

**FACTORES DE ÉXITO QUE INFLUYEN EN LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR
DE ALIMENTOS PROCESADOS DEL ESTADO DE SONORA**

**Área de investigación: Administración de la micro,
pequeña y mediana empresa**

Georgina Parra Irinco

Facultad de Contaduría Pública y Administración
de la Universidad Autónoma de Nuevo León
México
geopa64@hotmail.com

Mónica Blanco Jiménez

Facultad de Contaduría Pública y Administración
de la Universidad Autónoma de Nuevo León
México
moniblanco77@hotmail.com

Juan Patricio Galindo Mora

Facultad de Contaduría Pública y Administración
de la Universidad Autónoma de Nuevo León
México
Patricio.galindom@hotmail.com



FACTORES DE ÉXITO QUE INFLUYEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS PROCESADOS DEL ESTADO DE SONORA



Resumen

La industria de los alimentos procesados es un sector clave para el crecimiento económico de México, debido a la gran capacidad productiva que la coloca como una de las más significativas para el sector manufacturero en este país. El suficiente abasto de materias primas y una mano de obra especializada hacen de la industria de alimentos procesados mexicanos un gran atractivo para atraer la inversión e incursionar en el exterior. Razón por la cual, el presente estudio, es realizado en las pequeñas y medianas empresas localizadas en el estado de Sonora. El objetivo es determinar los factores de éxito que favorecen la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados con el aumento de sus exportaciones. Se creó un instrumento de medición para validar las variables de la hipótesis en donde se señalan que los factores que permiten esa internacionalización son: la selección del país de destino, las habilidades gerenciales, la capacidad instalada de la empresa, el precio de exportación y los apoyos del gobierno a la exportación. Los resultados muestran que todos los factores tienen un impacto significativo en el aumento de las empresas exportadoras de alimentos procesados.

Introducción

En México, la industria de alimentos procesados ha reportado un crecimiento favorable en los últimos años, principalmente debido a su productividad y la disponibilidad de insumos, así como la solidez macroeconómica del país. Es un sector competitivo para atraer la inversión y tiene la capacidad de producción que le permite internacionalizarse al tener una plataforma de exportación a más de 45 países con los que tienen acuerdos comerciales. Por lo que esta investigación pretende estudiar las acciones que han realizado las empresas exportadoras de alimentos procesados del norte del país y que factores han contribuido para lograr entrar al mercado internacional y ser más competitivos.

Las actividades de la industria alimentaria, de acuerdo al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (según el código 311), consisten en la manufactura y procesamiento de una variedad de alimentos provenientes del sector agropecuario como carne, pescado, frutas y vegetales, granos y semillas, etc. Las compañías en este sector elaboran productos intermedios como botanas, confitería con y sin cacao, productos a base de granos molidos, sazónadores y aderezos, salsas, cereales para desayuno, galletas, café, té, grasas y aceites, azúcares, productos horneados, lácteos, entre otros.



En base a las estadísticas de la producción mundial de alimentos podemos observar (tabla 1) que la industria de alimentos procesados muestra un dinamismo importante, ya que presenta un incremento significativo del 2012 al 2013 y sobre todo se prevé siga creciendo en los próximos años.

A nivel internacional se observa que la producción mundial de alimentos al 2013 presenta un incremento muy importante del 2.3% llegando a un total de 4,697,000 dólares, en donde se observa (Tabla 1) que China es el mayor productor de alimentos en el mundo, seguidos de Estados Unidos y Japón. Cabe desatacar el lugar que ocupa México como el octavo productor del sector, sobre todo es importante señalar el incremento de producción del 4% con respecto al 2012.



Tabla 1

Producción mundial de alimentos 2013

País	Producción 2013 (mmd)	Crecimiento 2012-2013	% Part. 2013
China	1,241	12.6%	26.4%
EE. UU.	719	0.8%	15.3%
Japón	243	-18.3%	5.2%
Brasil	231	0.7%	4.9%
Alemania	171	2.5%	3.6%
Francia	156	0.3%	3.3%
Italia	143	2.3%	3.0%
México	135	4.0%	2.9%
Rusia	127	7.7%	2.7%
España	105	1.0%	2.2%
Otros	1,427	-4.4%	30.4%
Total	4,697	2.3%	100.0%



Fuente. ProMéxico.

El crecimiento de la industria de alimentos procesados en México, como lo señala la Secretaría de Economía (2014), se debe en parte a su capacidad productiva, la generación de bienes de alto valor agregado, disponibilidad de mano de obra especializada y suficientes materias primas para el abasto. En cuanto al estado de Sonora se consideran las actividades agropecuarias y pesqueras como sectores importantes sobre todo en cuanto a sus exportaciones de carne (fresca y congelada) de puerco y de res, camarón fresco y uvas frescas. En 2013 Sonora ocupó el 9º lugar por el valor de sus exportaciones, que alcanzaron un monto de 17,824.7 mdd, lo que representó el 5.4% a nivel nacional. Secretaría de Economía (2014).

Este impulso hace que las empresas mexicanas y sobre todo las PyMES, busquen cumplir con la normatividad internacional para poder llegar a más mercados extranjeros, ya que se han detectado demandas reales por los alimentos procesados mexicanos. Se considera que aquí es donde radica la oportunidad de que ya existe una oferta exportable de calidad que deberá apostar por la internacionalización.

Planteamiento del problema

Uno de los primeros retos que se tienen en México es hacer que las pequeñas y medianas empresas participen en la exportación. Esto permite atacar el problema del empleo y desarrollo regional. En México, las PyMES participan con sólo el 6% de las exportaciones totales, comparándolo con países como Italia y España en que las PyMES lo hacen alrededor del 40% del total de sus exportaciones por lo que se puede señalar que las empresas mexicanas tienen una aportación baja. (García de Alba Z.S. 2009).



En el contexto mexicano, Lerma (2006) destaca que los Estados Unidos suelen ser la primera y muchas veces la única opción en la mente de los empresarios mexicanos que desean exportar. Esto es natural y lógico porque el mercado de ese país es el más importante del mundo con un ingreso per cápita y poder de compra más de diez veces mayor que el promedio mexicano, pero sobre todo es el país más cercano geográficamente, sobre todo para las empresas de los Estados del Norte de México que son frontera con Estados Unidos, además que también es una zona donde existen muy buenas vías de intercomunicación entre ambos países.

Actualmente el entorno empresarial está marcado por la globalización, una mayor competencia, con cambios continuos y acelerados, la responsabilidad social, así como crisis económicas internacionales. Por lo anterior, las empresas necesitan desarrollar técnicas de dirección y administrar procesos que les permitan alcanzar la competitividad. Dado lo anterior se puede afirmar que la búsqueda de nuevos mercados, ir más allá de sus fronteras, ha sido un elemento esencial para las empresas que buscan la rentabilidad y sustentabilidad de sus negocios, por lo cual, la exportación se vuelve un elemento clave para la competitividad y permanencia de las organizaciones. Por lo tanto, se formuló la siguiente pregunta de investigación, objetivo e hipótesis:

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores de éxito que influyen en la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados del norte del país?



Objetivo General

Determinar los factores de éxito que favorecen la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados del norte del país, sobre la base del aumento de sus exportaciones.



Hipótesis de la investigación

Los factores de éxito que influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras del sector de alimentos procesados del norte del país, sobre la base del aumento en las exportaciones se considera que son: La selección del país de destino, las habilidades gerenciales, la capacidad instalada de la empresa, el precio de exportación y los apoyos del gobierno a la exportación.

Marco teórico

Los Factores de éxito representan las condiciones externas e internas que necesitan ser atendidas frecuente y cautelosamente por parte de los altos ejecutivos. Estos factores fijan las métricas del uso en el control operacional y la planeación estratégica (Luck, 1996). Razón por la cual en este proyecto se le denominó factores de éxito a los elementos que permiten a las empresas tener una planeación para fortalecer su internacionalización.

En cuanto a la revisión de la literatura sobre la internacionalización de las empresas se encontró que empezó a ser estudiada en la década de los cincuenta, cuando empresas estadounidenses comenzaron a realizar inversiones significativas en el extranjero, principalmente en Europa. Los primeros estudios realizados explican e identifican los factores del país, mercado o sector que determinaban las causas por las que las empresas realizan una Inversión Directa Extranjera (IDE) (Dunning, 1958). A final de los años 70, la expansión de las transacciones económicas a través de las fronteras nacionales refleja un incremento en el mercado mundial, mostrando que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional, de tal forma que ningún país puede escapar de los efectos de este incontenible cambio (Keohane y Milner, 1996).

Revisando la literatura la mayoría de los estudios previos sobre el comportamiento exportador tienden a situarse en tres grupos (Raymond et al., (2001). a) estudios centrados en el desarrollo del proceso de exportación, b) estudios dedicados al análisis de los motivos por los que las empresas

exportan y c) estudios orientados a la detección de los factores determinantes del éxito exportador de las empresas

Analizando los estudios sobre las PYMES exportadoras, Requena-Silvente (2005) estudia la dinámica del comportamiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas en el Reino Unido separando dimensiones distintas de la participación de las empresas en los mercados extranjeros: como empresas inducidas por el costo, empresas heterogéneas con inestabilidad macroeconómica. Los resultados muestran que las pymes ven la exportación como una inversión irreversible, con la dependencia estatal como el factor explicativo más grande. Por otra parte, las características de las empresas como el tamaño y la propiedad distinguen a las empresas exportadoras de las no exportadoras. Estos estudios sobre las exportaciones de las PyMES, que argumentan la búsqueda de características que distingan su proceso de internacionalización, con respecto a otro tipo de empresas.



Dentro de los enfoques de interés agrupados bajo la "perspectiva de proceso" incluimos el modelo del proceso de internacionalización de la escuela de Uppsala que se centra en describir cómo las empresas a medida que van aumentando el conocimiento sobre los mercados exteriores, irán incrementando sus recursos comprometidos en los mismos (Alonso y Donoso, (1998); Lee y Brasch, (1978); Welch y Wiedersheim-Paul, (1980). Este modelo de UPPSALA predice que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país concreto a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). El desarrollo de la actividad en el exterior tendría lugar a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación por parte de la empresa en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999), comenzando por las exportaciones.

Por lo tanto, en este estudio la variable dependiente propuesta es el éxito en la internacionalización de las empresas del sector de alimentos procesados, medida a través del aumento de las exportaciones. Se medirá el desempeño exportador de las PYMES del sector de alimentos procesados, mediante el volumen de las exportaciones en los mercados exteriores con respecto al total de ventas anuales realizadas por las empresas en los últimos cuatro años, por ser uno de los indicadores de más utilización en la mayoría de las investigaciones (Zou y Stan, 1998).



Conceptualización de las variables

En cuanto a las variables independientes propuestas para el presente estudio como son la selección del país de destino, las habilidades gerenciales, la capacidad de producción instalada en la empresa, el precio de exportación y los apoyos por parte del gobierno a las empresas exportadoras, se encontraron una serie de definiciones y sustentos teóricos que permitió darle la validez teórica necesaria en un estudio científico.



La selección de un país de destino compromete a la empresa a operar en un terreno determinado, lo que establece los cimientos para su futura expansión internacional. Esto indica las intenciones de la empresa con respecto a los competidores principales y determina la base para futuras batallas competitivas. La saturación de los mercados domésticos, el número creciente de competidores que se posicionan en mercados exteriores de una forma contundente y la erosión de la cuota de mercado en mercados domésticos “seguros”, hace que la selección de mercados exteriores se convierta en una decisión determinante en la internacionalización de las empresas (Douglas y Craig, 1992). Kotabe y Helsen (2002) señalan que las compañías generalmente realizan una selección (tamiz) preliminar de países antes de identificar oportunidades de mercado atractivas y claras para su producto o servicio.

Para la selección preliminar se clasifica a los países prospectos bajo una sola dimensión (por ejemplo, producto nacional bruto per cápita) o bajo un conjunto de múltiples criterios socioeconómicos, políticos y culturales disponibles a partir de fuentes de datos secundarias. Las características de los países a nivel macro pueden incluir entre varias: población, importaciones, exportaciones, Producto Nacional Bruto, índice de precios al consumidor, estabilidad política, etc. Una vez realizada la clasificación se procede a asignar valores a las variables de criterios para simplemente obtener una calificación representativa de cada país y obtener así al mayormente atractivo.

Las Habilidades Gerenciales, quizá uno de los factores más condicionantes de la expansión de las exportaciones en una firma es el tipo de visión, actitud, interés, y convencimiento de sus propietarios respecto a la importancia estratégica de la exportación. Sin una verdadera definición estratégica por parte de ellos, la expansión internacional sería muy difícil (Simmonds, 1968). La palabra habilidad por sí misma remite a la capacidad, gracia y destreza para ejecutar algo.



La Capacidad instalada de producción depende de la habilidad de la empresa para anticipar la demanda, a través del desarrollo de sistemas de producción que sean capaces de elaborar productos con un alto valor agregado que satisfagan las necesidades de los consumidores (Chen y Small, 1996; McCutcheon et al., 1994).



La capacidad tecnológica de producción provoca la diversificación del producto, lo que favorece la actividad exportadora en los mercados internacionales (Merino, 2001; Moreno y Rodríguez, 1998). En resumen, las exportaciones aumentan a medida que el sistema productivo se vuelve más automatizado y con un mayor contenido tecnológico, debido a que posibilita a la empresa a reaccionar más eficazmente a la oferta exportable y a los gustos de los consumidores (Tracey et al., 1999). Es el equipo y maquinaria necesaria que le permita a la empresa tener un ritmo de producción, para satisfacer la demanda de los clientes, sin sacrificar la calidad del producto y cumpliendo con los tiempos de entrega convenidos con el comprador (Nafinsa, 2006).

El precio de exportación, es el precio al cual debe de cotizar el exportador su producto, considerando una serie de factores para su determinación y fijación, desde la producción hasta que la mercancía pueda ser entregada al cliente en el extranjero, incluyendo las utilidades (Pro México, 2014). El precio es uno de los elementos más relevantes para competir, en materia de precios del mercado de pueden realizar dos tipos de investigación: estadística y directa (en el mercado). En una primera etapa la investigación debe ser general y se deben de conocer los precios en el mercado a nivel de países, más que encontrar empresas competidoras, se deben ubicar países competidores. Como factores que condicionan la estrategia de la empresa previa al inicio de la actividad exportadora, se encuentran la existencia de aranceles, el control del tipo de cambio, la magnitud de los costos de transporte, el sistema impositivo sobre la selección de los mercados y del modo de ingreso. Estas variables macroeconómicas no sólo afectan a la elección de dónde y cómo se exportará, sino elementos como la fortaleza de la moneda del mercado destino, el INCOTERM, los precios internacionales y el de la competencia, la estructura de costos, la elasticidad de la demanda, entre otros, que influyen en las decisiones estratégicas del cómo determinar el precio de exportación (Cavusgil, 1990).

Con respecto a los apoyos del gobierno a la exportación, existen programas de apoyo a la exportación por parte del gobierno federal y estatal. Desde hace



muchos años, en México, las exportaciones han contribuido y han tenido un papel fundamental en el crecimiento económico del país. Según un artículo de la revista El Economista (2009), se afirma que, "la estrategia de desarrollo de oferta exportable y promoción de exportaciones es una prioridad para el gobierno federal por su contribución al logro de las metas del desarrollo económico, entre las que se encuentran: mejorar la balanza de pagos, crear empleos y mantener la competitividad en el país." El gobierno mexicano apoya a los PyMES, con centros de información de mercado, análisis de oportunidades, demandas, nichos de mercados que hace Bancomext. Son apoyos para quienes quieran exportar y para quienes ya están exportando, módulos para que quien desee exportar reciba capacitación y consultoría. Los pueden operar gobiernos estatales, universidades y centros de negocios siempre y cuando se comprometan a buscar el servicio de las PYMES y se da toda la asesoría necesaria.

Método

La presente investigación está basada en el método científico; es un estudio cuantitativo, no experimental, llegando a ser explicativo y transversal, de acuerdo a las definiciones en Hernández Sampieri (2010). Es una investigación no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables independientes y su efecto en la variable dependiente. Es descriptiva porque presenta la evolución y problemática de esta industria. Correlacional al analizará la relación entre las variables para convertirse en explicativa al describir la relación causal del fenómeno a estudiar relacionando sus variables. Es transversal porque se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único.

Población y muestra.

Para definir la población de estudio se buscaron las empresas exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora. Tomando como base el directorio de exportadores de la Secretaría de Economía. El directorio presenta un total de 45 empresas exportadoras del sector de alimentos. La muestra (n) se determinó con un 95% de confiabilidad y un 5% de grado de error, por lo que resultó un tamaño de la muestra representativa de 40 empresas.



Elaboración del instrumento

En base a un marco teórico extenso que sustentan las variables/factores propuestos se elaboró una encuesta que consta de 36 preguntas, dividido en dos secciones, una del perfil del encuestado y datos de identificación de la empresa con 10 preguntas y la segunda parte en donde hay un promedio de 5 o 6 preguntas por variable o constructo con un total de 26 preguntas para el análisis estadístico inferencial.



Operacionalización de las variables

Para este estudio de investigación se ha decidido que la variable dependiente que medirá el incremento de las exportaciones de las PYMES del sector de alimentos procesados del estado de Sonora, estará en función del porcentaje de incremento de las exportaciones en los últimos 4 años (2012 al 2015) con respecto al total de ventas anuales de la empresa, mientras que para cada una de las cinco variables independientes: selección del país de destino, habilidades gerenciales, capacidad de producción instalada en la empresa, precio de exportación y apoyo a la exportación por parte del gobierno, la unidad y escala de medida estará en función de la propia variable, tal y como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2 Operacionalización de las variables dependiente e independientes.

Variable	Tipo	Número de ítems	Escala	Unidad de medida	Medición	Índice
<u>Variable Dependiente:</u>						
Incremento en las exportaciones	Catagórica y numérica	6	Ordinal e Intervalo	Likert y rangos	Aumento de las exportaciones	Porcentaje
<u>Variables independientes:</u>						
Selección del país	Catagórica	6	Ordinal	Likert	De 1 a 5	Relevancia
Habilidades Gerenciales	Catagórica	6	Ordinal	Likert	De 1 a 5	Relevancia
Capacidad instalada	Catagórica	6	Ordinal	Likert	De 1 a 5	Relevancia
Precio de exportación	Catagórica	6	Ordinal	Likert	De 1 a 5	Relevancia
Apoyo del Gobierno	Catagórica	6	Ordinal	Likert	De 1 a 5	Relevancia

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Resultados de la estadística descriptiva.

Perfil de los encuestados:



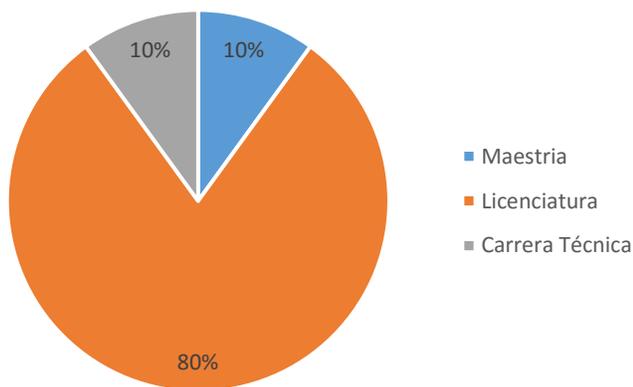
En base a la estadística descriptiva se detallan los resultados obtenidos acerca de las empresas que participaron en la investigación, datos de identificación de los encuestados, datos de identificación de la empresa y un análisis de la dinámica de exportación evaluando la antigüedad en la exportación.

• Grado académico de las encuestas

En la siguiente grafica se muestra el grado académico de los participantes, se puede observar que 80% de los encuestados tiene el grado de licenciatura, el 10% cuenta con una carrera técnica y el 10% restante a obtenido el grado de maestría.



GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia en base a el análisis descriptivo de la encuesta a las pymes exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora.

El grado académico representa la formación educativa o profesional que una persona posee tras realizar los estudios. El grado académico es el valor o calidad que puede tener una persona en relación con otras.

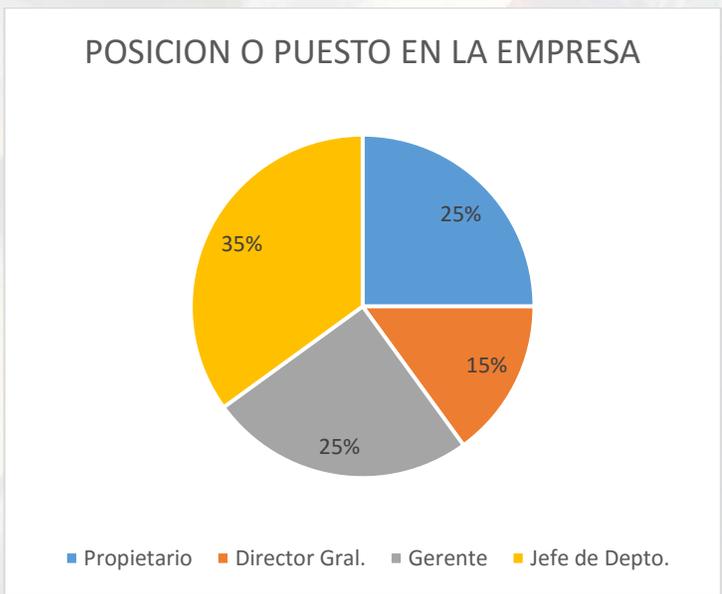


(wikipedia.org/wiki/Título académico). Ciertos trabajos exigen un grado especial de preparación. En el caso de las empresas exportadoras, los mismos empresarios han expresado la importancia de contar con preparación en las áreas administrativas y de negocios internacionales que garantice un buen desempeño en las gestiones administrativas y estratégicas de la empresa.



- Posición o puesto en la empresa.

En la siguiente gráfica se muestra la posición organizacional de las personas que respondieron en la encuesta. En ella se puede observar que el 25% son propietarios de la empresa, el 15% son directores generales, el 25% son gerentes de la empresa y el 35% son jefes del departamento de comercialización y exportaciones.



Fuente: Elaboración propia en base a el análisis descriptivo de la encuesta a las pymes exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora.

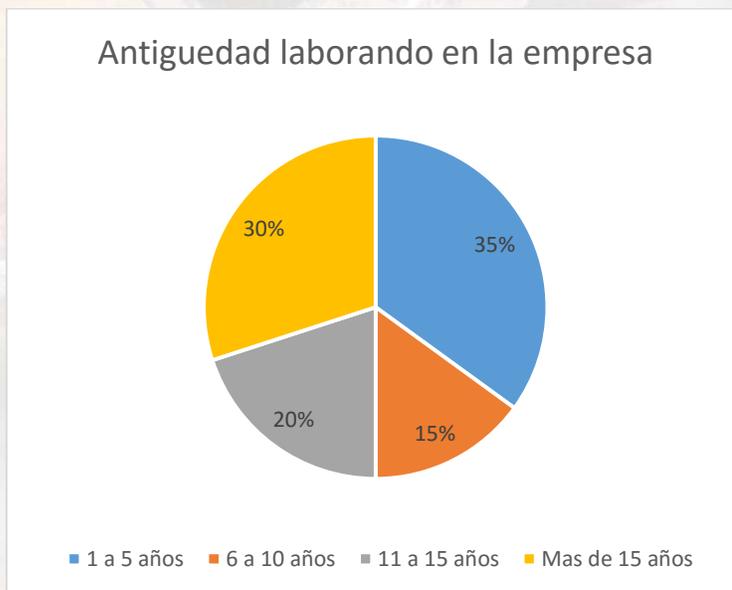
Los datos presentados con las respuestas a esta pregunta pretenden mostrar que el grupo encuestado es una muestra homogénea en cuanto a su responsabilidad organizacional en las empresas y que conocen acerca de los negocios internacionales y su dinámica, en las empresas que trabajan.



- Antigüedad laborando en la empresa

En la siguiente grafica podemos observar la antigüedad laborando en la empresa con la que cuentan los entrevistados. El 35% de los encuestados tiene

de 1 a 5 años trabajando en la empresa, el 15% cuentan con 6 a 10 años, el 20% tienen de 11 a 15 años y el 30% tiene más de 15 años.



Fuente: Elaboración propia en base a el análisis descriptivo de la encuesta a las pymes exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora.

La antigüedad en el trabajo, además de ser un dato referencial importante para un trabajador, sirve a muchos otros efectos. Entre los beneficios no monetizados de la antigüedad laboral, se esconden otros que responden a principios de la cultura de la empresa que reconocen el talento y la fidelidad de sus trabajadores. La grafica nos muestra que el 35% de los trabajadores en puestos claves tienen poco tiempo laborando en la empresa, de 1 a 5 años, sin embargo, la otra gran mayoría con un 30% tienen más de 15 años trabajando en la empresa. Correlacionando estos resultados con los parámetros anteriores, vemos que los que tienen más antigüedad, más de 15 años en la empresa, en su mayoría son propietarios de las mismas, mientras que los que tienen menos antigüedad de 1 a 5 años, ocupan puestos de responsabilidad específicos como lo es jefe del departamento de comercialización y exportaciones.



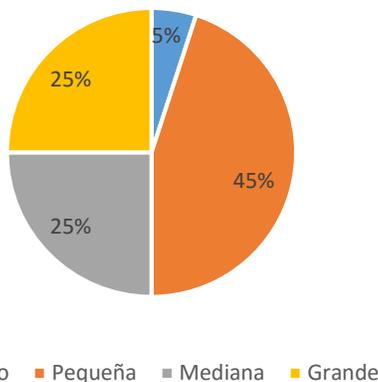
• Tamaño de empresa según el número de trabajadores.

La siguiente grafica nos muestra que un 5% son microempresas, 45% pequeñas, 25% medianas y 25% empresas grandes. Siendo en su mayoría empresas pequeñas que cuentan con alrededor de 11 a 50 empleados. Se

puede observar que las empresas pequeñas, en un gran porcentaje y las medianas y grandes, son las que realizan actividades de exportación en el estado de Sonora.



Clasificación de la Empresa según el número de empleados

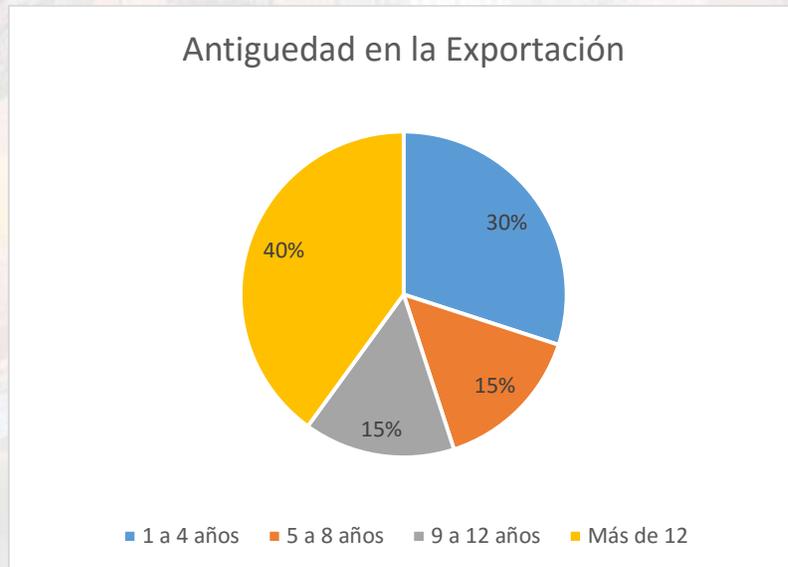


Fuente: Elaboración propia en base a el análisis descriptivo de la encuesta a las pymes exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora.

Para estratificar a las empresas por su tamaño según el número de empleados se tomó como base la siguiente referencia: De común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se considera necesario establecer una estratificación que partiendo del número de trabajadores tome en cuenta un criterio de ventas anuales, con el fin de evitar la discriminación en contra de empresas intensivas en mano de obra y de que empresas que tienen ventas significativamente altas participen en programas diseñados para micro, pequeñas y medianas empresas. Secretaría de Economía (2009).

- Antigüedad de la empresa en la actividad de exportación

En esta grafica se muestran los resultados obtenidos del tiempo que tienen las empresas encuestadas en la dinámica de exportación. Se puede observar que el 30% de las empresas tienen de 1 a 4 años exportando, 15% de 5 a 8 años, 15% de 9 a 12 años y 40% de las empresas tienen más de 12 años realizando actividades de exportación.



Fuente: Elaboración propia en base a el análisis descriptivo de la encuesta a las pymes exportadoras del sector de alimentos procesados del estado de Sonora.



Esto es importante ya que las respuestas a esta pregunta sugieren la experiencia en exportaciones con que cuenta la empresa y en base a ello es posible deducir el impacto de los factores de éxito considerados en la presente investigación sobre los incrementos en las exportaciones de la empresa.

Resultados de la estadística inferencial



Para la comprobación de la hipótesis se utilizó el análisis de regresión lineal de datos, a través del SPSS v.21, en la que se describe la relación existente entre la variable dependiente y las Variables independientes, encontrándose los siguientes resultados por cada una de las variables seleccionadas:

Para la variable X1 Selección del país de destino (tabla 3), la R cuadrada nos indica que esta variable tiene un impacto con un 61.7% de la variación del incremento en las exportaciones.



Tabla 3
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.786 ^a	.617	.596	.687	2.000

a. Predictores: (Constante), Selección de países

b. Variable dependiente: Incremento de las exportaciones

El estadístico Durbin Watson que es igual a 2.000, se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo cual, podemos asumir que los residuos son independientes. La tabla Anova nos informa si existe o no relación significativa entre las variables. El nivel crítico (Sig.) indica que, si suponemos que el valor de R es cero, es improbable (Probabilidad=0.000) R en este análisis toma el valor de .786 lo cual implica que R es mayor que 0 y que, en consecuencia, las variables están linealmente relacionadas.

Para la variable X2 Habilidades gerenciales (tabla 4), la R cuadrada nos indica que esta variable si tiene un impacto con un 56.5% de la variación del incremento en las exportaciones.

Tabla 4
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.752 ^a	.565	.541	.765	1.659

a. Predictores: (Constante), Con Habilidad Gerencial

b. Variable dependiente: Incremento de las exportaciones



El estadístico Durbin Watson que es igual a 1.659, se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo cual, podemos asumir que los residuos son independientes. La tabla Anova nos informa si existe o no relación significativa entre las variables. El nivel crítico (Sig.) indica que, si suponemos que el valor de R es cero, es improbable (Probabilidad=0.000) R en este análisis toma el valor de .752 lo cual implica que R es mayor que 0 y que, en consecuencia, las variables están linealmente relacionadas.



Para la variable X3 Capacidad de producción (tabla 5) la R cuadrada nos indica que esta variable si tiene un impacto con un 23.5% de la variación del incremento en las exportaciones.

Tabla 5
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.484 ^a	.235	.192	.818	1.782

a. Predictores: (Constante), Mejoras a los procesos

b. Variable dependiente: Incremento de las exportaciones

El estadístico Durbin Watson que es igual a 1.782, se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo cual, podemos asumir que los residuos son independientes. La tabla Anova nos informa si existe o no relación significativa entre las variables. El nivel crítico (Sig.) indica que, si suponemos que el valor de R es cero, es improbable (Probabilidad=0.000) R en este análisis toma el valor de .484 lo cual implica que R es mayor que 0 y que, en consecuencia, las variables están linealmente relacionadas. El valor de Sig. .030 indica que si existe relación lineal significativa.

Para la variable X4 Precio de exportación (tabla 6) la R cuadrada nos indica que esta variable si tiene un impacto con un 24.2% de la variación del incremento en las exportaciones.

Tabla 6
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.492 ^a	.242	.200	.835	2.004

a. Predictores: (Constante), Precios de exportación

b. Variable dependiente: Incremento de las exportaciones

El estadístico Durbin Watson que es igual a 2.004, se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo cual, podemos asumir que los residuos son independientes. La Anova nos informa si existe o no relación significativa entre las variables. El nivel crítico (Sig.) indica que, si suponemos que el valor de R es cero, es improbable. R en este análisis toma el valor de .492 lo cual implica que R es mayor que 0 y que, en consecuencia, las variables están linealmente relacionadas. El valor de Sig. .028 indica que si existe relación lineal significativa

Finalmente, para la variable X5 Apoyo del gobierno a la exportación (tabla 7) la R cuadrada nos indica que esta variable si tiene un impacto muy significativo con un 74.2% de la variación del incremento en las exportaciones.

Tabla 7
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.862 ^a	.742	.728	.564	1.713

a. Predictores: (Constante), Gracias al apoyo del gobierno

b. Variable dependiente: Incremento de las exportaciones

Para X5 Apoyo del gobierno a las empresas exportadoras: en la tabla 7 del resumen del modelo, la R cuadrada nos indica que el 74.2% de la variación del aumento en las exportaciones esta explicada por el apoyo que brinda el gobierno a las empresas exportadoras del sector objeto de estudio. El análisis de regresión lineal simple no permite afirmar que las relaciones detectadas



sean de tipo causal, solo es posible hablar de grado de relación. El estadístico Durbin Watson que es igual a 1.713, se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo cual, podemos asumir que los residuos son independientes. La_Anova nos informa si existe o no relación significativa entre las variables. El nivel crítico (Sig.) indica que, si suponemos que el valor de R es cero, es improbable (Probabilidad=0.000) R en este análisis toma el valor de .862 lo cual implica que R es mayor que 0 y que, en consecuencia, las variables están linealmente relacionadas. El valor de Sig. .000 indica que si existe relación lineal significativa.



Conclusiones

Mediante el análisis de resultados de regresión lineal simple para cada uno de los factores propuestos de esta investigación se estimaron los efectos y la importancia relativa de las variables independientes en la variable dependiente que es el incremento de las exportaciones de las PyMEs del sector de alimentos procesados del estado de Sonora. Se tomaron como variables predictoras: la selección del país de destino, las habilidades gerenciales, la capacidad de producción instalada, el precio de exportación del producto y los apoyos por parte del gobierno a las empresas exportadoras.

Con base a lo anterior, la hipótesis planteada para este estudio, si se acepta, ya que el impacto en la variable dependiente, es significativo para cada una de las variables independientes, cabe destacar que la variable Apoyo a la exportación por parte del gobierno, es la que resultó en primer orden de importancia relativa, con un valor en su *Beta* estandarizada de .862, mientras que las variables Selección del país de destino =.786 queda en segundo lugar de importancia, la variable Habilidades gerenciales =.752 en tercer lugar y las variables Precio de exportación =.492 y Capacidad de producción instalada en la empresa=.484 quedan en 4to y 5to lugar respectivamente obteniendo valores significativos. Por otro lado, se presume que existe evidencia suficiente en el marco teórico del estudio, que sustente los resultados obtenidos en el modelo de regresión simple que se presentó.



Bibliografía

- Alonso, J.A. y Donoso, V. (1998). Competir en el Exterior. La Empresa Española y los Mercados Internacionales, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.
- Cavusgil, (1990). On the Internationalization Process of Firms, en Thorelli, H.B. y Cavusgil, S.T. (Eds.). International Marketing Strategy (3a edition), Ed. Pergamon Press, Oxford, Inglaterra.
- Chen, I.J.; Small, M.H. (1996). Planning for Advanced Manufacturing Technology. International Journal of Operations and Production Management, Vol.16 (5), 4-26.
- Douglas S.P. Craig C.S. (1992) Advances in International Marketing // International Journal of Research in Marketing, – Vol. 9, pp. 291-318.
- Dunning, J.H. (1958). American Investment in British Manufacturing Industry. Ed. Allen &Unwin, Londres.
- García, Alba Z.S. (2009) Mayor impulso a pymes para fortalecer economía nacional
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. 4ª Ed. McGraw-Hill. México, D.F.
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas A.C., IMEF (2010).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010)
- Johanson, J., and Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm-four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, Vol. 12(3), 305-322.
- Keohane, R., and Milner, H. (1996). Internationalization and domestic politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kotabe y Helsen. (2002). Marketing Global Marketing, Ed. Limusa Wiley, México.
- Lee, W., and Brasch, J. (1978). The Adoption of Export as an Innovative Strategy. *Journal of International Business Studies*, Vol. 9(1), 85-93.
- Lerma K., Alejandro (2006). Comercio y Mercadotecnia Internacional, cuarta Edición, Thomson, México
- Luck, S. (1996). “Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful Small Business owners”. *Journal of Small Business Management*. Octubre. Vol. 34. 3, pp. 68-75.



McCutcheon, D.M.; Raturi, A.S.; Meredith, J.R. (1994). The customization-responsiveness squeeze. *Sloan Management Review*, Vol. 35(2), 88-99.pp.

MERINO, F. (2001). El proceso de internacionalización de las PyMEs. *Papeles de Economía Española* (89/90), 106-16.



Moreno, L.; Rodríguez, D (1998). Diferenciación de producto y actividad Exportadora de las empresas manufactureras españolas, 1990-1996. *Information Comercial Española*, (773), 25-35.

Nacional Financiera, S.A. NAFINSA, 2006

ProMéxico 2014, con base en INEGI, Global Insight

Raymond, M. A.; Kim, J. y Shao, A. T. (2001): «Export Strategy and Performance: A Comparison of Exporter in a Developed Market and a Emerging Market», *Journal of Global Marketing*, volumen 15, páginas 5-29

Requena-Silvente, F. (2005). The decision to enter and exit foreign markets: Evidence from U.K. SMEs. *Small Business Economics* 25,237-253

Rialp A. (1999). Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura. *Cambio Tecnológico y Competitividad*. N°.781, 117-128

Simmonds, K., and Smith, H. “The First Export Order: A Marketing Innovation British Journal of Marketing, Summer, 1968, pp 93-100. An interview study of nine UK exporting firms

Secretaria de Economía. (SE 2014).

Welch. L. W., & Wiedersheim-Paul, F. (1980). Initial exports – A marketing failure?, *Journal of Management Studies*, 17(3): 333-344.

Zou, Sh. and Stan, S. (1998). The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, Vol. 15(5), 333-356.

