



## **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.<sup>1</sup>**

**Erick Sánchez Hernández 0000-0003-2667-4559<sup>2</sup>**

Mtra. Alejandra Téllez Girón Nieto 0000-0003-1539-8579<sup>3</sup>

**RESUMEN:** Este documento analiza los problemas que enfrentan las pequeñas y medianas empresas mexicanas (PYMES) en los siguientes temas: a) Obstáculos en el proceso de exportación de México a la Unión Europea, b) El financiamiento que reciben las empresas, c) La supervivencia de las pymes en México. Estos tres aspectos son los principales de que (con los cuales) las pequeñas y medianas empresas (presentan dificultades) no puedan adentrarse al mercado de la Unión Europea, un mercado atractivo para los productos mexicanos, teniendo como base una planeación correcta, la exportación generaría un crecimiento considerable para las anteriores (y que si se hace un buen plan para exportar la empresa puede crecer considerablemente).

**PALABRAS CLAVE:** Pymes, Exportación, Financiamiento, Gestión

---

<sup>1</sup> Investigación presentada en 1er Seminario de proyecto integrador Comercio Exterior – UAEH

<sup>2</sup> Estudiante egresado de la Licenciatura en Comercio Exterior UAEH

<sup>3</sup> Asesor disciplinar

## **1. INTRODUCCIÓN**

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan un pilar para la economía mexicana, El 72% de las personas que están empleadas en el país trabajan en una de ellas. Además de contribuir en gran medida a la economía del país y su inminente importancia para el sistema económico en México, en cuanto a comercio exterior se refiere, su participación es mínima; la presencia en cuanto a distribución de insumos para la operación, es importante, aunque no satisfactoria, sumado a lo anterior, dicha participación es superada por la presencia de grandes empresas y/o monopolios.

En este sentido la presente investigación está enfocada en conocer cuáles son las dificultades a las que las Pymes en México se enfrentan al momento de realizar las exportaciones, así como las que deben enfrentar ante los retos de su país origen. Para presentar la problemática, se desarrollarán 3 capítulos, abordando temas de relevancia.

Tras el desarrollo de la investigación se espera conocer más acciones que fomentan la falta de realizar exportaciones por parte de las PYMES, de esta forma se conocerá la postura para plantear recomendaciones en las cuales las empresas conserven su presencia por más tiempo, además de contar con un financiamiento adecuado que les permita ser competitivas para un mercado tan exigente como el de la Unión Europea, sin lugar a duda un mercado atractivo y en gran medida competitivo, hasta cierto punto lejano, traduciéndolo en inalcanzable para las PYMES mexicanas, sin olvidar la cercanía del país vecino aparentemente cautivador, como lo es el mercado de Estados Unidos.

## **2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Diseño de la investigación**

La presente investigación cuenta con un enfoque mixto, es decir, se incluirán datos cualitativos y cuantitativos con el fin de aprovechar las ventajas que ofrecen cada una de éstas metodologías, al contar con las dos vertientes la interpretación de la información pretende lograr certeza y veracidad sobre la postura de las PYMES. Cumpliendo el objetivo de dar a conocer las principales

causas de la poca presencia de las PYMES en negocios internacionales. Así como lograr un acercamiento en las actividades de exportación de las Pymes, contando con el apoyo de investigación en documentos económicos, tesis, artículos de revistas, etc. Cualquier dato que brinde información sobre ellas como su estructura, funcionamiento y las metas que se fijan a corto, mediano y largo plazo.

Se pretende recopilar datos estadísticos, informáticos y matemáticos, necesarios tales como el tiempo promedio de vida de una PYME, el capital con el que se encuentran operando, ventas anuales, exportaciones (principalmente) etc. Los números son fríos y proporcionan una mejor perspectiva para tomar decisiones importantes y contundentes en cuanto a una visión estratégica.

De acuerdo al nivel de profundización correspondiente se pretende establecer una línea investigativa de corte explicativa, este tipo de investigación, favorece al estudio del problema con mayor profundidad y entender el fenómeno de forma eficiente. La investigación explicativa permite mayor familiaridad y empatía con el tema que se va a examinar, delineando teorías que permitan comprobar los supuestos; es esencial cuando se quieren transmitir datos nuevos sobre un punto de vista en el estudio.

Se escogió este tipo de investigación ya que se pretende conocer la situación actual de las PYMES en los negocios internacionales dando respuestas a las interrogantes que existen y para averiguarlo se pretende profundizar en el análisis de todas y cada una de las acciones que causan la poca participación en la exportación y la relación entre las mismas. Se cree que si se cuenta con una investigación explicativa aunado a la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos se lograra encontrar las razones ante la poca presencia internacional de las PYMES.

## **2.2 Barreras en la exportación en México**

Para entender el proceso de exportación de las Pymes en México se debe tener claro que es la exportación y cuáles son los beneficios de vender a otros países. Dentro de este capítulo se abordaran estos temas además de cual



es proceso de exportación en México así como los requisitos que deben de cumplir todas las empresas si quieren exportar.

*“Las exportaciones se definen como el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las [importaciones](#), son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional”* (MONTES, 2015) . **Básicamente es todo bien o servicio que se elabora en el país de origen y se vende al país destino para su comercialización o consumo.**

Para exportar se requiere de preparación, esfuerzo, dedicación, constancia y aprendizaje. Además, de considerar la exportación como un negocio que requiere un compromiso de largo plazo ya que los beneficios más importantes del mismo se verán reflejados con el tiempo y con el crecimiento de tus ventas internacionales. Al elegir exportar se tienen las siguientes ventajas:

- Acceso a nuevos mercados.
- Desarrollo y crecimiento de tu empresa al generar nuevos ingresos.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- No se depende solamente del mercado local.
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.
- Actualización tecnológica. Mejora de la imagen empresarial.
- Generación de empleos y de divisas para el país.

Pero así como la exportación trae ventajas también trae varios retos, como conseguir el cliente ideal, tener una buena logística, etc. pero el reto principal, en el que muchas empresas se quedan estancadas es el papeleo. La Secretaría de Economía solicita variada documentación, con los que hay que cumplir, diversos formatos son expedidos por autoridades como el Servicio de Administración Tributaria ([SAT](#)), el [Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial \(IMPI\)](#) y la misma [Secretaría de Economía](#).

El primer trámite que se debe de hacer, es inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes, ya sea como persona física o moral. Y los documentos necesarios para iniciar con el trámite de exportación son los siguientes:



- Factura comercial de los productos.
- Certificado de origen.
- Lista de empaque que identifique el contenido y el tipo de mercancía.
- Documentos de transporte:
- Aéreo: Guía aérea (Airway Bill).
- Marítimo: Conocimiento de embarque (Bill of Lading).
- Autotransporte: Carta porte.
- Póliza de seguro.
- Documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias tanto en México como en el mercado destino.
- Marcado de país origen.
- Registro de marcas y propiedad industrial.
- Carta de instrucciones al agente aduanal.
- Documentos aduaneros.

Pueden parecer tramites relativamente sencillos, pero para una PYME suele ser complicado obtenerlos, por ejemplo, el certificado de origen ya que requiere desembolsar cierta cantidad, como es el caso de una póliza de seguro o el registro de la marca y la propiedad. Aunado a lo anterior, las Pymes adolecen del apoyo y asesoría para iniciar su proceso de exportación, muchas no tienen personal que se especialice en comercio exterior o negocios internacionales y recurrir a una consultoría parece algo poco probable debido al costo que representan.

Sumándose a la complejidad de conseguir los documentos necesarios, están los obstáculos en la gestión aduanera, un verdadero dolor de cabeza para las Pymes, por su desconocimiento de los procesos y por el costo que requiere. Las Pymes no suelen tener el suficiente capital para cubrir los gastos de los trámites aduaneros que les exige la internacionalización de su negocio. Un obstáculo frecuente en este tipo de trámites son los gastos que deben de afrontar cuando deciden importar bienes, debido a que este servicio ofrecido tanto por las agencias aduanales, las agencias de carga o forwarders (transportistas), y otras empresas similares puede llegar a ser costoso, y esto repercute negativamente en la capacidad financiera de las Pymes.

*“El primer obstáculo lo constituyen los frenos psicológicos, el medio a lo desconocido, el riesgo financiero que hay que asumir, la falta de tiempo, etc.*” (Exportise, 2017). El “supuesto” esfuerzo que hacen para exportar parece ser

insuficiente tanto para empezar como para mantenerse. Pues la aportación de las Pymes en temas de exportaciones es apenas de 7.6% de las ventas totales de productos manufacturados señala la Organización Mundial del Comercio (OMC).

¿Es la empresa su propio enemigo? Para esas barreras que acabamos de mencionar y que bloquean el acceso a exportar, se podría decir que sí. Sin embargo, las empresas están expuestas a la influencia de otras empresas que están mejorando su competitividad gracias a la exportación y también y cada vez más, a competidores internacionales.

El 14.7% de las microempresas declaran que no les gustaría que sus negocios crecieran. De ese total, el 28.4% lo atribuyen a la inseguridad, el 25.1% se sienten satisfechos con las condiciones de sus empresas y el 18.6% argumentan complicaciones administrativas. Por su parte, la menor proporción de microempresas externan que enfrentarían trámites más costosos, es decir, el 6.0 por ciento. (Bancomext, 2015)

Afortunadamente, hoy se cuenta con mucho apoyo institucional para ayudar a Pymes a superar estas barreras que les hacen rechazar la idea de exportar. Hay ayudas económicas y programas subvencionados que incluyen la contratación de un experto que pueden desbloquear cada una de esas preocupaciones que tiene el empresario: ¿puedo exportar?, ¿mi producto es el adecuado?, ¿cómo me financio?, ¿puedo externalizar la exportación?, ¿cómo lo hago?, ¿hacia qué mercados?, ¿hay normativa específica?, etc. Se abordara más a fondo el tema de los apoyos que ofrece México en el siguiente capítulo.

Por último abordaremos la barrera del financiamiento; *“México es un país exportador, tan sólo en el 2017 exportó 400,000 millones de dólares y más de 50% se atribuye a pequeñas y medianas empresas”* (MEZA, 2019); sin embargo, los pequeños negocios aún no tienen acceso a financiamiento. La falta de crédito detiene el crecimiento de las Pymes, situación que se intensifica si el negocio es exportador, porque una Pyme de este tipo **tarda tres o cuatro meses en recibir el pago de la mercancía enviada.**

*“Al no tener acceso a créditos o financiamiento se ven en la necesidad de invertir de su bolsillo y esto básicamente se convierte en un **cuello de botella**”*

*que les impide exportar más”* (MEZA, 2019), precisó Edmundo Montaña, director general de “Drip Capital México”.

### **2.3 Financiamiento a las Pymes mexicanas.**

Una característica que presentan las Pymes en México es su limitado acceso al financiamiento y las condiciones crediticias poco atractivas que reciben por parte de las fuentes de recursos, principalmente la banca comercial.

Los resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MIPYMES (ENAPROCE) 2015 confirman lo anterior, *“cerca del 90% de las microempresas no tuvo acceso a financiamiento, de igual forma el 70% y 60% de las empresas pequeñas y medianas respectivamente.”* (IMCO, 2016) En relación con las empresas que sí consiguieron recursos, el sistema financiero formal y los créditos otorgados por proveedores son las fuentes más importantes de financiamiento.

Hoy en día, es común que escuchemos de diversos apoyos hacia todos los niveles de emprendimiento en el país, pues estas empresas generan alrededor del 72 por ciento de los puestos de trabajo a nivel nacional. Este peso, que recae en las Pymes, trae consigo muchos y diversos retos que los empresarios enfrentan, por eso es recomendable que las Pymes cuenten, desde su inicio, con un plan certero de administración y con liquidez para seguir operando de manera óptima.

Cuando una pequeña o mediana empresa decide incursionar en los mercados que están fuera de las fronteras, encontrará innumerables competidores, oportunidades y riesgos a los que tendrá que hacerles frente, lo podrá hacer si cuenta con los recursos y la preparación para hacerlo, de tener una mala planeación no podrá seguir con su camino para internacionalizarse en la Unión Europea.

El factor del financiamiento es fundamental para el desarrollo de una empresa y en el éxito que tenga, no sólo en las empresas enfocadas al mercado exterior sino a todas aquellas que tengan ganas de crecer y de desarrollarse en

el mercado regional o nacional. Este financiamiento está a cargo de instituciones públicas o privadas del país a través de diversos programas o apoyos, para cualquier tipo de empresa y sea cual sea su mercado objetivo (nacional o extranjero), el apoyo del gobierno y de las instituciones es un pilar en la sustentabilidad y el fortalecimiento de la empresa.

Sin estos apoyos las empresas seguramente sufrirían demasiado al acceder a los mercados extranjeros y más aún las Pymes, pues se estarían aventurando solas a mercados que pueden ser inciertos o muy agresivos lo que indudablemente ocasionara el fracaso del intento de la empresa por internacionalizarse. En el sector público la Secretaría de Economía promueve el fortalecimiento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del país a través de diversos fondos y programas. Al buscar su profesionalización, estos programas se encuentran dirigidos a diversas actividades productivas, pasando por los emprendedores sociales y llegando hasta las organizaciones que no tienen acceso a la banca comercial.

### **2.3.1 Apoyos bancarios**

Es bien sabido que existen apoyos de las instituciones de Gobierno para Pymes estos tienen la ventaja de que sus tasas de interés suelen ser bajas, pero por su alta demanda solicitan muchos requisitos y el tiempo para obtenerlo suele ser de los más prolongados.

También existe el crédito Pyme otorgado por los bancos tradicionales. Estos pueden ofrecer tasas de interés bajas, aunque también suelen pedir más de requisitos que otras instituciones de crédito y su proceso de aprobación es sumamente estricto.

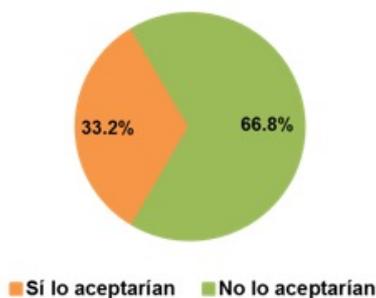
Pero la realidad que es que las Pymes se acercan muy poco a las instituciones financieras; según datos de la *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MIPYMES (ENAPROCE) 2018*, elaborada por el *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)* y la *Secretaría de Economía*, 7 de cada 10 micro, pequeñas y medianas empresas no aceptarían



un crédito bancario, ya que representa un alto costo y creen que, en lugar de ayudar al crecimiento, podría perjudicarlas.

Grafica 1

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN SU DECISIÓN ANTE EL OFRECIMIENTO DE UN CRÉDITO BANCARIO EN TÉRMINOS PROMEDIO DEL 2015



Fuente: INEGI

En la siguiente grafica se encuentran las razones de porque no aceptarían un crédito bancario donde evidente muestra que son el costo es la principal razón pues consideran que las tasas de interés son altas y el plaza a pagar es muy alto.

Grafica 2

**DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN LA RAZÓN POR LA CUAL NO ACEPTARÍAN UN CRÉDITO BANCARIO, POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2015**



**Nota:** La opción Otras incluye Si quiere pero no cree que se lo otorguen, Son de muy corto plazo, y Son de montos pequeños.

Fuente: INEGI

En segundo es que las empresas creen que no necesitan el préstamo y que son capaces de subsistir con sus propios recursos y esto lo confirma la teoría del Pecking Order donde el financiamiento por parte de bancos es la última alternativa a las que recurrirían.

Pero, a diferencia de aquellas que logran sostenerse por sí mismas, existen empresas que se han visto en la necesidad de adquirir préstamos, ya sea para su creación, o bien, durante su camino. En estos casos, lo más viable es que las empresas accedan a un [apoyo a Pymes de diferentes bancos especialmente diseñado para ellas](#): créditos que cuenten con la orientación integral y sean accesibles en sus tasas de interés. Por ejemplo, el estudio antes mencionado concluyó que las tasas de interés para este tipo de negocios fueron del 11.7 por ciento para las microempresas, y del 13 por ciento para las pequeñas y medianas.

### 2.3.2 Apoyos gubernamentales

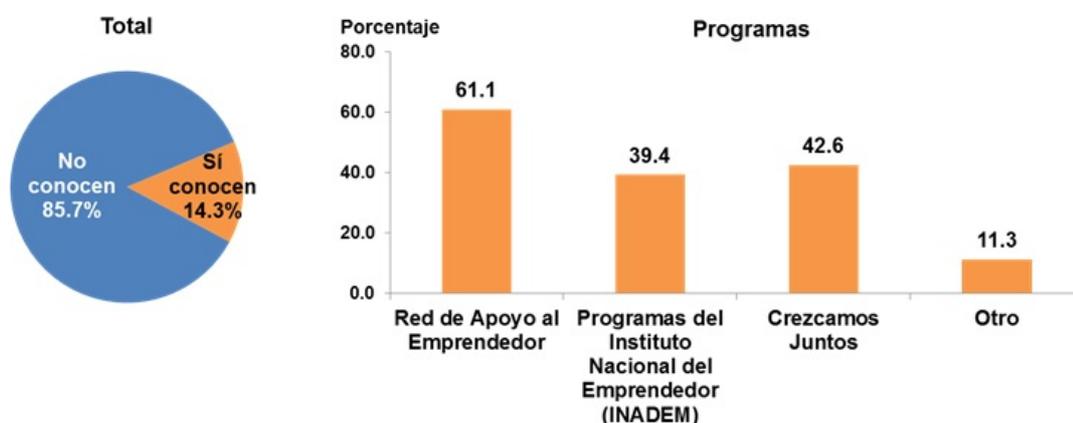
La obtención de un financiamiento rápido, seguro y eficaz es fundamental para el éxito de la empresa y la falta del mismo puede ser un obstáculo para el desarrollo de una empresa e incluso su supervivencia estaría en riesgo. Es por eso que el área de financiamiento juega un rol importante, por lo mismo la Secretaria de Economía ha creado diversas herramientas que

ayuden a la obtención de y al desarrollo de diversos programas de financiamiento.

Aunque los apoyos por parte del gobierno son prioridad para el desarrollo de las empresas, la realidad es que muy pocas de ellas tienen la oportunidad de recibirlos debido a la gran cantidad de participante y al proceso tan largo. Pero una realidad más cruda es que muy pocas empresas conocen dichos apoyos.

Durante 2015, el 14.3% de las empresas declaran conocer al menos uno de los programas de promoción y apoyo del Gobierno Federal. De ese total, “el mayor porcentaje conoce la Red de Apoyo al Emprendedor, alcanzando el 61.1%, seguido por el programa Crezcamos juntos con el 42.6%, así como otros programas del INADEM con el 39.4 por ciento.” (Bancomext, 2015)

Grafica 3: Conocimiento de los programas de apoyo a las Pymes



Fuente: INEGI

Son muy pocas las empresas que conocen algún programa de apoyo lo que hace que los recursos no sean aprovechados al 100 por ciento o sean utilizados por compañías de los propios funcionarios; si bien es cierto que el hecho de que los conozcan no garantiza que se reciba el apoyo, el conocerlos da la oportunidad de participar y en caso de ganar se tiene un ingreso extra sin la necesidad de tener un crédito por parte de un banco

## 2.4 Supervivencia de las Pymes en México

Para conocer si las Pymes tienen oportunidad de exportar es importante saber si llegan a la edad adecuada y hayan adquirido la experiencia para poder hacerlo; es decir que tengan el suficiente tiempo en el mercado, la capacidad productiva y la legislación necesaria para hacerlo.

Durante el tiempo de existencia las Pymes pueden enfrentarse a varios problemas; la inseguridad, los altos gastos (pago de luz, agua, telefonía) y los altos impuestos son los principales a los que se enfrentan las pymes y los grandes establecimientos, seguidos del exceso de trámites gubernamentales para operar, altos costos de materias primas o mercancías comercializadas y la competencia desleal. (INEGI, 2019)

De acuerdo con datos del INEGI la esperanza de vida de los negocios en México es de tan solo 7.8 años, pero claro, el tiempo de vida puede variar según el giro de los negocios; las empresas manufactureras viven en promedio 9.7 años, mientras que las dedicadas al comercio sobreviven 6.9 años y las de servicios 8 años. Por otro lado cifras difundidas por el Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial (CETRO-CRECE), sólo el 10% de las Pymes mexicanas llegan a los diez años de vida y logran el éxito esperado, mientras que el 75% de las nueva empresas del país fracasan y deben cerrar sus negocios sólo dos años después de haber iniciado sus actividades.

Tabla 1: Estadística de quiebra de negocios



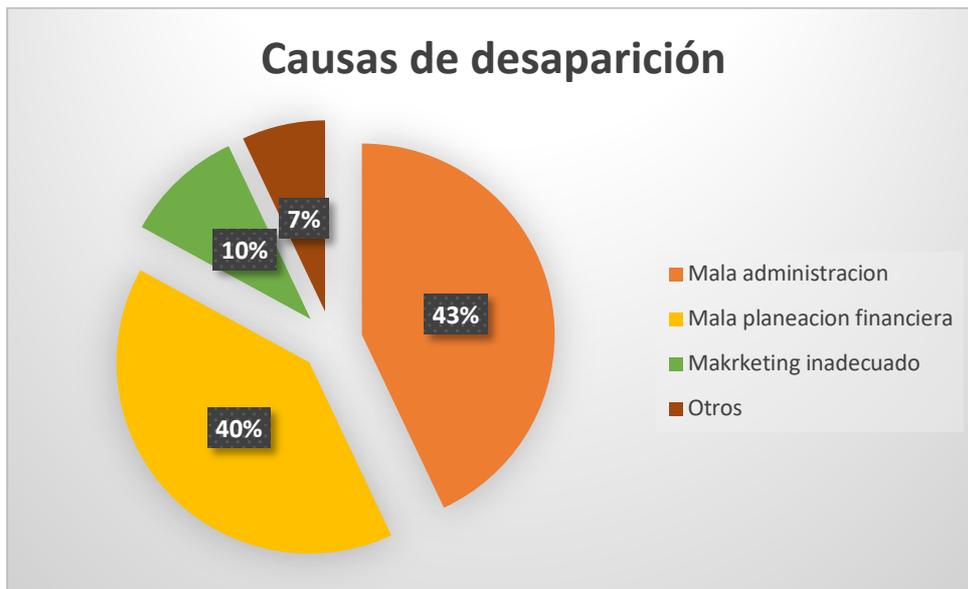
Fuente: (García, 2015)

### 2.4.1 Causas de la desaparición de empresas



No todas las empresas funcionan igual y no todas llegan al éxito, cada una de ellas seguirá el camino que su dueño o sus directivos vayan trazando de acuerdo a sus decisiones ya sean acertadas o no. En México hay muchas causas por las que una empresa puede desaparecer como la inseguridad, problemas familiares dentro de las empresas, tener un marketing inadecuado, etc. Pero dentro del capítulo se analizarán a fondo los 3 problemas principales por los que cierran las empresas: una mala administración, una mala planeación financiera y un marketing inadecuado.

Grafica 4: Causas de desaparición



Fuente: Elaboración propia con datos de CONDUSEF 2015

Empecemos con el tema de una mala administración en las empresas, las empresas comúnmente fracasan por errores en su administración y se puede deber a la incapacidad del personal, no todos están capacitados para dirigir un negocio y mucho menos cuentan con los conocimientos necesarios para poder hacerlo.

Según la CONDUSEF dos de cada diez empresarios mexicanos se encuentran capacitados para poder llevar adelante y administrar correctamente su negocio. Por lo general, en la mayoría de las Pyme se suele cometer el error de que todas las actividades relacionadas a la gestión recaigan sobre una sola persona, que frecuentemente suele ser el propietario de la misma y el cual muchas veces no cuenta con el conocimiento y la capacitación adecuada para tales efectos. Esto sucede porque en varias de éstas compañías prefieren ahorrar dinero a contratar al personal experto para tales operaciones.

La mala administración desencadena una serie de acciones que hace que la empresa cierre, si una sola persona es la encargada de temas importantes como el financiero, el marketing o el control de calidad, la empresa está condenada al fracaso porque es una carga pesada. Lo que es cierto es que el problema puede ser subsanado, debería producirse un cambio de cultura e idiosincrasia organizacional, sobre todo contratando profesionales eficientes que



permitan llevar adelante una gestión correcta de la empresa, para que ésta pueda crecer y convertirse en una más del porcentaje que encierra los casos exitosos.

Ahora hablemos de los problemas financieros, la mayoría de los empresarios le temen al financiamiento externo para su empresa, pues creen que perderán el control de su negocio; o bien, recurren a un financiamiento incorrecto que les genera más problemas que soluciones. Mezclar las finanzas personales con las del negocio, o pedir créditos personales para si mismo, también terminarán por frenar las operaciones de la empresa. El uso del crédito empresarial de forma responsable es clave para hacer crecer una Pyme.

Aunando a eso las empresas llevan un plan financiero deficiente o simplemente no hacen uso del mismo, esto causa que los dueños no estén al pendiente del control de los ingresos y egresos del negocio, así como del balance general de las cuentas y contar con un plan financiero que indique la dirección que debe tomar el negocio en términos económicos, es una forma de estancar su crecimiento. Tener claridad de las áreas que necesitan inversión y las cantidades que se requieren para dichas tareas, constituye un paso importante para consolidar una Pyme.

Por último, está el tema del marketing, generalmente los empresarios tienen la creencia de que el marketing tiene un costo elevado y sólo sirve para las grandes empresas, pero esto no es así. Realizar una inversión en una campaña publicitaria adecuada, ayuda a incrementar la presencia de la marca y conseguir nuevos clientes, por lo que definitivamente vale la pena acudir con una agencia o experto en la materia para diseñar una estrategia a la medida.

Muchas empresas no hacen uso del marketing pues para la mayoría de los negocios lo más relevante es tener un producto y ponerse a vender sin el uso de estrategias para darse a conocer y sin ningún plan para poder vender en el mercado.

Este problema está ligado a que la empresa no hace un estudio completo de mercado, para decidir las unidades a vender y la plaza más adecuada. La falta de contar con un plan de negocios, podría considerarse el primer grave error, ya que lo anterior puede hundir a cualquier emprendimiento,

al no contar con información sobre el mercado en donde se piensa incursionar. Un primer análisis que revele cuál es el cliente final de un producto o servicio, gustos, preferencias, necesidades, sumado al conocimiento del desempeño de la competencia, se convierten en índices de vital importancia para darle una dirección y factor diferenciador a una empresa.

#### **2.4.2 Estrategias para permanecer**

Llegado cierto momento en que, tras mucho estire y afloje, las Pymes están al borde de la crisis. Ya no es momento de decir que se utilicen los fondos de emergencia, porque seguro que ya se habrán utilizado, ni se recurra a otros asesores, porque seguramente ya se habrá hecho. Es el momento de diseñar nuevas estrategias, o volver a abordar las que ya se utilizan antes de llegar a una situación irreversible que lleve a la quiebra al negocio.

Es cierto que existen historias de éxito de cómo una sola persona ha sido capaz de levantar imperios por sí misma. Pero por lo general, será necesario a más de un individuo para arrancar un negocio y hacerlo crecer. Con un apoyo económico es más fácil superar los obstáculos del día a día. Como se ha mencionado anteriormente existen infinidad de toma de decisiones diversas, las cuales posicionan al empresario en una postura complicada para desempeñarse competitivamente, por lo que es necesario solicitar apoyo y acudir a expertos que nos ayuden a salir de la crisis y re direccionar el negocio.

Ante estas dificultades, quienes tienen el timón de la empresa tratan desesperadamente de realizar acciones para mantener el barco a flote: sin embargo, muchas veces en la implementación de planes de emergencia se descuidan áreas de vital importancia. Esta omisión contribuye más a la pérdida del rumbo, el hundimiento del negocio y, en ocasiones, a perder la estabilidad familiar e inclusive su desintegración o ruptura. Para poder hacer frente a las dificultades que aparezcan en el camino de las empresas se proponen las siguientes alternativas:

**Tener un plan de negocios:** Es fundamental saber cuál es el propósito del negocio, quiénes son los clientes potenciales, cuál es la misión y



los valores de la empresa, quiénes son los competidores, cuál es el siguiente movimiento. No se trata de seguir al pie de la letra lo que se vende desde las escuelas de negocio. Pero sí es básico contar con un plan de negocio que ayude a seleccionar el camino a seguir.

**Afrontar la realidad:** No hay que negar los problemas. Si existe una crisis o cambio en la economía y no se han sentido sus efectos eso no significa que no se vayan a presentar. Se deberá estar preparado y consciente de la susceptibilidad del negocio. Así se podrán enfrentar mejor las dificultades aun cuando no hayan afectado de manera directa.

**No tener exceso de deudas:** Muchas empresas recurren a los préstamos o endeudamiento en las crisis, pero esto no hace más que empeorar la situación. Las pérdidas y deudas pueden dar lugar a complicaciones si la situación se mantiene más tiempo del que se esperaba. Lo mejor es buscar de dónde reducir costos lo máximo posible e incluso si es necesario utilizar los fondos de emergencia, pero endeudarse en exceso puede ser muy riesgoso para la empresa. El crédito puede ser tu mejor aliado, pero también tu peor enemigo, sino se administra correctamente.

**Analizar las decisiones y tener mayor información:** Actuar con precaución, evitar las decisiones desesperadas, pero tomar decisiones oportunas basadas en un buen análisis de información confiable. Es decir, evaluar los riesgos y tomar decisiones, una vez considerados los efectos que éstos tienen para la empresa y como se pueden mitigar.

**Capacitar y tener una mejor administración:** Se deduce que el punto más relevante para mejorar el desarrollo de la empresa; sería contar con personal capacitado adecuadamente se evidenciará un desempeño óptimo reduciendo errores, tomando las mejores decisiones estratégicamente hablando. Se debe de empezar por el director o gerente, debe de estar capacitado para el puesto, tiene que saber dirigir, tener capacidad para resolver problemas y tomar decisiones y sobre todo un buen liderazgo para que pueda guiar a su equipo de trabajo al éxito.

Además de, dejar de abarcar la totalidad de las responsabilidades empresariales, si se contrata personal para las diferentes áreas de la empresa,



con expertice para ello, el empresario estará concentrado en medir los indicadores esenciales como ventas, tráfico, rotación, dirigir y tomar las mejores decisiones según la visión empresarial que posea en el ámbito internacional.

### 3. RESULTADOS

Los resultados que se muestran a continuación se basan en la información obtenida de las diversas fuentes consultadas y en el análisis de los datos estadísticos. De acuerdo a la hipótesis y la realización de los capítulos se llega a los siguientes resultados:

En el primer apartado se menciona que la mayoría de las empresas no inician el proceso de exportación debido a que no se encuentran preparadas para una operación de ese tipo. Ya sea por falta de recursos para los trámites, la logística y para pagar a una persona especializada en materia de comercio exterior. Aunado a que muchas empresas no tienen la ambición de crecer, de formalizarse y mucho menos de exportar porque piensan que sus productos no son los adecuados y que no tienen la capacidad productiva para una exportación, entonces, la baja exportación se debe a una serie de barreras que la empresa misma empieza al cuestionar su capacidad y su potencial.

En segundo lugar; las Pymes en México tienen poco acceso al financiamiento ya sea por parte de instituciones bancarias o de programas del gobierno federal. En el caso de los créditos bancarios las Pymes no confían, se les hace muy costoso recibir el préstamo y lo dejan de lado, en contraste aquellas que lo solicitan reciben la negativa de parte de los bancos debido a la incapacidad de comprobar los ingresos, de no contar con avales o que su proyecto no es apto para recibir el apoyo. Ahora por parte de los apoyos del gobierno, un reducido número de éstas los identifican y al participar en ellos a veces no suelen ser beneficiarios por el gran número de participantes, solo unos cuantos proyectos son aceptados.

Finalmente, la rápida desaparición de las Pymes en el país complica que las exportaciones a la UE aumenten, el corto periodo de vida de las empresas es un factor importante en el indicador. Menos de 5 años de vida y durante ese tiempo en lo que menos piensan las empresas es en exportar sino

se mantienen ocupados en mantener su negocio a flote. Las malas decisiones que se toman, la falta de capacidad de los directores y la negativa de contratar personal fuera del ámbito familiar son las causas que trazan el camino para que la empresa cierre sus puertas definitivamente.

#### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En conclusión, las Pymes en México se enfrentan a una serie de problemas a lo largo de su existencia, lo que les evita que se aventuren a exportar a la UE, la serie de problemas empieza con una mala administración de la empresa por parte de los dueños. El que éstos mismos, no estén capacitados para dirigir y tomar decisiones va a causar una serie de problemas que si no se atienden a tiempo no solo causaran perdidas a la empresa, sino que pueden llevarla hasta su desaparición.

La recomendación aquí es que los dueños, gerentes o personas a cargo de las empresas, tomen una capacitación sobre administración de empresas, dirección y manejo de personal para que puedan darle el rumbo adecuado a las mismas. Aunado a lo anterior, hay que delegar responsabilidades al personal de confianza y que posea la capacitación para encontrarse al frente de las diferentes áreas, en las que pueda desempeñarse, como lo es finanzas, marketing, producción, etc.

Si el dueño sigue este camino la empresa crecerá además de que se ira posicionando poco a poco en el mercado local, regional, estatal, nacional y por ultimo una vez obteniendo la madurez necesaria al mercado internacional. El dueño delegará responsabilidades, tendrá más tiempo para enfocarse en la empresa, en buscar financiamiento por parte de los bancos presentando un plan de crecimiento sólido, todo porque ahora tiene gente apoyándolo en revisar el correcto funcionamiento de las áreas estratégicas.

De igual forma la motivación, las ganas de crecer y las metas claras son fundamentales para hacer que la empresa tenga un buen desarrollo, en especial si la exportación a la UE es el objetivo. Las Pymes deben de creer en ellas mismas, en su producto, ya que si no lo hacen estarán destinadas al fracaso o peor aún, a quedarse donde están, pues ni siquiera lo habrán intentando, aun



cuando tengan un producto potencialmente exportador. Por todo lo anterior, se les recomienda a las empresas que acudan con un asesor en materia de comercio exterior, el los ayudará durante todo el proceso y atenderá todas las dudas, resolverán juntos las barreras del proceso, además de ayudar a buscar un mercado idóneo para el producto.

## Referencias

- Bancomext. (2015). *Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. Recuperado el 10 de 03 de 2021, de <https://www.bancomext.com/comunicados/14237#:~:text=De%20acuerdo%20con%20los%20datos,el%200.8%25%20en%20dicho%20a%C3%B1o>.
- BARCENA, A. (2013). *Como mejorar la competitividad de las Pymes en la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de [https://eulacfoundation.org/es/system/files/como\\_mejora.pdf](https://eulacfoundation.org/es/system/files/como_mejora.pdf)
- BID. (2010). *Cómo exportar a la UE, Guía para Pymes de Centroamérica y Panamá*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/96564870F526C7E005257EE600563CA2/\\$FILE/1\\_GuiaPracticaPara\\_PYMES\\_para\\_Exportar\\_a\\_la\\_UE.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/96564870F526C7E005257EE600563CA2/$FILE/1_GuiaPracticaPara_PYMES_para_Exportar_a_la_UE.pdf)
- David, J.-P. (2004). *Internacionalización de las PYME: una herramienta de análisis. Comercio Exterior*, 54(2). Recuperado el 13 de 08 de 2020, de [http://www.contactopyme.gob.mx/cpyme/\\_temp/internalizacion.pdf](http://www.contactopyme.gob.mx/cpyme/_temp/internalizacion.pdf)
- Exportise. (2017). *¿Por qué las PYMES rechazan exportar?* Recuperado el 08 de 03 de 2021, de <https://www.exportise.es/pymes-rechazan-exportar/>
- García, L. (2015). *Causas del fracaso en las pyme. Emprendedores*, 22-25. Recuperado el 12 de 03 de 2021, de [http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id\\_articulo=178](http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=178)
- Gutiérrez, E. (2005). *Impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en las relaciones de trabajo en México*. Recuperado el 20 de 08 de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252005000400002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252005000400002)
- HERNÁNDEZ, N. (2013). *Internacionalización de la Pyme en México: Un estudio exploratorio*. Recuperado el 20 de 08 de 2020, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.16.pdf>
- IBARRA, D. (2018). *Obstáculos para la internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas mexicanas*. Recuperado el 14 de 09 de 2020, de <http://www.laes.org.mx/debate-economico-no-18/obstaculos-para-la-internacionalizacion-de-las-pymes/>
- IMCO. (2016). *Nacen, se reproducen y mueren, pero ¿se asocian? ¿crecen? ¿evolucionan? Las PYMES en México*. Recuperado el 13 de 03 de 2021, de <https://imco.org.mx/indices/un-puente-entre-dos-mexicos/capitulos/un-puente-entre-dos-mexicos/capitulo-4-nacen-se-reproducen-y-mueren-pero-se-asocian-crecen-evolucionan-las-pymes-en-mexico>



- INEGI. (2020). *PIB*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>
- LÓPEZ, E. (2019). *Reducción de impuestos a Pymes, prioridad para emprendedores de la Alianza del Pacífico*. Recuperado el 22 de 09 de 2020, de El economista: <https://www.economista.com.mx/empresas/Reduccion-de-impuestos-a-Pymes-prioridad-para-emprendedores-de-la-Alianza-del-Pacifico-20190621-0053.html>
- MENDOZA, V. (2012). *Los 3 retos de las Pymes exportadoras*. Recuperado el 20 de 08 de 2020, de <https://expansion.mx/emprendedores/2012/01/31/los-3-retos-de-las-pymes-exportadoras>
- MEZA, E. (2019). *Pymes que exportan mueren por falta de financiamiento*. Recuperado el 09 de 03 de 2021, de [elempresario.mx](https://elempresario.mx/nuevos-mercados/pymes-que-exportan-mueren-falta-financiamiento): <https://elempresario.mx/nuevos-mercados/pymes-que-exportan-mueren-falta-financiamiento>
- MONTES, J. (2015). *Exportación*. Recuperado el 06 de 03 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- PÉREZ, C. M. (2013). *Internacionalización, reto para las Pymes*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.forbes.com.mx/internacionalizacion-reto-para-las-pymes/>
- SAMPIERI, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico: McGraw Hill. Recuperado el 19 de 09 de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- SEGOB. (2005). *Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea*. Recuperado el 20 de 08 de 2020, de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54246/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf>
- VILLANUEVA, J. (2017). *Estrategias de entrada a los mercados internacionales: el papel de la marca*. Recuperado el 14 de 09 de 2020, de <https://www.marcasrenombradas.com/wp-content/uploads/2017/06/estrategias-de-entrada-en-mercados-internacionales-el-papel-de-la-marca.pdf>