

Factores determinantes del comportamiento exportador DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES

Mtra. J. Irene Jiménez Martínez ¹

1. INTRODUCCIÓN

El proceso de internacionalización de la economía ha llevado en los últimos años a adoptar medidas por parte de los gobiernos, que permitan crear las condiciones adecuadas para que sus naciones compitan con mayor ventaja en el mercado mundial. El fenómeno ha alcanzado a una gran cantidad de países, y México no ha sido la excepción. Participar activamente en el establecimiento de diversos tratados comerciales, le ha permitido desarrollar su potencial industrial por lo que es de suma importancia para el país, el realizar investigaciones para determinar el comportamiento de los indicadores relativos al proceso de internacionalización, principalmente de las empresas manufactureras.

El presente trabajo de investigación, pretende analizar los factores o elementos determinantes para el proceso de internacionalización de las empresas de Aguascalientes, además de verificar el impacto que tienen los convenios de comercio internacional y la participación de las agencias gubernamentales en la preparación de

nuevas empresas exportadoras en la región. En la investigación no se parte de un problema definitivo ni de alguna hipótesis. Se parte del supuesto de que un caso particular es representativo para muchos otros casos similares que hacen posible una generalización analítica a partir del trabajo de campo.

Debido a la escasez en la literatura de estudios empíricos sobre internacionalización principalmente en los países que están iniciando una fase de apertura comercial como el caso de México, es relevante realizar nuevas investigaciones que permitan obtener información sobre la aplicación de la teoría a casos particulares y con ello, generar nuevas hipótesis de investigación, o aportaciones de nuevos elementos para mejorar el modelo teórico actual. Por ello, se considera oportuno realizar las siguientes preguntas de investigación:

¿Cómo influyen los factores exógenos de la empresa en el proceso de internacionalización de las empresas?

Nos servirá para investigar qué elementos externos a la organización son los responsables de las decisiones que tome la empresa para internacionalizarse.

¹ Master en Economía de la Empresa por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Actualmente concluye el Doctorado en creación, estrategia y gestión de empresas por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Departamento de Economía de la Empresa. Tel. 044 449 147-00-21. Correo electrónico: irenemx@yahoo.com

¿Cómo afectan a la internacionalización de las empresas sus características internas?

Para identificar las causas que originan que la empresa inicie o continúe con su proceso exportador, desde una visión interna a la organización y de su personal directivo.

¿Cuál es el impacto de la puesta en marcha de los tratados comerciales en el resultado exportador de las empresas de la región?

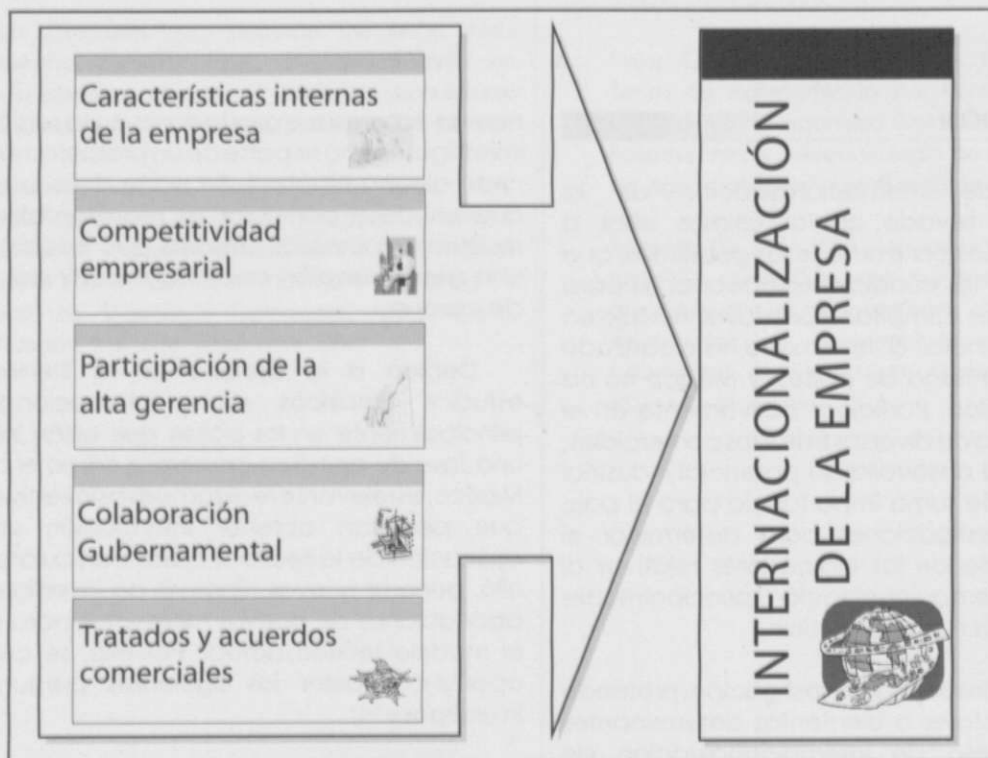
La principal relevancia de esta pregunta de investigación es la de permitirnos estudiar

la influencia de los tratados comerciales en las actividades exportadoras de las empresas.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para este trabajo de investigación, se empleará un análisis cualitativo con el que se pretende aislar el modelo conceptual (Fig. 1), que permitirá resaltar los factores que influyen en la internacionalización de las empresas analizadas y comprobar en qué medida se cumplen las previsiones de las teorías disponibles sobre este punto, realizando para ello un estudio de casos sobre pequeñas y medianas empresas exportadoras que se localizan en el estado de Aguascalientes.

Figura 1. Modelo conceptual.



Las acciones que requerimos para obtener elementos que nos otorguen fiabilidad al estudio de casos incluyen la revisión de información relacionada con las empresas obtenida de diversas instituciones, como del Banco de Comercio Exterior de México y la Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, además de la aplicación de entrevistas a los directivos de las empresas y la observación directa.

3. RESULTADOS

En los resultados obtenidos al aplicar entrevistas a los directivos de las empresas, se observó que las industrias que tuvieron un mayor porcentaje en el incremento de su plantilla laboral después de incursionar en los mercados extranjeros, deducen que este factor tiene una importancia prominente en el proceso de internacionalización.

Al analizar las ventas totales de manera multi-temporal, se aprecia notoriamente un crecimiento generalizado a partir del establecimiento del Tratado de Libre Comercio para América del Norte. Se observa cómo el total de las respuestas obtenidas de empresas entrevistadas, coinciden en reconocer el impacto que tienen las ventas como un factor decisivo para fortalecer la internacionalización de las empresas.

En el presente análisis se ha observado que la totalidad de las empresas industriales entrevistadas, consideran a la localización geográfica de la empresa como un elemento con alto impacto en el proceso de internacionalización de la misma.

En general, las firmas analizadas consideran que el grado de influencia que tienen los canales de distribución de productos, impactan en un grado medio-alto al proceso de internacionalización de las empresas, pero sin otorgar elementos concluyentes que permitan categorizarlo como un componente notable en dicho proceso.

Los factores que determinan que la ventaja competitiva de las industrias en ubicaciones específicas van desde los activos tangibles, tales como la infraestructura, hasta los intangibles, como son la disponibilidad de tecnologías de la información. Las empresas consideran que la competitividad local no es muy relevante para la internacionalización.

Respecto a la importancia del precio de los productos, ciertas empresas lo consideran relevante al mismo tiempo que otro grupo de empresarios no lo considera de este modo, asignándole un mayor grado de trascendencia a otras variables analizadas.

La información recolectada nos indica que en las firmas estudiadas predomina la tendencia a ubicar el reconocimiento de marca como un factor de influencia relativamente alta en la internacionalización. Sin embargo, existe una gran dispersión de las respuestas en relación con este rubro. En las firmas entrevistadas se aprecia la importancia que le otorgan a la adaptación del producto, ya que la gran mayoría lo consideran un factor de suma importancia en el proceso de internacionalización.

En la investigación se encontró que las firmas coinciden en creer que la calidad es un requisito indispensable para competir en el exterior y lo definen como un factor que incide directamente en el proceso de internacionalización de la empresa.

El estudio de la participación de directivos analizada en este trabajo nos permite percibir la actitud positiva de la alta gerencia hacia la exportación como un factor importante en el proceso de internacionalización de la empresa.

A partir de la investigación realizada en las empresas que fueron objeto de estudio se observa cómo las firmas consideran que el conocimiento de los mercados extranjeros es fundamental para la exportación de sus productos.

En lo referente a los subsidios, las empresas observadas en el estudio de casos no consideran que la aplicación de subvenciones sea un mecanismo que favorezca al proceso de internacionalización, ya que los gobiernos extranjeros establecen medidas compensatorias para el daño producido.

Un aspecto que generalmente se considera importante para el éxito de las PYMES lo encontramos en los programas de incubación de empresas. Sin embargo, al realizar el análisis del impacto que tienen en la 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.

Los proyectos establecidos por los diferentes niveles de gobierno enfocados a la desregulación económica y simplificación administrativa constituyen un aspecto destacado en la estrategia para el desarrollo de las empresas exportadoras. En el análisis realizado se observó cómo las empresas entrevistadas consideran que un marco regulatorio equitativo y eficiente es indispensable para fomentar la capacidad competitiva de las empresas y de esta forma, impulsar el proceso de internacionalización del sector productivo.

El que todas las empresas que participaron en el estudio encuentren en la exportación un mecanismo para potenciar las ventas totales de la empresa, resalta la importancia de la internacionalización

como un probable detonante del crecimiento para las pequeñas y medianas empresas de la región. Se advierte que existe una gran influencia de los tratados comerciales con otros países y la intensidad exportadora de sus industrias, ya que en sólo dos empresas no se incrementó el porcentaje de las ventas realizadas al extranjero.

4. DISCUSIÓN

En este apartado se presentan los principales acercamientos teóricos y empíricos sobre los temas de nuestro interés en esta investigación, en donde se aprecia como diversas investigaciones han considerado la trascendencia de los factores endógenos en el comportamiento exportador, determinando que la actividad exportadora depende en gran medida de las características internas de la empresa (Atuahene-Gima, 1995), de sus fortalezas competitivas, así como de las actitudes, percepciones y expectativas de la dirección en el logro de las metas empresariales (Cavusgil, 1984).

La teoría de la internalización (Buckley y Casson, 1976) considera a la empresa como un conjunto de recursos internalizados que pueden ser asignados a diferentes mercados nacionales. El postulado clave de la teoría de la internalización es que la actividad transnacional se relacionaría con el costo de organizar mercados de productos intermedios en el exterior y así obtener ventajas en la asignación de factores.

Durante los últimos años, la teoría de la internalización ha constituido una herramienta analítica potente para comprender las actividades de inversión internacional de las multinacionales.

El enfoque contingencial nace a partir de las bases establecidas por Lawrence y Lorsch (1967) y considera que las empresas con una fuerte propensión del personal directivo a la búsqueda activa de nuevas oportunidades de negocio, obtienen una menor afectación del entorno en sus resultados exteriores (Robertson y Chetty, 2000).

En los 70's surgió la teoría gradualista como resultado de la incapacidad de la teoría de la internalización para explicar las situaciones observadas en la internacionalización de las

empresas. Este modelo surge a partir de los artículos publicados sobre la teoría gradualista de la internacionalización por investigadores de la Universidad de Uppsala (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977) y posteriormente denominado como "modelo de las fases de desarrollo" (Alonso, 1994). El modelo predice que en un país concreto, la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en el mismo a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que realiza en dicho mercado.

5. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en la investigación se puede observar cuáles son los factores que en mayor medida han potenciado el desarrollo del proceso de internacionalización de las PYMES, así como las diferencias que existen con respecto al modelo planteado (Tabla 1).

- Características internas.- En el apartado correspondiente a las características internas de la empresa, se verificó la importancia que tiene en el proceso de internacionalización de la misma. La opinión de los industriales respecto a las características internas de la empresa, señala que los canales de distribución inciden en menor grado en la internacionalización de la empresa, que la ubicación, las ventas, el acceso a proveedores y mano de obra calificada.
- Competitividad.- Al realizar el análisis de la información obtenida en las entrevistas directas, se identificó que la adaptación del producto y la calidad, principalmente en la atención al cliente, constituyen elementos que impulsan considerablemente al proceso de internacionalización de las firmas.

Los empresarios no consideran que la competitividad de la empresa en los mercados locales y extranjeros sean factores preponderantes en el proceso de internacionalización. Por otra parte, se observa que en las empresas objeto de estudio no existe consenso sobre la importancia que tiene en la internacionalización el precio de sus productos y el reconocimiento de marca.

- Colaboración gubernamental.- Es destacable la percepción que tienen los empresarios sobre la falta de promoción de

los programas de colaboración estratégica que ofrecen diversas instituciones gubernamentales en aras de favorecer el desempeño exportador de las industrias. A pesar de que el gobierno mexicano ha establecido diversas acciones enfocadas a brindar asistencia técnica y financiera, en los empresarios entrevistados existe la percepción de una falta de difusión para los programas de apoyo a las empresas, instrumentados por el gobierno.

- Participación de la alta gerencia.- Resalta en el estudio la importancia que otorgaba a los directivos como un factor influyente en este proceso, al considerar a la gerencia como un factor determinante que afecta cualquier aspecto relacionado con el proceso de internacionalización de la empresa. La actitud favorable de la dirección hacia los negocios internacionales tiene como consecuencia una mayor propensión exportadora.

Tabla 1. Grado de importancia de los factores evaluados sobre el proceso de internacionalización

RESUMEN GENERAL

	Media	Mediana	Moda	0	1	2	3	4	5
Características internas de la empresa									
<i>Acceso a proveedores y mano de obra calificada</i>	4,22	5,00	5						
<i>Importancia de las ventas</i>	4,56	5,00	5						
<i>Importancia de la localización geográfica</i>	4,56	5,00	5						
<i>Importancia de los canales de distribución</i>	3,22	3,00	3 ^a						
Competitividad									
<i>Competitividad local</i>	2,78	3,00	3						
<i>Competitividad en mercados exteriores</i>	3,44	3,00	3						
<i>Impacto del precio</i>	3,89	4,00	5						
<i>Importancia del reconocimiento de marca</i>	3,44	4,00	5						
<i>Importancia de la adaptación del producto</i>	4,78	5,00	5						
<i>Impacto de la calidad</i>	5,00	*	5						
Participación de la alta gerencia									
<i>Importancia de la Participación de los directivos</i>	4,78	5,00	5						
<i>Información sobre mercados exteriores</i>	4,33	4,00	4						
Participación gubernamental									
<i>Programas de financiamiento</i>	2,11	2,00	2						
<i>Exenciones fiscales</i>	1,22	1,00	1						
<i>Subsidios</i>	1,22	1,00	1						
<i>Relevancia de la capacitación</i>	2,33	2,00	2						
<i>Importancia de las incubadoras de empresas</i>	1,11	1,00	1						
<i>Desregulación económica y simplificación administrativa</i>	4,22	4,00	4						
Tratados comerciales									
<i>Importancia de los tratados comerciales en la internacionalización</i>	4,56	5,00	5						
<i>Influencia de los tratados de comercio en la decisión de exportar</i>	4,11	5,00	5						
a Existe más de una moda * No existe información									
Grado de importancia en el proceso de internacionalización									
1 Ninguna									
2 Baja									
3 Media									
4 Alta									
5 Superior/Absoluta									

Fuente: Elaboración Propia

- **Tratados comerciales.**- Los Tratados de Libre Comercio con que cuenta México, constituyen uno de los elementos de mayor importancia en el proceso de internacionalización. Así, las empresas de la región deben aprovechar plenamente las ventajas de la apertura comercial y asegurar su presencia en terceros países. El establecimiento de diversos TLC's puede servir como un detonante de las operaciones de la empresa en los mercados exteriores,

y es un factor determinante que incide directamente en el desarrollo continuo del proceso de internacionalización.

Es oportuno considerar que para futuras investigaciones sobre este tema de estudio, sería de utilidad la realización de investigaciones que amplíen el tamaño de la muestra, además de contribuir a incrementar y mejorar el marco teórico actual y permitan la generalización estadística de los resultados obtenidos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, J.A. (1994): "El proceso de Internacionalización de la Empresa", *Información comercial española*, N° 725, pp. 127-143.
- ATUAHENE-GIMA, K. (1995): "The Influence of New Product Factors on Export Propensity and Performance: An empirical analysis", *Journal of International Marketing*, Vol. 3, N° 2, pp. 11-28.
- BUCKLEY, P.; CASSON, M. (1976): "The Future of the Multinational Enterprise", McMillan Press.
- CAVUSGIL, S. T. (1984): "Organizational Characteristics Associated with Export Activity", *Journal of Management Studies*, Vol. 21, N° 27, pp. 3-22.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J.E. (1977): "The Internationalization Process of Firms. A model of knowledge development and increasing foreign market commitments", *Journal of International Business Studies*, N° 8, pp. 23-32.
- JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975): "The Internationalization of the Firm. Four Swedish Cases", *Journal of Management Studies*, Vol. 12, N° 3, pp. 305-322.
- LAWRENCE, P.R.; LORSCH, J.W. (1967): "Organization and Environment", Harvard Press.
- ROBERTSON, C.; CHETTY, S. (2000): "A Contingency-Based Approach to Understanding Export Performance", *International Business Review*, Vol. 9, pp. 211-235.