

# FACTORES ECONÓMICOS QUE LIMITAN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN LA REGIÓN DE MIXQUIAHUALA DE JUÁREZ

## ECONOMIC FACTORS THAT LIMIT THE INTERNATIONALIZATION OF PyMES IN THE MIXQUIAHUALA DE JUAREZ REGION

Valdivieso Ramírez Gerardo <sup>a</sup>, Vizzuett Benítez Carlos <sup>b</sup>, Meza Villeda Estrella <sup>b</sup>, Martínez Jiménez Monserrat <sup>b</sup>, Calva Hernández Magaly <sup>b</sup>

<sup>a, b</sup> Tecnológico Nacional de México / ITSOEH, División de Ingeniería en Logística, Paseo del Agrarismo 2000, Carr. Mixquiahuala – Tula km 2.5, Mixquiahuala de Juárez, C.P. 42700, Hidalgo, México. Email: [gvaldivieso@itsoeh.edu.mx](mailto:gvaldivieso@itsoeh.edu.mx), [19011c261@itsoeh.edu.mx](mailto:19011c261@itsoeh.edu.mx), [20011539@itsoeh.edu.mx](mailto:20011539@itsoeh.edu.mx), [20011803@itsoeh.edu.mx](mailto:20011803@itsoeh.edu.mx), [21011e01@itsoeh.edu.mx](mailto:21011e01@itsoeh.edu.mx)

**RESUMEN.** La investigación aborda la identificación de los obstáculos y/o barreras a las cuales se enfrentan las pequeñas y medianas empresas de región de Mixquiahuala de Juárez, Hidalgo en el proceso de su internacionalización. Por lo tanto, la presente investigación tiene el objetivo, de: Identificar cuáles son los factores económicos que limitan las posibilidades de internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas dentro de la región, para diseñar estrategias que contribuyan a incrementar el desempeño de exportación local de las PyMES. Con la finalidad de conocer cuáles son los factores económicos que limitan la expansión de los mercados locales al comercio internacional, en este contexto la hipótesis de trabajo es: la poca o nula internacionalización de las PyMES en Mixquiahuala, es provocado por una serie de factores tales como la falta de recursos financieros, la falta de conocimiento sobre los mercados internacionales, la falta de experiencia en la gestión de negocios internacionales, las barreras comerciales y regulatorias. Con los resultados de la investigación se puede concluir que las PyMES son más del 52% del producto interno bruto en México, así como en la región de Mixquiahuala conforman la mayor parte de su economía. Existen múltiples factores que limitan la internacionalización como los son: barreras que incluyen costos de exportación elevados, acceso limitado a financiamiento internacional, tasas de cambio desfavorables, desafíos logísticos y falta de conocimiento sobre mercados extranjeros.

**Palabras clave:** PyMES, Internacionalización, Limitaciones, Factores Económicos.

**ABSTRACT.** The research addresses the economic factors that limit the internationalization of small and medium-sized companies in the Mixquiahuala region of Juárez, Hidalgo. Therefore, this research has the objective of: Identifying the economic factors that limit the possibilities of internationalization of micro, small and medium-sized companies within the region, to design strategies that contribute to increasing local export performance of PyMES. In order to know what are the economic factors that limit the expansion of local markets to international trade, in this context the working hypothesis is: the little or no internationalization of SMEs in Mixquiahuala is caused by a series of factors such as such as lack of financial resources, lack of knowledge about international markets, lack of experience in international business management, trade and regulatory barriers. With the results of the research, it can be concluded that SMEs account for more than 52% of the gross domestic product in Mexico, as well as in the Mixquiahuala region they make up the majority of its economy. There are multiple factors that limit internationalization such as: barriers that include high export costs, limited access to international financing, unfavorable exchange rates, logistical challenges and lack of knowledge about foreign markets.

**Key words:** PyMES, Internationalization, Limitations, Economic Factors.

### INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PyMES) son fuertes generadoras de riqueza en el país, estimándose que son las responsables del 72% de los empleos. En donde sus actividades comerciales representan más del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) por lo tanto, se considera que son un motor importante en la economía mexicana<sup>1</sup>.

En este contexto se tienen registrados 4.9 millones de PyMES en el país, de esa cantidad 1.2 millones nacieron en el 2021 y la entidad con mayor proporción fue el estado de Hidalgo<sup>2</sup>.

En este mismo sentido, en la actualidad se ha incrementado el interés por el análisis de la internacionalización de las PyMES.

Por lo que, en este contexto la mayoría de estudios que se han realizado a lo largo del tiempo; sobre el tema de factores limitantes para las pymes han sido desarrollados en Latinoamérica y basado en sus empresas pertenecientes.

Dichos estudios, mencionan que las PyMES se enfrentan con limitaciones para internacionalizarse, como lo son: la falta de conocimiento sobre los mercados extranjeros, la falta de recursos financieros y la falta de infraestructura adecuada para llevar a cabo operaciones internacionales.

Por lo que, en el estudio realizado por Fonseca<sup>3</sup> titulado “las pequeñas y medianas empresas en Paraguay”. Limitaciones para su internacionalización. Se menciona que en el mundo globalizado las pymes se encuentran con una gran competencia de empresas que poseen recursos superiores, como lo son: materiales, humanos y financieros para lograr su expansión.

En este contexto, Bonilla<sup>4</sup> en su trabajo titulado “los factores limitantes de la internacionalización de las PyMES textil, cuero, calzado e industria marroquinera colombiana” menciona las limitaciones que tienen las empresas para poder lograr la internacionalización.

En dicho trabajo, se recopilan algunas de las principales propuestas teóricas que sustentan los procesos de la globalización de las economías y particularmente de las PyMES.

En los principales resultados de este estudio, se encontró que es un hecho que las PyMES cuando se crean, están pensando principalmente en el mercado interno y muy pocas tienen la intención de internacionalizarse.

Así mismo, Milesi<sup>5</sup> a través de su trabajo, desarrollo de ventajas competitivas: Las PyMES exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia llevaron a cabo el análisis del patrón de especialización, con el objetivo de identificar los factores que ayudaron a su caso de éxito de estas empresas.

Otro estudio relevante, es el realizado por Lengerke<sup>6</sup> titulado “Las PyMES exportadoras paraguayas: Situación actual, perspectivas y desafíos”; el cual

analizó a las pequeñas y medianas empresas exportadoras en Paraguay. Esta investigación resalta que hay fuertes impedimentos en la producción y generación del valor agregado, así como también en el proceso de exportación.

El estudio realizado por Sellán<sup>7</sup> “estrategias para la internacionalización de las PyMES ecuatorianas”, tuvo como principal objetivo identificar ventajas y desventajas de la internacionalización de las PyMES.

De acuerdo al párrafo anterior, dentro del estudio; identifican que una de las causas principales del *porqué* no se internacionaliza; es el miedo a abrirse al campo internacional y la solución a su punto de vista, es realizar un plan de internacionalización para saber cómo actuar frente a un mercado desconocido y altamente competitivo.

Además, dentro de este estudio se hace mención de algunas características que deben tener las PyMES ecuatorianas, como lo son algunos factores internos: el trabajo en equipo, la correcta división del trabajo, el desenvolvimiento del estudio de mercado internacional, la constante innovación de productos.

De acuerdo al párrafo anterior el último factor es uno de los elementos más importantes para la internacionalización, debido al cambio de preferencias constantes de los clientes, las PyMES deben satisfacer las necesidades del consumidor.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PyMES), es un proceso complejo que implica diversos desafíos y obstáculos. En la región de Mixquiahuala de Juárez, Hidalgo; a pesar de su potencial económico y productivo, existen PyMES que tienen la intención de expandirse al mercado internacional. Pero, no ponen en marcha dicha intención.

En este contexto, en el proceso de expansión y crecimiento de una PyME; existen limitaciones que no les permite internacionalizarse o que son una barrera para saltar al mercado internacional.

Tomar la decisión de internacionalizarse conlleva una serie de análisis, que inducen a la concertación y la

preparación previa de la empresa para luego ejercer un compromiso institucional que involucra visión, objetivos estratégicos, dependencias y recursos, tanto humanos como productivos, tecnológicos, capital intelectual, activos intangibles, entre otros.

Por lo que, de alguna forma, pocas PyMES han logrado internacionalizarse debido a algunas limitaciones que tienen las empresas, siendo estas las siguientes: Miedo a salir de su zona de confort, carencia de información sobre mercados y oportunidades comerciales en el exterior, una mala administración del negocio, problemas con los socios, entre otras.

Por otra parte, algunos empresarios, que en algún momento tomaron la decisión de buscar opciones de mercado para sus productos en el exterior, encontraron una barrera de comunicación con posibles clientes, esto debido al idioma inglés, ya que no dominan dicho idioma.

Un idioma, que para el comercio internacional es fundamental, respecto a la limitante de clientes, también afecta que las PyMES no saben a quién o en donde vender su producto.

Tomando en cuenta todo lo anterior el propósito de esta información, es examinar cuales son todas las posibles limitantes económicas que tienen las PyMES en México para lograr su internacionalización y mantenerse estables en el mercado.

## METODOLOGÍA

La necesidad de identificar los factores económicos que limitan la internacionalización en la región de Mixquiahuala de Juárez, Hidalgo, género que de primera instancia; el desarrollo de la investigación se realizará bajo una metodología de investigación descriptiva.

Debido a que, permitió realizar una recopilación de información y datos por medio de la lectura de documentos, tesis y sitios web relacionados con el tema a investigar, además de videos documentales y entrevistas con algunas PyMES locales, Las cuales, fueron consideradas fuentes de información primarias y secundarias.

Así mismo, el diseño de la investigación se considera de enfoque cualitativo ya que gracias a la recopilación de datos permite una exploración y comprensión más profunda del tema investigado. así como, el establecimiento del método deductivo para generar una teoría general con un razonamiento lógico partiendo de lo general a lo particular.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo al resultado de la investigación las PyMES son más del 52% del producto interno bruto en México, así como en la región de Mixquiahuala conforman la mayor parte de su economía.

El proceso de investigación permitió identificar cuáles son los factores económicos principales que limitan la internacionalización de las PyMES en Mixquiahuala de Juárez. En base a la presente investigación se pueden clasificar las causas en 5 principales factores limitantes para la internacionalización:

- 1. Recursos financieros limitados:** muchas empresas mexicanas pueden enfrentar dificultades para tener acceso a capital suficiente para financiar la expansión internacional. Los costos asociados con la apertura de nuevas sucursales, el establecimiento de cadenas de suministro globales y la promoción en mercados extranjeros pueden ser significativos. Las pymes se enfrentan a limitaciones en recursos financieros al internacionalizarse, lo cual puede ser un obstáculo para su expansión. Sin embargo, existen alternativas como la obtención de financiamiento externo, asociaciones estratégicas o programas de apoyo gubernamentales, que pueden ayudar a las pymes a superar estas limitaciones y llevar a cabo su proceso de internacionalización.
- 2. Competencia global intensa:** la internacionalización implica enfrentarse a una competencia más intensa en mercados extranjeros, donde existen empresas locales y compañías internacionales establecidas. Para competir en igualdad de condiciones, las empresas mexicanas pueden necesitar invertir en innovación, calidad y diferenciación de productos,

lo cual puede requerir recursos financieros y tecnológicos adicionales.

La competencia global intensa también implica un mayor riesgo para las pymes, ya que deben superar barreras culturales, legales y logísticas para entrar en nuevos mercados. Además, deben tener en cuenta la volatilidad de los tipos de cambio, los cambios en las regulaciones comerciales y otros factores externos que pueden afectar su desempeño.

La competencia global intensa en la internacionalización de las pymes es una realidad que no se puede evitar. Las pymes deben estar preparadas para competir en un entorno global, adaptarse rápidamente a los cambios y buscar oportunidades de crecimiento en mercados internacionales.

- 3. Barreras comerciales y aranceles:** las empresas mexicanas pueden enfrentar barreras comerciales y aranceles en los mercados internacionales, lo que puede aumentar las tarifas y cuotas de exportación e importación lo que dificulta la competitividad, obstaculiza el acceso y la entrada a algunos mercados extranjeros y limita su capacidad para expandir sus operaciones.

Las barreras comerciales y los aranceles representan desafíos importantes para las pymes que buscan internacionalizarse. Sin embargo, con una planificación cuidadosa y estrategias adecuadas, es posible superar estas barreras y aprovechar las oportunidades de crecimiento en los mercados internacionales.

- 4. Infraestructura insuficiente:** es un desafío importante que enfrentan las pymes al internacionalizarse. La falta de infraestructura adecuada puede limitar su capacidad para competir en mercados internacionales y dificultar su acceso a clientes y proveedores internacionales.

Uno de los principales aspectos de la infraestructura insuficiente es la falta de conectividad y tecnología. Muchas pymes carecen de acceso a Internet de alta velocidad y de la

capacidad para utilizar herramientas y plataformas digitales necesarias para la internacionalización, como el comercio electrónico y el marketing digital.

Esto puede dificultar su capacidad para alcanzar a clientes internacionales y promover sus productos y servicios de manera efectiva.

Además, la falta de infraestructura de transporte y logística también puede ser un obstáculo para la internacionalización de las pymes. La falta de infraestructura de transporte adecuada puede aumentar los costos de envío y retrasar los tiempos de entrega, lo que puede afectar negativamente la reputación de la empresa y su capacidad para competir en el mercado internacional.

- 5. Diferencias culturales y de idiomas:** Al internacionalizarse se deben tener en cuenta las diferencias culturales y de idiomas que existen en los diferentes mercados objetivo. Estas diferencias pueden tener un impacto significativo en la forma en que la empresa se comunica y se relaciona con sus clientes extranjeros.

En términos de diferencias culturales, cada país tiene sus propias normas y valores sociales. Esto puede incluir diferencias en las actitudes hacia el tiempo, la jerarquía, la confrontación y el individualismo frente al colectivismo.

Una empresa debe adaptar su enfoque de marketing y comunicación para ser relevante y respetuosa con la cultura del mercado objetivo. Esto incluye ajustes en el lenguaje, los colores y las imágenes utilizadas en las campañas de marketing, así como la forma en que se abordan las relaciones comerciales y las negociaciones.

Es importante considerar las diferencias de idioma al internacionalizarse. Un idioma puede ser un importante obstáculo en la comunicación efectiva y en la penetración en un nuevo mercado. Es fundamental que una empresa cuente con personal o servicios de traducción e interpretación para asegurarse de que sus mensajes se transmitan de

prefieren no salir de su zona de confort y quedar solo en el mercado local.

### CONCLUSIONES

En conclusión, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) son esenciales para la economía mexicana, generando empleo y contribuyendo significativamente al Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, la internacionalización de estas empresas es un desafío importante debido a diversos factores económicos.

Los factores económicos que limitan la internacionalización de las PyMES en Mixquiahuala de Juárez, y posiblemente, en otras regiones de México, incluyen: Recursos financieros limitados, Competencia global intensa, Barreras comerciales y aranceles, Infraestructura insuficiente y Diferencias culturales y de idiomas.

De acuerdo a lo investigado se lograron identificar los principales factores que limitan la internacionalización, para lograr triunfar en el mercado internacional se recomienda tomar en cuenta las siguientes acciones:

1. Realizar un análisis de mercado: Antes de expandir a otros países, es importante investigar y comprender el mercado objetivo. Además de analizar la demanda de productos o servicios, la competencia, las regulaciones locales y las preferencias culturales.
2. Desarrollar una estrategia de entrada: Definir cómo ingresar al mercado internacional. Se podría optar por exportar directamente sus productos o servicios, establecer alianzas con socios locales, o incluso abrir una sucursal en el país objetivo.
3. Adaptar sus productos o servicios al mercado local a exportar: Asegurar de que tus productos o servicios satisfagan las necesidades y preferencias de los clientes en el mercado objetivo
4. Investigar las regulaciones y normativas: Cada país tiene diferentes regulaciones y normativas comerciales. Asegurarse de conocer y cumplir con todas las leyes locales relacionadas con

impuestos, aduanas, propiedad intelectual y cualquier otra área relevante para tu negocio.

5. Establecer una red de contactos: Construir una red sólida de contactos en el país objetivo. Esto puede incluir socios comerciales, distribuidores, clientes potenciales, e incluso instituciones gubernamentales o cámaras de comercio locales. Estos contactos ayudarán a establecerte y crecer en el nuevo mercado.
6. Adaptar la estrategia de marketing: Las estrategias de marketing efectivas pueden variar significativamente entre países. Investigar las prácticas de marketing locales y adaptar su estrategia en consecuencia. Considerar el uso de canales de comunicación adecuados al mercado local, como redes sociales, influencers locales, publicidad en medios locales, entre otros.
7. Capacitar al equipo: Para tener éxito en la internacionalización, es importante capacitar al equipo en aspectos culturales, regulaciones y prácticas comerciales del nuevo mercado. Esto ayudará a garantizar una comunicación efectiva y una operación exitosa en el extranjero.
8. Buscar apoyo financiero: La expansión internacional puede requerir una inversión significativa. Explorar opciones de financiamiento, como préstamos, subvenciones o programas de apoyo gubernamental, para respaldar tu proceso de internacionalización.

### REFERENCIAS.

1. Forbes. (11 de abril de 2022). Forbes. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-fortalecer-a-las-pymes-el-impulso-para-la-reactivacion-economica/>
2. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). (21 de diciembre de 2021). Comunicado de Prensa. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN\\_2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf)
3. Fonseca, R. (2019). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización. (Tesis de licenciatura). Universidad Tecnológica Intercontinental, Paraguay. Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v16n2/2226-4000-riics-16-02-294.pdf>
4. Bonilla, O. (2015). Los factores limitantes de la. (Artículo de Investigación). Los factores limitantes de la internacionalización de las pymes textil, cuero, calzado e industria marroquinera colombianas, Colombia.

5. Milesi, D. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. revista de la cepal 9 2, 25-40.
6. Lengerke, A. (2009). ¿Qué factores limitan las exportaciones de las pymes? Caso Cartagena. (Tesis de licenciatura). Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena.
7. Sellán, M. (2018). Estrategias para la internacionalización de las pymes ecuatorianas. (Tesis de licenciatura). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

