



## La internacionalización de las PYMES manufactureras en el norte de México

Pérez Vargas, Irma<sup>1</sup>; Blanco Jiménez, Mónica<sup>2</sup> & Dávila Aguirre, Mario César<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, Monterrey, Nuevo León, México, [irmapeva@msn.com](mailto:irmapeva@msn.com), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 8329 4000

<sup>2</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, Monterrey, Nuevo León, México, [moniblancoj77@hotmail.com](mailto:moniblancoj77@hotmail.com), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 8329 4000

<sup>3</sup>Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, Monterrey, Nuevo León, México, [mario.davilagr@uanl.edu.mx](mailto:mario.davilagr@uanl.edu.mx), Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 8329 4000

---

*Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:*

*Revisión por pares*

*Fecha de aceptación: Agosto de 2018*

*Fecha de publicación en línea: Diciembre de 2018*

---

### Resumen

A ljluede lograr el desarrollo económico y social de cualquier región.

**Palabras claves:** vinculación universidad-empresa-gobierno, universidad empresarial, competitividad, innovación.

### Abstract

Thkljke economic and social development of any region can be achieved.

**Key words:** university-company-government linkage, business university, competitiveness, innovation.

## 1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, el estudio de las PyMES se ha vuelto relevante por el papel que juegan en las economías en donde operan. A partir de características tales como la flexibilidad para adaptarse rápidamente a los cambios de su entorno y la gran cantidad que existe de ellas en el mundo, se crean situaciones que favorecen a la economía de los países donde operan. Por ejemplo, estas empresas son consideradas como grandes generadoras de empleo, buenas contribuyentes al producto interno bruto e incluso fuentes en la generación y aplicación de innovaciones tecnológicas.

A pesar de lo anterior, existe poca investigación, en particular, en el caso de los países con economías emergentes (Acs, Dana, & Jones, 2003) en donde si bien es cierto que ya existen trabajos al respecto, también es cierto que este tipo de investigación es incipiente por lo que varios autores recomiendan estudiar el fenómeno de internacionalización de las PyMES bajo este contexto.

En México se han realizado estudios en torno a las PyMES de diversa índole los cuales son en su mayoría de tipo exploratorio o cualitativo; existen pocos estudios bajo un enfoque cuantitativo como el que aquí se pretende adoptar. La mayor parte de ellos se enfoca en temas relacionados ya sea en el empresario, o bien, en la innovación tecnológica por lo que evidente la necesidad de cubrir más áreas de investigación respecto a las PyMES en México ya que, si bien lo que se ha hecho hasta ahora es útil no ha sido suficiente para generar políticas adecuadas a la situación de las PyMES mexicanas. Tal es el caso del fomento a la exportación de este tipo de empresas. Como resultado de lo anterior se tiene que muchas de estas políticas se implementan a partir de los modelos que existen en países desarrollados lo que no siempre genera buenos resultados. De ahí la importancia de incrementar el conocimiento en torno a las PyMES del país y conocer las experiencias regionales, en particular las de la zona norte del país.

En el caso particular del Estado de Tamaulipas, existen pocos estudios realizados en torno a las PyMES. Los que se encuentran disponibles en las fuentes secundarias, versan principalmente sobre temas tales como el análisis de los efectos del liderazgo del emprendedor y los de la innovación sobre el desempeño de estas empresas, así como las formas de financiamiento que estas adoptan. Por lo que el análisis multifactorial que se realiza en este trabajo respecto a los factores que impulsan la internacionalización de las PyMES en Tamaulipas aportará evidencia empírica novel y útil para la toma de decisiones en esta área.

### 1.1 La importancia de PYMES en la economía

A partir de finales del siglo pasado, y hasta el día de hoy, se ha elaborado una gran cantidad de trabajos de investigación relacionados con las actividades comerciales que las pequeñas y medianas empresas (PyMES) realizan dentro y fuera de su país de origen. Aunque la gran mayoría de estas investigaciones provienen y se centran en los países desarrollados (Senik, Isa, Scott-Ladd, & Entrekin, 2010), en la actualidad ya existe investigación incipiente relacionada con países de economías emergentes, la cual está captando la atención mundial.

Existen varias razones por las que las PyMES, y en particular las de economías emergentes, han atraído las miradas del mundo

hacia ellas. Estas surgen a partir de las siguientes ideas centrales: el gran y creciente número de PyMES alrededor del mundo, la contribución que estas hacen a la economía de los países donde radican y la importancia que han adquirido los países de economías emergentes como nuevos centros del desarrollo mundial.

Una razón por la que actualmente hay interés en el estudio de estas empresas es su cantidad. En la mayoría de los países existe una cantidad considerable de PyMES las cuales contribuyen a la economía de la nación en que radican. Por ejemplo, en las economías con un elevado índice de desarrollo como Estados Unidos, Canadá, Holanda y Australia, el porcentaje de PyMES es superior al 98% del total de empresas del país (INEGI, 2014) mientras que en países tales como la India, China, Taiwán, Malasia y los países de América Latina este porcentaje oscila entre un 95 y un 99% (Chiao, Yang y Yu, 2006; Katua, 2014).

Otras razones están relacionadas con la contribución que estas empresas hacen a la economía del país donde residen (Katua, 2014) y, por ende, a la economía del mundo (OCDE, 2004). Por ejemplo, son grandes generadoras de empleos (Kongolo, 2010) debido a que estas suministran, aproximadamente, más del 90% del empleo total de cada país (Aragón y Rubio, 2005). También son consideradas como contribuyentes importantes de impuestos (Katua, 2014), fuentes de innovación tecnológica (Lee, Shin, & Park, 2012), principalmente en los países desarrollados, e inclusive, reductoras de la pobreza de los países en donde se encuentran (Beck, Demirguc-Kunt, & Levine, 2005).

Finalmente, un argumento a favor del estudio de las PyMES de economías emergentes es el dado por la OCDE (2013) al considerar que, debido a los cambios ocurridos en la dinámica económica mundial, estos países deben considerarse como los nuevos centros de crecimiento y desarrollo del mundo dado el avance constante y sostenido que han presentado en los últimos años a pesar de las crisis que se han experimentado de manera global.

De lo expresado en párrafos anteriores, es importante destacar que, si bien los beneficios derivados de las actividades de las PyMES provienen de empresas tanto de servicio como de manufactura, el presente trabajo de investigación centra su atención en PyMES del sector manufacturero. Este punto de vista se adota porque según un reporte de la Organización Mundial del Comercio (WTO, por sus siglas en inglés), en los últimos 10 años, la contribución del sector manufacturero al comercio mundial ha crecido de manera sostenida manteniendo un valor promedio superior al 60% del total de las exportaciones realizadas durante el periodo mencionado (WTOa, 2015). Asimismo, en diversos estudios se reconoce la importancia de ese sector, por ejemplo en Jiménez (2007) y Senik, Isa, Scott-Ladd, y Entrekin (2010). A continuación, se provee información sobre la importancia del sector manufacturero de México en la economía del país y la contribución de las PyMES a este sector.

### 1.2 Importancia del sector manufacturero y las PyMES en México

El sector manufacturero en México es el más importante en producción bruta total nacional (PBT, según el Glosario del INEGI (2014), este indicador representa el valor monetario de todos los bienes y servicios emanados de la actividad económica como resultado de las operaciones realizadas por las unidades económicas del país)

al generar 48.2% del total nacional. Asimismo, este sector concentra 11.6% de las unidades económicas (UE) y 23.5 % del personal ocupado total (POT) del país, ver Figura 1. Además, es el principal sector generador de valor agregado, característica que ha sido constante desde el 2008 (INEGI, 2014 c).

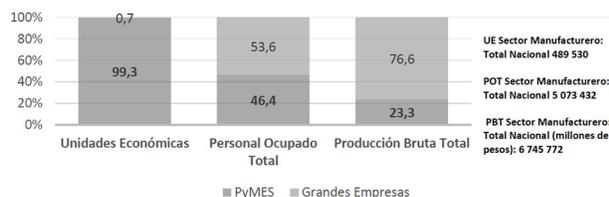
Figura 1. Importancia de las manufacturas en la economía mexicana en 2013.



Fuente: INEGI a, 2014.

En el sector manufacturero, las PyMES representan el 99.3 % de las UE y generan el 23.3 % de la PBT a la vez que emplean al 46.4 % del POT. Por su parte, las grandes empresas (GE, 251 y más personas) contribuyen con el porcentaje complementario de cada uno de los indicadores mencionados. Lo anterior hace evidente que la contribución de las PyMES en este sector es importante tanto por el gran número de UE con las que participa (99.3 % del total nacional) como por el POT que emplea cuyo valor es cercano al cincuenta por ciento del total del sector, ver Figura 2.

Figura 2. Participación de las PyMES en el sector manufacturero de México en 2013.



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI a, 2014.

Según ProMéxico (2015), México tiene una de las economías emergentes más importantes de América Latina y en su economía, la participación del sector manufacturero es la más importante. Asimismo, al igual que en la mayoría de los países, el número de PyMES del país es muy grande, por lo que fortalecer a estas empresas para que sus actividades locales e internacionales se realicen de forma exitosa puede tener resultados positivos para el país.

### 1.3 La internacionalización de las PYMES mexicanas

México es una de las economías más abiertas del mundo. Hoy en día, se ha consolidado como la principal nación exportadora de América Latina y la decimoquinta a nivel global. Actualmente para el país, el comercio exterior representa el 63 % de su producto interno bruto, cuando en 1994 este porcentaje alcanzaba tan solo el 27 % (ProMéxico, 2015). Las mejoras en materia de comercio exterior se deben en gran medida a que el país cuenta con una red de 12 Trata-

dos de Libre Comercio (TLCs) con 44 países, 28 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIs) y 9 acuerdos de comercio (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la ALADI (SE, 2016).

En los últimos once años, las exportaciones del sector manufacturero han representado, en promedio, el 83.25% del total de las exportaciones del país, ver Tabla 1. Además, estas han crecido de manera constante durante este periodo, Figura 3. Por lo que, al igual que a nivel local, las actividades del sector de manufactura son altamente relevantes para la economía nacional.

Tabla 1. Exportaciones del sector manufacturero en relación a las exportaciones totales de México, 2007-2017.

Año	Total de exportaciones FOB (Millones de dólares)	Total de exportaciones del sector manufacturero FOB (Millones de dólares)	% exportaciones sector manufacturero respecto a exportaciones totales
2007	271,875.31	219,709.42	<b>80.81</b>
2008	291,342.60	230,881.58	<b>79.25</b>
2009	229,703.55	189,698.40	<b>82.58</b>
2010	298,473.15	278,617.08	<b>93.35</b>
2011	349,433.39	245,745.30	<b>70.33</b>
2012	370,769.89	301,993.44	<b>81.45</b>
2013	380,015.05	314,573.41	<b>82.78</b>
2014	397,128.66	337,296.92	<b>84.93</b>
2015	380,772.02	339,976.65	<b>89.29</b>
2016	373,939.22	336,081.04	<b>89.88</b>
2017	409,494.17	364,485.15	<b>89.01</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Banco de Información Económica del INEGI.

Figura 3. Crecimiento de las exportaciones totales y las exportaciones del sector manufacturero en MDD, 2007-2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Banco de Información Económica del INEGI.

A nivel nacional, la participación de las PyMES del sector manufacturero en el comercio exterior es pequeña comparada con la de las grandes empresas. Durante el periodo comprendido entre los años 2007 al 2016, se puede apreciar que las exportaciones de este tipo de empresas presentaron un promedio anual de 6.91% del total de las exportaciones del sector. Sin embargo, a partir del

2010, se observa una tendencia negativa en la participación de las PyMES manufactureras en las exportaciones nacionales, cayendo de 7.62% a 5.36%, ver Tabla 2. Además, cabe destacar que el número de PyMES manufactureras y exportadoras a nivel nacional es considerablemente menor que el de las PyMES manufactureras no exportadoras tal como se mostrará en una sección posterior.

Tabla 2. Exportaciones del sector manufacturero de México, por tamaño de empresa del 2007-2014, en miles de dólares.

AÑO	TOTAL ANUAL	%	PEQUEÑAS	%	MEDIANAS	%	PyMES	GRANDES	%
2007	199,116,261.00	100	1,682,711.00	0.85	13,578,841.00	6.82	7.66	183,854,709.00	92.34
2008	213,904,954.00	100	1,729,384.00	0.81	14,748,051.00	6.89	7.70	197,427,519.00	92.30
2009	170,717,454.00	100	1,701,668.00	1.00	13,805,503.00	8.09	9.08	155,210,283.00	90.92
2010	219,656,488.00	100	1,792,328.00	0.82	14,936,189.00	6.80	7.62	202,927,971.00	92.38
2011	244,854,676.00	100	1,697,732.00	0.69	16,380,330.00	6.69	7.38	226,776,614.00	92.62
2012	265,707,639.00	100	1,695,656.00	0.64	16,239,487.00	6.11	6.75	247,772,496.00	93.25
2013	281,903,839.00	100	1,545,213.00	0.55	16,537,693.00	5.87	6.41	263,820,933.00	93.59
2014	306,353,758.00	100	1,826,257.00	0.60	16,425,766.00	5.36	5.96	288,101,735.00	94.04
2015	313,558,226.00	100	1,536,574.00	0.49	14,805,255.00	4.72	5.21	297,216,397.00	94.79
2016	303,831,992.00	100	1,539,978.00	0.51	14,738,241.00	4.85	5.36	287,553,773.00	94.64

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Banco de Información Económica del INEGI

De acuerdo con los resultados del Censo Económico 2014, del sector manufacturero de México, la Región Noreste, integrada por los Estados de Nuevo León, Coahuila de Zaragoza, Chihuahua, Tamaulipas y Durango, es considerada como el primer lugar nacional por su contribución del 26.6 % al producto bruto total (PBT) así como por ocupar al 27.5 % del personal total (POT) nacional, a pesar de contar tan solo con el 8.6 % de las unidades económicas (UE) de este sector a nivel nacional (INEGI, 2014).

Como se mencionó anteriormente, dentro de esta región se encuentra Estado de Tamaulipas, el cual es de interés central en el presente estudio debido a la gran actividad económica generada por las grandes empresas maquiladoras que se encuentran ubicadas al Norte del mismo, así como por su ubicación geográfica la cual es considerada estratégica para la exportación de productos.

#### 1.4 Las exportaciones de las PYMES en el Estado de Tamaulipas

Tamaulipas cuenta con una población de 3, 441, 698 habitantes en una superficie de 78,380 km<sup>2</sup> (INEGI, 2015). La actividad exportadora del Estado es importante ya que ocupa el quinto lugar respecto al volumen total de las exportaciones nacionales (INEGI e, 2016), ver Tabla 3; González García (2015), indica que los productos que destacan en las exportaciones del Estado son los químicos, electrónicos, equipos de computación y televisores, con ventas anuales estimadas en 22 mil 943 millones de dólares.

Tabla 3. Exportaciones por Entidad Federativa en %

Entidades	2016	Entidades Cont.	2016
Total	100.0	Jalisco	5.5
Chihuahua	13.3	Sonora	5.4
Coahuila de Zaragoza	11.6	Querétaro	3.2
Baja California	11.1	Campeche	2.9
Nuevo León	9.9	Puebla	2.9
Tamaulipas	7.7	San Luis Potosí	2.6
Guanajuato	6.8	Aguascalientes	2.4
Estado de México	5.7	Resto de las entidades	10.7

Fuente: INEGI e, 2016.

En el periodo comprendido entre los años 2007 al 2016, del total de las exportaciones de mercancías de Tamaulipas, en promedio, el 98.49% se originaron en el sector manufacturero (BIE, 2016). Contrario a lo que se observa a nivel nacional (Tabla 4), donde se presenta una tendencia negativa en los últimos tres años en la contribución del sector manufacturero al total de las exportaciones del país, en Tamaulipas no existen variaciones significativas en la contribución del sector manufacturero al total de las exportaciones de la Entidad durante el mismo periodo.

Tabla 4. Exportaciones del sector manufacturero de Tamaulipas, en miles de dólares.

Exportaciones/Periodo	2007	%	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%
Exportaciones totales de Tamaulipas.	22,517,429	100.00%	23,850,568	100.00%	18,394,220	100.00%	21,308,302	100.00%	22,100,606	100.00%
Exportaciones del sector manufacturero de Tamaulipas.	22,138,057	98.32%	23,417,153	98.18%	18,138,080	98.61%	20,949,117	98.31%	21,606,800	97.77%
Exportaciones/Periodo	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%
Exportaciones totales de Tamaulipas.	22,282,632	100.00%	22,943,682	100.00%	27,423,025	100.00%	26,283,710	100.00%	24,919,631	100.00%
Exportaciones del sector manufacturero de Tamaulipas.	21,878,329	98.19%	22,516,450	98.14%	27,064,471	98.69%	26,078,466	99.29%	24,763,883	99.37%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el BIE del INEGI.

Con respecto a la Situación de las PyMES manufactureras exportadoras de Tamaulipas, y de acuerdo al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2016), en la frontera de Tamaulipas hay 10, 127 establecimientos, de todos los sectores y tamaños, que participan en el mercado nacional. Sin embargo, tan sólo 242 de ellos llevan a cabo actividades comerciales a nivel internacional a través de la exportación de sus productos o servicios.

De las 242 empresas exportadoras de Tamaulipas, 128 son PyMES, de las cuales 76 pertenecen al sector manufacturero. A partir del análisis de la proporción que guardan las PyMES manufactureras que exportan —76— y el total de PyMES Estatal — 8115— es posible notar que representan tan sólo el 0.93%, es decir, menos del 1% de las PyMES manufactureras del Estado.

Al analizar los datos de las Tablas 2 y 5, encontramos que, a nivel nacional, la distribución porcentual de las empresas manufactureras de exportación según su tamaño por total de personal ocupado es, en promedio, 64 % de PyMES y 34 % de grandes empresas. Durante el mismo periodo, las PyMES manufactureras aportaron, en promedio, 7.3 % del total de las exportaciones del sector, mientras que las grandes empresas contribuyeron con 92.7 %.

Tabla 5. Empresas de exportación por tamaño y personal ocupado en México.

Periodo	2007	%	%Acum	2008	%	%Acum	2009	%	%Acum	2010	%	%Acum	2011	%	%Acum
Total	6040	100	na	6178	100	na	6194	100	na	6110	100	na	5973	100	na
1 a 10	305	5.0%	5.0%	288	4.7%	4.7%	337	5.4%	5.4%	316	5.2%	5.2%	293	4.9%	4.9%
11 a 50	1136	18.8%	23.8%	1177	19.1%	23.8%	1287	20.8%	26.2%	1212	19.8%	25.0%	1119	18.7%	23.6%
51 a 250	2445	40.5%	64.3%	2456	39.8%	63.5%	2528	40.8%	67.0%	2472	40.5%	65.5%	2420	40.5%	64.1%
251 a 500	2349	39.8%	80.1%	1003	16.2%	79.7%	968	15.6%	82.6%	948	15.5%	81.0%	970	16.2%	80.4%
501 y más	1197	19.8%	100.0%	1254	20.3%	100.0%	1074	17.3%	100.0%	1162	19.0%	100.0%	1171	19.6%	100.0%
Periodo	2012	%	%Acum	2013	%	%Acum	2014	%	%Acum	2015	%	%Acum	2016	%	%Acum
Total	5934	100	na	5844	100	na	5845	100	na	5942	100	na	5901	100	na
1 a 10	297	5.0%	5.0%	265	4.5%	4.5%	192	3.3%	3.3%	206	3.5%	3.5%	175	3.0%	3.0%
11 a 50	1062	18.2%	23.2%	1068	18.3%	22.8%	1022	17.5%	20.8%	1006	16.9%	20.4%	975	16.5%	19.5%
51 a 250	2349	39.8%	62.8%	2284	39.1%	61.9%	2345	40.1%	62.9%	2341	39.4%	59.8%	2308	39.1%	58.6%
251 a 500	996	16.8%	79.6%	965	16.5%	78.4%	960	16.4%	77.3%	991	16.7%	76.5%	1016	17.2%	75.8%
501 y más	1210	20.4%	100.0%	1262	21.6%	100.0%	1326	22.7%	100.0%	1398	23.5%	100.0%	1427	24.2%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Banco de Información Económica del INEGI

Para el caso del Estado de Tamaulipas, como se mencionó anteriormente, de las 8115 PyMES manufactureras con las que éste cuenta, sólo 76 de ellas exportan; esto significa que solo existe un 0.93 % de PyMES exportadoras en el Estado, y que el resto, 99.07 %, son grandes empresas exportadoras. Aunque no se cuenta con cifras exactas sobre el porcentaje de contribución de las PyMES exportadoras al total de la exportación estatal, se infiere que este debe ser considerablemente pequeño comparado con la aportación de las grandes empresas.

En esta sección se presentaron hechos tales como que a nivel mundial las PyMES son reconocidas por su aportación a la economía de las naciones donde radican. Por ejemplo, en el caso del sector de manufactura, el cual en sí mismo es importante, las PyMES contribuyen de forma sustancial a la economía del país mediante sus actividades a nivel doméstico.

Sin embargo, esto no sucede con las actividades económicas que realizan al exterior del país debido al reducido número de PyMES manufactureras que participan como exportadoras, tal como se plantea en el caso de las PyMES manufactureras y exportadoras de Tamaulipas.

En este sentido, se vuelve interesante aprovechar el elevado número de PyMES que conforman al sector manufacturero, y que sólo desempeñan actividades comerciales a nivel doméstico, para incrementar las exportaciones del país como resultado de extender las actividades comerciales de estas empresas a otras naciones; lo que a su vez redundaría en la mejora de la balanza de pagos del país, favorecería la creación de empleos y el crecimiento económico.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 La internacionalización de las PyMES

A mitad de la década de los 70s, con base en el trabajo seminal de Cyert & March (1963), i.e Teoría Conductual de la Empresa, surgieron las teorías conocidas como evolutivas o de proceso, para analizar la internacionalización de las compañías. Estas teorías son: la Teoría del Proceso de la Internacionalización o Modelo de Uppsala (Johanson & Vahlne, 1977), Teoría de Fases de la Internacionalización o Modelos de Innovación (Bilkey & Tesar, 1977; Reid, 1981) y la Teoría de Redes (Johanson & Mattson, 1993).

Casi de forma paralela a las teorías evolutivas, se desarrollaron otras teorías desde el punto de vista basado en recursos, el cual surge a partir del trabajo seminal de Penrose (1959), Teoría del Crecimiento de la Empresa. Entre las teorías más relevantes de esta corriente se encuentran la teoría de internacionalización desde el Enfoque Basado en Recursos (Barney, 1991) y Teoría de la Internacionalización desde el Punto de Vista Basado en el Conocimiento (Conner, 1991 and Grant, 1996).

De forma simultánea al desarrollo del Enfoque Basado en Recursos (RBV, Resource Based View), se desarrolló la investigación enfocada en empresas que no seguían ninguno de los primeros modelos conductuales de internacionalización, a este tipo de empresas se les llamó International New Ventures (INV), Born Globals (BG) o Nacidas Globales (Knight & Cavusgil, 1996), y a la teoría de internacionalización generada en torno a ellas fue denominada Teoría de la Internacionalización de las INV o Teoría de Internacionalización de las Nacidas Globales (Mtigwe, 2006).

Derivada de la teoría anterior surge otra línea de investigación de la internacionalización de empresas que están basadas en el conocimiento (Knowledge-based) o son de conocimiento intensivo (Knowledge-intensive); a esta teoría se le conoce actualmente como Teoría del Emprendedurismo Internacional (IE, por sus siglas en inglés) (McDougall & Oviatt, 2000). Por último, a partir del año 2000, surgió otro enfoque llamado Holístico o Integrativo (Mtigwe, 2006); en este los autores buscan integrar diferentes teorías para explicar el fenómeno de la internacionalización de las empresas, cualquiera que sea su tipo, a partir de un solo modelo.

A través del tiempo, los trabajos de investigación empírica desarrollados a partir de las teorías mencionadas han aumentado de forma considerable. Como resultado, diferentes definiciones de internacionalización se han desarrollado; cada una elaborada a partir del enfoque bajo el que se realiza el estudio. A continuación, se presentan algunos ejemplos de estas definiciones.

Bajo el enfoque de procesos, se encuentra la definición provista por Welch y Loustarinen (1993) que establece que la internacionalización es un proceso mediante el cual las operaciones de la empresa se extienden al exterior del país, el cual comienza con la exportación de sus productos. Por su parte, bajo el enfoque de redes, la internacionalización se define como el proceso acumulativo de relaciones que son establecidas, desarrolladas y mantenidas (o disueltas) a fin de lograr los objetivos de la empresa (Johanson y Vahlne, 1990).

Ahora bien, en el enfoque de recursos, la internacionalización puede entenderse como el proceso mediante el cual se desarrollan, acumulan y mueven recursos almacenados para realizar actividades internacionales (Ahokangas, 1998); mientras que al estudiar a las Nacidas Globales esta se entiende como el proceso de evolución de las empresas en el cual los empresarios (emprendedores) toman ventaja de las redes existentes y de las oportunidades que aparecen utilizándolos como puente para llegar a otros mercados (Madsen & Servais, 1997).

Finalmente, en el Emprendedurismo Internacional la internacionalización se define como “La combinación del comportamiento innovador, proactivo, buscador de toma de riesgos más allá de las fronteras nacionales y que está destinado a crear valor en las organizaciones” (Oviatt & McDougall, 2005: 903). En el presente trabajo de investigación, debido a las características de las empresas sujeto de estudio, y el contexto en el que se desenvuelven, se adoptará la definición de Welch y Loustarinen (1993).

### 2.2 Factores que impulsan la internacionalización de las PyMES

Como se puede apreciar, la producción teórica sobre la internacionalización de las empresas ha sido constante y abundante. De forma paralela, se han llevado a cabo estudios empíricos para comprobar la teoría desarrollada. Según Pett, Francis, & Wolff (2004), un gran número de autores han investigado las fuerzas que estimulan la decisión de una empresa por iniciar, desarrollar, continuar, cesar, o fortalecer sus operaciones a nivel internacional. Algunos refieren que estas fuerzas o factores son totalmente críticos y dinámicos ya que constituyen el verdadero motor hacia la internacionalización (Wiedersheim-Paul, Olson y Welch, 1978).

Tal como se puede anticipar, el número de contextos o circunstancias en las que operan las PyMES es muy amplio, por lo

que, de igual forma, el número de factores que pueden dar pie al fenómeno de internacionalización es vasto. Sin embargo, varios autores en un esfuerzo por sintetizar lo anterior, han desarrollado esquemas dicotómicos tales como: factores internos (basados en la empresa) y externos—basados en el ambiente— (Andersson et al. 2004), motivadores de empuje o jale (Barlett, 1991) o proactivos y reactivos (Johnston y Czinkota, 1985).

Los factores internos de la empresa han sido ampliamente estudiados ya que existe una gran cantidad de ellos. Entre estos se encuentran los relacionados con los atributos del producto, las capacidades de la empresa y los atributos del empresario (Salomon & Saber, 2005). En este trabajo de investigación se analizarán como parte de los factores internos de la empresa, la capacidad instalada (Andersson, Gabrielsson, & Wictor, 2004), la innovación tecnológica (Escandón-Barbosa & Hurtado-Ayala, 2014), y las habilidades internacionales del empresario (Andersson *et al.*, 2004).

Asimismo, existen una gran variedad de factores externos que afectan las operaciones de la empresa (Dunning, 1988) los cuales han sido estudiados. Entre ellos se encuentran los que se analizarán en esta investigación, estos son los apoyos financieros (Berman & Héricourt, 2010) y la asistencia institucional de promoción a la exportación (Álvarez, 2004; Wilkinson Thomas & McNally, 2011). Los factores mencionados, tanto internos como externos, serán objeto del análisis de elementos que fomentan la internacionalización de las PyMES y cuya teoría y estudios empíricos se presentarán en mayor detalle en el marco teórico del presente trabajo de investigación.

### 2.3 Brechas teóricas

La importancia de fomentar las actividades de las PyMES a nivel internacional para fortalecer la economía de los países en donde radican se pone de manifiesto de manera constante en la revisión de literatura. Aun y cuando un gran número de autores han investigado las fuerzas que estimulan la decisión de una empresa por iniciar, desarrollar, continuar, cesar, o fortalecer sus operaciones a nivel internacional (Pett, Francis, & Wolff, 2004), estos trabajos, en su gran mayoría, se han generado en los países con economías desarrolladas; por lo que actualmente, existe la necesidad de producir más investigación en el contexto de los países con economías emergentes en la que se consideren las condiciones que privan hoy día a nivel mundial (Francioni, B., Musso, F., & Cioppi, M, 2015)

Adicionalmente, existe la necesidad de desarrollar más investigación empírica que ayude a sustentar o generalizar la teoría desarrollada. Lo anterior debido a que en los resultados existentes aún falta consenso para determinar qué relación tienen algunos factores con la internacionalización de las PyMES. Por ejemplo, respecto a la capacidad instalada, mientras que algunos autores concluyen que ésta tiene una relación positiva con la internacionalización de las PyMES (Restrepo & Vanegas, 2015), otros concluyen que esta relación es inversa e incluso otros mencionan que no existe relación entre ambas (Andersson, Gabrielsson, & Wictor, 2004).

Asimismo, mientras que en los países desarrollados los resultados sobre la relación positiva que guardan tanto la innovación tecnológica como los factores personales del empresario respecto a la internacionalización de las PyMEs son consistentes, en los países

con economías emergentes no lo son (Damijan, Kostevc, & Polanec, 2010).

Ahora bien, a partir de la revisión de la bibliografía, se observa que en relación a los factores externos que se consideran en el presente estudio, es decir, los apoyos financieros y los programas de promoción a la exportación, también existe la necesidad de llevar a cabo más estudios empíricos que permitan sustentar la teoría desarrollada respecto a la relación que tienen con la internacionalización de las PyMES.

Por ejemplo, en relación a los apoyos financieros, existen pocos trabajos realizados en el contexto de las economías emergentes y a nivel microeconómico (Manolova, Manev & Gyoshev, 2014). Además, no existen suficientes trabajos que sigan la misma metodología como para permitir que los resultados de las diferentes investigaciones sean comparables y permitan construir una base de conocimiento homogénea sobre la cual partir.

De igual forma, respecto a los programas de promoción a la exportación, se observa que es necesaria más evidencia empírica que permita generalizar los resultados en los países de economías emergentes debido a que actualmente existen resultados contradictorios sobre esta variable (Álvarez, 2004; Freixanet, 2012).

### 3. MÉTODO

El presente estudio es una investigación exploratoria descriptiva, no experimental y con un enfoque cualitativo (Hernández-Sampieri, R. H., Fernández, C. F., & Baptista, P., 2003) debido a que se desea mostrar la internacionalización que tienen las PYMES en economías emergentes como en México, de manera particular las que están en el Norte de México como en el Estado de Tamaulipas. Se presenta un análisis estadístico de la importancia de las PyMES manufactureras en la economía y por el otro lado se analizan las teorías que impulsan la internacionalización de las empresas.

### 4. RESULTADOS

Como resultados del análisis teórico con la evolución de la internacionalización, se observó en la teorías que la mayoría de las empresas opera dentro del marco de la globalización. Mientras que algunas de ellas, como las grandes empresas de los países desarrollados (GEPD) y las grandes empresas de los países con economías emergentes (GEPE) pueden capitalizar las oportunidades que presenta la globalización para favorecer la comercialización de sus productos o servicios tanto doméstica como internacionalmente (Abbas, 2014), otras como las PyMES no siempre lo logran.

Las pequeñas y medianas empresas de países desarrollados (PyMED) aunque enfrentan las dificultades propias de su condición, tienen una mayor probabilidad de éxito en el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la globalización para realizar sus actividades comerciales doméstica e internacionalmente de forma exitosa, mientras que para las PyMES de economías emergentes (PyMEE) esto sucede con menor frecuencia.

Lo anterior puede deberse a que en los países desarrollados, existen estructuras institucionales adecuadas tales como políticas, sistemas regulatorios y financieros, entre otros, que favorecen el comercio internacional de este tipo de empresas (Arranz & De Arro-

yabe, 2009). Mientras que en los países de economías emergentes los aspectos anteriores no siempre están presentes, lo cual dificulta la internacionalización de sus PyMES (Forsman, Hinttu, & Kock, 2002; Ketkar & Acs, 2013). Sin embargo, en este último grupo de empresas, se encuentran algunas cuyas actividades comerciales a nivel internacional no solo son posibles, sino que son exitosas a pesar de las circunstancias en las que operan.

Así como otras empresas, las PyMES tienen diferentes motivos para internacionalizarse, por ejemplo, mejorar su competitividad e imagen, contar con mayor estabilidad financiera al tener flujos en otras divisas, mejorar el aprovechamiento de la capacidad instalada de producción, reducir costos debido a mayores volúmenes de venta, acceder a nuevos mercados, disminuir los riesgos derivados de las variaciones de la demanda interna, entre otros (ProMéxico, 2015). De igual forma, el país se beneficia con el incremento de la cantidad de PyMES exportadoras, debido a que esto se traduce en mejoras en su economía. Entonces, surge el deseo, inquietud y curiosidad por conocer los factores o determinantes que impulsan la internacionalización de este tipo de empresas. Este planteamiento puede visualizarse mediante el siguiente mapa conceptual.

## 5. CONCLUSIONES

En conclusión, para que sea posible impulsar la internacionalización de las PyMES, en especial las de países con economías emergentes como México, es necesario tomar en cuenta los modelos holísticos o integrales de la internacionalización de las empresas como se señaló ampliamente en el Marco Teórico.

Estos resultados permiten aportar información relevante de beneficio macro y microeconómico. A nivel macroeconómico la expectativa es que esto sirva al Gobierno del Estado para generar políticas dirigidas al afianzamiento de los factores que hacen posible que las PYMES se internacionalicen; además, se busca que, al fomentar y fortalecer las actividades internacionales de la PyMES esto se refleje en un incremento en sus exportaciones, y por ende en la mejora del equilibrio de la balanza comercial del país. Por otro lado, a nivel microeconómico, se debe proporcionar a las PyMES manufactureras un marco de referencia por medio del cual puedan desarrollar y fortalecer su internacionalización al tiempo que se consolidan como empresas competitivas dentro de su giro de manera local.

## REFERENCIAS

- Abbas, J. A. (2014). Globalization and inequalities. *International Journal of Commerce and Management*, 24(2), 114-118.
- Acs, Z., Dana, L., & Jones, M. (2003). Toward new horizons: the internationalization of entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 5-12.
- Ahokangas, P. (1998). *Internationalization and Resources: An Analysis of Processes in Nordic SMEs. Doctoral Dissertation*. Vaasa: Universitas Wasaensis.
- Alvarez, R. (2004). Sources of export success in small and medium-sized enterprises: the impact of public programs. *International Business Review*, 13(2004), 383-400.
- Andersson, S., Gabrielsson, J., & Wictor, I. (2004). International Activities in Small Firms: Examining Factors Influencing the Internationalization and Export Growth of Small Firms. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21(1), 22-34.
- Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores Asociados con el Éxito de las PyMES industriales en España. *Universia Business Review*, 8(4), 38-51.
- Arranz, N., & De Arroyabe, J. (2009). Internationalisation process of Spanish small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 27(4), 420-441.
- Barlett, C. (1991). The challenges, motivations, and mentalities of MNC management. En J. L. Bower, *The Craft of General Management* (págs. 262-270). Boston MA: Harvard Business Review.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, Growth, and Poverty: Cross-country Evidence. *Journal of Economics*, 199-229.
- Berman, N., & Héricourt, J. (2010). Financial factors and the margins of trade: Evidence from cross-country firm-level data. *Journal of Development Economics*, 93(2010), 206-217.
- BIE. (2014). Banco de Información Económica. Recuperado de INEGI: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
- Bilkey, W. (1978). An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of the Firms. *Journal of International Business Studies*, 33-46.
- Björkman, I., & Kock, S. (1995). Social Relationships and Business Networks: The Case of Western Companies in China. *International Business Review*, 4(4), 519-535.
- Chiao, Y.-C., Yang, K.-P., & Yu, C.-M. J. (2006). Performance, Internationalization, and Firm-specific Advantages of SMEs in a Newly-Industrialized Economy. *Small Business Economics*, 26(5), 475-492.
- Conner, K. (1991). A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm? *Journal of Management*, 17(1), 121-154.
- Cyert, R. M., & March, J. (1963, 1992). *A Behavioral Theory of the Firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Damijan, P., Kostevc, A., & Polancec, S. (2010). From innovation to exporting or vice versa? *The World Economy*, 33(3), 374-398.

- Dunnig, J. (1988). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extension. *Journal of International Business Studies*, 19(1), 1-31.
- Escandón-Barbosa, D. M., & Hurtado-Ayala, A. (2014). Los determinantes de la Orientación Exportadora y los Resultados en las PyMEs Exportadoras en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 430-440.
- Forsman, M., Hinttu, S., & Kock, S. (2002). *Internationalization from a SME Perspective. IMP Conference*. Dijon: IMP.
- Francioni, B., Musso, F., & Cioppi, M. (2015). Decision-maker characteristics and international decisions for SMEs. *Management Decision*, 53(10), 2226-2249.
- Freixanet, J. (2012). Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. *International Business Review*, 21(2012), 1065-1086.
- Grant, R. (1991). A resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Hernández-Sampieri, R. H., Fernández, C. F., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- INEGI. (2014). Micro, Pequeña, Mediana y Grande Empresa: Estratificación de los Establecimientos. Recuperado de Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática: <http://www.inegi.gob.mx>
- INEGI. (2014c). Perspectiva Estadística Tamaulipas. Recuperado de Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática: [Http://www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- INEGI. (Encuesta Intercensal 2015 de 2015). Cuéntame, información por Entidad: Tamaulipas. Recuperado de Cuéntame de México: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tam/default.aspx?tema=me&e=28>
- Jiménez-Martínez, I. (2007). Determinantes para la Internacionalización de las Pymes Mexicanas. *Análisis Económico*, 12(49), 111-125.
- Johanson, J., & Mattsson, L. G. (1993). Internationalization in industrial systems – a network approach, strategies in global competition. En P. & Buckley, *The Internationalization of the Firm: A Reader*. London: Academic Press.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign markets commitments. *Journal of International Business Studies*, 23-32.
- Johnston, W., & Czinkota, M. R. (1985). Export attitudes of industrial manufacturers. *Industrial Marketing Management*, 14(1), 123-132.
- Katua, N. T. (2014). The Role of SMEs in Employment Creation and Economic Growth in Selected Countries. *International Journal of Education and Research*, 12(2), 461-472.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (1996). The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory. *Advance in International Marketing*, 8(1), 11-26.
- Kongolo, M. (2010). Job creation versus job shedding and the role of SMES in economic development. *African Journal of Business Management*, 11(4), 288-295.
- Lee, Y., Shin, J., & Park, Y. (2012). The Changing Patterns of SMEs Innovativeness through Business Model Globalization. *Technological Forecasting & Social Change*, 832-842.
- Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process? *International Business Review*, 6(6), 561-583.
- Manolova, T., Manev, I., & Gyoshev, B. (2014). Friends with money? Owner's financial network and new venture internationalization in a transition economy. *International Small Business Journal*, 32(8), 944-966.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship literature in the 1990s and directions for future research. En D. L. Sexton, & R. W. Smilor, *Entrepreneurship 2000* (págs. 291-320). Chicago, IL: Upstart Publishing.
- Mtigwe, B. (2006). Theoretical milestones in international business: The journey to international entrepreneurship theory. *Journal of International Entrepreneurship*, 2006(4), 5-25.
- OCDE. (2004). *Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs en the Global Economy*. Istanbul Turkey: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- OCDE. (2013). *Fortering SMEs participation Global Markets: Final Report*. New York: Center for Entrepreneurship and local development.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Pett, T. L., Francis, J. D., & Wolff, J. A. (2004). Examining SMES internationalization motives as an extension of competitive strategy. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 16(1), 46-65.
- ProMéxico. (2015). *Decídete a Exportar: Guía Básica*. México: ProMéxico e INADEM.
- Reid, S. (1981). The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12(2), 101-112.
- Restrepo-Morales, J., & Vanegas-López, J. (2015). Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. *Contaduría y Administración*, 60(4), 836-863.
- Salomon, R., & Shaver, J. M. (2005). Export and Domestic Sales: Their Interrelationship and Determinants. *Strategic Management Journal*, 855-871.
- SE. (2016). Acuerdo para el Comercio Exterior. Recuperado de Secretaría de Economía: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos>
- Senik, Z. C., Isa, R. M., Scott-Ladd, B., & Entekin, L. A. (2010). Influential Factors for SME Internationalization: Evidence from Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 4(2), 285-304.
- SIEM. (2016). Empresas que exportan. Recuperado de Sistema de Información Empresarial Mexicano. <http://www.siem.gob.mx/>
- Welch, L., & Luostarinen, R. (1993). Internationalization: Evolution of a Concept. En P. J. Buckley, & P. N. Ghauri, *The Internationalization of a Firm: A Reader*. London: Academic Press.

- Wiedersheim-Paul, F., Olson, H. C., & Welch, L. S. (1978). Pre-export activity: The first step in internationalization. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 47-58.
- Wilkinson, T., Thomas, A., & McNally, M. (2011). The Impact of U.S.-Sponsored Foreign Trade Office Activities. *Journal of Global Marketing*, 24(2011), 181-195.
- WTOa. (2015). International Trade Statistics 2015. World Trade Organization.