

Factores incentivadores e inhibidores de la actividad exportadora en las pequeñas y medianas empresas mexicanas

pp. 75-92

AFONSO VAGARECHA CABIÇO MUIBO*
MARÍA DEL CARMEN SANDOVAL CARAVEO**

* Doctorando en Estudios Económico Administrativos. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, México. E-mail: 211B35011@alumno.ujat.mx. ORCID: [0000-0002-0330-0215](https://orcid.org/0000-0002-0330-0215). Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=p32vo_wAAAAJ&hl=es.

** Doctora en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, México. E-mail: maria.sandoval@ujat.mx. ORCID: [0000-0002-5482-3032](https://orcid.org/0000-0002-5482-3032). Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=xtXmmLsAAAAJ&hl=es>.

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO**How to cite this article:**

Vagarecha, A. y Sandoval, M. del C. (2023). Factores incentivadores e inhibidores de la actividad exportadora en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Revista Perspectiva Empresarial*, 10(1), 75-92.

Recibido: 21 de octubre de 2022
Aceptado: 28 de abril de 2023

RESUMEN **Objetivo.** Identificar los incentivos e inhibidores internos o externos que afecten la actividad exportadora de las pequeñas y medianas empresas mexicanas. **Metodología.** El estudio se basa en una exhaustiva revisión documental de artículos científicos en los que se buscó, seleccionó y analizó la información más relevante relacionada con el tema objeto de estudio. **Resultados.** Se evidencian la fortaleza financiera, la innovación tecnológica, la certificación de marca, la capacidad productiva, el conocimiento del mercado externo, los distintos apoyos externos a la exportación como los incentivos para exportar. De igual manera la falta de habilidades empresariales, el conocimiento del mercado externo, las barreras no arancelarias, los procedimientos comerciales transfronterizos y la escasez de financiación han sido identificados como los inhibidores para exportar. **Conclusiones.** La intervención de los tomadores de decisiones fortalece, aún más, los incentivos a las exportaciones al reducir los obstáculos a las mismas y permitir el éxito de las empresas en el mercado internacional.

PALABRAS CLAVE incentivos, inhibidores, internacionalización, exportación, pymes exportadoras.

Factors encouraging and discouraging export activity in small and medium-sized Mexican businesses

ABSTRACT **Objective.** To identify internal and external incentives and inhibitors affecting the export activity of small and medium-sized Mexican firms. **Methodology.** The study is founded on a comprehensive documentary review of scientific journal articles in which the most relevant information pertaining to the topic of study was identified, selected, and analyzed. **Results.** Financial strength, technological innovation, brand certification, productive capacity, knowledge of the external market, and external support for exporting were identified as the main export incentives. In a similar vein, lack of entrepreneurial skills, knowledge of the external market, non-tariff barriers, cross-border trade procedures, and insufficient access to financing have been identified as exporting inhibitors. **Conclusions.** The intervention of policymakers strengthens export incentives through the reduction of barriers to exports, thus enabling companies to succeed in the global market.

KEY WORDS Incentives, Inhibitors, Internationalization, Export, Exporting, Exporting SMEs.

Fatores de incentivo e inibição da atividade exportadora em pequenas e médias empresas mexicanas

RESUMO **Objetivo.** Identificar incentivos e inibidores internos ou externos que afetam a atividade exportadora de pequenas e médias empresas mexicanas. **Metodologia.** O estudo baseia-se numa exaustiva revisão documental de artigos científicos em que se procurou, selecionou e analisou a informação mais relevante relacionada com o tema em estudo. **Resultados.** São evidentes a solidez financeira, a inovação tecnológica, a certificação da marca, a capacidade produtiva, o conhecimento do mercado externo e os diversos apoios externos às exportações como os incentivos à exportação. Da mesma forma, a falta de competências empresariais, o conhecimento do mercado externo, as barreiras não tarifárias, os procedimentos comerciais transfronteiriços e a falta de financiamento foram identificadas como inibidores da exportação. **Conclusões.** A intervenção dos decisores reforça ainda mais os incentivos à exportação, reduzindo os obstáculos às exportações e permitindo que as empresas tenham sucesso no mercado internacional.

PALAVRAS CHAVE incentivos, inibidores, internacionalização, exportação, PME exportadoras.

Introducción

La literatura sobre la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas —pymes— puntualiza que la exportación es el medio más común de ingreso en los mercados externos. Las pymes tienden a entrar en los mercados externos especialmente como exportadoras porque es la forma más cómoda, que ahorra recursos, sencilla y rápida de lograr la internacionalización (Liñán, Paul and Fayolle, 2020). La exportación es una actividad empresarial fundamental para la salud económica de las naciones debido a que aporta significativamente al empleo, la balanza comercial, el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida (Bianchi and Wickramasekera, 2016). La exportación también puede ofrecer a las pymes posibilidades de crecimiento, aumento de beneficios y estabilización de la demanda. Los diversos estudios sugieren que las empresas que exportan pueden obtener importantes ventajas (Morgan and Katsikeas, 1997). De ahí que muchos gobiernos de naciones desarrolladas, recién industrializados y en desarrollo han hecho de la exportación una prioridad absoluta para sus empresas locales (especialmente las pymes), así como varios han formulado sofisticadas estrategias comerciales orientadas a la exportación y amplios programas de asistencia para fomentar el florecimiento de las ventas de exportación (Seringhaus, 1993).

En el caso de México se analizan diferentes sectores clave de su economía desde la perspectiva de las cadenas de suministro, por lo que se destaca que las empresas mexicanas integradas en ellas son en su mayoría pymes (Hernández-Castorena, Fajardo y Aguilar, 2017). Según el INEGI (2020), con datos del último censo económico, en 2019, el 99,8 % de las unidades económicas son pymes; inclusive generan el 52,2 % del producto interno bruto —PIB— y el 70 % del empleo (INEGI, 2020), lo que constituye un hilo guía para la economía. Del total de ingresos producidos en 2019 por las pymes en México, el 14,2 % fue producido por las microempresas, el 16,1 % por las pequeñas empresas y el 21,9 % por las medianas empresas. En consecuencia, es indudable de que estas empresas contribuyen significativamente a la economía. Por otra parte, las pymes mexicanas están excesivamente enfocadas al mercado interno

—incluso local— con poca presencia internacional, pues tan solo el 14 % de estas empresas exportan al mercado internacional (OECD, 2020).

Dada la importancia de las pymes para la economía mexicana, sin olvidar las dificultades que encuentran para introducirse en el mercado internacional, es fundamental que se proporcionen recursos enfocados a la provisión de incentivos externos (por ejemplo, los programas de promoción de exportaciones —PPEs—, financiamiento, asistencia en el desarrollo de marcas, certificaciones e información sobre mercados de exportación) como medio para solventar las dificultades que experimentan estas empresas en cuanto a su iniciativa hacia la actividad exportadora. En cambio, a nivel interno, los directivos pueden tomar iniciativas innovadoras para hacer frente a los retos que presentan los mercados internacionales y desarrollar habilidades que les ayuden a superar los factores inhibidores de la exportación.

Por otro lado, las pymes tienen que enfrentarse a factores externos inhibidores que a menudo dificultan sus exportaciones. Las prácticas y protocolos que conllevan los negocios internacionales, la agresiva competencia de los mercados extranjeros y las diferencias culturales entre países y regiones son ejemplos citados como obstáculos externos a la exportación (Kahiya, 2018). Asimismo, los factores inhibidores internos inherentes a las pymes también dificultan la continuidad de la actividad exportadora. Entre las razones que limitan la presencia internacional de las pymes mexicanas están la escasa cultura de internacionalización de los directivos y la falta de formación del personal (Reynoso, 2017).

Como efecto a largo plazo, las exportaciones aumentan la posibilidad de supervivencia de las pymes y pueden ayudarlas a vencer las dificultades a las que se enfrentan en los mercados nacionales debido a la fuerte competencia con las grandes firmas, actuando como válvula de evasión (Lee et al., 2012). Sin embargo las pymes de los países emergentes, incluido México, deben estar preparadas para gestionar los factores que dificultan la exportación y que suelen acompañar al esfuerzo exportador (Paul, Sundar and Gupta, 2017).

La principal razón de la menor participación de las firmas en la actividad exportadora tiene

que ver con los diversos factores inhibidores que existen en los mercados de exportación (Crick, 2002). Sin embargo se sabe muy poco sobre los “exportadores fracasados”, es decir, las pymes que han intentado ingresar en los mercados extranjeros o que solían exportar pero que se han retirado de esta actividad. Además, hay pocos estudios que sigan la clasificación teórica de las barreras a la exportación en externas e internas (Altıntaş, Tokol and Harcar, 2007); asimismo, geográficamente, la mayor parte de estudios relacionados con exportaciones han sido realizados principalmente en Europa y otros tantos en América (Neupert, Baughn and Dao, 2006). En consecuencia, la comprensión de la evolución de estos dos tipos de obstáculos en el proceso de internacionalización sigue siendo limitada.

El estudio se llevó a cabo bajo revisión bibliográfica en profundidad mediante un alcance descriptivo con el fin de llenar los vacíos teóricos identificados en México y analizar los factores que incentivan e inhiben a las pymes para adoptar la actividad exportadora. Con base en lo anterior, la organización del documento es la siguiente: en primer lugar se expone la fundamentación teórica sobre los factores que incentivan e inhiben las exportaciones en las pymes. Seguidamente se procede a la descripción general de la metodología. Luego se muestran los resultados y la discusión. Finalmente se presenta la respectiva conclusión.

Marco teórico

Factores de incentivo a la exportación

Los incentivos a la exportación pueden definirse en términos generales como factores que inciden en la iniciativa de una empresa para mantener o desarrollar operaciones de exportación (Paul, Sundar and Gupta, 2017). Sin embargo en la literatura se han utilizado varios términos para describir colectivamente las fuerzas que impulsan o potencian la intervención de las empresas en las tareas de exportación entre los que se encuentran: estímulos a la exportación; motivadores de la exportación; impulsores de la exportación; incentivos a la exportación; factores facilitadores; factores iniciadores y auxiliares y evocadores de la

atención a la exportación (Morgan, 1997). En este estudio, vale la pena aclarar que estos términos se utilizarán indistintamente.

La intervención de la empresa en las tareas de exportación es consecuencia de una serie de incentivos que se originan en su entorno interno y los que provienen de su entorno externo (Leonidou et al., 2007). Los incentivos internos a la exportación incluyen la competencia única y el exceso de capacidad en gestión, marketing, producción o recursos financieros; mientras que los factores externos de incentivo a la exportación incluyen los pedidos arbitrarios de clientes extranjeros, las oportunidades del mercado exterior, la competencia interna y el apoyo gubernamental a la exportación (Revindo y Gan, 2016). Otros autores proponen una clasificación más detallada de los incentivos a la exportación; así, por ejemplo, las dicotomías interno/externo y proactivo/reactivo pueden integrarse en una matriz clasificatoria de cuatro celdas: proactivo-interno; proactivo-externo; reactivo-interno y reactivo-externo (Leonidou, 1995; Morgan, 1997).

Incentivos a la Exportación	
Interno	Recursos Humanos <ul style="list-style-type: none"> • Interés/urgencia especial de los directivos • Viajes de gestión al extranjero • Utilización de talentos/capacidades/tiempo de gestión especiales
	Financiero <ul style="list-style-type: none"> • Estancamiento/decremento de las ventas/beneficios nacionales • Potencial de ventas/beneficios adicionales por la exportación • Potencial de crecimiento adicional gracias a la exportación • Posesión de una ventaja competitiva financiera
	Producción <ul style="list-style-type: none"> • Acumulación de existencias no vendidas/sobreproducción • Consecución de economías de escala • Disponibilidad de capacidad de producción no utilizada • Suavizar la producción de un producto estacional
	Investigación y Desarrollo <ul style="list-style-type: none"> • Posesión de conocimientos técnicos propios y de un producto único/patentado • Ampliación del ciclo de vida de los productos nacionales
	Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Posesión de una ventaja competitiva de marketing • Capacidad de adaptar fácilmente el marketing a los mercados extranjeros
Externo	Mercado Doméstico <ul style="list-style-type: none"> • Saturación/contracción del mercado nacional • Necesidad de reducir la dependencia y el riesgo del mercado nacional • Posibilidad de reducir el poder de los clientes nacionales • Situación desfavorable de la economía nacional y tipos de cambio favorables
	Mercado Extranjero <ul style="list-style-type: none"> • Posesión de información exclusiva sobre los mercados extranjeros • Identificación de mejores oportunidades en el extranjero • Proximidad física a los mercados extranjeros
	Gobierno Local <ul style="list-style-type: none"> • Ayudas/incentivos a la exportación del gobierno • Actividad del Ministerio de Comercio/misión comercial • Estímulo por parte de los organismos gubernamentales
	Gobierno Extranjero <ul style="list-style-type: none"> • Relajación de las normas y reglamentos extranjeros en determinados mercados exteriores • Reducción de los aranceles/no aranceles en determinados países de ultramar
	Intermediarios <ul style="list-style-type: none"> • Fomento por parte de la industria, el comercio y otras asociaciones • Fomento por parte de los bancos/instituciones financieras • Fomento por parte de corredores/agentes/distribuidores
	Competencia <ul style="list-style-type: none"> • Intensa competencia nacional • Inicio de las exportaciones por parte de los competidores nacionales • Entrada de un competidor extranjero en el mercado nacional • Adquisición de experiencia extranjera para mejorar la competitividad nacional
	Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de pedidos no solicitados de clientes y después de la participación en ferias comerciales
	Otros Estímulos <ul style="list-style-type: none"> • Proximidad a los puertos/aeropuertos internacionales • Deber patriótico de las empresas locales

Figura 1. Tipos de incentivos a la exportación para las pymes. Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Los factores impulsores o motivadores se consideran el componente más dinámico en la evaluación de la causa de internacionalización de las pymes, ya que dan sentido a las razones por las cuales algunas empresas se internacionalizan y otras evitan involucrarse en este proceso (Zhang et al., 2016). En consecuencia, anima a los actuales exportadores a internacionalizarse más rápidamente y al mismo tiempo anima a los no exportadores a emprender actividades de internacionalización (Leonidou, 1995). Como lo afirman Senik et al. (2011), los factores que inciden en la decisión de las pymes hacia la internacionalización se pueden entender mejor si se analizan los motivos de la internacionalización temprana hacia el exterior.

Con menos recursos y experiencia internacional, cabe esperar que las pymes sean más reactivas que proactivas ante los incentivos externos de los mercados externos (Karlsen and Nordhus, 2011). El modelo de comportamiento exportador se puede considerar como un proceso que lleva a la empresa a la internacionalización mediante motivaciones reactivas o proactivas (Verisan and Achimescu, 2011). En una estrategia reactiva, la empresa reacciona a los cambios en sus condiciones de funcionamiento y percibe la internacionalización como una respuesta a ese cambio (la presión de la competencia, los pedidos extranjeros no solicitados, los efectos estacionales de la demanda, la saturación del mercado nacional o su tamaño limitado, la proximidad geográfica y la reducción de la distancia psicológica son algunos ejemplos). Cuando se utiliza una estrategia proactiva, las empresas inician el proceso de internacionalización al aprovechar sus propias competencias internas u oportunidades de mercado (crecimiento, competencias tecnológicas, productos únicos, economías de escala y oportunidades de mercado en el extranjero).

Los incentivos a la exportación también se pueden diferenciar según los factores que impulsan la decisión de una empresa de comenzar a exportar (etapa previa a la exportación) y los relacionados con las decisiones de exportación en curso (etapa de exportación) (Morgan and Katsikeas, 1997) o entre los incentivos a la exportación que motivan a las empresas a estrenar y proseguir las tareas de exportación y los que afectan al comportamiento y al desempeño exportador (Acedo and Galán, 2011). Alternativamente se puede distinguir entre los

incentivos a la exportación para los exportadores tradicionales (establecidos en el país) y los que estimulan a las empresas *Born Global*.

La literatura existente también hace hincapié en los incentivos a la exportación para las grandes empresas, pero dedica pocos esfuerzos a los incentivos a la exportación para las pymes. Por último, si bien la mayor parte de los estudios anteriores relacionados con el tema se han enfocado en la fase previa a la exportación o en la fase de exportación, son pocos los estudios que han realizado comparaciones directas de los incentivos a la exportación entre ambas fases en entornos similares (comparación de los incentivos a la exportación para empresas no exportadoras y exportadoras en el mismo país, tamaño de empresa y período de análisis) (Revindo and Gan, 2016).

Factores inhibidores de exportación

Los factores inhibidores de la exportación — estrechamente relacionados con el concepto de responsabilidad exterior (Kahiya, 2017)— se suelen definir como limitaciones de actitud, estructurales, operativas y de otro tipo que entorpecen la capacidad de una empresa para estrenar, desarrollar o mantener operaciones internacionales (Leonidou, 2004). Es importante entender mejor los factores que inhiben las exportaciones, ya que estos factores desperdician los recursos de las empresas y amenazan la eficiencia y eficacia de sus operaciones. El impacto negativo que los factores inhibidores de la exportación pueden tener en los comportamientos y actividades de internacionalización de las pymes ha captado el interés de varios investigadores de negocios internacionales (Leonidou, 2004; Morgan and Katsikeas, 1997).

No obstante, la gravedad de los factores inhibidores logra explicar por qué pocas empresas exportan y otras no lo hacen (Leonidou, 1995). Asimismo, las empresas pueden encontrar impedimentos para exportar en diferentes niveles de internacionalización desde la fase de inicio hasta una fase más dedicada a medida que amplían sus actividades de exportación (Bell, 1997). Según Kahiya (2018) los factores que inhiben las exportaciones perjudican a las empresas en el transcurso de su internacionalización de cuatro maneras: (i) desalientan a los no exportadores de internacionalizarse; (ii) inhiben la expansión

internacional en curso de los exportadores actuales; (iii) inducen a la *desinternacionalización* y (iv) disuaden a los antiguos exportadores de volver a participar en los mercados internacionales.

Para González y Sorescu (2019) las pymes se enfrentan a muchos factores inhibidores relacionados con la exportación, siendo tanto internos como externos. Los factores inhibidores internos están relacionados con la falta de experiencia, la baja productividad y la adopción tardía de tecnología. Los factores inhibidores externos están relacionados con el entorno al que se enfrentan al vender sus mercancías en los mercados externos. Kahiya (2018) menciona que es posible encontrar diferentes formas de clasificar

los factores inhibidores de la exportación en la literatura; no obstante, afirma que no existe una tipología general que sintetice este tema.

Con el apoyo de una revisión bibliográfica sobre la internacionalización mediante exportación (figura 2), Mataveli et al. (2022) proponen una clasificación que identifica cinco categorías generales de inhibidores a la exportación: (i) capital humano; (ii) cultura; (iii) producto; (iv) financiera y (v) administrativo (burocrático y arancelario). Los autores desarrollan esta clasificación con el objetivo de simplificar el número de grupos de inhibidores cubiertos en estudios previos para facilitar futuras investigaciones teóricas o análisis empíricos.

Tipo de Inhibidores de Exportación	
Capital Humano	Falta de cualificación de los equipos directivos para exportar. Falta de personal especializado en la empresa para exportar. Falta de conocimiento de los mercados potenciales para el producto. Falta de canales de distribución. Ignorar los pasos de exportación.
Culturales	Diferencias aduaneras de los países exportadores. Diferencias culturales de los países exportadores. Diferencias lingüísticas de los países exportadores.
Producto	Falta de capacidad de producción. Problemas de capacidad tecnológica de la empresa con sus competidores. Problemas de adaptación de su producto a mercados externos. Obtención de distribuidor de su producto.
Financieros	Costos financieros en el comercio exterior y operaciones de cambio. Falta de obtención de garantías bancarias. Problemas de limitación de crédito. Problemas en la obtención de líneas de crédito. Escasez de recursos financieros. Problemas con los seguros de crédito.
Administrativos (aduaneros y no aduaneros)	Inhibidores arancelarios. Documentación y burocracia para la actividad exportadora. Obtención de documentos y licencias. Impuestos aduaneros. Inhibidores sanitarios, fitosanitarios y cuantitativos.

Figura 2. Principales factores inhibidores para las pymes exportadoras. Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Achtenhagen (2011) destaca diferentes tipos de incentivos a la exportación que facilitan que las pymes superen los inconvenientes a la expansión internacional e informa que los recursos a nivel de empresa actúan como un importante estímulo, entre otros, para superar dichos obstáculos. Los recursos de una empresa desempeñan un rol crucial en el desarrollo de la ventaja competitiva y en la generación de capacidad estratégica para vencer los impedimentos a los que se enfrenta durante su expansión internacional (Barney, 1991).

Metodología

La investigación se desarrolló a través de la prisma documental. Para el avance de la premisa teórica, los resultados y la discusión se utilizó el método analítico-sintético como soporte para la recolección, organización de la información y revisión de la literatura relacionada con los factores que incentivan e inhiben la actividad exportadora en las pymes mexicanas. La búsqueda de información

para el desarrollo de la base teórica, la discusión y los resultados de la investigación se obtuvo de bases de datos como Google Scholar, Elsevier, Emerald, Scopus, ScienceDirect, Springer Link y Wiley Online Library. En la búsqueda de información se utilizaron palabras clave como incentivos, inhibidores, internacionalización, exportación y pymes exportadoras. Este proceso se realizó en español e inglés.

Resultados y discusión

México ha implementado varias estrategias y diferentes tipos de apoyo dirigidos a mejorar la posición competitiva de la oferta exportable de las pymes. De hecho, lo que llama la atención es que estos instrumentos de apoyo no han sido capaces de generar un aumento significativo en el número de pymes exportadoras. En consecuencia, ha habido un crecimiento insignificante en la proporción de las cifras de exportación de este sector empresarial en los últimos años (figura 3).

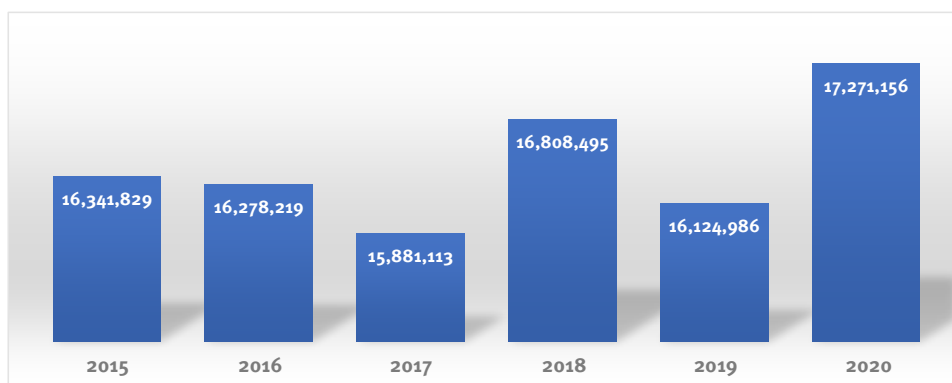


Figura 3. Exportaciones pymes mexicanas 2015-2020 (miles de dólares). Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Para la OECD (2020) la intervención de las pymes mexicanas en el comercio internacional se ha visto restringida por: (i) la falta de conocimientos y habilidades empresariales especializadas y necesarias; (ii) el desconocimiento del comercio y los mercados internacionales; (iii) las barreras no arancelarias, las regulaciones y procedimientos comerciales transfronterizos y (iv) el acceso limitado a la financiación, especialmente a la financiación comercial.

En México se han realizado recientemente algunos estudios sobre la exportación e internacionalización de las pymes (tabla 1). Los criterios metodológicos de inclusión revelaron 6 estudios realizados en México, 4 en Guanajuato, 1 en Aguascalientes, 1 en Hermosillo (Sonora), 1 en el Estado de Tlaxcala, 1 en el Estado de Tamaulipas, 2 en el Estado de Nuevo León, 1 en la ciudad de León (México), 1 en el Estado de Sonora, 1 en Navojoa (Sonora) y 1 en Ciudad Juárez (Chihuahua). Los

estudios empíricos representan el 35 % y los no empíricos el 65 % de las referencias. El resto de la bibliografía utilizada en esta investigación

ha servido de apoyo para el desarrollo de la fundamentación teórica y las conceptualizaciones.

Tabla 1. Incentivos e inhibidores a la exportación en las pymes mexicanas

No.	Tema	Autor(es)	Lugar de estudio	Tipo	Unidad de muestra
1	Efectos de la certificación regional en la actividad exportadora, el caso del clúster mexicano de cuero-calzado	Cisneros-Reyes et al. (2021)	Guanajuato	E	69 pymes
2	Efecto del programa gubernamental en la promoción de las exportaciones de las pymes	Cisneros-Reyes et al. (2021)	Guanajuato	E	79 pymes
3	Marco teórico de los factores que impactan en la internacionalización de las pymes industriales artesanales de la región citrícola de Nuevo León	García et al. (2021)	Nuevo León	NE	pymes
4	Desempeño exportador de las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras de la industria de autopartes del estado de Guanajuato, México	Zavala (2020)	Guanajuato	NE	97 pymes
5	Factores que impulsan la internacionalización de las pymes manufactureras del norte de Tamaulipas	Pérez (2020)	Tamaulipas	E	48 pymes
6	Impacto de las estrategias de innovación tecnológica en el desempeño exportador de las pymes exportadoras en Aguascalientes, México	Guerra y Serna (2020)	Aguascalientes	E	116 pymes
7	Internacionalización de las pymes mexicanas en la industria de alimentos procesados	Parra-Irineo et al. (2018)	Sonora	NE	135 pymes
8	La industria del calzado de León, México. Características de las pequeñas y medianas empresas (pymes) como condicionantes para exportar sus productos	Cisneros-Reyes et al. (2018)	León	NE	50 pymes
9	La internacionalización de las mipymes manufactureras: situación actual y desafíos	Pérez et al. (2018)	México	NE	pymes
10	Factores que promueven el crecimiento de las exportaciones de pymes del sur de Sonora	Yáñez (2018)	Navojoa, Sonora	E	26 pymes

No.	Tema	Autor(es)	Lugar de estudio	Tipo	Unidad de muestra
11	Factores que mejoran el desempeño exportador de las pyme industriales en Sonora	Ibarra (2017)	Hermosillo, Sonora	E	40 pymes
12	Factores que impulsan el desempeño exportador de las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero en Nuevo León	Tijerina (2017)	Nuevo León	NE	132 pymes
13	Retos de exportación a los que se enfrentaron las pymes mexicanas para consolidarse en el mercado de la Unión Europea en el período 2010-2020	Hernández y Nieto (2022)	México	NE	pymes
14	Estudio comparativo de facilidades y obstáculos de las mipymes exportadoras en el Estado de Guanajuato de México y en la provincia de Limón de Costa Rica	Peart-Harris (2020)	Guanajuato (México) Provincia de Limón (Costa Rica)	NE	Guanajuato, México 10 pymes Provincia de Limón, Costa Rica, 5 pymes
15	Impacto de las barreras no arancelarias en el comercio exterior de las pymes de la industria alimentaria en Ciudad Juárez, Chihuahua, México	Sepúlveda (2019)	Ciudad Juárez, Chihuahua	NE	19 pymes
16	Las necesidades en la gestión aduanera de las pymes mexicanas, y la negociación de sus intereses en los acuerdos de libre comercio	Ibarra et al. (2018)	México	NE	Profesionales de las agencias de aduanas
17	Propuesta de un modelo de exportación para las pymes del sector agroalimentario del Estado de Tlaxcala	Serrano (2018)	Tlaxcala	E	33 pymes
18	Evaluación de los programas de fomento a la exportación de las pymes mexicanas	Ramírez y Alarcón (2018)	México	NE	24 pymes
19	Las pequeñas y medianas empresas mexicanas: 6 decisiones que toman y que elevan los costos de su internacionalización	Acua et al. (2018)	México	NE	6 especialista en trámites aduaneros y 1 directora de agencia de carga
20	Obstáculos para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas mexicana	Ibarra Zavala et al. (2017)	México	NE	pymes

Nota: E=empírico; NE=no empírico.

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Cisneros-Reyes, González y Arredondo-Hidalgo (2021) analizan la relación entre la certificación (Marca Gto) y el inicio de la actividad exportadora en las pymes del clúster del cuero y del calzado de Guanajuato, los hallazgos evidencian que no existe vinculación entre ambas variables para el fomento de las exportaciones en las empresas estudiadas. En su estudio, Ibarra (2017) determina los elementos que mejoran el desempeño exportador de las pymes del sector industrial de Hermosillo (Sonora). Los resultados muestran que la capacidad financiera, la capacidad de innovación y el precio del producto corresponden a incentivos internos para exportar, contribuyendo así a mejorar la competitividad internacional y el desempeño exportador. Asimismo, Cisneros-Reyes, González y Arredondo-Hidalgo (2021) analizan la intervención de las pymes del sector agroalimentario en los programas de Marca Gto y su inicio de la actividad exportadora. Los resultados muestran que la posesión de certificación Marca Gto influye en el inicio de la actividad exportadora. Por otro lado, Marca Gto contribuye a la instauración de una cultura de calidad en las diferentes áreas empresariales que permite a las pymes lograr un proceso de internacionalización exitoso y sencillo.

Según la visión basada en los recursos — VBR—, las certificaciones son recursos que pueden actuar como ‘impulsores’ de la capacidad de internacionalización; lo anterior, refuerza la protección de la ventaja competitiva de la empresa. Cuando las pymes pasan a la fase de desarrollo de las exportaciones, contar con una certificación reconocida internacionalmente es muy ventajosa para su crecimiento en los mercados de exportación dado que la certificación actúa como una fuente alternativa de legitimidad, debilitando así el impacto negativo de las barreras institucionales en el país de origen (Deng and Zhang, 2018). Se supone que la posesión de una certificación internacional forma parte del valioso activo de las pymes que les ayuda a neutralizar las responsabilidades en el extranjero, ya que esta reputación facilita su legitimidad y también su entrada en los mercados externos al disuadir a los consumidores de la calidad de sus productos y servicios (Sui and Baum, 2014).

En su estudio, Yánez (2018) busca analizar los elementos clave que aportan al crecimiento de las exportaciones de las pymes en el sur de Sonora (Navojoa). Los principales impulsores del

crecimiento de las exportaciones de las empresas participantes en el estudio son la capacidad productiva, la peculiaridad significativa del producto, el conocimiento del mercado y la logística local. Por otra parte, Pérez (2020) en su investigación pretende determinar los factores que impulsan la internacionalización de las pymes manufactureras del norte de Tamaulipas; los resultados destacan la innovación tecnológica, el apoyo financiero y los PPEs como elementos clave de los incentivos a la exportación, contribuyendo así a la internacionalización. Es fundamental que los directivos de las pymes comprendan los distintos factores que impulsan las exportaciones, ya que estos elementos pueden motivarles eficazmente a entrar en los mercados internacionales (Bianchi and Wickramasekera, 2016).

Parra-Irineo, Blanco-Jiménez y Barra-Valenzuela (2018) discuten la internacionalización y el crecimiento de las exportaciones de las pymes de la industria de alimentos procesados en los últimos diez años en el Estado de Sonora. Los hallazgos del estudio aclaran que la capacidad de producción y el apoyo gubernamental a las exportaciones son elementos cruciales para estimular el desempeño exportador de alimentos procesados y, por ende, la internacionalización de las empresas. Entrar en el mercado internacional es una opción que la mayoría de las pymes mexicanas consideran inadecuada. En ese marco, es fundamental que las autoridades mexicanas proporcionen un incentivo fiscal a las pymes que incida directamente en la posibilidad de obtener créditos en el impuesto sobre la renta y deducciones más aceleradas en las inversiones debido a que dichos incentivos les ayudarán a convertirse en empresas exportadoras (Miranda, 2017). Los resultados de investigación de Tijerina (2017) muestran que el conocimiento del mercado objetivo, el conocimiento del trámite de exportación, los recursos financieros externos y la asistencia logística externa son elementos cruciales para estimular el desempeño exportador de las pymes manufactureras de Nuevo León.

Pérez, Rouquette y García de León (2018) buscan analizar los retos y la situación real de las pymes manufactureras mexicanas. Los hallazgos muestran la necesidad de fortalecer las políticas económicas como incentivo para la inserción de las empresas estudiadas en los mercados de exportación. Adicionalmente se propone la incorporación de un

nuevo dispositivo específico para las exportaciones (plan integral de desarrollo exportador) enfocado desde una perspectiva holística y con recursos suficientes para orientar de manera contundente a superar los inconvenientes actuales y emprender el camino del crecimiento. Cisneros-Reyes et al. (2018) en su investigación analizan la posición competitiva de las pymes de la industria del calzado de piel en León. Los resultados señalan la internacionalización, la cultura exportadora y la fortaleza financiera como elementos preponderantes para la actividad exportadora de las firmas estudiadas. En su artículo García, Treviño y Campbell (2021) buscan determinar los factores que estimulan la internacionalización de las pymes industriales artesanales de la región citrícola de Nuevo León. Los resultados muestran la calidad del producto, la capacidad productiva, la logística y el conocimiento del mercado externo como elementos preponderantes en el proceso de internacionalización y por lo tanto influyentes en el desempeño exportador. Por otra parte, Descotes y Walliser (2013) sostienen que la adquisición y asimilación de conocimientos en materia de exportación influye directamente en la aptitud de respuesta a la exportación de las pymes; esto les permite, en última instancia, alcanzar mayores índices de facturación y beneficios en las operaciones en el mercado externo.

Guerra y Serna (2020) en su investigación exponen el impacto de las estrategias de innovación tecnológica en el desempeño exportador de las pymes exportadoras del Estado de Aguascalientes, México. Los resultados obtenidos muestran que cuando las empresas adoptan una estrategia de innovación tecnológica, obtienen un mayor desempeño exportador. No obstante, las pymes deben realizar un análisis profundo de la estrategia de innovación a adoptar de acuerdo con sus capacidades financieras y humanas para obtener el resultado más idóneo en los mercados nacionales y extranjeros. De igual manera Zavala (2020) analiza la relación entre las capacidades gerenciales, organizativas y financieras en el desempeño exportador de las pymes de autopartes en el Estado de Guanajuato. Los resultados aclaran que las capacidades organizativas influyen en el desempeño de exportación. Se propone que los representantes de las pymes evalúen su liderazgo, sus inversiones a largo plazo y su prestigio internacional, ya que

estos factores pueden impactar en el desempeño de exportación de sus empresas.

Hernández y Nieto (2022), en su estudio con un horizonte temporal de 2010 a 2020, analizan los diferentes problemas que impiden a las pymes mexicanas exportar a la Unión Europea. Los hallazgos evidencian que las debilidades comienzan con la mala gestión de sus propietarios, el desconocimiento en temas relacionados con la exportación, la falta de recursos para los trámites iniciales, los problemas logísticos, la falta de fuentes de financiación y la rápida desaparición de estas empresas del mercado.

Por otra parte, Ibarra, Acua y Jiménez (2017) examinan la internacionalización de las pymes mexicanas. Los resultados evidencian que los trámites aduaneros engorrosos, las trabas para generar los pagos internacionales, la carga de las regulaciones internacionales y los impuestos a pagar en el extranjero son factores que afectan negativamente al desarrollo exportador del sector empresarial estudiado. Corroborando lo anterior, Revindo, Gan y Massie (2019) señalan que es menos probable que las pymes adopten la actividad exportadora si perciben grandes dificultades con las barreras arancelarias y no arancelarias, las barreras de la información y los recursos humanos, las barreras de la logística, la distribución y la promoción, las barreras del entorno empresarial en los países de acogida, las barreras de procedimiento y las barreras de los clientes y competidores extranjeros.

En su estudio, Serrano (2018) propone el diseño de un modelo de exportación orientado a las pymes de la industria agroalimentaria del Estado de Tlaxcala. La investigación identifica las siguientes obstrucciones a la exportación a las que se enfrentan las pymes: desconocimiento de los mecanismos financieros para cubrir el riesgo de la exportación y del mercado en el que se va a entrar; desconocimiento de los canales de comercialización y distribución; falta de promoción; precio adecuado del producto en el mercado internacional; medios de transporte adecuados y buena presentación del producto. Asimismo, Ramírez y Alarcón (2018) evalúan el desempeño de los PPEs para determinar su impacto en las pymes mexicanas. Los resultados revelan la falta de conocimiento de los PPEs, la escasa difusión de estos programas y los

reducidos cupos en el “club de exportadores” como factores que restringen la actividad exportadora. Entretanto, para Seringhaus y Rosson (1991) y Wilkinson y Brouthers (2006) la reducción de las barreras a la exportación para las pymes puede superarse mediante los PPEs; de igual manera estos les ayudan a internacionalizarse, a planificar y a prepararse para exportar, proporcionando apoyo financiero y no financiero. Aunque el apoyo no financiero es mejor recibido puesto que la empresa logra tener los recursos económicos para internacionalizarse, a pesar de que requiere más apoyo en la planificación de la estrategia para lograr su éxito en la internacionalización (Díaz-Ariza, García-Castiblanco y Pinzón, 2019).

En su investigación sobre las pymes de la industria alimentaria de Ciudad Juárez (Chihuahua), Sepúlveda (2019) evidencia que las barreras no arancelarias no afectan al comercio exterior. En consecuencia, estos factores no obstaculizan la actividad exportadora de las pymes. En cambio, el mayor obstáculo que enfrentan las pymes mexicanas tiene que ver con la complejidad de los temas relacionados con las políticas comerciales y los costos de obtención de información para el desarrollo de su actividad exportadora (Acua, Jiménez e Ibarra, 2018); de igual manera operan en un entorno de alta inseguridad, rivalidad con el sector informal, falta de financiamiento bancario, deudas con otros intermediarios financieros no bancarios que brindan cláusulas más riesgosas y falta de difusión de los programas gubernamentales de asistencia a la exportación —PGAes—.

Por su parte Tijerina (2017) presenta los factores que inhiben la actividad exportadora de las pymes manufactureras de Nuevo León. Entre los que destacan la falta de capacitación administrativa, la falta de capacidad productiva (tanto de recursos humanos como de maquinaria), el financiamiento (liquidez y falta de crédito) y el desconocimiento de los procedimientos y cultura comercial de otros países a los que pretenden ingresar. En su artículo Peart-Harris (2020) busca equiparar las principales facilidades y obstáculos que enfrentan las pymes exportadoras en el Estado de Guanajuato (México) y la provincia de Limón (Costa Rica). Para efectos de esta investigación se excluyeron los resultados encontrados en Costa Rica. Así las cosas, para el desarrollo de las exportaciones en Guanajuato, los inconvenientes encontrados son: la burocracia

mediante políticas gubernamentales; las altas tasas de interés y de financiación; los obstáculos de producción y la localización de las empresas. En otra perspectiva, Ibarra, Acua y Jiménez (2018) abordan las necesidades de gestión aduanera de las pymes mexicanas y la negociación de sus intereses en los tratados de libre comercio. Por tanto, el estudio destaca los siguientes factores inhibidores para el desarrollo de las exportaciones y el comercio internacional en las pymes mexicanas: falta de organización interna y políticas comerciales complejas; falta de armonización tributaria; infraestructura deficiente; largos tiempos de despacho aduanero; procedimientos administrativos engorrosos y complejidades en los servicios financieros transfronterizos.

Debido a las particularidades de las pymes mexicanas, las administraciones aduaneras deben trabajar para facilitar el movimiento transfronterizo de sus mercancías. Los procesos de despacho de aduanas eficientes y flexibles mejoran y promueven la internacionalización de las pymes (OECD, 2020); esto podría ayudar a reducir costos, aumentar el valor de las exportaciones, así como respaldar la entrega oportuna de bienes a los consumidores en sus respectivos países de destino. Por tanto, el establecimiento de un enfoque coordinado y proactivo con todas las aduanas involucradas en el proceso de exportación en los diferentes países garantizará la integridad y la facilitación continua de la cadena de suministro global.

Un número muy pequeño de pymes mexicanas exportan porque la mayoría tiene poco conocimiento de los regímenes y trámites, los términos y condiciones de certificación y el establecimiento de estándares de exportación. Así pues, este estudio evidencia los siguientes incentivos a la exportación en las pymes mexicanas: solidez financiera interna y apoyo financiero externo; innovación tecnológica; precio del producto; certificación de Marca Gto; competencia productiva; conocimiento del mercado externo; peculiaridad significativa del producto; calidad del producto; logística local; asistencia logística externa; conocimiento de trámites de exportación; cultura exportadora; capacidades organizacionales; PPEs (públicos, privados o mixtos) y apoyo gubernamental.

Mientras que los inhibidores de la exportación en las pymes mexicanas se distinguen por factores

tales como la mala gestión de sus propietarios, el desconocimiento de los temas relacionados con la exportación, los problemas logísticos, la carencia de recursos para los trámites iniciales, la carencia de fuentes de financiación, los trámites aduaneros engorrosos, las elevadas tasas de interés y de financiación, la ubicación de las empresas, el desconocimiento de los mercados externos, las trabas para tramitar los pagos internacionales, la normativa extranjera, la falta de difusión de los PGAEs, las políticas gubernamentales (burocracia), impuestos a pagar en el exterior, desconocimiento de los mecanismos financieros para cubrir el riesgo de la exportación, desconocimiento de los canales de comercialización y distribución, falta de promoción, precio adecuado del producto en el mercado internacional, falta de cultura comercial de otros países a los que se pretende ingresar, débil presentación del producto, limitaciones de producción, políticas comerciales, costos de obtención de información y capacidad productiva (tanto de recursos humanos como de maquinaria).

Conclusión

Las pymes deben diversificar su campo de acción, no solo para ser el hilo conductor del mercado interno sino para tornarse en la columna vertebral del panorama exportador mexicano. La actividad exportadora de las pymes también es fundamental para el crecimiento económico, la generación de empleo y el comercio transfronterizo; aunque, en el caso mexicano, la consecución de estos objetivos sigue presentando grandes retos. Los hallazgos de este estudio contribuyen a la literatura sobre exportación e internacionalización de las pymes al identificar los principales inhibidores que las dificultan, así como los importantes incentivos que facilitan la actividad exportadora.

Los hallazgos también tienen implicaciones gerenciales. Lo anterior, para pymes que buscan involucrarse en la actividad exportadora y de manera similar beneficia a los decisores políticos. El apoyo institucional a las pymes se considera un importante facilitador de la internacionalización y, por tanto, de la actividad exportadora; además, los PPEs deberían ofrecer otros incentivos. Estos pueden incluir el apoyo a la innovación (proceso,

producto y comercialización) que permite a las pymes operar en mercados globales competitivos, el fomento de la digitalización de sus actividades, la capacitación de su capital humano y el fortalecimiento de la participación en redes empresariales (por ejemplo, la vinculación de los importadores y exportadores y la participación en ferias comerciales). Asimismo, como aportación, el artículo destaca la dinámica entre los incentivos y los inhibidores de la exportación y sugiere que los responsables políticos y las pymes refuercen aún más los incentivos para el desarrollo de las exportaciones con el fin de reducir indirectamente los inhibidores.

En cuanto a las recomendaciones se deben mejorar las políticas públicas de apoyo a las pymes. Esto genera una colaboración conjunta (gobierno, iniciativa privada, sociedad civil y academia) para fortalecerlas, promoverlas y convertirlas en exportadoras de referencia a nivel regional e internacional. En futuros estudios se podría examinar si los incentivos e inhibidores de la exportación para las pymes varían en función de las diferentes etapas del desarrollo de la exportación (etapa previa, etapa inicial y etapa avanzada). Además, los investigadores podrían estudiar si estos incentivos e inhibidores varían según el sector de las pymes. Otro aspecto que vale la pena investigar es si los inhibidores y los incentivos varían según el tamaño de la empresa (pymes frente empresas grandes) y cómo se pueden promover las sinergias y el intercambio de conocimientos.

Referencias

- Acedo, F.J. and Galán, J.L. (2011). Export stimuli revisited: The influence of the characteristics of managerial decision makers on international behaviour. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 29(6), 648-670.
- Achtenhagen, L. (2011). *Internationalization competence of SMEs*. Stockholm, Sweden: Entreprenörskapsforum.
- Acua, R.G., Jiménez, S. e Ibarra, D. (2018). Las pequeñas y medianas empresas mexicanas: 6 decisiones que toman y que elevan los costos de su

internacionalización. *VinculaTégica EFAN*, 18(5), 590-596.

- Altıntaş, M.H., Tokol, T. and Harcar, T. (2007). The effects of export barriers on perceived export performance: An empirical research on SMEs in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, 2(1), 36-56.
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bell, J. (1997). A comparative study of the export problems of small computer software exporters in Finland, Ireland and Norway. *International Business Review*, 6(6), 585-604.
- Bianchi, C. and Wickramasekera, R. (2016). Antecedents of SME export intensity in a Latin American Market. *Journal of Business Research*, 69(10), 4368-4376.
- Cisneros-Reyes, Y.D., González, D. y Arredondo-Hidalgo, M.G. (2021). Efecto del Programa Gubernamental en la Promoción de las Exportaciones de las PYMES. En 25th Annual Western Hemispheric Trade Conference, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Tamaulipas, México.
- Cisneros-Reyes, Y.D. et al. (2018). The Footwear Industry of León, México. Characteristics of Small and Medium Enterprises (SMEs) as Conditionants to Export their Products. *European International Journal of Science and Technology*, 7(9), 54-64.
- Crick, D. (2002). The Decision to Discontinue Exporting: SMEs in Two U.K. Trade Sectors. *Journal of Small Business Management*, 40(1), 67-77.
- Deng, P. and Zhang, S. (2018). Institutional quality and internationalization of emerging market firms: Focusing on Chinese SMEs. *Journal of Business Research*, 92, 279-289.
- Descotes, R.M. and Walliser, B. (2013). Foreign market-related knowledge absorption and the international financial performance of SMEs. *Management International*, 17(4), 178-193.
- Díaz-Ariza, D.M., García-Castiblanco, C.P. y Pinzón, C.A. (2019). Programas gubernamentales para la internacionalización de las empresas: una reflexión desde el caso del sector de cosméticos y productos de aseo en Bogotá. *Innovar*, 29(71), 69-78.
- García, Y.A., Treviño, D.M.V. y Campbell, A.C. (2021). Marco teórico de los factores que impactan en la internacionalización de las PyMES industriales artesanales de la región citrícola de Nuevo León. *VinculaTégica EFAN*, 7(2), 1-10.
- González, J.L. and Sorescu, S. (2019). *Helping SMEs internationalise through trade facilitation*. Paris, France: OECD Publishing.
- Guerra, A.G. y Serna, M. del C.M. (2020). Impacto de las estrategias de innovación tecnológica en el desempeño exportador de las pymes exportadoras en Aguascalientes, México. *International Journal of Arts and Commerce*, 9(3), 39-52.
- Hernández-Castorena, O., Fajardo, J. y Aguilar, T. (2017). Proveedores y modelos de gestión en la cadena de suministro: Pymes manufactureras de Aguascalientes (México). *Revista FACCEA*, 7(1), 21-28.
- Hernández, E. y Nieto, A. (2022). Retos de exportación a los que se enfrentaron las Pymes mexicanas para consolidarse en el mercado de la Unión Europea en el periodo 2010-2020. *Revista do CEDS*, 10(2), 1-21.
- Ibarra, L.E. (2017). *Factores que mejoran el desempeño exportador de las pyme industriales en Sonora* (tesis de posgrado). Facultad de Contaduría Pública y Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.
- Ibarra, D., Acua, R.G. y Jiménez, S. (2017). Obstáculos para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Debate Económico*, 6(3)(18), 57-81.
- Ibarra, D., Acua, R.G. y Jiménez, S. (2018). Las necesidades en la gestión aduanera de las PyMES mexicanas, y la negociación de sus intereses en los acuerdos de libre comercio. *VinculaTégica EFAN*, 280-298.
- INEGI. (2020). *Estadísticas a Propósito del día de las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas. Datos nacionales*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>.
- Kahiya, E.T. (2017). Export barriers as liabilities: near perfect substitutes. *European Business Review*, 29(1), 61-102.
- Kahiya, E.T. (2018). Five decades of research on export barriers: Review and future directions. *International Business Review*, 27(6), 1172-1188.

- Karlsen, A. and Nordhus, M. (2011). Between close and distanced links: Firm internationalization in a subsea cluster in Western Norway. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 65(4), 202-211.
- Lee, H. et al. (2012). SME Survival: The Impact of Internationalization, Technology Resources, and Alliances. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 1-19.
- Leonidou, L.C. (1995). Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. *Journal of International Marketing*, 3(1), 29-43.
- Leonidou, L.C. (1995). Export barriers: non-exporters' perceptions. *International Marketing Review*, 12(1), 4-25.
- Leonidou, L.C. (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302.
- Leonidou, L.C. et al. (2007). An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: Implications for policy-makers. *International Marketing Review*, 24(6), 735-770.
- Liñán, F., Paul, J. and Fayolle, A. (2020). SMEs and Entrepreneurship in the era of Globalization: Advances and Theoretical Approaches. *Small Business Economics*, 55(3), 695-703.
- Mataveli, M. et al. (2022). An analysis of export barriers for firms in Brazil. *European Research on Management and Business Economics*, 29(3), 1-11.
- Miranda, A. (2017). El impulso que las pymes necesitan para exportar. *Deloitte*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/exportacion-para-pymes.html>.
- Morgan, R.E. (1997). Export stimuli and export barriers: evidence from empirical research studies. *European Business Review*, 97(2), 68-79.
- Morgan, R.E. and Katsikeas, C.S. (1997). Export stimuli: Export intention compared with export activity. *International Business Review*, 6(5), 477-499.
- Neupert, K.E., Baughn, C.C. and Dao, T.T. (2006). SME exporting challenges in transitional and developed economies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 535-545.
- OECD. (2020). *Boosting SMEs' internationalisation*. Warsaw, Poland: OECD Economic Surveys.
- OECD. (2020). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard*. Paris, France: OECD Publishing.
- OECD. (2022). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2022: An OECD Scoreboard*. Paris, France: OECD Publishing.
- Parra-Irineo, G., Blanco-Jiménez, M. and Barra-Valenzuela, M. (2018). Internationalization of Mexican SMEs in the Processed Food Industry. En 22nd Annual Western Hemispheric Trade Conference, Laredo, USA.
- Paul, J., Sundar, P. and Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327-342.
- Peart-Harris, K. (2020). Estudio comparativo de facilidades y obstáculos de las mipymes exportadoras en el estado de Guanajuato de México y en la provincia de limón de Costa Rica. *Tecnología en Marcha*, 33(7), 104-112.
- Pérez, I. (2020). *Factores que impulsan la internacionalización de las PYMES manufactureras del norte de Tamaulipas* (tesis de posgrado). Facultad de Contaduría Pública y Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.
- Pérez, M., Rouquette, J.O. y García de León, S. (2018). La internacionalización de las mipymes manufactureras: situación actual y desafíos. En Corona, J.M. (Ed.), *Sociedad, desarrollo y políticas públicas: I-II* (pp. 297-323). Ciudad de México, México: Bonilla Artigas Editores.
- Ramírez, J.M. y Alarcón, E.R. (2018). Evaluación de los Programas de Fomento a la Exportación de las Pymes Mexicanas. En Martínez-Jiménez, R. et al. (Eds.), *Estudio de las organizaciones y su entorno regional: Oaxaca en la sustentabilidad* (pp. 35-50). Campeche, México: Editorial TECCIS A.C.
- Revindo, M.D. and Gan, C. (2016). Export Stimuli, Export Stages and Internationalization Pathways: The Case of Indonesian SMEs. *Economics and Finance in Indonesia*, 62(3), 191-205.
- Revindo, M.D., Gan, C. and Massie, N.W.G. (2019). Factors Affecting Propensity to Export: The Case

of Indonesian SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(3), 263-288.

- Reynoso, C.F. (Coord.) (2017). *Competitividad e internacionalización de la PyME en México. Análisis sectorial y empresarial*. Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Senik, Z.C. et al. (2011). Networking and internationalization of SMEs in emerging economies. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(4), 259-281.
- Sepúlveda, R.M. (2019). *Impacto de las barreras no arancelarias en el comercio exterior de las pymes de la industria alimentaria en Ciudad Juárez, Chihuahua, México* (tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Chihuahua, Chihuahua, México.
- Seringhaus, F.H.R. (1993). Export promotion in developing countries: status and prospects. *Journal of Global Marketing*, 6(4), 7-32.
- Seringhaus, F.H.R. and Rosson, P.J. (Eds.). (1991). Export Promotion and Public Organizations: State-of-the-Art. *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations*. Geneva, Switzerland: Springer.
- Serrano, E.B. (2018). *Propuesta de un modelo de exportación para las pymes del sector agroalimentario del Estado de Tlaxcala* (tesis de posgrado). Maestría en Ingeniería Administrativa, Instituto Tecnológico de México, Ciudad de México, México.
- Sui, S. and Baum, M. (2014). Internationalization strategy, firm resources and the survival of SMEs in the export market. *Journal of International Business Studies*, 45(7), 821-841.
- Tijerina, G.E. (2017). *Factores que impulsan el desempeño exportador de las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero en Nuevo León* (tesis de posgrado). Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.
- Verisan, C.-A. and Achimescu, G. (2011). The strategy of internationalization of the business. *Economics, Management, and Financial Markets*, 6(1), 610-619.
- Wilkinson, T.J. and Brouthers, L.E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15(3), 233-252.
- Yáñez, P.A. (2018). *Factores que promueven el crecimiento de las exportaciones de pymes del Sur de Sonora* (tesis de posgrado). Facultad de Contaduría Pública y Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.
- Zavala, A. (2020). *Desempeño exportador de las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras de la industria de autopartes del estado de Guanajuato, México* (tesis de posgrado). Doctorado en Ciencias en Negocios Internacionales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México.
- Zhang, X. et al. (2016). What drives the internationalization of Chinese SMEs? The joint effects of international entrepreneurship characteristics, network ties, and firm ownership. *International Business Review*, 25(2), 522-534.