

## Capítulo 7. Los Factores que determinan la rentabilidad de las exportaciones de las Pymes.

Amairani Yaniced Pedro Bohorquez  
Francisco Treviño Treviño

Universidad Autónoma de Nuevo León  
<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.15.5.7>

### Problema de investigación

La globalización ha fomentado la incursión de las pymes en las actividades de exportación, esto es relevante para el crecimiento económico de las mismas, pero frecuentemente se presentan casos en los que estas empresas no tienen el éxito esperado al realizar estas actividades, ya que los costos de incurrir en la exportación sobre sus ingresos y también debido al desconocimiento del proceso logístico de exportación e toman decisiones equivocadas. Toda esta situación contribuye a que la empresa se enfrente a situaciones de riesgo económicos, lo que consecuentemente ponen en duda su permanencia en el mercado.

### Objetivos del estudio

El objetivo general de esta investigación es evaluar mediante un conjunto de indicadores si las pymes cumplen con las características necesarias para iniciar actividades de exportación.

Los objetivos específicos son:

- Analizar la situación actual de producción de las pymes.
- Analizar las relaciones comerciales de los países a los que se exporta.

Aspectos claves de la revisión de la literatura

La exportación es una actividad muy importante para el desarrollo de la economía de un país, debido a que impulsa el crecimiento de las empresas sin tomar decisiones tan arriesgadas, como el establecimiento directo en otro país. México se caracteriza por exportar productos agroindustriales y es considerada una actividad estratégica, porque genera empleos en muchas regiones del país. Dentro de la categoría de productos agroindustriales se encuentran las bebidas destiladas de agave, cuyo principal destino de exportación es actualmente Estados Unidos de América, este país se ha caracterizado por ser el principal socio comercial de México, debido a que los productos mexicanos del sector alimenticio y de bebidas han tenido una gran aceptación. El mezcal es una bebida alcohólica, por lo tanto, para que pueda ser comercializado legalmente debe cumplir con ciertas especificaciones, es por eso que el 12 de noviembre de 1997 se formó oficialmente el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM), que actualmente es el denominado Consejo Regulador de Mezcal (CRM), con la finalidad de certificar a las empresas productoras de mezcal de acuerdo a lo establecido en la NOM-070-SCFI-1994 y proteger la denominación de origen de esta bebida. El termino agroindustria, hace referencia a las actividades de producción, industrialización y comercialización de recursos que son extraídos de la naturaleza, y que consecuentemente generan beneficios económicos, por lo tanto, las empresas que producen mezcal están dentro del sector de agroindustrias, porque dicha bebida se elabora del destilado de un recurso natural que es el agave. () De acuerdo con Chopra y Meindl (2014), una cadena de suministro se conforma por los eslabones que actúan directa e indirectamente en una empresa, cuya finalidad es satisfacer la demanda de un cliente, por lo que, una cadena de suministro engloba diferentes actividades, desde la adquisición de materias primas, hasta los productos terminados. La cadena de suministro de este producto

agroindustrial inicia con la siembra o adquisición de la materia prima, seguido del proceso para la obtención de la bebida, el envasado y finaliza con la comercialización. (Vera y Akaki, 2016). Actualmente, la producción de mezcal se concentra principalmente en 9 estados de la República Mexicana, los mismos que poseen la denominación de origen otorgada por el Consejo Regulador del Mezcal (CRM) desde 1997, los cuales son: Durango, Guanajuato, Guerrero, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas.

La industria de producción del mezcal impacta de manera positiva en el aspecto laboral, ya que como se menciona en el informe del Consejo Regulador del Mezcal (CRM), esta industria genera aproximadamente 23,000 empleos directos y más de 105,000 empleos indirectos en los estados que poseen denominación de origen, por lo que la producción de mezcal es considerada una actividad estratégica en el estado de Oaxaca, debido a que genera oportunidades de empleo en las zonas rurales. La popularidad de esta bebida la ha colocado en mercados internacionales, por lo que, existe una gran oportunidad para que las empresas productoras y envasadoras de mezcal inicien con actividades de exportación, ya que dicha actividad es un impulso para acelerar el crecimiento de las empresas, y por ende adquieran una mejor posición en el mercado. Este trabajo de investigación tiene como finalidad analizar los niveles de producción y aquellas características que debe alcanzar una empresa para que las actividades de exportación sean redituables con el tiempo, así como realizar una planeación de exportación para que las pequeñas empresas incursionen en mercados internacionales.

### **Justificación y contribución del estudio.**

Actualmente muchas pymes de diferentes sectores realizan actividades de exportación, porque esto les permite llegar a nuevos países sin necesidad de establecerse físicamente en otro lugar, es por eso, que este estudio es necesario para que las pymes de diferentes sectores consideren las características que deben poseer para que al incurrir en actividades de exportación obtengan los beneficios suficientes y esta actividad sea redituable con el tiempo.

Regularmente las pymes no consideran todos los factores para iniciar en la exportación y desconocen el momento en el que sus ingresos coinciden con sus egresos, lo cual les provoca problemas administrativos, económicos, entre otros. Lo que consecuentemente provocará que hagan frente a situaciones poco favorables para la permanencia de las empresas en el mercado.

### **Propuesta Metodológica.**

La evaluación del desempeño de las exportaciones es un tema que ha sido abordado en diversas investigaciones, principalmente en pymes del sector industrial. En esta sección se describen los métodos de solución que han obtenido los mejores resultados al realizar investigaciones sobre el desempeño exportador de las pymes. Esta investigación se desarrolló como con un enfoque en investigaciones cualitativas y cuantitativas, con un enfoque exploratorio. Para elegir el método de solución de esta investigación, se estudiaron cadenas de suministro de pymes que evaluaran el desempeño de las exportaciones, en algunos casos se buscaba aumentar el desempeño de las exportaciones y en otras evaluar la relación de los factores encontrados con el desempeño exportador.

| <b>Autores</b>           | <b>Variables estudiadas</b>                                            | <b>Método de solución</b>       |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Eusebio y Llonch, (2006) | Innovación de producto y proceso<br>Inversión en IyD<br>Capital        | Regresión múltiple              |
| Monreal Pérez, J. (2010) | Innovación<br>Uso de nuevas tecnologías                                | Análisis de la varianza (ANOVA) |
| Leonidou et al., (2007)  | Actividades de IyD<br>Capacidades de marketing<br>Producto único       | Meta-análisis                   |
| Guan y Ma. (2003)        | Actividad en IyD<br>Capacidad de fabricación<br>Capacidad de marketing | Regresión múltiple              |

La metodología de esta investigación se representa con el diagrama de la Figura 2. El primer paso de la metodología es la selección de variables, las mismas que se seleccionaron mediante una ardua investigación de literatura y con la opinión de expertos en el área de exportaciones de las pymes productoras de mezcal. En el segundo paso, se debe establecer el tamaño muestral, es decir, el número de pymes de las que se debe obtener información para el modelo. El tercer paso es comprobar los supuestos de la regresión lineal múltiple, que es la normalidad, homocedasticidad y linealidad, para posteriormente en el cuarto paso realizar las estimaciones del modelo, las mismas que se desarrollaron en el software RStudio. En el quinto paso se realizará la interpretación de los valores obtenidos de los coeficientes de correlación, si los resultados arrojan que las variables independientes no están relacionadas con el desempeño de las exportaciones, en el paso 6 se realizaran las valoraciones de los resultados del modelo.

### Referencias

Consejo Regulador del mezcal (CRM). Informe estadístico 2020. Recuperado de: <http://www.crm.org/>

Eusebio, R., & Rialp Criado, À. (2002). Innovación tecnológica y resultado exportador: un análisis empírico aplicado al sector textilconfección español.

Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747.

Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., Palihawadana, D., & Spyropoulou, S. (2007). An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: Implications for policy-makers. *International Marketing Review*.

Monreal Pérez, J. (2010). Análisis del Comportamiento Exportador de la Empresa Española desde el Enfoque de los Recursos y Capacidades. Proyecto de investigación

Sunil, C. y M. Peter (2008), *Administracion de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operacion*, tercera edición, Pearson, México, DF.

Vera, N. V. V. y P. P. Akaki (2016), ((Oaxaca y sus regiones productoras de mezcal: Un análisis desde cadenas globales de valor)), *Revista de economía Universidad Autónoma de México.*, URL <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/download/9286/11001/>.

- Ganotakis, P., P. Konara, M. Kafouros y J. H. Love (2022), Taking a time-out from exporting: Implications for the likelihood of export reentry and re-entry export performance, *Journal of World Business*, 57(5), pag. 101-349, URL <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1090951622000402>.
- Ibarra Morales, L. E. (2017), Factores que mejoran el desempeño exportador de las PyME industriales en Sonora., Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León
- Pyper, K., A. Marie Doherty, S. Gounaris y A. Wilson (2022), A contingency-based approach to the nexus between international strategic brand management and export performance, *Journal of Business Research*, 148, p'ags. 472-488, URL <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322003332>.