miles de dólares las importaciones. Si la Inflación aumenta en 1 punto porcentual, disminuirá 253,648 miles de dólares las importaciones. Por cada nuevo pequeño negocio, disminuirán las importaciones en 9.59 miles de dólares. Cada que aumenta el dólar, las importaciones disminuirán en 304, 593 miles de dólares.

V. Conclusiones

Después de analizar las cinco variables, podemos enumerar las conclusiones que arroja el análisis de regresión:

- *Inflación*. Cada uno de los elementos comparados no tiene repercusión alguna en la inflación sino en la exportación. En realidad, no aporta ninguna conclusión que pueda apoyar al objeto de este

estudio, por lo que descartamos este modelo para explicar alguna situación que se quiera demostrar.

- *Exportación*. Este modelo nos arroja mejores conclusiones ya que por cada punto porcentual o miles de dólares que aumente alguna de las variables estudiadas, los miles de dólares en exportación aumentarían. Además, cada pequeña empresa nueva sería de gran valor para la economía del país no solo por el alto porcentaje en la generación de empleos, sino como parte del ingreso al comercio internacional.
- *Cambio Interbancario del dólar*. Tampoco aportó mucho al objeto de estudio, pues por cada punto que aumenta la inflación, disminuye el valor del dólar frente al peso mexicano.
- *Cantidad de MiPyMEs*. Esta variable es la que mejor explica lo que se quiere demostrar: si se exporta seguirían en aumento los pequeños negocios, generando mayor empleo y economía en el país. Por el contrario, nos demuestra que al aumentar el dólar pueden cerrar negocios. Lo mismo sucede con las importaciones y la inflación, lo que hace ver que lo importante es que se pueda exportar y propiciar la internacionalización de las MiPyMEs.
- *Importación*. Por último, se utilizó esta variable para determinar si afecta a las empresas el que se esté importando en vez de exportar, por lo que arroja que disminuirían las importaciones si es que aumentan las otras variables de estudio, sin generar ninguna explicación a lo que se quiere demostrar.

Asimismo, es importante observar cuál es el factor que contribuye al éxito de las pequeñas entidades comerciales que exportan. Jacques, Cisneros y Mejía (2010) mencionan los factores de éxito en las PYMES a nivel internacional, de los que ya se habló con anterioridad: la posición proactiva del dirigente, la visión clara del dirigente y de su equipo, la innovación y un enfoque centrado en el marketing, el espíritu de equipo, la pertenencia o la colaboración con una red, la protección del conocimiento y las estrategias de concentración.

Cabe recalcar que es importante que las pequeñas entidades se atrevan a entrar al mercado extranjero, ya que son uno de los principales motores económicos y sociales del país. Si tomaran esa iniciativa, aumentaría la valorización, tanto de estas empresas como del país. Se entiende además que la estratificación de las empresas en el país se debe a la cantidad de empleados con la que cuenta y no por la capacidad económica y empresarial.

Por último, hay una gran capacidad por parte del personal para poder realizar comercio exterior, tanto de los empleados como de los que se encuentran al mando de las empresas. Para cerrar, una recomendación es que la PYME, con el objetivo de buscar apoyo, acuda a las entidades financieras públicas y privadas como el Instituto Nacional del Emprendedor, el NAFINSA, la Secretaría de Economía, la SAGARPA, los bancos, entre otros. La ayuda que proporcionan no se limita enseñar el proceso de la exportación, sino que también brindan el financiamiento necesario para la facilitación del ingreso al mercado internacional.

VI. Referencias

- Banamex (s/f). Histórico precio del dólar americano en *Banamex Economía y Finanzas*. Recuperado de https://www.banamex.com/economia_finanzas/es/divisas_metalas/dolar_interbancario.htm
- Banco de México (s/f). Estadísticas, indicadores. *Banco de México*. Recuperado de <http://www.banxico.org.mx/estadisticas/index.html>
- BBVA Bancomer (21 de enero de 2016). ¿Pymes contra el dólar? ¡Ponte al día! En BBVA Bancomer YOSOYPYME. Recuperado de <https://www.yosoypyme.net/nota.aspx?nota=ebe22348-f9ef-43e5-b20d-7c601dd44d74&tit=Pymes-contra-el-dolar-Ponte-al-dia>.
- Emmanuel, A. (1972). *El intercambio desigual*. México: Siglo XXI.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Estado de México: Red Tercer Milenio, pp. 14-17.
- Gujarati, D., y Porter, D. (2010). *Econometría*. México, D. F: McGraw-Hill, pp. 34-55.
- INEGI (s/f). Banco de Información Económica. *INEGI*. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
- Jacques F., L., Cisneros M., L., y Mejía M., J. (2011). *Administración de PYMES: Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. México: PEARSON EDUCACION, pp. 423-449.
- Monje A., M. C. (31 de Agosto de 2001). Principales teorías sobre comercio internacional. México: *Facultad de Economía UNAM*. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>.
- Rodríguez V., J. (2010). *Administración de Pequeñas y Medianas empresas*. México, D.F.: Cengage Learning., pp. 59-63
- Samuelson A., P., y Nordhaus D., W. (2001). *Macroeconomía*. Madrid: McGRAW-HILL, pp. 630-660.
- SIEM (s/f). Página principal. *SIEM*. Recuperado de <https://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/ligas.asp?Tem=5>
- Sonsoles C., J. S. (19 de Julio de 2014). La importancia del dólar en *El mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/economia/2014/07/19/53cab34d22601d581d8b4573.html>
- Wohlmuth, M. (28 de Septiembre de 2016). Quién está ayudando a las PYMES mexicanas a exportar en *Alto Nivel*: <http://www.altonivel.com.mx/quienes-estan-ayudando-a-las-pymes-mexicanas-a-exportar-57999/>.