

Eficiencia de las Pymes Exportadoras del Estado de Michoacán

DR. JOEL BONALES VALENCIA¹

DR. JERJES I. AGUIRRE OCHOA*

M.C. VÍCTOR HUGO OLIVO MÉNDEZ²

Resumen

La importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas ha originado una serie diversa de investigaciones para identificar los factores que determinan su éxito. Esta ponencia tiene por objeto identificar la relación existente entre rentabilidad y las diversas variables relacionadas al ambiente interno de la Pequeña y Mediana Empresa Manufacturera Exportadora que la afectan (estrategia, estructura organizativa, alianzas estratégicas, recursos humanos, innovación, tecnología y certificación de la calidad), así como diferenciar las empresas más eficientes de las menos eficientes. La metodología utilizada se basó en la revisión de estudios previos y planteamiento de hipótesis; trabajo de campo y análisis de datos, determinación de resultados y conclusiones y recomendaciones del estudio. Los resultados que se encontraron son consistentes con los recogidos en la bibliografía al destacar la importancia que tienen para su éxito, el tipo de estrategia, prácticas en recursos humanos, innovación en procesos, el nivel de tecnología y la certificación de la calidad.

Palabras clave: Eficiencia, PYMES, Exportación, Alianzas Estratégicas.

Abstract

The importance of Small and Medium Enterprises has created a series of investigations to identify factors that determine their success. This paper aims to analyze the relationship between profitability and several variables related to the internal environment of Small and medium-sized exporters (strategy, organizational structure, strategic alliances, human resources, innovation, technology and quality certification) and differentiate the more efficient firms from the less efficient. Methodology was based on a review of previous studies and scenario approach, fieldwork and data analysis, identification of findings, conclusions and recommendations. The results were consistent with those contained in the literature emphasizing the importance to their success, type of strategy, human resource practices, innovation in processes, technology level and quality certification.

Key words: Efficiency, SMEs, Export, Joint Ventures

¹* Profesor –Investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales-Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

² Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas-Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Introducción

La importancia de las actividades de las PYMES en la economía mundial, aportan más del 95% de las exportaciones (Soto & Dolan, 2003). Además, las hace ser el sector clave del desarrollo económico y plataforma maestra de la solidez empresarial. En consecuencia, es evidente el interés de analizar su problemática, así como la actuación estratégica que les corresponde adoptar en los diferentes sectores industriales.

Las PYMES se han visto considerablemente afectadas por la extensión de la competitividad a escala mundial. En estos escenarios, mantener la cuota de mercado equivale a incrementar permanentemente la eficacia para que de esa manera se pueda dar respuesta a los requerimientos de los clientes y a la fuerte acción de la competencia. Si bien, a primera vista, esta dinámica obligatoria de mejora continua parece que puede implantarse más favorablemente en las empresas grandes, ocurre que las PYMES presentan potencialidades que, a priori, les permiten desenvolverse exitosamente en este nuevo orden económico.

En la actualidad ser competitivos es vital para la supervivencia de las PYMES al constituir una referencia de la capacidad de anticipación y respuesta a los retos del entorno. Para mejorar la competitividad, la PYME tiene la necesidad de adecuar tanto sus estrategias como su estructura organizativa y su forma de gestión al entorno dinámico de la economía actual. Sin embargo, muchas empresas persisten en una actitud conservadora a la espera de observar la operatividad de determinadas estrategias para introducir cambios en sus estructuras. Se plantean que acciones relativas a la innovación tecnológica, a la certificación de la calidad o a la internacionalización de los mercados, llevan implícito un incremento de la inversión, por lo que han de asociar claramente la relación entre las mismas y su rentabilidad para afrontarlas. Ante este planteamiento, nos debemos cuestionar, por tanto, que si vamos a recomendar a las PYMES líneas de actuación en diferentes áreas de su gestión, se debe asegurar cuáles son los rendimientos esperados frente a las empresas que adopten una actitud más conservadora a unas prácticas de gestión diferentes.

Problemática

La coexistencia de empresas de diferentes tamaños compitiendo en el mismo mercado es una evidencia empírica. Por ello, la supervivencia de la pequeña y mediana empresa (PYME), depende en buena medida, de su capacidad para competir con la gran empresa. Para desenvolverse en este entorno las firmas tienen, en general, una serie de ventajas y desventajas respecto a las grandes empresas que se deben considerar.

Mientras las grandes empresas tienen una mayor experiencia en los mercados internacionales y más facilidad para introducir innovaciones en los productos y en los procesos de fabricación al disponer de más recursos financieros, poder de mercado y contar con personal mejor cualificado, las PYME son a menudo capaces de explotar ventajas de comportamiento relativas a factores como, carencia de excesiva burocracia, sistema informal de comunicación interna, motivación para la consecución de resultados y una mayor flexibilidad, adaptabilidad y dinamismo.

La aceleración de los procesos de integración e interdependencia económica, la caída de las barreras arancelarias y no arancelarias, y los continuos avances tecnológicos abren nuevas posibilidades de expansión a las PYMES. Ante estos fenómenos, no sólo se vuelve relevante el enfrentar el reto de la expansión geográfica, sino el de hacerlo en una forma rentable.

Desafortunadamente, muchas PYMES mexicanas no han explorado, ni aprovechado lo suficiente los mercados de exportación lo que las coloca en una desventaja competitiva a nivel global. La información oficial (Secretaría de Economía, 2003) disponible que a continuación se presenta, pone de manifiesto la escasa participación de estos estratos empresariales en el comercio exterior mexicano. Como se observa a continuación, podemos decir que es muy pequeño el número de empresas exportadoras importantes; igualmente, las micro empresas no están incluidas, posiblemente porque no venden nada al exterior.

Cuadro 1: Número de empresas de exportación y porcentaje de participación

Tamaño de empresa	Número de empresas	%
Grande	312	0.8
Maquiladoras	3,436	8.9
Pequeña y mediana	34,700	90.3
Total	48,448	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía, 2003.

Con base de la información anterior se encontró la siguiente divergencia: incluso cuando las empresas pequeñas y medianas representaban el 90.3%, su contribución en la constitución de los flujos de ventas externas era modesta, ya que lo hacían en la siguiente magnitud relativa:

Cuadro 2. Tamaño de empresa y su porcentaje de contribución a las exportaciones

Tamaño de empresa	% de contribución
Grande	51.8
Maquiladoras	41.5
Pequeña y mediana	6.7
Total	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía, 2003.

