



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**EL CAPITAL HUMANO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES
MANUFACTURERAS DEL MUNICIPIO DE MORELIA DURANTE EL AÑO 2017**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTA:
MAYRA GÓMEZ DURÁN**

DIRECTOR DE TESIS: DR. MARIO GÓMEZ AGUIRRE

MORELIA, MICHOACÁN, DICIEMBRE 2019

Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.1 Planteamiento del Problema.....	10
1.2 Descripción del Problema.....	10
1.3 Preguntas de Investigación	16
1.3.1 Pregunta general de la investigación	16
1.3.2 Pregunta específica de la investigación.....	17
1.4 Objetivo de la Investigación.....	17
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivo específico.....	17
1.5 Justificación.....	18
1.5.1 Trascendencia.....	18
1.5.1.1 Relevancia teórica.....	18
1.5.1.2 Relevancia metodológica.....	18
1.5.1.3 Relevancia social	19
1.5.2 Horizonte temporal y espacial.....	19
1.5.3 Viabilidad de la investigación	19
1.6 Tipo de Investigación.....	20
1.7 Método de Investigación	20
1.8 Hipótesis de la Investigación.....	22
1.8.1 Hipótesis general	22
1.7.2 Hipótesis específicas.....	22
1.9 Identificación de las Variables.....	22
1.10 Instrumentos.....	23
1.10.1 Instrumentos cuantitativos	23
1.10.2 Instrumentos cualitativos.....	24
1.11 Universo y Muestra.....	24
1.12 Alcances y Limitaciones.....	24
CAPITULO 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA TEORICA.....	26
2.1 Teoría de la Internacionalización.....	26

2.1.1	Perspectiva económica.....	28
2.1.2	Teoría de la ventaja competitiva de las naciones.....	28
2.1.3	Perspectiva de proceso.....	29
2.1.4	Modelo uppsala / Escuela nórdica.....	30
2.1.5	Enfoque de innovación.....	30
2.1.6	Modelo de planeación sistémica.....	31
2.1.7	Perspectiva de redes.....	32
2.1.8	EL paradigma edéctico.....	34
2.1.9	Teoría de las <i>born global</i>	34
2.2.	Capital Humano.....	36
2.2.1	La teoría del capital humano y sus principales postulados.....	36
2.2.2	Otras teorías que se relacionan con la educación y el mercado laboral.....	44
2.2.2.1	La teoría de la educación como filtro.....	44
2.2.2.2	La teoría de la educación como bien posicional.....	45
CAPITULO 3. REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA.....		46
3.1	Internacionalización – Capital Humano.....	46
3.1.1	Redes.....	49
3.1.2	Resource based view.....	51
3.2	Internacionalización - Educación.....	52
3.3	Internacionalización – Capacitación.....	55
3.4	Internacionalización – Experiencia Laboral.....	56
CAPITULO 4. METODOLOGÍA E INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....		59
4.1	Universo y Muestra.....	59
4.1.1	Selección de la muestra de estudio.....	61
4.2	Diseño del Instrumento de Recolección de Datos.....	62
4.2.1	Variables y sus indicadores.....	62
4.2.1.1	Indicadores de educación.....	63
4.2.1.2	Indicadores de capacitación.....	64
4.2.1.3	Indicadores de experiencia laboral.....	65
4.2.2	Elaboración del cuestionario (piloto).....	66
4.2.3	Cuestionario final.....	67
4.3	Confiabilidad y Validez del Instrumento de Medición.....	71
4.4	Propuesta de Modelo.....	73

4.4.1 Modelos de regresión de respuesta cualitativa.....	74
Capítulo 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	78
5.1 Análisis Descriptivo de las Variables de la Investigación	78
5.1.1 Características generales de las PYMES manufactureras del sector de alimentos y bebidas del municipio de Morelia.....	78
5.1.2 Análisis de las variables de la investigación	82
5.2 Resultados Econométricos.....	88
5.2.1 Resultados del modelo logit	88
5.2.1 Modelo múltiple.....	91
5.2.2. Modelo logit simple.....	92
5.3 Prueba de Hipótesis.....	96
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	104
APENDICE.....	121
ANEXO 1. Matriz de Congruencia	121
ANEXO 2. Estudios tomados como base para la elección de las variables en la metodología a utilizar.....	123
ANEXO 3. CUESTIONARIO	125

En relación a los procesos de crecimiento de las empresas, la internacionalización es uno de los aspectos principales a considerar en el comportamiento estratégico. Por tal motivo, las empresas internacionales han sido objeto de estudio por investigadores de todo el mundo y se ha generado revistas, congresos y conferencias para apoyar y desarrollar un marco apropiado de conocimiento. Como resultado, los contrastes entre los procesos y actividades de internacionalización de distintas empresas dependerán de las diferencias en la calidad de la base de recursos y capacidades que cada empresa tiene. En específico, el desempeño de las empresas en los mercados exteriores depende, en forma significativa, de la cantidad de recursos y capacidades que posean las empresas, de las cuales unas pueden ser desarrolladas por medio de la experiencia de sus directivos, nivel de educación de sus empleados y de su intervención en distintos tipos de redes.

La efectividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) depende – además de otros factores – de la calidad del capital humano que poseen. De esta forma, el objetivo de ésta investigación es analizar si las variables –educación, capacitación y experiencia laboral- relacionados con el capital humano influyen en el comportamiento de internacionalización de las empresas manufactureras. Para este propósito, se aplica un análisis empírico, utilizando modelos de regresión logit, a una muestra de 76 PYMES morelianas. Los resultados muestran que las variables relacionadas con el capital humano – educación, capacitación y experiencia laboral - ejercen una influencia positiva y significativa sobre la probabilidad de las empresas para ingresar en los mercados internacionales.

Palabras clave: Educación, Capacitación, Exportaciones, Logit y PYMES.

ABSTRACT

In relation to the growth processes of companies, internationalization is one of the main aspects to consider in strategic behavior. For this reason, international companies have been studied by researchers around the world and journals, congresses and conferences have been generated to support and develop an appropriate knowledge framework. As a result, the contrasts between the internationalization processes and activities of different companies will depend on the differences in the quality of the resource base and capabilities that each company has. Specifically, the performance of companies in foreign markets depends, in a significant way, on the amount of resources and capabilities that companies have, from which some can be developed through the experience of their managers, education level of its employees and their intervention in different types of networks.

The effectiveness of small and medium enterprises (SMEs) depends - in addition to other factors - on the quality of human capital they possess. In this way, the objective of this research is to analyze whether the variables - education, training and work experience - related to human capital influence the internationalization behavior of manufacturing companies. For this purpose, an empirical analysis, using logit regression models, is applied to a sample of 76 Morelia's SMEs. The results show that the variables related to human capital - education, training and work experience - exert a positive and significant influence on the likelihood of companies entering international markets.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la internacionalización de la empresa ha sido objeto de una gran cantidad de trabajos. La presente investigación pretende profundizar y ampliar el análisis del capital humano en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) manufactureras del sector de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia durante el año 2017.

En una realidad que en la actualidad el fenómeno de la globalización ha aportado significativamente cambios a un nuevo y más complejo entorno económico empresarial, en donde nacen nuevos conceptos de internacionalización de las empresas, los cuales se tornan en ocasiones ambiguos, lo que dificulta su definición. Para entender mejor estas variables referentes al capital humano y su influencia en la internacionalización, la presente investigación analiza estas variables para el caso del municipio de Morelia.

Primeramente, la decisión de internacionalización de un producto o servicio, implica la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas (López, 2006). La internacionalización ha sido centro de una gran cantidad de estudios tanto teóricos como empíricos donde se han analizado una gran cantidad de factores como posibles determinantes de los procesos de expansión internacional de las empresas.

Numerosos estudios han demostrado la presencia de una fuerte relación entre el capital humano y el desempeño de la empresa. Gemunden (1991), señala que más de 700 variables han sido propuestas como posibles factores condicionantes de la actividad exportadora. De todo este abanico de factores, aquellos que han sido objeto de una mayor atención en la literatura –sobre todo en la literatura de la exportación- son el tamaño (Bonaccorsi, 1992) y las características de los gerentes (Leonidou, 1998; Manolova, 2002). Se ha comprobado que atributos referentes al capital humano de los gerentes ejercen una influencia importante en la

internacionalización de las empresas. No obstante, además de la importancia del capital humano de los gerentes en la internacionalización de la empresa, cabe pensar que el nivel de capital humano global de la organización va a ser un elemento importante de cara a la entrada de los mercados internacionales. Son las personas las que aportan las habilidades, los conocimientos y la experiencia necesaria al desarrollo de una organización.

El intercambio internacional impacta y tiene de hecho especial incidencia, en la gestión de recursos humanos, por lo que es importante tomar conciencia de que este proceso lo desarrolla, precisamente, el equipo humano de la empresa y es por ello que este departamento debe entrar en juego desde el principio (Farfan, 2013).

Así pues, esta investigación profundiza en el análisis del capital humano en la internacionalización, distinguiendo por un lado la educación formal recibida fuera de la empresa y el conocimiento adquirido en la empresa, que puede ser generada por la experiencia en el trabajo o la capacitación y adiestramiento proporcionados por la empresa. Por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo investigar de qué manera influyeron los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017.

La investigación está conformada por cinco capítulos. En el primero se desarrollan los fundamentos de la investigación, es decir, se lleva a cabo una descripción general de los elementos más relevantes para entender la importancia de las PYMES a nivel nacional y estatal, y destacar así, porque la internacionalización se hace necesaria para éstas y la influencia del capital humano en este proceso.

El segundo capítulo presenta las bases teóricas y conceptuales que permitan analizar los elementos a desarrollar durante la investigación basándonos en las aportaciones de los principales autores. Se comienza por la teoría de la internacionalización y sus diferentes perspectivas; después la teoría del capital humano y sus diferentes postulados.

En el tercer capítulo se presenta la evidencia empírica, donde podemos encontrar diferentes estudios empíricos que sustentan las variables que se han elegido para el presente estudio.

En el cuarto capítulo se describe el modelo econométrico a utilizar en el trabajo, la propuesta consiste en un modelo Logit para el análisis e interpretación de la información obtenida por medio de encuestas aplicadas a las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Lo anterior nos ayudará a verificar si la educación, capacitación y experiencia laboral son factores que inciden en la internacionalización de las PYMES de interés.

En el quinto capítulo se presentan el análisis y discusión de los resultados obtenidos. Cabe mencionar que los resultados están divididos en dos partes, la primera parte consistente en el análisis descriptivo de la información y datos para cada una de las variables, y la segunda parte el análisis mediante el modelo propuesto. Finalmente, se presentan algunas conclusiones al respecto.

CAPITULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es una herramienta orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación permite conocer, analizar y explicar fenómenos, es decir, dar solución a problemas o interrogantes de carácter científico. En este apartado a continuación se describen brevemente la problemática de este estudio y lo que de ella se desprende las preguntas, objetivos e hipótesis que fundamentan esta investigación.

1.1 Planteamiento del Problema

El problema de esta investigación radica en que se desconoce en qué medida las variables de capital humano como son la educación, la formación profesional y la experiencia laboral influyen en el proceso de internacionalización de las PYMES empresas manufactureras en el municipio de Morelia durante el año 2017.

1.2 Descripción del Problema

La empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos (Chiavenato, 1993). Las pequeñas y medianas empresas, tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo.

Las PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las MIPYMES (INEGI, 2014).

En todas las regiones del mundo, el papel de las PYMES es relevante. En la Comunidad Económica Europea (CEE), de los 15.7 millones de negocios privados registrados en 1993, 13.6 millones eran microempresas (1 a 9 trabajadores); en Estados Unidos (EE.UU), de los 20.5 millones de negocios registrados fiscalmente en 1991, 19.7 millones eran microempresas; y en Japón, de los 6.8 millones de establecimientos registrados en 1992, el 83% eran microempresas. En el mundo en desarrollo estas cifras son similares: en Chile, de las 350,000 empresas formales existentes en 1993, casi un 95% eran pequeñas y medianas; en Corea y Taiwán el 98% y 97% respectivamente, eran pequeñas en 1993; y en México, de los 2.3 millones de establecimientos comerciales, industriales y de servicios registrados en 1993, el 99% eran micro y pequeños (Ruiz, 1995).

El elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las PYMES y de la actividad emprendedora. Paradójicamente, a pesar de la relativamente poca atención que reciben de parte de los hacedores de políticas, las PYMES representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo (Orlandi, 2010).

A pesar de la importante participación de las PYMES en la actividad económica, la mayoría no participa activamente en el comercio internacional y las inversiones. Las principales desventajas de las PYMES pasan por el acceso al financiamiento, la tecnología, el desarrollo de los recursos humanos y el *networking*. El comercio internacional está típicamente asociado con las grandes corporaciones multinacionales, cuyas marcas y productos pueden ser encontradas alrededor del mundo (Orlandi, 2010).

Los criterios para clasificar a la pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país. En México, existe una clasificación de PYMES por sector (industria, comercio o servicios), por personal y por ventas al año (ver tabla 1).

TABLA 1. CLASIFICACION DE PYMES EN MEXICO

(Millones de Pesos)

SECTOR	PEQUEÑA		MEDIANA	
	PERSONAL	VENTAS AÑO	PERSONAL	VENTAS AÑO
INDUSTRIA	11-50	4.01-100	51-250	100.01-250
COMERCIO	11-30	4.01-100	31-100	100.01-250
SERVICIOS	11-50	4.01-100	51-100	100.01-250

Fuente: Elaboración propia con base en Diario Oficial de la Federación (2018)

La investigación histórica empresarial en México es relativamente lenta, comparándolo con otros países; aun así, en los últimos años se han creado organismos preocupados en el tema, como “La Asociación Económica del Norte de México” y “La asociación Mexicana de Historia Económica”, y otras entidades como “La Asociación de Historia de la Minería” y el “Comité Mexicano de Conservación del Patrimonio Industrial”. Sus investigaciones contemplan a los sectores de manufactura y servicio que se han desarrollado en México; así como estudios sobre el desarrollo y crecimiento empresarial de México, los cuales se encuentran en los institutos de historia y economía de universidades públicas (WSFB, 2013).

México, es un país que ofrece excelentes oportunidades de negocios tanto para la inversión extranjera como para las empresas nacionales, ya que actualmente es considerado un país donde existen enormes ventajas para producir y exportar a los mercados más exigentes del mundo ya que la economía está orientada principalmente a las exportaciones.

Cabe destacar que las empresas de comercio han sido apoyadas por la red de tratados comerciales que México ha desarrollado. Ésta se ha convertido en un poderoso instrumento para permitir a las PYMES exitosas aprovechar nuevas

oportunidades de negocios lo que se ha dado a través de la exportación directa y del establecimiento de coinversiones y asociaciones.

Aunque México es el país que tiene el mayor número de tratados de libre comercio en el mundo, no se encuentran totalmente aprovechados, esto es a causa de diversos factores:

- Más de 80% de los productores no cuenta con algún tipo de certificación, cerca de 50% no utiliza técnicas en calidad o productividad y el 83% no realiza actividad alguna para consolidar su presencia en el exterior (WSFB, 2013).

En la actualidad, las pequeñas y medianas empresas se han enfrentado al fenómeno de la globalización, el cual ha generado muchos cambios en ámbitos políticos, sociales, tecnológicos y económicos, creando así un entorno muy competitivo e incierto en el ámbito del comercio internacional.

La inversión en capital humano es un proceso que incrementa la productividad del trabajo por medio de la adquisición de conocimientos y su aplicación en las actividades productivas. Dicha inversión incluye los gastos en educación, capacitación, así como otros factores que elevan la productividad laboral (Asefa y Huang, 1994).

Es por ello que se ha identificado que uno de los principales retos a los cuales se enfrentan las pequeñas y medianas empresas mexicanas es el factor cultural, pues se cree que al superarse y mejorarse este factor se puede empezar a implantar y generar de una manera más fácil una nueva cultura de negocios internacionales, ya que desafortunadamente un gran porcentaje de estas empresas mexicanas nunca se han caracterizado por tener una cultura empresarial sólida y situación que limita la participación de la economía mexicana en el ámbito del Comercio Internacional (CI), debido a que en la actualidad el aspecto humano, así como el cultural dentro de la organizaciones son factores para mejorar la competitividad internacional de nuestras empresas.

La mayor parte del capital humano se forma con la educación o la capacitación, las cuales incrementan la productividad económica de una persona, es decir, le permiten obtener ingresos más altos. En los países desarrollados los gobiernos y empresarios invierten en capital humano dedicando dinero y tiempo a la educación y a la acumulación de conocimientos y aptitudes, mejor conocida como capacitación. Sin embargo, y a pesar de que exige sacrificios, están conscientes en asumirlos ya que, a cambio, se obtendrán mayores ingresos (The World Bank Group, 2000).

La industria manufacturera ha sido una piedra angular en México, generando un importante nivel del desarrollo. En el año 2011 representaba el 17 % de la población empleada a nivel nacional. Al mismo tiempo la industria alimentaria, de las bebidas y del tabaco, así como la industria productora de maquinaria y equipo aportaron el mayor porcentaje al PIB manufacturero con 27.9% y 26.9% respectivamente. De aquí que consideramos importante realizar estudios relacionados con esta industria, En el caso de Michoacán, esta industria se encuentra concentrada en los principales municipios (Morelia, Uruapan, Lázaro Cárdenas, Zamora y La Piedad) generando disparidades importantes y positivas en cuanto al empleo (INEGI, 2014).

En los años ochenta, Michoacán participó con el 2.44% del PIB nacional, ocupando el lugar número doce (Gobierno del Estado de Michoacán, 1993), todo indica que en los años noventa esta situación no cambió mucho. También, es evidente que la actividad económica del estado, se basa principalmente en el sector primario y terciario, esencialmente la agricultura, ganadería, silvicultura y comercio, vale decir, Michoacán es una entidad con poca relevancia manufacturera en el contexto nacional (Gobierno del Estado de Michoacán, 1993).

Detallando aún más los rasgos de la industria manufacturera michoacana, debe destacarse que la estructura industrial del estado presenta características que en buena medida se asemejan a las observadas a nivel nacional, dado que el conjunto de industrias medianas, pequeñas, y más aún las micro, tienen una participación

relevante en los principales indicadores de la actividad manufacturera (Chauca, 1994).

El mayor número de establecimientos manufactureros de la entidad, se ubican en la división industrial de alimentos, bebidas y tabaco; le sigue en importancia la industria de la madera; y el menor número está en la industria metálica básica. Por ello, en gran medida se puede decir que la industria manufacturera michoacana se centra en la transformación de materias primas propias de la entidad.

La última década ha estado marcada por importantes transformaciones en el entorno económico motivadas, por una parte, por el elevado y creciente grado de internacionalización de la actividad económica y, por otra, por la transición a una economía basada en el conocimiento (Chauca, 1994).

El término capital intelectual apareció en la última década del siglo pasado, entendido por Thomas Stewart, que fue uno de sus principales precursores, como la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados de una compañía y que le otorgan a ésta una ventaja competitiva frente al resto (Stewart, 1991).

El objetivo de las empresas debe ser capacitar a sus trabajadores esperando aumentar su rentabilidad y competitividad en el mercado por medio del incremento de la productividad laboral derivado de la misma (López, 2006).

Actualmente existen una gran cantidad de empresas analizando el por qué no logran actividad referente al comercio internacional o completar procedimientos en temas globales. Sin embargo, son las mismas que no invierten en el capital más importante de su empresa, el capital humano (Rivas, 2007).

México cuenta aún con un sin número de empresas que no lo consideran de vital importancia, por lo que sus resultados no reflejan los números esperados, sin tener contemplado que significativamente tiene que ver el capital humano en este desarrollo (Velázquez, 2008).

La relevancia del capital humano para cualquier sociedad es todavía mayor en un mundo tan abierto y competitivo como el actual, en el que la movilidad de las personas es creciente y en el que los bienes, servicios y capitales fluyen cada vez con mayor libertad (Verdeguer, 2014).

En la actualidad, cada vez más empresas deciden proyectarse al exterior. Algunas, con una estrategia definida, con el objetivo de consolidarse y como ventaja competitiva. Otras acometen la internacionalización como estrategia defensiva, en respuesta a la caída del mercado local. En cualquier caso, una vez tomada la decisión de internacionalizarse, es necesario analizar cómo impacta esta estrategia en el modelo de negocio y en la estructura de la organización (organizativa, productiva y comercial) (Reyes, 2013).

Si un capital humano especializado es clave, no lo es menos el que en un mundo con creciente movilidad de las personas, sean capaces de superar las dificultades administrativas asociadas a la captación y retención de talento internacional (Verdeguer, 2014).

1.3 Preguntas de Investigación

A continuación, se presentan las preguntas de investigación que sirven para saber realmente que es lo que se quiere conocer a través del presente trabajo y así poder proponer un método para encontrar posibles respuestas.

1.3.1 Pregunta general de la investigación

¿De qué manera los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- influyeron en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio Morelia durante el año 2017?

1.3.2 Pregunta específica de la investigación

1. ¿De qué forma impactó la educación del capital humano en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017?
2. ¿En qué medida impactó la capacitación del capital humano en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017?
3. ¿Cómo impactó la experiencia laboral del capital humano en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017?

1.4 Objetivo de la Investigación

Una vez que se tienen las preguntas de investigación es importante definir la meta que se quiera alcanzar, por ello, a continuación, se presentan el objetivo general de la investigación, así como los objetivos específicos que se pretenden alcanzar al final del estudio.

1.4.1 Objetivo general

Investigar de qué manera influyeron los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017.

1.4.2 Objetivo específico

1. Determinar de qué manera impacto la educación en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017.
2. Estudiar en qué medida impacto la capacitación en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017.

3. Explicar de qué manera impacto la experiencia laboral en la internacionalización de las PYMES manufactureras de Morelia en el año 2017.

1.5 Justificación

Es prudente elaborar una justificación del por qué se considera necesaria esta investigación y cuáles serán los beneficios. La realización de esta investigación tiene diversos motivos que la justifican.

1.5.1 Trascendencia

1.5.1.1 Relevancia teórica

Debido a la creciente apertura comercial que se ha vivido en los últimos años, se hace necesario tener estudios para poder medir y entender los niveles de internacionalización. La investigación busca hacer contribuciones a la literatura sobre la internacionalización de las PYMES manufactureras partiendo de la influencia del capital humano, permitiendo que a partir de generalizaciones otros países con economías en desarrollo similares a la de México puedan utilizar este estudio.

1.5.1.2 Relevancia metodológica

El capital humano está compuesto de elementos muy diversos que se miden de formas muy distintas, de ahí que disponer de una medida que englobe esos elementos sea muy importante, sin embargo, dada la dificultad que existe en medir de forma homogénea cosas tan diversas es poco habitual encontrar propuestas de medida, por lo que en la presente investigación se hace una propuesta, basada primeramente en un cuestionario, éste seguido de un modelo econométrico.

1.5.1.3 Relevancia social

Dada la importancia económica de las PYMES ya que éstas generan 72% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país (Banamex, Banca Comercial, 2010), los empresarios o tomadores de decisiones se verán beneficiados en tanto reconozcan la importancia del capital humano durante toda su cadena de producción, obteniendo mejores resultados y números en las exportaciones, esto favorecerá la economía no solo del municipio de Morelia sino del estado, que se traduce en un mayor bienestar social.

1.5.2 Horizonte temporal y espacial

Este proyecto de investigación tiene como horizonte espacial el municipio de Morelia ya que serán las PYMES manufactureras de dicho municipio las que serán analizadas.

El periodo en que se analizará la influencia del capital humano en la internacionalización dichas PYMES será el 2017, haciendo de esta investigación un estudio de corte retrospectivo ya que analizando el comportamiento de un evento en un periodo anterior al momento de realizar esta investigación.

1.5.3 Viabilidad de la investigación

Es necesario considerar la viabilidad del estudio, para ello, se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recurso financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia los alcances de la investigación (Rojas, 2002).

Se determina que la investigación es viable ya que se cuenta con los recursos humanos y materiales para llevarla a cabo, además de que se cuenta con una bibliografía basta respecto a las variables de capital humano, así como a la internacionalización.

1.6 Tipo de Investigación

La investigación es en primera instancia es de tipo descriptivo ya que se especificarán las propiedades y características de cada una de las variables, para así, describir lo que se está investigando.

Al mismo tiempo será de tipo correlacional, ya que se tiene como propósito conocer el grado de relación entre las variables capital humano e internacionalización en un contexto en particular; las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco en el municipio de Morelia.

Es relevante también llevar a cabo un análisis de forma cuantitativa para demostrar cual es el impacto de las diferentes variables explicativas (independientes) sobre la variable dependiente de nuestra investigación, por lo cual, se hace necesario poner en práctica un modelo econométrico que permita realizar este tipo de análisis. Más específicamente, se utilizará un modelo de respuesta cualitativa ya que se adapta a las investigaciones donde la variable dependiente es dicotómica o solo toma dos valores y se establece en términos de probabilidad el comportamiento de las variables utilizadas en la investigación.

Finalmente, también es de tipo exploratorio ya que, aunque se ha abordado este problema de estudio en otros países, no se ha hecho nada similar para el municipio de Morelia.

1.7 Método de Investigación

Un método es un procedimiento para estudiar un conjunto de problemas. Para cada clase de problemas se requiere un conjunto de técnicas especiales o métodos para tratarlo. Según Bernal (2006), el método científico es el conjunto de pasos y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación cuyos resultados sean válidos para que puedan ser aceptados por una comunidad científica. En la investigación científica los investigadores ponen en marcha procesos para explorar la realidad, los cuáles resultan en un proceso social, empleando el método científico para resolver diversos tipos de problemas, por lo que en la búsqueda de

conocimientos este método es el más usado. Por otra parte, la metodología se refiere a reglas del juego refrendadas para generar conocimientos y cuyo cumplimiento demostrado es requisito para evaluarlo y aceptarlo por parte de la comunidad científica; así el método científico establece las reglas para producir de manera rigurosa el conocimiento.

Pardinas (1969), se refiere al método científico como los pasos que se deben seguir para descubrir nuevos conocimientos, en otras palabras, para comprobar o desaprobar hipótesis que puedan predecir el comportamiento de fenómenos que se desconocen hasta el momento.

Esta sucesión de pasos como menciona Pardinas, asegura la adecuada selección y formulación de un problema, a la toma de decisiones técnico metodológicas sobre como observarlo en la realidad y a la adecuada interpretación de los resultados.

Según Bunge (1995), el método científico se apega principalmente a las siguientes etapas para su aplicación:

1. Enunciar preguntas bien formuladas y verosímelmente fecundas.
2. Arbitrar conjeturas, fundadas y contrastables con la experiencia para contestar las preguntas.
3. Derivar consecuencias lógicas de las conjeturas.
4. Arbitrar técnicas para someter las conjeturas a contrastación.
5. Someter a su vez a contrastación esas técnicas para comprobar su relevancia y la fe que merecen.
6. Llevar a cabo la contrastación e interpretación de resultados.
7. Estimar la pretensión de la verdad de las conjeturas y la fidelidad de las técnicas.
8. Determinar los dominios en los cuales valen las conjeturas y las técnicas, y formular los nuevos problemas originados por la investigación.

En la actualidad existen diversos métodos, para esta investigación se utiliza el método hipotético-deductivo ya que consiste en emitir una hipótesis acerca del

problema planteado y, con los datos disponibles, comprobar si dichas hipótesis son verdaderas o falsas (Cegarra, 2004).

1.8 Hipótesis de la Investigación

A continuación, se presenta la hipótesis de investigación, proposiciones aceptables de suma importancia para establecer el lazo que existe entre la teoría y la realidad empírica. Estas proposiciones se realizan con el fin de aceptar o rechazar una teoría para poder responder de forma alternativa a un problema con base científica.

1.8.1 Hipótesis general

Los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- influyeron de forma positiva en el grado de internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017.

1.7.2 Hipótesis específicas

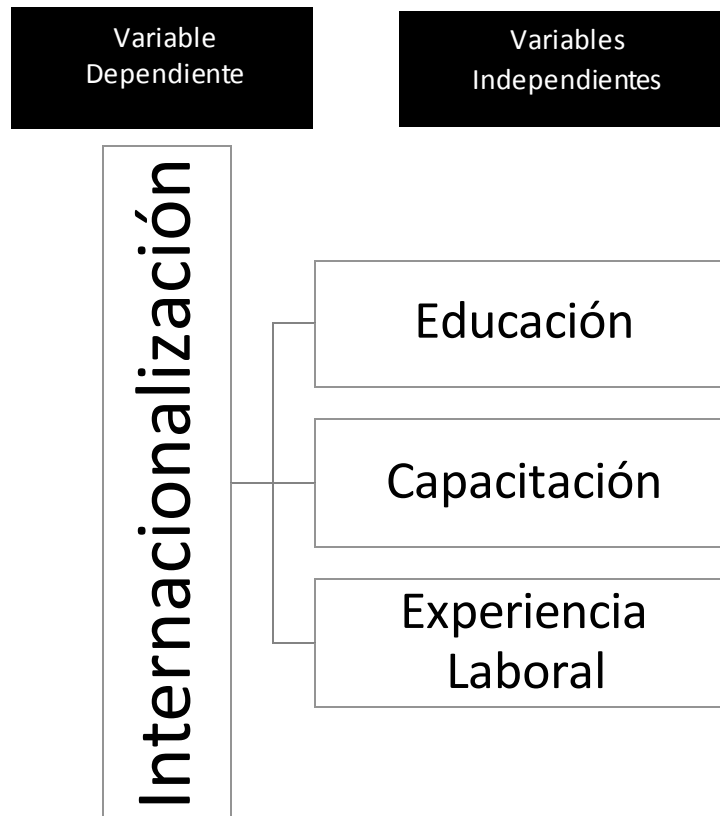
1. A mayor nivel de educación en el capital humano mayor será la internacionalización de la PYMES manufacturera de Morelia en el año 2017.
2. Sí el nivel de capacitación aumenta en el capital humano mayor será la internacionalización de la PYMES manufacturera de Morelia en el año 2017.
3. El aumento en nivel de experiencia laboral en el capital humano afecta positivamente la internacionalización de la PYMES manufacturera de Morelia en el año 2017.

1.9 Identificación de las Variables

Una variable es una propiedad que puede variar, es decir, adquirir diversos valores y cuya variación es susceptible de medirse (Hernández *et al*, 2006).

En el siguiente esquema (cuadro 1), se muestran las variables internacionalización, educación, capacitación y experiencia laboral necesarias para analizar las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco y su dirección causal entre ellas, variables que se derivan de la hipótesis general.

Cuadro 1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES



Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada (2017).

1.10 Instrumentos

Los instrumentos son la manera en que se recolectarán y procesarán la información requerida.

1.10.1 Instrumentos cuantitativos

En el desarrollo de la investigación se utilizará como herramienta cuantitativa, modelos causales, estos requieren la identificación de variables que se relacionan de la manera causa efecto con la variable que se desea predecir. Una vez

identificadas estas variables relacionadas, se construye un modelo estadístico que pretende describir la relación entre estas variables y la variable que se desea pronosticar. Los modelos de regresión lineal simple y los modelos de regresión lineal múltiple son los más conocidos de este grupo.

1.10.2 Instrumentos cualitativos

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández *et al*, 2006, p. 310). Dentro de la investigación, se utilizará el cuestionario en las empresas de interés.

1.11 Universo y Muestra

El universo de la investigación son las PYMES manufactureras la industria alimentaria y de bebidas de México.

En México existen 5 144 056 empresas, de las cuales, se consideran PYMES 5 134 441, en esta clasificación 577808 de manufactura, y de esas 172 067 están dedicadas a la industria alimentaria y de bebidas, (INEGI, 2014).

Del poco más de cinco millones de empresas en el territorio nacional, solamente alrededor de un 1% de las pymes tienen operaciones transfronterizas, es decir, exportan (Secretaría de Economía, 2014).

Por lo que se determina que la muestra son las PYMES manufactureras de la industria de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia.

1.12 Alcances y Limitaciones

Se presenta a continuación el alcance y las limitaciones de la investigación, el primero hace referencia hasta donde será parte la investigación, en cambio, el segundo describirá los aspectos por los que podría verse afectada.

- Alcance de la investigación:

La investigación se concentrará en las PYMES de manufactura en la división de alimentos y bebidas que exporten durante el 2017.

- Limitaciones de la investigación:

Se dejarán fuera de la investigación las empresas que solo son comercializadoras o las que venden servicios, tampoco serán parte de la investigación las grandes compañías.

Una de las limitaciones más grandes de esta investigación es la posible falta de interés o de cooperación de las PYMES manufactureras, sobre todo respecto a la aplicación del cuestionario, debido en mayor parte a la inseguridad que se vive actualmente en el país.

CAPITULO 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA TEORICA

Para el presente trabajo es necesario contar con una base teórica que permita analizar debidamente cada uno de los elementos a desarrollar durante la investigación, lo anterior, en base a los elementos teóricos planteados por diferentes autores. Se comienza analizando la teoría de la internacionalización y sus diferentes perspectivas, seguido de la teoría de recursos humanos y sus principales postulados.

Para comprender este tema de análisis es necesario adentrarse en teorías ya existentes. El investigar la relación que se da entre la internacionalización y las variables de capital humano, es una tarea difícil y complicada. Sin embargo, resulta indispensable indagar dentro de las teorías de estas variables, cuyos principios y postulados sirven de base para el surgimiento de nuevas teorías o bien para el análisis y reafirmación de la misma.

2.1 Teoría de la Internacionalización

La teoría de la internalización tiene sus orígenes en los planteamientos de Ronald Coase (1937), quien postuló que la expansión del tamaño de las empresas reflejaba el hecho de que el costo de la utilización del mercado podía ser evitado o reducido mediante la internalización de ciertas transacciones, tales como la investigación, la comercialización y la contratación, entre otras. Así, mientras más onerosos fueran los costos del mercado, mayores incentivos tendrían las empresas para expandirse, con la finalidad de internalizarlos y, por esa vía, disminuirlos.

Por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional (Rialp, 1999).

Se le llama proceso de internacionalización al conjunto de operaciones que trascendiendo las fronteras del país de origen a lo de un período de tiempo, en forma sistemática, establecen vínculos con agentes económicos de otros países.

Internacionalizarse, es una decisión estratégica de primer orden pues implica una transformación profunda de la organización, productos, procesos y orientación del negocio (Bertagni y Noceti, 2014).

Es el resultado de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La expansión internacional es concebida como una estrategia de crecimiento que consiste es el proceso por el cual una empresa desarrolla su presencia en el mercado global, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades a un entorno internacional y generando flujos comerciales, financieros y de conocimiento entre distintos países (Galán, Galande y González, 2000). Esta internacionalización ha sido objeto de estudio clasificándola en tres diferentes enfoques que contribuyen al entendimiento del propio concepto.

Por el lado de la investigación económica, la aparición de cada vez más trabajos relacionados con la internacionalización de la empresa y en especial de las PYMES, nos permiten tener diferentes perspectivas en relación a este tema. En este enfoque teórico sobre el papel de internacional de las pequeñas y medianas empresas, debemos tener en cuenta, de que la gran mayoría de las perspectivas se enfocan a la actividad exportadora, Fernández y Nieto (2005), señalan que esto se debe a dos motivos, principales, el primero de ellos, el hecho de que abordar la totalidad de los posibles modos de entrada a través de los cuales una empresa puede penetrar a mercados exteriores supondría una tarea sumamente compleja. Y en segundo lugar, porque la actividad comercial de las PYMES consiste principalmente en la exportación e importación de bienes y servicios, por lo tanto los otros modos de entrada son muy poco practicados tal y como la Comisión Europea (2003) señala en su Observatorio de la PYME, que indica que existen seis veces más PYMES exportadoras que empresas con otro grado de internacionalización y aunque esta afirmación no puede ser aplicada en todas las regiones, es capaz de mostrarnos con gran certeza el tamaño que representa las firmas exportadoras, frente a las que poseen otro tipo de acceso a mercados exteriores.

Aun así muchos trabajos desde tiempos incluso de Adam Smith, David Ricardo y otros autores como Heckscher, o Samuelson, han exteriorizado un creciente interés por ofrecer una interpretación global de un fenómeno como el CI, fue entonces cuando al final de la segunda mitad del siglo veinte, autores como Vernon, Hymer o Caves con ópticas como las del ciclo de vida del producto y la teoría de la organización industrial intentaron lograr un modelo explicativo de conjunto para el fenómeno de la internacionalización (Claver, Rienda y Quer, 2008).

2.1.1 Perspectiva económica

Esta perspectiva de la internacionalización hace referencia a la empresa multinacional y sus decisiones de realizar inversión extranjera en otros países. De esta forma el enfoque económico será el que determine la decisión de internacionalizar la empresa según la reducción de costes de producción, o las ventajas económicas que se desprendan del proceso. Con la instalación de empresas en diferentes mercados del mundo, la empresa busca internalizar costos de investigación, o segmentar el nivel de producción que dirige a cada mercado en el extranjero (Tabares, 2012).

Estas teorías mayormente desarrolladas en los años setenta y ochenta consideran que la toma de decisiones empresariales es un proceso totalmente racional. Se realiza un análisis tanto de la inversión extranjera directa, sin dejar a un lado la totalidad de las operaciones que desarrollan las empresas en el exterior, controlando su producción (Urzelai, 2014).

2.1.2 Teoría de la ventaja competitiva de las naciones

Porter menciona que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende de la eficiencia de los factores productivos en relación a su costo. Dichos factores los divide en básicos y avanzados. Los básicos son los encontrados de forma natural y en mayor o menor grado en todos los países, siendo los recursos naturales, el capital y la mano de obra no especializada. Los avanzados no se

encuentran de manera natural, tal es el caso de la mano de obra especializada, el sistema educativo, los sistemas de comunicación e infraestructura científica (Porter, 1990). Estos segundos se dividen a su vez en generales y especializados (Cardozo, Chavarro y Ramirez, 2017).

Los generales son útiles para todas las empresas de todos los sectores (por ejemplo, el sistema educativo), mientras que los especializados son útiles sólo para ciertos sectores (por ejemplo, un centro de investigación). Argumentando así, que sólo los factores avanzados y especializados contribuyen a la creación de la ventaja competitiva de un país, ya que son los más difíciles de copiar e imitar por otras naciones (Chavarro *et al*, 2017).

2.1.3 Perspectiva de proceso

La internacionalización por procesos ha estado concentrada en ahondar en la relevancia que tiene el proceso de acumulación de aprendizaje, y la experiencia que representa para una empresa penetrar gradualmente mercados diferenciados a medida que avanza en las etapas de internacionalización. De forma similar, la exportación, que no es el único modelo existente de internacionalización, es un paso inicial para llegar a mercados extranjeros, y hace parte del modelo más coherente para ser desarrollado por pequeñas empresas, por tratarse de un proceso flexible y sencillo. En otras palabras, como lo menciona Galván (2013), la perspectiva de procesos es ante todo un proceso de ‘compromiso incremental de aprendizaje’ en que la acumulación de conocimiento y el incremento de recursos, marcará el compromiso con los mercados extranjeros.

Esta perspectiva considera la internacionalización no como el resultado de un análisis y una secuencia planeada, sino como un proceso experimental y evolutivo. En este enfoque impera el criterio de distancia psicológica, como la proximidad geográfica, cultural y política, y no tanto la relación coste-beneficio (Urzelai, 2014).

A continuación, se mencionan los autores y teorías más relevantes que siguen esta perspectiva.

2.1.4 Modelo uppsala / Escuela nórdica

El modelo Uppsala expone que la empresa incrementará su presencia en el extranjero a través de un proceso de adquisición de experiencia en las actividades del mercado extranjero. Galván (2003) describe cuatro etapas graduales que explican la evolución internacional de la empresa según este modelo: 1ª) Actividades esporádicas, exportaciones no regulares; 2ª) Exportaciones por medio de representantes independientes; 3ª) Establecer sucursales comerciales en el país extranjero; y 4ª) Establecimiento de unidades (Cardozo, 2017).

Considerando la expansión a nuevos mercados internacionales, los autores introducen la llamada distancia psicológica según el cual, la entrada al exterior se produciría por el mercado o país psicológicamente más próximo al país de origen. Y una vez que ya se adquiere experiencia internacional, la empresa basará sus decisiones de inversión en otros factores como el tamaño de mercado y en otro tipo de oportunidades y condiciones económicas globales (Escolano y Belso, 2003).

El concepto de distancia psicológica se refiere al conjunto de factores que impiden u obstaculizan los flujos de información entre la empresa y el mercado, tales como las diferencias lingüísticas, culturales, políticas, de nivel educativo o desarrollo industrial (Escolano *et al*, 2003). Estas variables adquieren gran importancia para las empresas al saber a qué mercados extranjeros entrar durante su introducción al proceso de internacionalización, optando por las que tengan menor distancia psicológica para posteriormente introducirse progresivamente en los mercados con mayor distancia.

2.1.5 Enfoque de innovación

Este modelo surge en EE.UU, concibiendo a la internacionalización como un proceso de innovación empresarial (Simmonds y Smith, 1968). El modelo de innovación se centra en el estudio de la actividad exportadora como método de internacionalización básico para las pequeñas y medianas empresas (Czinkota, 1982).

Alonso y Donoso explican que el paralelismo que puede existir entre la internacionalización y la innovación se desarrolla sobre la base de asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio (Alonso y Donoso, 1998).

Ambos analizan las decisiones que se adoptan en este modelo, mencionando que son creativas y deliberadas de acuerdo con las condiciones que impone el mercado, y con las posibilidades siempre limitadas, de una organización que actúa en condiciones inciertas. Estas decisiones se fundamentan en los procesos de aprendizaje, beneficiándose de una dinámica temporal. Por último, la empresa dispone de una gama de opciones, limitadas por la experiencia acumulada y el camino recorrido previamente (Alonso y Donoso, 1998). En esta afirmación destacan la idea de que la propia experiencia acumulada por la organización a través de un proceso de aprendizaje continuo es la clave para la adquisición de las capacidades necesarias para competir en los mercados internacionales.

Este enfoque también conocido como “Modelo Cavusgil”, define la internacionalización de la empresa en la medida que desarrolle e incremente sus compromisos internacionales a través de continuas innovaciones. Es decir, la decisión de llegar a mercados externos se da con los progresos de innovación aplicados en los productos y procesos (Tavares, 2012).

2.1.6 Modelo de planeación sistémica

Estos modelos están basados en el supuesto de perfecta racionalidad de parte de los empresarios. Hay propuestas como la de Miller (1993) citados por Li, Li y Dalgic (2004) que sugiere que las empresas siguen diez pasos en su proceso de internacionalización y selección de varios planes de operación en el extranjero. Root (1994) citados por Li, Li y Dalgic (2004) ve el proceso como una secuencia de cinco pasos:

1. Medición de oportunidades de mercado
2. Planteamiento de objetivos

3. Selección del modo de entrada
4. Formulación del plan de mercadeo y
5. Ejecución

Este modelo parece estar soportado por varios estudios de caso y alguna evidencia anecdótica (Cardozo *et al.*, 2017).

2.1.7 Perspectiva de redes

Bajo esta denominación se agrupan las teorías que explican el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes organizativas y sociales de las empresas (Cardozo *et al.*, 2017).

A raíz de la teoría de redes ampliada, la entrada en mercados exteriores es entendida como función de las interacciones interorganizativas continuas entre las empresas locales y sus redes internacionales, significando esto que las oportunidades de los mercados exteriores le llegan a la empresa local a través de los miembros de su red de contactos internacionales según Johanson y Mattson (1998).

En otras palabras, las relaciones sociales que mantiene el decisor con otros individuos de la red influirán en el mismo a la hora de buscar información sobre mercados particulares en los que pueda actuar (Ellis, 2000).

A través de la cooperación las empresas reducen de un modo eficaz sus limitaciones al crecimiento y la incertidumbre que se genera al entrar en nuevos mercados. Buscando relacionarse con socios en países nuevos, incrementar su compromiso en las redes ya establecidas e integrar las posiciones que tienen en las redes de diferentes países. Los directivos de este tipo de empresas no deben enfocarse en las barreras internas de la empresa para internacionalizarse, si no en la identificación de esos recursos y oportunidades que puede ofrecer una red coordinada (Urzelai, 2014).

El modelo de Johanson considera redes de negocio a aquellas que mantienen las empresas con sus clientes, distribuidores, competidores y gobierno. A medida que las empresas se internacionalizan, el número de actores con los que tienen que interactuar a través de la red aumenta y las relaciones con éstos se estrechan. En particular además de proporcionar conexiones con otros mercados, las redes sociales son útiles para investigar y evaluar a los socios potenciales (Johanson y Mattson, 1988).

Larson (1992) en su estudio sobre relaciones duales de negocio, observó que el conocimiento sobre la reputación de un socio potencial combinado con una historia de relaciones personales reduce el riesgo de la operación, porque establece las bases de una confianza mutua. En los negocios internacionales a veces es necesaria alguna forma de compromiso social para poder establecer las bases formales antes de comenzar con las negociaciones (Björkman y Knok, 1995).

Las actividades en la red le permiten a la empresa mantener relaciones que le ayudarán a tener acceso a recursos y mercados. Además dependiendo del grado de internacionalización del mercado y de la propia empresa, estos autores identifican cuatro categorías de empresa internacionales: la empresa iniciadora, la empresa rezagada, la empresa solitaria y la internacional (Johanson y Mattson, 1988).

Para el modelo de redes la internacionalización viene determinada por el establecimiento y desarrollo de posiciones en relación al resto de las empresas en redes extranjeras. Este fenómeno evoluciona de diferentes formas (Cardozo, Chavarro y Ramírez, 2007):

- 1.- Se forman relaciones con socios en partes que son nuevas para las empresas internacionalizadas (extensión internacional).
- 2.- Se incrementa el compromiso en las redes ya establecidas (penetración).
- 3.- Se integran las posiciones que se tienen en las redes entre diferentes países (integración internacional).

Otro gran aporte de esta perspectiva, es plantear la búsqueda de socios estratégicos como un modo de entrada a los mercados internacionales y para la gestión de riesgo. Así mismo, la existencia de redes sociales permite explicar casos de internacionalización de empresas pequeñas y medianas sin experiencias previas en el mercado internacional. Por último, esta perspectiva refuerza la idea de tener una ventaja inicial como factor previo al proceso de internacionalización (Trujillo, 2006).

2.1.8 EL paradigma ecléctico

Esta teoría surgió para tratar de ensamblar dentro de un sistema las aportaciones de los teóricos de la organización industrial, el paradigma de los costos de transacción y las teorías de la localización y del comercio internacional. Sugiere que la empresa elige explotar sus ventajas competitivas en el exterior mediante la inversión directa, lo cual implica convertirse en una empresa multinacional cuando cumpla con las siguientes condiciones (Dunning, 1992):

- a) Ventajas propias, como son las derivadas de la posesión de activos intangibles.
- b) Ventajas de internalización de sus procesos.
- c) Ventajas de localización geográfica.

A la empresa que posee dichas ventajas le será más conveniente explotarlas por sí misma que venderlas o alquilarlas a otras empresas, es decir internalizarlas a través de la extensión de su cadena de valor agregado. En conclusión, la principal contribución de Dunning al estudio es la aportación de una respuesta ecléctica a la cuestión del por qué se internacionalizan las empresas (Jiménez, 2007).

2.1.9 Teoría de las *born global*

Las *Born Global*, o en su traducción al español 'empresas globales nacientes', son consideradas como un fenómeno que es cada vez más observado e investigado alrededor del mundo (Fuerst, 2010). En el aspecto empírico, las *Born Global* son

todas aquellas empresas que se internacionalizan desde el momento de su creación o lo hacen durante los dos primeros años de existencia (Galván, 2003).

Madsen y Servais (1997) también promueven la necesidad de entender las características del fundador de la empresa que conforman, en parte, el comportamiento internacional de la misma. Profundizando esta idea estos autores intentaron integrar los estudios sobre internacionalización y sobre el emprendimiento, con el fin de entender mejor el fenómeno *born global*.

El segundo factor que promueve la aparición de las *born global* es el denominado “cambios en los procesos tecnológicos”. Estos cambios han implicado que las operaciones en pequeña escala puedan ser atractivas desde una perspectiva económica (Cardozo *et al.*, 2017).

Por último, el factor relacionado con el incremento de las habilidades y capacidades de los recursos humanos para explotar las posibilidades de los cambios tecnológicos en los mercados internacionales, también ayuda a describir por qué surgen las empresas *born global*. Un gran número de personas ha obtenido experiencia internacional en las últimas décadas. Esta experiencia que está relacionada con la movilidad entre naciones, crea un número potencial de empleados con la capacidad de comunicarse, entenderse y realizar negocios con empresas de otras culturas. Estas capacidades son un requisito básico para explotar oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de producción, de comunicación y transporte. Otra consecuencia de ese incremento de movilidad y de educación transcultural es que los mercados se vuelven más homogéneos, y las preferencias de los consumidores dejan de ser locales. Por esta razón, los recursos humanos son una de las fuerzas promotoras de la aparición de las *born global*. En especial, las experiencias pasadas y las ambiciones actuales del fundador–directivo de la empresa deben tenerse en consideración (Cardozo *et al.*, 2017).

2.2. Capital Humano

2.2.1 La teoría del capital humano y sus principales postulados

Se define capital humano de manera amplia como la mezcla de aptitudes y habilidades innatas a las personas, así como la calificación y el aprendizaje que adquieren en la educación y la capacitación. En el mundo de los negocios, que ha acogido con afán el concepto de capital humano, considerándolo como la calificación y aptitudes de la fuerza de trabajo directamente relevantes al éxito de una compañía o industria específica. Es el aumento en la capacidad de la producción del trabajo alcanzada con mejoras en las capacidades de trabajadores. Estas capacidades realizadas se adquieren con el entrenamiento, la educación y la experiencia (OCDE, 2018).

A continuación, se mencionan diferentes autores con sus aportaciones hacia el término capital humano, pasando de un concepto explicativo de determinados fenómenos económicos a ser todo un campo de investigación reconocido.

La teoría del capital humano surgió en el año de 1776 a partir de consideraciones teóricas del padre de la economía Adam Smith. Los principios básicos de ésta se basaban en la idea de que un hombre bien educado era semejante a una máquina, en la medida en la que el trabajo que éste aprendía a desempeñar le redituaba todos los gastos invertidos en su aprendizaje. Su tesis principal giraba en torno al supuesto lógico de que las tasas de rendimiento económico de las inversiones educativas estaban positivamente relacionadas con los salarios. Según este planteamiento la diferencia entre los salarios de un trabajador educado y uno común radicaba en el grado de educación que estos tenían (Smith y Rodríguez, 2001).

A esta teoría se le fueron sumando a lo largo de la historia y conforme crecieron los estudios de capital humano y los beneficios que traía el tener personas capacitadas y con mejores niveles de estudio para una mayor productividad empresarial.

El autor clásico Jean Baptise Say, quien explica la influencia de los conocimientos o la formación en el proceso de producción de bienes (Hebert y Link, 1988). En su obra "Tratado de Economía política", Say menciona que "el conocimiento es el

elemento indispensable en la producción de cualquier bien, ya que está presente en las tres fases en que se lleva a cabo el proceso productivo, por lo que para obtener un bien, es necesario; primero estudiar y conocer las leyes de la naturaleza, segundo la aplicación de estos conocimientos a un propósito útil y tercero es necesario la ejecución de cierta cantidad de trabajo manual para obtener el producto acabado, por lo que se requiere poseer conocimiento o habilidades para realizar el trabajo” (Say, 2001, p.16).

John Walsh plantea la primera aportación de lo que sería la primera aportación de Capital Humano (Falgueras, 2005). Usó del concepto de capital aplicado al hombre, planteando el hecho de que el dinero que los trabajadores se gastan en la formación necesaria para adquirir cierta capacitación o conocimiento puede considerarse como una inversión en capital hecha para obtener beneficios. Walsh realiza un estudio empírico en el que encuentra que las familias invierten en educación mientras que los retornos de dicha inversión cubren el costo del entrenamiento, generando un beneficio adicional ordinario (Walsh, 1935). En todos los casos estudiados el retorno de la educación es mayor que el costo de adquirirla.

Con Solow se inicia la estructura teórica que da relevancia al ser humano como componente fundamental en el desarrollo productivo de la industria, al mismo tiempo que en el crecimiento económico (Solow, 1957).

A principio de la década de los setenta, Theodore Schultz, considerado el padre de la economía de la educación y de la teoría de capital humano, pronuncio en 1961 el discurso “Inversión en Capital Humano”, en el cual afirmaba que los conocimientos y habilidades adquiridos son una forma de capital obtenida como resultado de una inversión en educación. Hizo además énfasis en el acceso a la educación y a la salud, determinada por los diferentes ingresos; además, estableció la rama de la ciencia económica denominada economía de la educación (Martínez, 1996). “Al invertir en sí mismos, los seres humanos aumentan el campo de sus posibilidades. Es un camino por el cual los hombres pueden aumentar su bienestar” (Schultz, 1960, p.85).

A continuación, Edward Denison, se dio a la tarea de corroborar dicha tesis. Realizó una investigación, la cual consto de una serie de mediciones de inversión de capital humano y otros cálculos económicos. Los resultados demostraron que el aumento en la educación estaba directamente relacionado con el aumento material de ese país. De esta forma concluyo que la inversión en educación, generaba mayores rentas que invertir en el capital físico. Denison aseguraba que el tener a la población educada era un medio eficaz para hacer crecer el Producto Nacional Bruto (Denison, 1962). El método sugerido para medir el efecto positivo de la educación sobre la capacidad productiva de los trabajadores, era el de clasificar a ésta en diferentes años según la inversión de tiempo en la escuela (Cardona *et al*, 2007).

Como se ha visto, Solow y Denison comenzaron a notar la educación como elemento importante, que explicaba el crecimiento económico; ya para Schultz, es más clara esta relación, denominada la inversión en educación de capital humano. En esta teoría se encuentra la importancia en la calidad de vida en las personas a la hora de invertir en capital humano.

Desde sus inicios en la investigación de capital humano en 1958, Mincer manifestó un marcado interés por el efecto que ejerce la capacitación o aprendizaje en el trabajo en el aumento de los ingresos. Para él, el entrenamiento formal es mucho más difícil de medir que el entrenamiento proporcionado en la experiencia laboral, por cuanto este último va creciendo en la misma medida que aumenta la experiencia en el mercado laboral, mientras que la primera se muestra en una forma cóncava (Cardona *et al*, 2007).

Mincer analizó la contribución de la escolaridad y la experiencia en los ingresos de los trabajadores, es decir, conformó el componente de la experiencia a su análisis de la teoría del capital humano. Mincer menciona que la cantidad de inversión que una persona realiza para su formación es elegida libremente mediante la determinación del tiempo que le van a dedicar. Además, incluye el efecto de la experiencia en el trabajo sobre los ingresos de los trabajadores. Con ambas variables puede explicar las diferencias de los salarios entre ocupaciones como

resultado de diferencias en el nivel de entrenamiento, mientras que las diferencias de salarios dentro de una misma ocupación son atribuidas a diferencias en el grado de experiencia en el trabajo (García, 2010).

Becker, define el capital humano como “el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos” (Becker, 1964, p.78). El objeto es tratar de considerar a la educación y la formación como inversiones para su persona, y poder incrementar su eficiencia productiva e ingresos, como lo mencionan autores anteriormente (Pérez y Castillo, 2016).

Los principales argumentos de esta teoría han propiciado que los gobiernos atiendan directamente el factor de la educación. Según Becker (1962), gran parte de este apoyo se debe principalmente al impacto social que ésta teoría ha conseguido, esto debido principalmente al supuesto de considerar a la educación como un bien de inversión. Lo que repercute positivamente en el propio individuo, dotándole de una mayor productividad y además sus posibilidades de rentas futuras.

Becker (1975) comenzó a estudiar las sociedades de conocimiento concluyendo que su pieza clave era el capital humano que éstas poseían, es decir, el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo. Lo menciona también como identificador clave para la productividad de las economías modernas ya que esta productividad se basa en la creación, difusión y utilización del saber (Teijeiro, García y Mariz, 2015).

La educación general y específica es otro gran aporte de Becker (1964); la primera es útil a todas las empresas, mientras con la segunda, se incurre en un gasto por parte del trabajador o la empresa, y se espera obtener beneficios sólo en quien incurrió en dicho gasto. No obstante, una persona racional y bien informada, sólo realizaría una inversión si la tasa esperada de rendimiento fuese superior a la suma de los intereses que proporcionan activos sin riesgo, más las primas de liquidez y riesgo asociadas a la inversión (Villalobos y Pedroza, 2009).

Asimismo, Becker (1964), plantea el riesgo que tiene la inversión en capital humano, debido a la incertidumbre con respecto a varios factores: las personas tienen dudas sobre sus aptitudes, especialmente los jóvenes que son los que llevan a cabo la mayor parte de la inversión; no existe certeza sobre el rendimiento que una persona de edad y aptitudes dadas puede percibir debido a la existencia de numerosos acontecimientos impredecibles; también transcurre un largo período de tiempo antes de percibir el rendimiento de una inversión en capital humano.

Los discursos de Becker y Mincer, así como en el desarrollo posterior de la teoría del capital humano, marcaron un giro en la concepción de la educación que ya no sólo se contempla en su componente de bien de consumo sino en mayor medida como una actividad inversora (Cardona *et al*, 2007).

Posterior a la teoría de Becker se tienen más autores que complementan esa teoría con diversas contribuciones positivas hacia el capital humano y su productividad en la empresa. Unos años más tarde aparece el trabajo de Ashenfelter (1978), de carácter eminentemente empírico y que trata de evaluar el impacto que los programas de entrenamiento en el trabajo tienen sobre los ingresos de los trabajadores. Aparte de que, como cabría esperar, Ashenfelter encuentra que el impacto de los primeros sobre los segundos es positivo, sus resultados también muestran que los costos del entrenamiento son grandes, debido a los ingresos que los trabajadores dejan de ganar. En vista de este resultado, Ashenfelter defiende que estos costos deberían ser incluidos en los costos sociales de los programas, cosa que no se hacía hasta ese momento.

En un trabajo posterior Ashenfelter en conjunto con Ham se estudian el efecto de la educación sobre los ingresos y el desempleo (Ashenfelter y Ham, 1979). Los autores llegan a la conclusión de que el impacto positivo que tiene la escolarización y la experiencia sobre los ingresos de los trabajadores es un efecto derivado, que se debe casi en exclusiva a que la mayor preparación de los trabajadores reduce el riesgo que tienen de quedarse desempleados.

Serrano Martínez utilizó el método de una función de producción llamada Cobb-Douglas. Descubrió que cada nivel educativo significa incrementos adicionales en la dotación del capital humano del individuo, aunque admite que no existe una relación mecánica entre esa ganancia y los años de estudio que requiere cada nivel (Serrano, 1996).

Otro estudio que revela importantes resultados fue el hecho por Pérez, analizó los datos anuales de educación que ofrece la OCDE y estimó el grado de correlación entre el PIB y el gasto público. Sus resultados, los países que tienen mayor PIB por persona, tienen mayores grados de estudios, existe una estrecha correlación positiva, entre los salarios pagados en el mercado laboral y los niveles educativos, la inversión en capital humano es una variable importante para determinar la competitividad de un país, en la mayoría de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), más de la mitad de la población han terminado, al menos, la secundaria; y por último, existe una estrecha relación entre la enseñanza y el mercado de trabajo (Pérez, 1996).

Aportaciones más recientes mencionan al capital humano como un conjunto intangible de habilidades y capacidades que contribuyen a elevar y conservar la productividad, la innovación y a la empleabilidad de una persona o una comunidad, entendiéndose por empleabilidad la posibilidad de encontrar un empleo que retribuya las capacidades laborales de las personas por medio de diferentes influencias y fuentes (Serrabassa, 2018).

Cabe señalar que el vínculo existente entre el capital humano y la internacionalización de una empresa es que, a mayor cantidad y preparación de capital humano, mayor la probabilidad que la empresa logre conducirse a niveles internacionales logrando productividad y éxito empresarial.

La teoría sobre el capital humano afirma que se tiene una clara relación entre el perfil del emprendedor y el comportamiento de la empresa. Storey, las experiencias, habilidades y competencias del emprendedor son solo factores que principalmente explican el comportamiento empresarial (Storey, 1994).

La mayoría de autores coinciden en que el emprendedor o su equipo emprendedor, son clave para una experiencia internacional exitosa. Así mismo se defiende la idea de que la experiencia previa del emprendedor influye de manera positiva en la propensión a exportar. Esta influencia se debe a que la experiencia adquirida con la edad, con la formación y con la práctica emprendedora, permite al emprendedor acumular conocimientos y recursos con los cuales puede afrontar el riesgo con mayores garantías, y en mayor medida si esta experiencia consiste en haber creado una empresa previamente y operado en mercancías internacionales (González, Navarro y Peña, 2012).

Hymer publica en su trabajo inicial que las empresas saldrán al exterior cuando frente a su competencia tenga alguna ventaja que explotar, ventaja de naturaleza oligopólica que las hace competir con las pocas empresas instaladas, poseedoras normalmente de un mejor conocimiento de su mercado (Hymer, 1976). Ahora, tomando en cuenta la teoría de recursos y capacidades, dicha posesión o generación de ventajas competitivas depende de la dotación de recursos y capacidades estratégicos de las empresas (Penrose, 1959) los cuales, de acuerdo con Barney, reúnen los requisitos de valor, escasez, inimitabilidad y no sustituibilidad (Barney, 1991). Aquellos que con más facilidad reúnen estos requisitos dentro de la empresa, son los recursos intangibles, los cuales son los más difíciles de formalizar y reproducir por parte de los competidores, ya que forman parte exclusiva de la empresa, al menos durante un cierto tiempo, y que proporcionan cierta superioridad frente a sus competidores (Ramírez, 2004).

Por otro lado, Markides y Williamson fundamentan que un capital humano de calidad es un recurso crítico que favorece con ventajas competitivas, mientras mayor flexibilidad mayor la capacidad de adaptación al entorno de trabajo. El desarrollo de actividades en los mercados internacionales hace a las empresas más complejas, manifestándose tanto en el ámbito interno, como la organización y administración de operaciones internacionales, como en el externo, en lo que se refiere a la adaptación a un nuevo entorno con otras culturas, lenguas, etc. Por lo que es en este punto donde aquellas empresas que cuentan con empleados con más

formación y conocimientos tendrán más capacidades para resolver y tratar los problemas que plantea este nivel de mayor complejidad, obteniendo entonces más facilidades para introducirse en los mercados exteriores (Markides y Williamson, 1996).

Cooper argumenta que a mayor nivel de educación de los empresarios, mayores las habilidades para introducirse en redes sociales y de negocios, obteniendo más capacidades para detectar las oportunidades de negocio en mercados extranjeros (Cooper *et al.*, 1999). Sin embargo, por otro lado, el disponer de trabajadores formados o dispuestos para recibir formación, permite a la empresa afrontar la competencia y la incertidumbre de los mercados con más probabilidades de éxito (Hidalgo, 2017).

Ahora bien, la teoría del capital humano distingue dos formas posibles de formación: la formación general, adquirida en el sistema educativo, formativo y la formación específica, adquirida en el seno de una unidad de producción o de servicio, la cual permite desarrollar al trabajador su productividad dentro de la empresa, pero nada, o poco, fuera de ésta. En este caso, la financiación se asegura al mismo tiempo por la firma y por el trabajador (Teijeiro, 2015).

La formación de carácter específico contribuye también a incrementar la productividad de los trabajadores, pero no es tan fácil de imitar y transportar entre empresas (Lazear, 2003). Por lo que en términos de ventajas competitivas, el capital humano específico tiene una mayor capacidad de ventajas competitivas sostenibles que el capital humano genérico. Pero en ambos casos se puede afirmar que cuanto mayor sea el nivel de acumulación de capital humano genérico y específico mayor será la capacidad productiva de los individuos y esto permitirá incrementar la competitividad de la empresa facilitando en consecuencia la penetración en los mercados internacionales (López, 2006).

La combinación de estos aspectos –educación, experiencia y capacitación– proporcionan una capacidad que puede ayudar al emprendedor a superar las barreras de la internacionalización.

Finalmente y recapitulando la relación de la teoría del capital humano con la internacionalización de las empresas radica en que la teoría del capital humano desde sus orígenes hasta el presente, sigue siendo una visión conceptual influyente en el marco de la globalización, porque concibe a la educación como una inversión que generará utilidad en el futuro y que favorece a diversas formas el crecimiento económico: calificación laboral, productividad, experiencia e investigación y movilización física (Villalobos y Pedroza, 2009).

2.2.2 Otras teorías que se relacionan con la educación y el mercado laboral

Estas teorías explican de manera más precisa la relación de la educación y los ingresos a partir de la estratificación de clases, género y otros factores que influyen en dicho planteamiento.

2.2.2.1 La teoría de la educación como filtro

La Teoría del Filtro o de Selección, elaborada originalmente por Kenneth Arrow (1973) y Michael Spence (1973), señala que los grados académicos y las calificaciones poco tienen que ver con el aumento de la productividad, es más bien a través de la obtención de grados académicos y altas calificaciones que les permite a los empleadores seleccionarlos para un determinado puesto de trabajo, es decir, filtra hacia las empresas a los mejores individuos. Donde los empleadores no seleccionan aquellos individuos o trabajadores con mayor educación en el sentido de que éstos aumenten la productividad, sino más bien, es a través de los grados académicos obtenidos por los trabajadores mediante los cuales los empleadores hacen su primera selección, y una segunda tiene que ver con su desarrollo dentro del puesto de trabajo. En el caso último, nos referimos a que después de pasar el primer filtro de los empleadores, tienen que comprobar si en verdad son aptos para realizar su trabajo y así mantener su lugar dentro de la empresa. “En este caso, la educación sólo sirve como filtro o mecanismo de selección para identificar y

contratar a los trabajadores que, en teoría, tienen mayores habilidades productivas” (Cuamatzin; 2016)

Según los planteamientos de esta teoría, la educación es solo un medio que hace más ágil la selección de personal en su inserción a un empleo. Es decir, que ésta les proporciona los empleadores los elementos para escoger trabajadores que puedan entrenar con mayor facilidad, basados más que nada en los valores y actitudes que los estudiantes van tomando a lo largo que avanzan en su escuela.

2.2.2.2 La teoría de la educación como bien posicional

Esta teoría es muy semejante a la anterior, sólo que en ésta entra un factor muy importante, que es el estatus ocupacional, el cual modifica en cierta medida el planteamiento anterior. Se apoya en el hecho de que las ocupaciones existentes en los mercados de trabajo sean desempeñadas por individuos que tienen diferentes niveles de escolaridad. Es decir que para obtener un puesto en el mercado de trabajo cada vez resulta más necesario tener más grados académicos, requisitos que antes no tenían que satisfacer las personas que se van retirando de sus mismos puestos (Muñoz, 1996).

El bien posicional estuvo determinado en diversos casos por el Estado, donde su papel fue como medio para asignar ese status en la sociedad, sin embargo, se ha modificado. De Garay y Fresán Orozco (2000) afirman que en los años 90 las perspectivas de trabajo han sido sombrías para los egresados de los sistemas educativos. En muchos países relativamente ricos, así como en las naciones en desarrollo, existe un desempleo considerable de los graduados. Sin embargo, sigue siendo, un hecho constatable que ha mayor escolaridad de las personas las posibilidades de empleo y posición aumentan (Méndez, 2012).

Se observa entonces como la competencia por adquirir cierto estatus ocupacional incrementa continuamente la demanda educativa, muy a pesar de que la demanda en el sector productivo, tienda a permanecer en niveles relativamente estables (León, 2016).

CAPITULO 3. REVISIÓN DE LA LITERATURA EMPÍRICA

La combinación de educación, experiencia y capacitación proporcionan una capacidad que puede ayudar a las PYMES a superar las barreras de la internacionalización. En el presente capítulo se presenta la evidencia empírica, donde podemos encontrar diferentes estudios prácticos que sustentan las variables que se han elegido para el presente estudio.

3.1 Internacionalización – Capital Humano

Actualmente, existen numerosas formas de internacionalización para las empresas mexicanas debido a los esfuerzos realizados tanto por el sector público como el privado. El gobierno de México se ha encargado de impulsar y negociar 12 tratados de libre comercio (TLCs) con 44 países, facilitando el acceso a tres continentes. También cuenta con 28 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIs) y 9 acuerdos de comercio (Proméxico, 2012). Al mismo tiempo, algunas instituciones públicas han creado programas de apoyo y desarrollo de empresas para su internacionalización. Por su parte, el sector empresarial se ha encargado de desarrollar las estrategias necesarias para acceder a diferentes mercados internacionales. A menudo se tiene la idea de que la internacionalización es simplemente un aumento en las ventas a través de la exportación. Sin embargo, la internacionalización incluye desde la importación hasta la formación de alianzas estratégicas transfronterizas de diferente naturaleza. En la literatura existente, tanto académica como práctica, las teorías económicas de internacionalización de empresas (multinacionales) no se ajustan completamente a las estrategias y estructuras de las PyMEs (David, 2004), por lo que se abre un campo de estudio para este sector motor del desarrollo económico.

En México prácticamente son muy escasos los estudios empíricos formales sobre el proceso de internacionalización de las PYMES, peor aún sobre la influencia del capital humano sobre la misma. No obstante, uno de los primeros en tocar este tema para México fue Jiménez (2007), en su trabajo “Determinantes para la

internacionalización de las PYMES mexicanas”, donde aborda el problema de la internacionalización de este país sin embargo no toma en cuenta las variables de capital humano, solo toma la participación de la alta gerencia. Sin embargo, dicho trabajo abstrae los demás tipos de capital humano existentes y que son considerados por la literatura, relevantes y por algunas investigaciones efectuadas sobre otros países. Los recursos humanos o el capital humano ocupan un lugar destacado, no en vano se considera que el principal activo de las empresas son las personas. Ya que son las mentes creativas de las que depende todo el proceso industrial: diseñan el producto, gestionan los aprovisionamientos, planifican la producción, controlan el proceso y la calidad, comercializan los productos y establecen los objetivos y estrategias de la organización. Por lo tanto, de la calidad de los recursos humanos de que dispone una empresa va a depender su eficiencia y capacidad competitiva.

A nivel de otros países se cuenta con gran cantidad de estudios sobre la internacionalización de las empresas; algunas de ellas incorporan el capital humano agregado como variable explicativa, junto con otras variables, y encuentran que al capital humano es una de las variables condicionantes de la internacionalización (Madrid y García, 2004; Merino, 1998; Westhead, *et al* 2001; Bernard y Jensen, 2001). Sin embargo, son muy contados los trabajos que desagregan el capital humano en educación, capacitación y experiencia laboral

López (2006), en un estudio efectuado para el caso de la internacionalización de las empresas manufactureras españolas, encuentra que tanto las variables del capital humano genérico (porcentaje de empleados con estudios universitarios de grado técnico y superior) como el específico (porcentaje de empleados con contratos de larga duración y la formación recibida por el trabajador es dentro de la empresa) son variables que tienen efectos muy importantes y significativos en el acceso e intensidad de penetración de las citadas empresas en el mercado internacional.

El proceso de internacionalización, es un tema amplio teórica y empíricamente estudiado. Basándose en una visión puramente conductista de la organización (Cyert, 1963), hace referencia a la falta de información completa y la relevancia del

riesgo o la incertidumbre en la toma de decisiones gerenciales. Este enfoque, más directamente relacionado con las PYMES, se considera el "enfoque gradualista" debido a su conceptualización de la internacionalización de la empresa como un proceso de aprendizaje basado en la acumulación gradual del conocimiento experiencial (extranjero) del mercado (Rialp y Rialp 2001). El proceso gradualista o la teoría de la etapa de la internacionalización ha sido ampliamente utilizado en la investigación empírica, muchos estudios que confirman la validez de los hallazgos. Por otra parte, en el caso de muchas pequeñas empresas, los resultados empíricos muestran que el proceso de internacionalización es muy largo e incremental (Boter y Holmquist, 1996). Sin embargo, los modelos de la etapa han sido criticados por varios eruditos tales como: Buckley *et al.* 1979; Reid 1983b; Hedlund y Kverneland 1985; Turnbull y Valla 1986; Turnbull 1987; Ford y Leonidou 1991; Melin 1992; Strandskov 1994; McDougall *et al.*, 1994; Oviatt y McDougall 1994; y Kutschker y Baurle 1997.

Andersen (1993), Barkema *et al.* (1996), Gankema *et al.* (2000) y Chetty y Campbell Hunt (2004) sostienen que existen dos enfoques tradicionales (basados en el comportamiento gradual) de la internacionalización: el modelo de internacionalización de Uppsala (modelo U) y los modelos relacionados con la innovación (modelos I), ambos referidos como los "modelos de escenario". Todos estos modelos consisten en una serie de etapas identificables y distintas, en las que las etapas de nivel superior indican una mayor participación en los mercados extranjeros.

El interés por el Modelo U a la "cadena de establecimientos" hace que este enfoque sea particularmente adecuado para explicar el comportamiento de las PYMES en las fases iniciales de su proceso de internacionalización. Esto es apoyado por Forsgren (1989), Johanson y Vahlne (1990) y Alonso (1993), subrayando así la importancia de la acumulación progresiva y / o incremental de la experiencia para explicar el comportamiento exportador de las PYMES.

Otros modelos conductistas también sugieren que el proceso de internacionalización de las PYMES es incremental, basado en diferentes etapas que

determinan los cambios en el compromiso actitudinal y conductual de los gerentes que, a su vez, se reflejan en la creciente orientación internacional de las firmas (Bilkey y Tesar 1977; Reid 1981; Cavusgil y Godiwalla 1982; Czinkota 1982). Debido a que el movimiento de una etapa a otra se asemeja a la difusión de la innovación de Rogers (1962), y porque los modelos presentan diversas similitudes, han sido colectivamente considerados modelos de innovación en la internacionalización.

Algunos estudiosos verificaron la aplicabilidad de los modelos I para las PYMES. Bell (1995), encontró que los modelos I eran verdaderos para su muestra de pequeñas compañías de software en Finlandia, Irlanda y Noruega. Además, Gankema *et al.* (2000), utilizando una muestra de PYMES de seis países europeos, demostraron que en la mayoría de los casos la teoría de la etapa de Cavusgil (1980) sigue siendo válida.

En economías o sectores donde se tienen empresas predominantemente de carácter familiar, la competitividad e internacionalización comercial de la empresa no va depender sólo del capital humano de los trabajadores sino también probablemente de manera decisiva del capital humano específico y general de los propietarios o gestores de la empresa.

Un aspecto diferenciador de la presente investigación respecto a los ya mencionados, es que separamos el capital humano del propietario del capital humano de los trabajadores, y tenemos variables de educación, capacitación y experiencia laboral. Nuestra investigación es integral en la inclusión de diferentes variables. Los trabajos empíricos existentes son muy parciales en la incorporación explicativa de las variables de capital humano.

3.1.1 Redes

Los establecimientos de relaciones de red cobran aún más importancia para las PYMES, especialmente para aquellos que aún no tienen objetivos de internacionalización claramente definidos (Mockaitis, A.I., Vaiginien, E. y Giedraitis,

V, 2006) sostienen que la actividad de internacionalización parece estar en gran parte impulsada por las relaciones de red existentes, presentando a menudo patrones importantes que orientan la selección del mercado externo y proporcionan el mecanismo para la entrada al mercado. Dana *et al.* (1999) y Jones (1999). sugieren que las redes también aceleran la internacionalización, proporcionando relaciones sinérgicas con otras empresas que pueden complementarse con recursos en diversas etapas de la cadena de valor.

Numerosos investigadores han observado que los intercambios de mercado tienen lugar frecuentemente en el contexto de las relaciones a largo plazo entre los socios comerciales (Turnbull y Valla 1986, Ford 1990, Eriksson *et al.*, 1998). Por ejemplo, Bell (1995), encontró que las actividades de exportación se iniciaron debido al contacto con los proveedores, mientras que Ibeh (2003), observó que los tomadores de decisiones que mantenían contactos regulares con amigos / familiares / asociados en el extranjero tenían más probabilidades de participar en actividades de exportación. Los autores como Johannisson (1988) y Perrow (1992), han subrayado la importancia de las redes sociales para los directivos de las PYMES en la búsqueda de actividades empresariales y en el tratamiento de los recursos externos. Según Holmlund y Kock (1998), los recursos de la red personal son cruciales en el caso de las PYMES, dado que las actividades del mercado internacional a menudo dependen del conocimiento y la experiencia de una sola persona.

Por otra parte, Denis y Depelteau (1985), sostienen que la información de exportación se obtiene a menudo a través de contactos personales. El trabajo de Mintzberg (1973) sobre la importancia de los contactos personales para llevar a cabo el trabajo directivo, enfatiza que los contactos personales de los gerentes de exportación suelen encontrarse en una amplia gama de círculos sociales de gerentes de exportación.

3.1.2 Resource based view

Una implicación importante *del Resource Based View* (RBV por sus siglas) es que una amplia gama de fenómenos individuales, sociales y organizacionales dentro de las empresas que son analizados por la teoría organizacional y el comportamiento organizacional podrían ser fuentes de ventaja competitiva sostenida. Las empresas pueden ser conceptualizadas bajo el RBV como "paquetes únicos de activos acumulados tangibles e intangibles" (Roth 1995: 200). Bloodgood, Sapienza, y Almeida, (1996) se basan más en esta idea argumentando que aquellas empresas que presentan paquetes únicos y combinaciones de recursos podrían tener una tendencia más alta hacia la internacionalización.

Por lo tanto, queda claro que el comportamiento de la exportación depende de las características, habilidades y percepciones. Basándose en la visión de RBV, los altos directivos pueden representar algunos de los recursos más valiosos, únicos y difíciles de imitar (Peng, 2001). Una idea similar es subrayada por Chandler y Hanks (1994), quienes afirman que el desempeño de la empresa es una función no sólo de la accesibilidad a los recursos, sino también de la competencia gerencial del emprendedor. En una pequeña empresa, hay una variedad de razones para prestar especial atención al papel de los individuos. Boter y Holmquist (1996) afirman que en las pequeñas empresas, la organización es más delgada tanto vertical como horizontalmente, por lo que normalmente una persona, el propietario-gerente junto con un pequeño equipo de liderazgo, tendrá fuertes influencias sobre las actividades de la firma. Del mismo modo, Crick y Chaudhry (1997), señalan que el empresario (propietario / gerente) o el equipo de alta dirección puede ser el factor más importante para el comportamiento de las PYMES, ya que son los tomadores de decisión dentro de una empresa y, a la exportación, mientras que Manolova *et al.* (2002), afirman que el capital humano o el recurso humano pueden superar las deficiencias de otras reservas de recursos y por lo tanto, constituyen una fuente potencial de "ventaja diferencial" para la pequeña y mediana empresa internacionalizada.

3.2 Internacionalización - Educación

Para crecer, las empresas necesitan gente talentosa –empleados motivados, informados y de alto desempeño—. Eso siempre ha sido una realidad, pero hoy más que nunca, cuando muchos directores ven a su fuerza de trabajo como el gran diferenciador en el entorno de negocio altamente competitivo de hoy.

La visión de la empresa basada en los recursos sugiere que la calidad de la estrategia de una empresa no puede juzgarse independientemente de los recursos de la empresa sobre los que se basa (Barney y Zajac, 1994). Uno de esos recursos es el capital humano. El capital humano se refiere al conjunto de competencias, conocimientos, experiencia y conexiones que los empleados de una empresa obtienen a través de la educación y la experiencia (Becker, 1993).

En los trabajos iniciales se utilizaba la tasa de escolarización en los diferentes niveles educativos como variable *proxy* del capital humano (Mankiw, Romer y Weil, 1990). En trabajos más recientes resulta habitual la utilización del número medio de años de escolarización de un trabajador como *proxy* por ejemplo Benhabib y Spiegel (1994).

El papel crucial que desempeña el gerente en influir en el comportamiento de las exportaciones ha sido ampliamente reconocido y enfatizado en la literatura de mercadeo de exportación (ver revisiones de Aaby y Slater, 1989, Chetty y Hamilton, 1993). Esto es aún más importante en el contexto de las PYMES (Lee y Brasch, 1978). En consecuencia, Cavusgil (1984) y Katsikeas (1996), sugieren que dado que en las empresas de menor tamaño, las características del emprendedor o del equipo impulsan la estrategia organizacional, su deseo o entusiasmo hacia la expansión en el extranjero y da como resultado una mayor participación internacional. Los trabajos en este sentido los podemos dividir en dos grupos el primero que centra el estudio en el dueño o personal gerencial y el segundo que toma a todo el capital humano de la firma.

Suárez Ortega y Alamo-Vera (2005), dividieron las influencias gerenciales en la intención, propensión e intensidad de la exportación en dos grupos: características

gerenciales (edad, nivel educativo, experiencia en el extranjero, competencia en lenguas extranjeras) Y percepciones sobre las barreras a la exportación). Leonidou (1998), en una revisión exhaustiva de la influencia del factor de gestión sobre la propensión, la agresividad, el desarrollo y el desempeño de las exportaciones dividió las influencias gerenciales en cuatro categorías: objetivo general (grupo de edad, nivel educativo, experiencia laboral); Objetivo específico (origen étnico, competencia lingüística, tiempo dedicado al extranjero, viajes al extranjero); Subjetivos (tolerancia al riesgo, innovación, flexibilidad, compromiso, calidad y dinamismo) y subjetivos específicos (percepciones de riesgo, percepciones de los costos, percepciones de los beneficios, percepciones del crecimiento, percepciones de la complejidad). Experiencia, calidad y dinamismo de la gestión, tiempo dedicado al extranjero, competencia lingüística, tolerancia al riesgo, innovación, percepciones de ganancias y crecimiento.

La educación tiene que ver con el conocimiento, las habilidades, la capacidad para resolver problemas, la disciplina, la motivación y la confianza en sí mismo. Por lo tanto, los tomadores de decisiones más educados tienen mejores habilidades para resolver problemas. Por otra parte, Simpson y Kujawa (1974), afirman que la cantidad de conocimiento que el tomador de decisiones tiene sobre la internacionalización depende del nivel de educación del mismo, mientras que Garnier (1982), sugiere que los tomadores de decisiones mejor educados son considerados más abiertos e interesados en los asuntos exteriores, por lo tanto, están más dispuestos a evaluar los beneficios y desventajas de exportar desde un punto de vista objetivo. La literatura anterior en el campo de la comercialización de la exportación reconoce que: existe un vínculo positivo entre el nivel educativo del gerente y el grado de participación en las exportaciones (Axinn, 1988) o el comportamiento de exportación de la empresa (Mayer y Flynn, 1973; Alto nivel educativo está asociado con la internacionalización (Cavusgil y Naor 1987, Oviatt *et al.*, 1993).

En particular, Cooper, Gimeno-Gascon y Woo (1994), argumenta que un mayor nivel de educación de los empresarios les confiere mayores habilidades para

introducirse en redes sociales y de negocios y además tienen más capacidades para detectar las oportunidades de negocio en los mercados extranjeros. Por otro lado, el disponer de trabajadores formados o dispuestos para recibir formación permite a la empresa afrontar la competencia y la incertidumbre de los mercados con más probabilidades de éxito (Alba, 1993).

La teoría del capital humano sugiere que las empresas con un mayor grado de capital humano desarrollado a través del acceso a los empleados con educación superior y experiencia personal expansiva logran un mayor rendimiento (Barney, 1991). El capital humano es una fuente importante de ventaja competitiva (Coleman, 1998). Loscocco *et al.* (1991), sugiere que un factor determinante del éxito de las pequeñas empresas es la experiencia específica en la industria. Los investigadores confirman el efecto positivo de la educación en la internacionalización de las empresas (por ejemplo, Athanassiou y Nigh, 2002, Herrmann y Datta, 2005).

La importancia de los fundadores para las perspectivas de crecimiento de una empresa a veces eclipsa el papel de otras formas no fundadoras de capital humano (Klaas, 2010). El capital humano dentro de la fuerza laboral también es sumamente importante y contribuye al desempeño organizacional (Wright *et al.*, 2001, Smith y otros, 2005, Collins y Smith, 2006, Dewne y Sels, Andries y Czarnitzki, 2014, Delgado-Verde *et al.*, 2016, Sommer *et al.*, 2016). Sin embargo, en el contexto de las empresas innovadoras, las habilidades técnicas a menudo se priorizan a expensas de las habilidades gerenciales complementarias necesarias para llevar los productos al mercado (Blaydon *et al.*, 1999; Paradkar *et al.*, 2015). El capital humano no técnico necesario, incluyendo capital humano general (es decir, gestión general, producción) o capital humano especializado en el conocimiento específico y el contexto de la empresa I + D); (Helfat y Lieberman, 2002). Investigaciones recientes realizadas por Dahl y Klepper (2015), sobre las prácticas de contratación de nuevas empresas danesas sugieren que los empleados son efectivamente clasificados por capacidad, y que los empleados de mayor calidad reciben salarios

más altos por empresas dotadas de recursos que han mostrado mayores niveles de crecimiento y perspectivas de supervivencia.

3.3 Internacionalización – Capacitación

Las inversiones en capital humano son actividades tales como la escolarización, la capacitación en el trabajo, la atención médica o la adquisición de información sobre el sistema económico, que influyen en el ingreso real futuro (Becker, 1962; Schultz, 1961; Novos y Waldman, 1997). Todas estas inversiones mejoran las habilidades físicas y mentales de las personas y por lo tanto aumentar sus perspectivas de ingresos reales, mientras que el rendimiento de un retorno durante un largo período de tiempo. Por lo que se dedicara este apartado a hablar específicamente de una de ellas la capacitación.

A partir del trabajo seminal de Becker (1962), sobre las inversiones en capital humano a través de la capacitación en el trabajo, los economistas y los estrategas han teorizado acerca de los efectos diferenciales de las inversiones en capital humano general y específico. El capital humano genérico incluye la educación, el conocimiento y las habilidades (adquiridas a través de la educación formal) aplicables a diferentes empresas y contextos, mientras que el capital humano específico de la unidad se acumula a través de la capacitación y experiencia en el trabajo de tal manera que el conocimiento de un trabajo, otros empleados y clientes se vuelve cada vez más implícito y tácito, y de poco valor fuera de la empresa (Grant, 1996; Barney y Wright, 1998; Ployhart, Van Iddekinge y Mackenzie, 2011).

Ya Robert Owen, citado por Robbins (1996), en 1825 señalaba que “el dinero empleado para mejorar la mano de obra era una de las mejores inversiones que podían hacer los ejecutivos de negocios”. Owen, en aquel entonces, casi 200 años atrás, también propuso legislación para la mano de obra infantil y la participación de la empresa en proyectos de la comunidad entre otras cosas, con los que el mismo lanzaba la idea de responsabilidad social de las organizaciones.

Aunque se sugiere que existe una relación positiva entre la inversión en capital humano y el grado de internacionalización, parece improbable que esta relación positiva pueda continuar indefinidamente. Esto se debe a la existencia de un punto de saturación por encima del cual el aumento del capital humano no se traduce en un aumento de las actividades internacionales.

La importancia de la capacitación en las grandes empresas está bien documentada (Guzzo, Jette y Katzell, 1985); sin embargo, las empresas pequeñas y con limitaciones de recursos tienen menos probabilidades de participar en la capacitación formal de los empleados (Banks, Bures, y Champio., 1987). A pesar de los desafíos, una fuerza de trabajo bien calificada es esencial para mejorar la productividad y, hasta cierto punto, la capacitación interna puede anular algunos de los pasivos inherentes a la contratación. Sin embargo, al igual que con la educación, es probable que la capacitación sea efectiva hasta un punto después del cual es menos probable que la capacitación adicional de los empleados tenga un impacto en la internacionalización de las PYMES.

3.4 Internacionalización – Experiencia Laboral

Las verdaderas habilidades y el conocimiento se adquieren a base de educación y entrenamiento, tanto formal como informal, sin embargo las habilidades específicas del trabajo, el saber de dónde y cuándo reportarse y qué hacer en caso de emergencia, la familiaridad con cierto tipo de trabajos y de edificios, igual que muchos otros factores de experiencia, conduce a los empleados a una productividad más elevada, todo eso forma parte del capital humano (Thurow, 1978).

Mediante la capacitación la persona se enriquece, amplía su perspectiva de observar su realidad y mejora su capacidad para ser un activo participante en el desarrollo de su empresa, de su país. El aprendizaje experimentado, más allá de su utilidad para el logro de los objetivos organizacionales, pasa a constituirse en un recurso propio, en un patrimonio de la persona, y que ésta podrá disponer del mismo en cualquier lugar y durante toda su vida.

La investigación empírica podría confirmar las predicciones que plantea la teoría en donde la educación se destacaba como componente principal del capital humano; sin embargo, en la práctica nos encontramos con una valoración de la experiencia en el entorno productivo. Desde este punto de vista se evidencia la incidencia del capital humano como un factor diferenciador en el largo plazo, no solo dado que la experiencia esta correlacionada de forma positiva con el tiempo empleado en una labor específica, sino dadas las circunstancias del sector en cuanto a la importancia de la experiencia sobre la educación.

Así mismo se perciben beneficios generales de contratar empleados con mayor experiencia, dado que, desde el punto de vista de los empresarios, requieren menos tiempo de capacitación pues conocen el movimiento y las técnicas, proporcionando estabilidad productiva.

En general se percibe que el factor experiencia es importante por dos motivos (Cardona, 2007):

1. En los empresarios, permite mayor conocimiento del mercado internacional ya que entre mayor número de años de experiencia llega a un mayor número de países, independientemente de la formación que tenga.
2. A nivel productivo, los operarios que manejan mejor las máquinas y produzcan en menores tiempos más cantidades. Se necesita la formación inicial pero la experiencia es fundamental para el desarrollo en el sector productivo.

Dentro del marco empresarial, el papel que juega la experiencia de los empleados a lo largo de su vida productiva se convierte en un factor importante en su formación de capital humano. La experiencia de las personas, es decir, el conocimiento adquirido empíricamente a lo largo de los años, proporciona más seguridad en la relación de trabajo y en la toma de decisiones, logrando mayor productividad laboral.

La experiencia de los empleados tiene un impacto en la experiencia de los clientes. Todos hemos escuchado sobre la importancia de ofrecer una excelente experiencia de los clientes. Ahora, en medio de la competencia global por el talento, la

experiencia de los empleados se ha vuelto vital. HCM y el servicio a clientes han surgido como las dos aplicaciones de negocio más importantes del Siglo XXI, asegura Larry Ellison, CEO de Oracle. Es por eso que ambos implican cuidar a la gente – y los empleados son los que cuidan a sus clientes.

Aunque es necesario puntualizar que, dadas las diferentes formas de trabajar de las empresas, la mayoría de los gerentes manifestó la importancia de la experiencia como una formación informal que permite aumentar la productividad y el conocimiento, destacando autores como Solow (1957), pasando por Theodore W. Schultz (1961), Denisson (1962), Becker (1964) y Mincer (1974). Un hallazgo importante es encontrar empíricamente, la relevancia de la experiencia por encima de la educación del capital humano ya que en varios estudios los empresarios expresan que los empleos así sean poco calificados, no necesitan, según los empresarios, una preparación constante para acceder a un ascenso, sino de experiencia para ser productivos y competitivos.

CAPITULO 4. METODOLOGÍA E INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

El capítulo tiene por objetivo describir el trabajo realizado para esta investigación, así como el diseño de la metodología utilizada para evaluar las variables que se determinaron a través del análisis del marco teórico.

Con el propósito de responder a las preguntas de investigación planteadas y cumplir con los objetivos de estudio el investigador debe seleccionar o desarrollar un diseño de investigación específico (Hernández *et al*, 2010). Así, el presente trabajo tiene como objetivo estudiar la entrada a mercados internacionales de las PYMES en el municipio de Morelia bajo la teoría de capital humano, es decir, se fundamenta en la idea que las empresas serán más proclives a la internacionalización mientras tengan un nivel más alto en sus trabajadores en cuanto a educación, capacitación y experiencia laboral.

4.1 Universo y Muestra

Una población está determinada por sus características definitorias, por tanto, en un conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Bernal, 2000).

El universo de estudio de esta investigación son las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia, que está ubicada en el valle de Guayangareo, en la zona de la ladera sur, al noroeste del estado de Michoacán. Cuenta con una superficie de 1,199 km² aproximadamente y representa el 2.003% de la superficie del estado; situada a 1920 metros sobre el nivel del mar; colinda al norte con Copándaro y Chucándiro; al sur con Villa Madero, Pátzcuaro y Acutzio; al este con Charo y Tarímbaro; y al oeste con Quiroga, Tzintzuntzan, Huaniqueo y Coeneo.

Imagen 1, MAPA DE MICHOACÁN



Fuente: Página web www.explorandomexico.com.mx (2017)

IMAGEN 2, MAPA DE MORELIA



Fuente: Página web: www.astronomo.unam.mx (2017)

En Michoacán se cuenta con 179 PYMES de la división de alimentos, bebidas y tabaco (INEGI, 2014).

4.1.1 Selección de la muestra de estudio

Los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son por tanto, los más recomendables. Dentro de los métodos de muestreo probabilísticos encontramos el muestreo en poblaciones finitas.

Cuando se tiene identificado el universo de estudio, es necesario seleccionar una muestra representativa, la cual se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 N p q}{(N-1)e^e + z^2 p q}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = universo

z = nivel de confianza

p =proporción (-)

q =proporción (+)

e =error

El error de muestreo admisible y el nivel de confianza son determinantes para el tamaño de la muestra. Estos se definen *a priori*, dependiendo del criterio y el nivel de certidumbre que el investigador otorgue al trabajo (Hernández *et al.*, 2010)

Sampieri menciona que en el proceso cualitativo la muestra es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc. Sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia.

Dado que existen 179 PYMES y de éstas aproximadamente el 77% se encuentra en el municipio de Morelia esto sería 138 empresas aproximadamente, por lo que utilizando la formula anterior la muestra queda de muestra 76.

4.2 Diseño del Instrumento de Recolección de Datos

Las técnicas de investigación son recursos o procedimientos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento apoyándose en instrumentos para guardar la información, elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación (Rodríguez, 2010).

Para conocer el comportamiento de esta división de la industria manufacturera se usó como instrumento base el diseño de un cuestionario integrado por ítems que conforman las diferentes variables dependientes citadas con anterioridad en este estudio.

4.2.1 Variables y sus indicadores

En el anexo 2 se resumen los estudios y trabajos tomados en consideración para la elección de las diferentes variables y sus indicadores. Además, podemos encontrar los autores, países y diversa información sobre dichos estudios.

En base a estos estudios y el marco teórico, fueron cuatro las variables escogidas referentes al capital humano, dichas variables deberán analizarse individualmente e interrelacionarse para comprobar si las hipótesis planteadas en la investigación se pueden comprobar o desaprobar. Así pues, para la presente investigación las variables con mayor incidencia para la decisión de incursión o entrada a mercados

extranjeros para las PYMES del municipio de Morelia son: educación, capacitación y experiencia laboral (ver tabla 2).

Las variables están representadas por diferentes indicadores, los cuales, a su vez, para la obtención de la información requerida en la investigación están representados por una o varias preguntas del cuestionario aplicado a las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia.

TABLA 2. VARIABLES Y SUS INDICADORES

Variables y sus indicadores		
Variable dependiente	Variables independientes	Indicadores
Internacionalización	Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de estudios • Cursos de actualización
	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de capacitaciones • Aprendizajes • Análisis de las necesidades • Actividades de promoción generadas
	Experiencia Laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Años laborando en la empresa • Nivel de conocimientos adquiridos

Fuente: Elaboración propia con base en el marco teórico.

4.2.1.1 Indicadores de educación

La educación, entendida como un proceso gradual de adquisición de conocimientos y habilidades, permite potencializar las capacidades del individuo y transformarlo en un agente productivo, en la medida en que crea valor agregado y mejora su entorno (Briceño, 2010). En este sentido “la educación se percibe como una fuerza necesaria para la adaptación a la economía globalizada, para establecer la cohesión e integración social, alcanzar metas democráticas de largo plazo y aumentar las

posibilidades de la equidad y reducción de la pobreza para el desarrollo del individuo, en la familia y la sociedad” (Fernández, 2012, p. 17).

Se puede decir entonces que es considerada como el principal elemento de formación capital humano, en la medida que determina la productividad y el bienestar de los individuos de una sociedad.

INDICADORES:

Los indicadores a utilizar son grado de estudios o grado promedio de escolaridad dependiendo del capital humano (general o específico), así como cursos de actualización para su mejoramiento educativo.

- Grado de estudios: Corresponde al nivel más alto de estudios alcanzado por un individuo. Los individuos de educación son: primaria, secundaria y superior o terciaria. Los niveles de educación primaria y secundaria tienen un efecto significativo en el crecimiento de países en vías de desarrollo, y la educación superior en las economías desarrolladas (Psacharopoulos y Woodhall, 1987).
- Cursos de actualización: En este sentido se evaluará si los individuos siguen preparándose, es decir, continúan su educación a niveles más altos, o en aprendizajes alternos como idiomas o informática (Graves y Thomas, 2006).

4.2.1.2 Indicadores de capacitación

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa los conocimientos y habilidades que necesitan para realizar su trabajo, ésta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento de una nueva actividad, proceso o sistema. Los cursos pueden ser teóricos o a base de práctica o mejor aún, combinando los dos (Hernández *et al*, 2010).

La capacitación o formación debe ser considerada el corazón de la actividad productiva. Al respecto, Drucker (1996, p. 33) ha planteado que “...la empresa

moderna o es una organización basada en el conocimiento, o de lo contrario es una organización obsoleta, incapaz de competir en el mercado de sus concurrentes...”. Por lo tanto, en la búsqueda de mayores niveles de eficiencia económica y social se necesita de un personal calificado con amplio perfil ocupacional e integrado en la nueva cultura de la organización.

INDICADORES

Los indicadores a utilizar son cantidad de capacitaciones, aprendizajes, análisis de necesidades y actividades de promoción generadas.

- Cantidad de capacitaciones: es la inversión y horas en capacitación (inducción, formación y perfeccionamiento) por persona o departamento. Se puede medir de acuerdo a la cantidad de capacitaciones recibidas por año por persona.
- Aprendizajes: Evaluación de los conocimientos adquiridos en la capacitación. Pueden ser medidas por evaluaciones de salida como dominio de contenidos, pre y post test, nivel de desempeño o por medio de la aplicación efectiva de la competencia aprendida según requerimientos del puesto.
- Análisis de las necesidades: pueden ser personales, por área o grupo y dependiendo del rubro, ya sea tecnológico, humano, conocimientos y por medio de encuestas. Se mide de acuerdo al porcentaje de necesidades de capacitación atendidas.
- Actividades de promoción generadas: de acuerdo a la capacitación del personal obtenida, la promoción a un nuevo puesto de trabajo como consecuencia. Puede ser de utilidad en el ámbito motivacional del personal de la organización.

4.2.1.3 Indicadores de experiencia laboral

Se define a la experiencia laboral como la respuesta interna y subjetiva de los trabajadores ante cualquier contacto directo o indirecto con alguna práctica, política o procedimientos de gestión de personas (Meyer y Schwager, 2007).

El conocimiento adquirido empíricamente, es decir, por medio de la experiencia, a lo largo de los años proporciona más seguridad en la realización del trabajo y en la toma de decisiones obteniendo mayor productividad laboral (Cardona, 2007).

INDICADORES

Los indicadores a utilizar son los años laborados en la empresa y nivel de conocimiento adquirido en el puesto de trabajo.

- Años laborando en la empresa: Este indicador arroja datos subjetivos de lo que pudo adquirir de conocimientos una persona en su puesto de trabajo durante cierto tiempo. Sin embargo, finalmente dotan a una persona de experiencia, logrando la productividad esperada correspondiente a dicho tiempo.
- Nivel de conocimientos adquiridos: por medio de actividades laborales y cognitivas en cierto puesto de trabajo, por medio de evaluaciones, así como la cantidad de funciones que ha desempeñado el colaborador dentro de la empresa.

4.2.2 Elaboración del cuestionario (piloto)

El cuestionario se define como el conjunto de preguntas de una o más variables a medir (Hernández *et al.*, 2010).

Bernal lo define como el conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis y centro del problema de investigación (Bernal, 2006). Por lo tanto, el cuestionario es el instrumento de medición que mejor se adapta a las necesidades de la primera parte de este trabajo.

El tipo de ítems o preguntas que con mayor frecuencia se utilizan en un programa son alternativa fija cerrada o no estructurada, las de tipo cerrado son aquellas en las que no se le da la libertad de contestar con sus propias palabras al entrevistado obligándolo a contestar entre un conjunto de respuestas alternativas, las cuales

pueden ser preguntas dicotómicas cuando existen dos alternativas o bien preguntas de opción múltiple o politómicas, las politómicas dan la posibilidad al entrevistado de escoger una respuesta entre un conjunto de alternativas, las preguntas de opción múltiple similares a las politómicas, pero que permiten al entrevistado dar más de una sola respuesta. Finalmente existe también la modalidad mixta en la que figura la combinación de preguntas (Garza, 2002).

El primer cuestionario utilizado para determinar la influencia de las variables de capital humano en la internacionalización de PYMES fue un cuestionario piloto.

Este cuestionario fue aplicado en dos empresas: la primera visita fue el día 11 de mayo de del año 2017, en donde nos atendió el Gerente de Producción de la Empresa; la segunda empresa donde se aplicó el cuestionario piloto se visitó el 15 de mayo del mismo año, en donde nos recibió uno de los dueños y también Gerente de Producción de la misma. El cuestionario fue aplicado en estas empresas debido a que fue en estos lugares donde respondieron favorablemente a la propuesta de entrevista para la realización del trabajo de campo de la presente investigación.

La aplicación del cuestionario piloto permitió conocer que había errores en la redacción de las preguntas, puesto que resultaban confusas a los entrevistados, además de que se encontró que algunas preguntas eran repetitivas y dejaban lugar a que entrevista se ampliara en tiempos.

Derivado de las respuestas obtenidas en la aplicación del cuestionario piloto, así como de las variables resultadas del marco teórico, se procedió a la elaboración del cuestionario final de la investigación. Se eligió aplicar un cuestionario debido a que en este instrumento se podían analizar elementos cuantitativos y cualitativos de las empresas visitadas, dichos elementos son considerados necesarios para esta investigación puesto que es de tipo explorativa, descriptiva y correlacional.

4.2.3 Cuestionario final

En relación a la recolección de datos Hernández (2010), establece que un instrumento de medición adecuado, es aquel que registra datos observables que

representa verdaderamente los conceptos o variables que el investigador tiene en mente. Así mismo también mencionar que la recolección de datos, implica tres actividades vinculadas entre sí;

1. Seleccionar un instrumento o método de recolección de datos: Este instrumento debe ser válido y confiable.
2. Aplicar el instrumento o método para recopilar datos: Obtener observaciones, registros o mediciones de variables, sucesos, contextos, categorías u objetos de interés para el estudio.
3. Preparar observaciones, registros y mediciones obtenidas para el análisis.

El instrumento elegido fue el cuestionario ya que este nos permite el examen de un gran número de casos, un menor costo, las repuestas son más fáciles de catalogar, existe menor riesgo de contaminar los resultados por la interacción personal entre el investigador y los sujetos, así como permite una mejor posibilidad de cuantificar las respuestas. Para esta investigación se diseñó únicamente un cuestionario, dirigido a las PYMES manufactureras de alimentos, bebidas Y tabaco, esto con la finalidad de determinar en el mismo cuáles son las empresas que exportan y cuáles no, ya que al momento de realizar la entrevista se desconocía cuáles eran las empresas que exportaban y cuales solo comercializaban sus productos en los mercados locales.

Para poder identificar las variables que se reunieron en el trabajo de campo y lograr cuantificarlas es conveniente expresarlas y analizarlas matemáticamente, por lo que es necesario conocer el nivel de medición en que pueden ser utilizadas, estos métodos pueden ser de cuatro tipos: nominal o clasificadorio, ordinal, intervalo y razón.

Sin embargo, estos primeros tipos son los suficientemente apropiados para los objetivos que aquí se persiguen (Bonales y Sánchez, 2003). El cuestionario fue elaborado a partir de preguntas dicotómicas, estas preguntas tienen solo dos alternativas, son de carácter nominal. Son preguntas de tipo más básico, fáciles de

formular y mucho más de tabular y analizar. La escala nominal se utiliza únicamente para identificar diferentes categorías o alternativas de respuesta. La asignación de valores a las distintas respuestas se hace de forma arbitraria por lo que los mismos no encierran ningún significado.

El cuestionario aplicado se clasifica en el denominado elección forzosa, en donde se le ofrece dos alternativas (en la mayoría de los casos), donde se debe elegir solo una, aquella igual o más cercana a su propia forma de respuesta. Las series de afirmaciones describen los aspectos sobre las variables a medir.

Cada una de las preguntas que se diseñaron es en base a la naturaleza de la información que se pretende obtener de las variables investigadas, para que se logrará obtener información necesaria para la comprobación de hipótesis. A partir de la teoría y otras fuentes de información se obtuvo la encuesta, la cual cuenta con 26 preguntas para medir 3 variables (anexo 3).

Así el cuestionario quedó integrado de cinco partes, la primera es sobre el perfil de la empresa (encuestado), la segunda contiene preguntas sobre la variable dependiente denominada internacionalización la cual consta de 4 preguntas que hacen referencia a exportaciones de alguno de sus productos, la tercera parte se encuentra compuesta por educación y es medida por cinco preguntas, para el cuarto apartado integrado por siete preguntas, para determinar la variable de capacitación, y por último cinco preguntas para experiencia laboral; y así con cinco secciones y sus correspondientes números de preguntas queda comprendido el cuestionario por 26 preguntas en total (véase tabla 3).

Una vez establecido el instrumento de medición se procede a aplicar los cuestionarios a las PYMES de la división de alimento, bebidas y tabaco del municipio de Morelia del estado de Michoacán, esto con base a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en base al Censo Económico del año 2014, cuyos datos involucran nombre y domicilio de las empresas, en algunos casos correo electrónico y teléfono, por lo que se acudió a ubicarlas. En ese sentido, se establecieron citas para su llenado mediante llamada

telefónica, así como envió mediante correo electrónico que no permitiera recolectar nuestra muestra de estudio. Una vez recibida la valiosa colaboración de las empresas, donde la mayoría de estos cuestionarios fueron respondidos por los dueños o personal en un puesto directivo y de toma de decisiones, se procedió a su trabajo estadístico mediante los paquetes: SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) y Eviews (Paquete Estadístico para Windows) para el tratado de los modelos de regresión binaria.

TABLA 3. ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

Cuestionario			
Primera Sección	Datos generales de la empresa		
Segunda Sección	Variable dependiente		
Tercera Sección	Educación <ul style="list-style-type: none"> • Grado de estudios • Grado promedio de escolaridad • Cursos de actualización 	Hipótesis Específicas H1	HIPÓTESIS
Cuarta Sección	Capacitación <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de capacitaciones • Aprendizajes • Análisis de las necesidades • Actividades de promoción generadas 	H2	
Quinta Sección	Experiencia laboral <ul style="list-style-type: none"> • Años laborando en la empresa • Nivel de conocimientos adquiridos 	H3	

Fuente: Elaboración propia (2017).

4.3 Confiabilidad y Validez del Instrumento de Medición

Para que los instrumentos utilizados en la investigación se consideren fiables, es necesario que cubran dos requisitos esenciales: que sean válidos y que sean confiables (Hernández *et al*, 2004).

En muchas ocasiones en las Ciencias Sociales o en las Ciencias de la Salud es necesario medir y cuantificar la expresión de un constructo (prejuicio, racismo, xenofobia, ansiedad, ira, inteligencia, empatía...) que es imposible medirlo de forma explícita o directa. Para realizar su medición se utilizan un conjunto de cuestiones o ítems y se combinan las respuestas de los sujetos sumando sus valores y obteniendo una puntuación total. Pero cuando los ítems son sumados para formar una escala es necesario demostrar previamente que existe consistencia interna entre dichos ítems. Es decir, todos los ítems deben medir un mismo constructo y por lo tanto estarán correlacionados entre sí. Un coeficiente para medir la consistencia interna o fiabilidad de una escala es el denominado alfa de Cronbach.

La confiabilidad de un instrumento hace referencia al grado en el que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto de análisis produce los mismos resultados; por otra parte, la validez se refiere al grado en el que el instrumento mide la variable que pretende medir (Hernandez *et al.*, 2004)

Existen diversos procedimientos que permiten calcular el nivel de confiabilidad de los instrumentos de medición, los cuales utilizan fórmulas para la obtención de coeficientes de confiabilidad. El valor de dichos coeficientes oscila entre 0 y 1; cuando el coeficiente es 0 se dice que hay nula confiabilidad, mientras que 1 significa un grado máximo de confiabilidad, es decir, que el instrumento es totalmente confiable en su aplicación (*ídem*).

Para procesar los datos del cuestionario aplicado a las empresas visitadas, determinaremos el nivel de confianza del mismo mediante el coeficiente de Alfa de Crombach bajo la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{N}{(N - 1) \left[\frac{\sum \delta^2(y_i)}{\delta^2x} \right]}$$

Donde:

N: es igual al número de ítems de la escala

$\sum \delta^2(y_i)$: es igual a la sumatoria de las varianzas de los ítems

δ^2x : es igual a la varianza de toda la escala (ídem)

Los valores de este coeficiente oscilan entre 0 y 1, por lo que el resultado de esta fórmula nos indica que mientras más cercano a 1 se encuentre el valor obtenido del coeficiente, mayor es la confiabilidad que representa el instrumento utilizado en la investigación de campo.

Como criterio general, George y Mallery (2003) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa >.9 es excelente
- Coeficiente alfa >.8 es bueno
- Coeficiente alfa >.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >.5 es pobre
- Coeficiente alfa < .5 es inaceptable

Valoraciones de los autores:

- Nunnally (1978, p.245-246): dentro de un análisis exploratorio estándar, el valor de fiabilidad en torno a 0.7 es adecuado.
- Loo (2001): el valor de consistencia que se considera adecuado es de 0.8 o más.
- Gliem y Gliem (2003): un valor de alfa de 0.8 es probablemente una meta razonable.

- Huh, Delorme y Reid (2006): el valor de fiabilidad en investigación exploratoria debe ser igual o mayor a 0.6; en estudios confirmatorios debe estar entre 0.7 y 0.8.

Por la anterior, podemos definir que una vez aplicada la fórmula de Alfa de Cronbach al instrumento utilizado en el trabajo de campo, el resultado obtenido por este coeficiente de confiabilidad para el cuestionario de este estudio fue el siguiente: 0.891; por lo que podemos observar que el instrumento aplicado fue de una confiabilidad alta y que su aplicación en diferentes espacios de tiempos a las mismas personas significará los mismos resultados.

Cuadro 2. ALFA DE CRONBACH

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.891	.904	17

Elaboración propia con base en resultados de SPSS (2017).

4.4 Propuesta de Modelo

No obstante, y pese a que existe poca literatura sobre el tema de la internacionalización de las empresas en base al capital humano, los resultados derivados de los diferentes estudios reflejan que no existe un consenso sobre la efectividad en el diseño, divulgación, uso, beneficio y evaluación de los mismos, esto debido a: 1. Las características de cada país; 2. Las características propias de cada empresa y sus directivos/propietarios; 3. Las diversas barreras a las que se enfrentan las empresas y sus necesidades particulares; 4. La etapa de desarrollo exportador en la que se encuentran las empresas; 5. La diversidad de metodologías implementadas en los estudios; y 6. Los diferentes constructos utilizados para medir su impacto. En este sentido, para medir el efecto de esta influencia que han tenido

en la inserción de las PYMES manufactureras de alimentos, bebidas y tabaco en la ciudad de Morelia, nos basaremos en un modelo econométrico.

En esta misma dirección, una vez analizados los datos de nuestro modelo de manera descriptiva, resultará interesante probar de manera cuantitativa el comportamiento de las variables independientes con su respectiva variable endógena, en este sentido será necesario la implementación de un modelo econométrico que se ajuste a las necesidades de esta investigación, por lo que recurrimos a los modelos de respuesta cualitativa utilizados para aquellas investigaciones en las que la variable dependiente es dicótoma y que nos permitirá establecer en términos de probabilidad el comportamiento de nuestras variables de estudio.

4.4.1 Modelos de regresión de respuesta cualitativa

Los modelos de regresión de respuesta cualitativa se refiere a modelos en los que la variable de respuesta, o la regresada, no es cuantitativa ni un intervalo de escala (Gujarati, 2004). La utilidad de los modelos de elección discreta frente a la econometría tradicional radica en que los primeros permiten la modelización de las variables cualitativas, a través del uso de técnicas propias de las variables discretas. Teniendo en cuenta la naturaleza de la variable dependiente, estos modelos se pueden clasificar en tres grandes grupos: binarios, múltiples y multivariantes. Entre estos, los más estudiados son los modelos binarios, en los que la variable dependiente puede tomar sólo dos valores. Los modelos logit y probit lineales binarios son los casos que particulares que han recibido una mayor atención por parte de los investigadores y los que se han utilizado en casi la totalidad de los trabajos aplicados que han ido apareciendo en la literatura. En la regresión logística, se estima la probabilidad de que un evento ocurra, es decir, el valor esperado de “Y” dado las variables regresoras, debe tomar valores entre 0 y 1. La relación entre las variables regresoras y la dependiente no es lineal. Las estimaciones de probabilidad estarán siempre entre 0 y 1, así, el valor de la variable de respuesta se puede definir como una probabilidad de que ocurra o no un evento.

A diferencia de la regresión lineal que suele hacer uso de los métodos de estimación por mínimos cuadrados, en la regresión logística se emplean los métodos de máxima verosimilitud para llevar a cabo la estimación de los parámetros del modelo. En economía estos modelos de regresión con variable endógena categórica suelen emplearse para explicar la decisión “Y” que toma un individuo –de entre un número limitado de posibles opciones- a partir de un conjunto de variables explicativas (X1, X2, X3). A estos modelos de variable endógena cualitativa también se les conoce como modelos de elección discreta.

Greene (1993) y Maddala (1998), sostienen que los modelos logit y probit se estiman usualmente empleando el método de máxima verosimilitud. Ambos modelos y suponen la existencia de una variable binaria que toma valor de 1 si la variable observada es positiva y cero en caso contrario, para explicar la probabilidad de ocurrencia.

Para Enchautegui (2005), se puede tener problemas al momento de decidir cuál modelo utilizar o cuál estimar un probit o logit, para lo cual se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Cualitativamente son similares: Los modelos probit y logit producirán resultados cualitativamente similares. De hecho, se pueden obtener los coeficientes logit a partir de los coeficientes probit y viceversa. Si el coeficiente probit se multiplica por 1.814 obtenemos un valor aproximado del coeficiente logit. El factor 1.61 también se ha propuesto para obtener el coeficiente logit.
- Todas las variables discretas. Si todas las variables independientes son discretas el modelo logit es recomendable debido a que permite una interpretación más clara de los coeficientes.
- Concentración de observaciones en los extremos. En el caso de un número de observaciones grande y una gran concentración de estas observaciones en las colas de distribución se recomienda el uso del modelo logit. La distribución logit tiene más masa en las colas que la distribución normal.

Como ya se mencionó, en el modelo lineal de probabilidad, la variable endógena toma únicamente dos valores:

$y_i=1$, cuando ocurre un determinado suceso.

$y_i=0$, si el suceso no ocurre

El valor esperado de esta variable, $E(y_i|x_i) = x_i'\beta$, puede interpretarse como la probabilidad de que ocurra el suceso:

$$E[y_i | x_i] = 1 \cdot P[y_i = 1|x_i] + 0 \cdot P[y_i = 0|x_i] = P[y_i = 1|x_i]$$

El valor esperado de una y dado x es la probabilidad de que $y_i=1$. Por tanto, el modelo de la probabilidad lineal se puede escribir como:

$$p_i = P[y_i = 1|x_i] = x_i'\beta$$

En este sentido, debido a que se pretende relacionar una variable endógena (dependiente) con las variables explicativas (independientes) a través de una función de distribución para garantizar que el resultado de la estimación este entre 0 y 1, para la presente investigación utilizaremos un modelo de regresión logística (logit) que nos permita establecer la influencia de las variables de capital humano en la internacionalización de las PYMES del municipio de Morelia. El modelo logit expresado explícitamente en términos de probabilidad se presenta como sigue:

$$P_i = E(Y = 1|x_i) = \beta_1 + \beta_2 x_i$$

Donde:

$Y=1$ significa la probabilidad que se presente determinado hecho y ,

X = variable explicativa.

Es decir, $Y=1$ es la afirmación de que las variables explicativas de capital humano determinan los resultados percibidos por las PYMES en relación a la internacionalización de las mismas. El conjunto de “ x ” se encuentra representado por cada una de nuestras variables explicativas –educación, capacitación y

formación laboral-. El modelo logit proviene de la función de distribución logística la cual está representada como se muestra a continuación:

$$P_i = E(y = 1|x_i) \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 x_i)}}$$

El objetivo general de los modelos de regresión logística es predecir la probabilidad de un evento de interés en una investigación, así como identificar las variables predictoras útiles para tal predicción. En ese contexto consideramos que este tipo de modelos se ajustan a las necesidades de la investigación debido a que se pretende relacionar una variable endógena (dependiente) con las variables explicativas (independientes), y considerando que nuestra variable endógena de tipo dicótoma, y esto nos permita mediante los resultados arrojados determinar la influencia de las variables de capital humano en la internacionalización de las PYMES.

Capítulo 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este apartado tiene como finalidad generar los resultados de la investigación relacionados con la influencia del capital humano en la incursión de los mercados internacionales de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017. Está dividido en dos partes, primero, se realizó un análisis descriptivo de las características de las PYMES desprendido de la información obtenida del cuestionario mediante la investigación de campo realizada, después la presentación de cada una de las variables de capital humano (educación, capacitación y experiencia laboral) utilizadas en el presente trabajo. En la segunda parte, se realizó el análisis econométrico por medio del modelo logit para la prueba de hipótesis, así, se determinará la influencia o no de las variables independientes sobre la variable dependiente, además de la obtención de las conclusiones del trabajo, y por último, la generación de las recomendaciones necesarias en base al análisis de la información obtenida.

5.1 Análisis Descriptivo de las Variables de la Investigación

El análisis descriptivo tiene como finalidad establecer los resultados con relación al instrumento de investigación aplicado a las PYMES manufactureras del sector de alimentos y bebidas del municipio de Morelia, Michoacán, las cuales representan nuestra base de estudio.

Primeramente, mostraremos los estadísticos que nos permitirán conocer las características generales de las PYMES de interés, seguido del análisis de los resultados enfocados a cada una de nuestras variables de investigación.

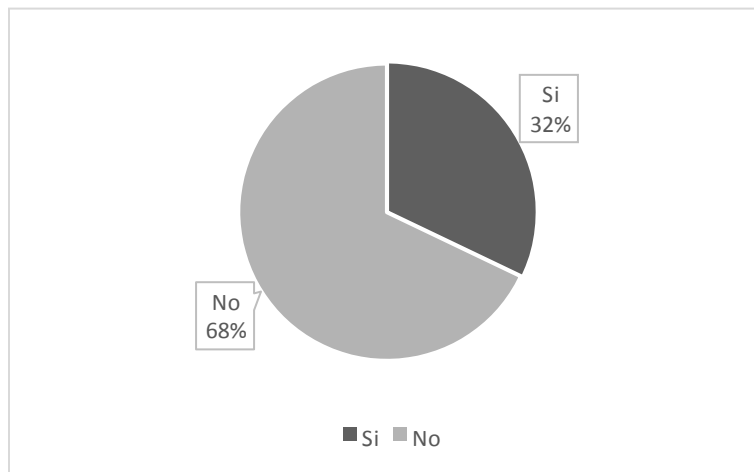
5.1.1 Características generales de las PYMES manufactureras del sector de alimentos y bebidas del municipio de Morelia

En cuanto a la distribución de las PYMES manufactureras del sector de interés, que exportan y las que no en el municipio de Morelia, se observa en la siguiente gráfica



que alrededor del 32% están exportando a uno o más países, mientras que el 68% no tiene experiencia en mercados internacionales (gráfica 1).

GRÁFICA 1. PYMES MANUFACTURERAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO QUE EXPORTAN EN EL MUNICIPIO DE MORELIA.

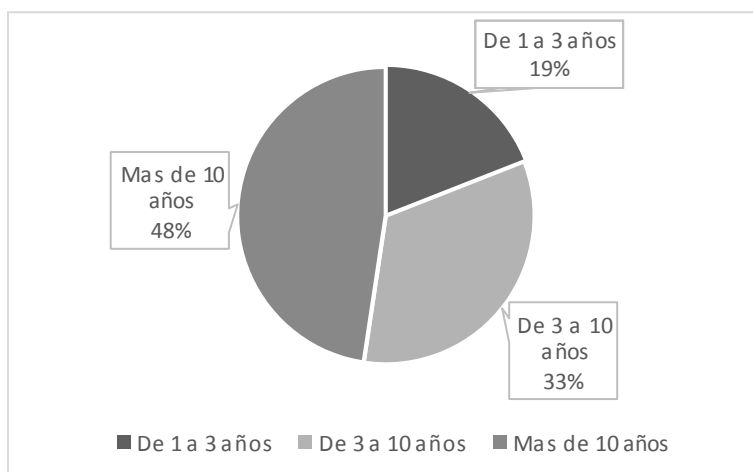


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Ahora, de este 32% de PYMES que están exportando, referente a los años que tienen las empresas realizando actividades comerciales en el municipio de Morelia, el 48% de las mismas tienen más de 10 años trabajando, un 33% de las empresas entre 3 y 10 años y un 19 % tienen entre 1 y 3 años (gráfica 2).

La mayoría de las empresas exportadoras se concentran en el rango de más de 10 años desde el inicio de sus operaciones, es decir, diez empresas están concentradas en ese periodo de tiempo; siete empresas ya tienen entre 3 y 10 años, mientras que sólo cuatro empresas tienen menos de 3 años de haber iniciado operaciones.

GRAFICA 2. AÑOS DE OPERACIÓN DE EMPRESAS EXPORTADORAS



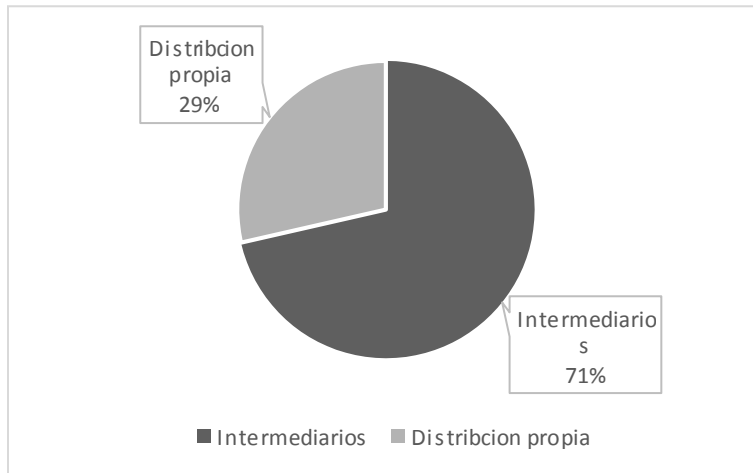
Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Los canales son las vías de flujo de las mercancías entre el fabricante y el consumidor, y pueden ser directos o indirectos en función de si hay o no intermediarios en el proceso.

En relación al canal de distribución utilizado por las empresas exportadoras se puede observar la gráfica 3 que, en un 29% se llevan a cabo las exportaciones mediante distribución propia, mientras que un 71% lo sigue haciendo de manera indirecta utilizando intermediarios en sus comercializaciones. Prácticamente el medio de entrada para las empresas exportadoras está distribuido entre estas dos opciones. Algunas, debido a su infraestructura o acuerdos comerciales les es posible llegar directamente al mercado extranjero; mientras que la otra parte escogen a los intermediarios para llegar a los mercados elegidos para exportar el producto.

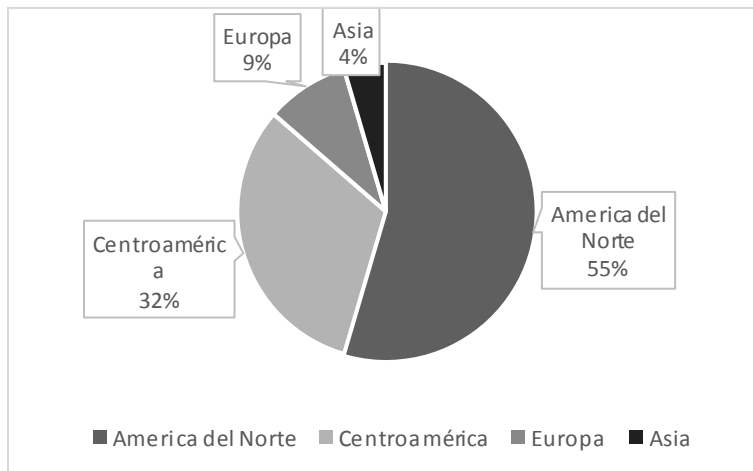
Cada vez con mayor frecuencia las PYMES tienden a pensar y crear canales alternativos, aprovechando las ventajas del comercio electrónico, y la especialización de la logística en este tipo de operaciones.

GRÁFICA 3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

GRÁFICA 4. DESTINOS DE EXPORTACIÓN

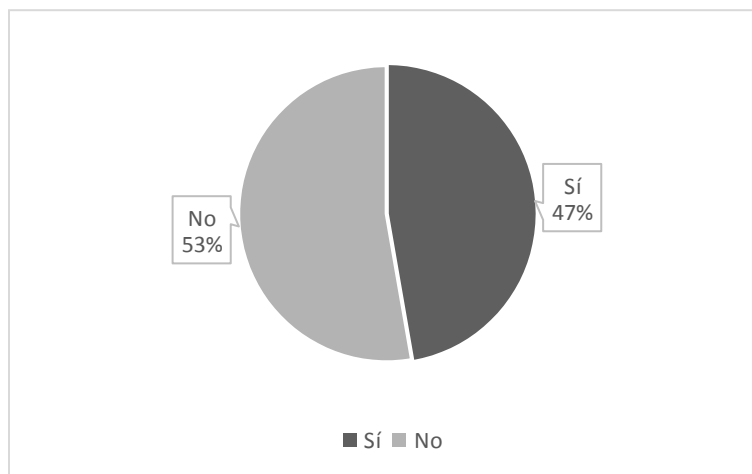


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Estados Unidos es el principal país hacia el cual se dirigen las exportaciones, puede comprobarse por qué algunas empresas consideran que las PYMES de alimentos, bebidas y tabaco a nivel internacional, tal como lo marca la teoría de la internacionalización Upssala.

En relación al interés que tienen las PYMES que no están exportando por los mercados internacionales y la prioridad que se les da a los mismos, se mostró lo siguiente, del total de 55 empresas que actualmente no exportan, 47% tiene interés, considera la posibilidad o planea ordenadamente la entrada a los mercados internacionales, mientras que el 53% restante se muestra apático a la incursión en los mercados internacionales.

GRÁFICA 5. INTERÉS EN MERCADOS INTERNACIONALES (PYMES QUE NO EXPORTAN)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Después de describir las características de las empresas exportadoras por medio de si exportan o no, sus años de operación, los principales destinos de exportación y el interés hacia los mercados internacionales de aquellas PYMES que aún no exportan; se realiza el estudio referente a las variables de estudio para la presente investigación.

5.1.2 Análisis de las variables de la investigación

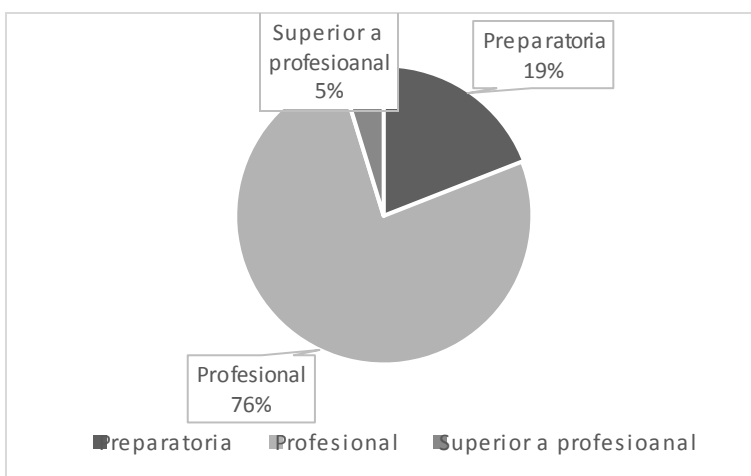
Las variables de la investigación:

- Educación

- Capacitación
- Experiencia Profesional

Se iniciará describiendo la variable educación de las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco, se midió a través del nivel promedio de educación que tiene el personal de la empresa, es decir, a mayor nivel de educación se considera con mayor educación y con más posibilidades de incursionar en los mercados internacionales.

GRÁFICA 6. NIVEL DE EDUCACIÓN EN PYMES EXPORTADORAS



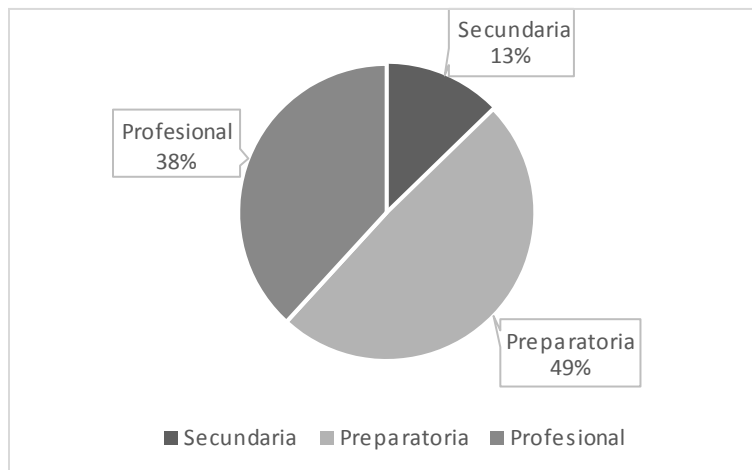
Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

El 76% de las empresas que exportan en Morelia tienen un nivel de educación profesional e incluso hay un 5% con un nivel de educación superior a la profesional y un 19% cuenta con educación promedio de preparatoria. La teoría del capital humano sugiere que las empresas con un mayor grado de capital humano desarrollado a través del acceso a los empleados con educación superior y experiencia personal expansiva logran un mayor rendimiento (Barney, 1991). Los investigadores confirman el efecto positivo de la educación en la internacionalización de las empresas (por ejemplo, Athanassiou y Nigh, 2002,

Herrmann y Datta, 2005). Eso siempre ha sido una realidad, pero hoy más que nunca, cuando muchos directores ven a su fuerza de trabajo como el gran diferenciador en el entorno de negocio altamente competitivo de hoy.

Mientras que aquellas que no exportan como se muestra en la siguiente gráfica podemos ver que incluso hay un 13% que su educación promedio es el nivel de secundaria, rango que no vemos en aquellas que sí están exportando actualmente; el mayor porcentaje (49%) pertenece al nivel de preparatoria, mientras que el 38% restante pertenece a aquellas PYMES con un nivel profesional.

GRÁFICA 7. NIVEL DE EDUCACIÓN EN LAS PYMES QUE NO EXPORTAN

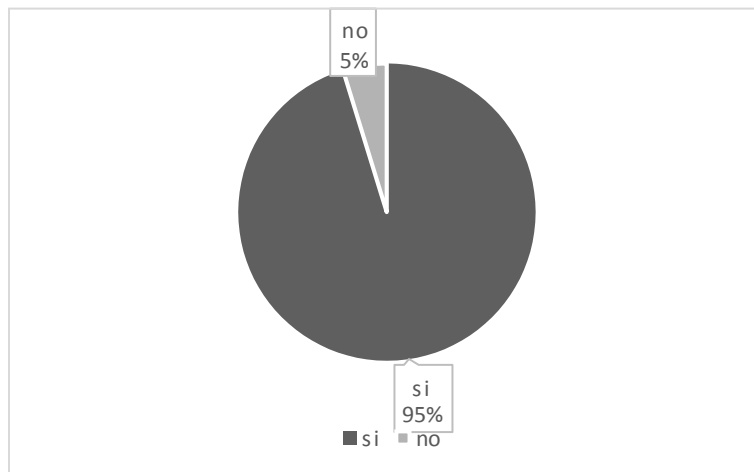


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

En relación con la segunda variable, capacitación, esta se medirá en relación a si las PYMES están poniendo en práctica esta actividad, es decir, que a mayor nivel de capacitación, se considera con más posibilidades de incursionar en los mercados internacionales. Es preciso mencionar que la capacitación representa en los primeros inicios de proceso exportador de las PYMES fuentes importantes de conocimiento, experiencia y formación, que les permita incursionar con mejores condiciones en materia de comercialización (Ver gráfica 8). Singer y Czinkota (1994), argumentan que el conocimiento de exportación aumenta las actividades de

pre-exportación tales como la decisión, planificación contactos y canales y de acuerdo con Barney (2001), una firma, una vez que entiende cómo utilizar esos recursos para la implementación de sus estrategias que pueden ser fuentes de ventaja competitiva, las implementaciones siguientes, serán casi automáticas. Para las firmas la capacitación de sus recursos humanos debe ser de suma importancia, ya que contribuye al desarrollo personal y profesional de sus elementos, y esto a su vez permea en beneficios para la empresa que le dará con el tiempo la capacidad necesaria para competir exitosamente en los escenarios internacionales.

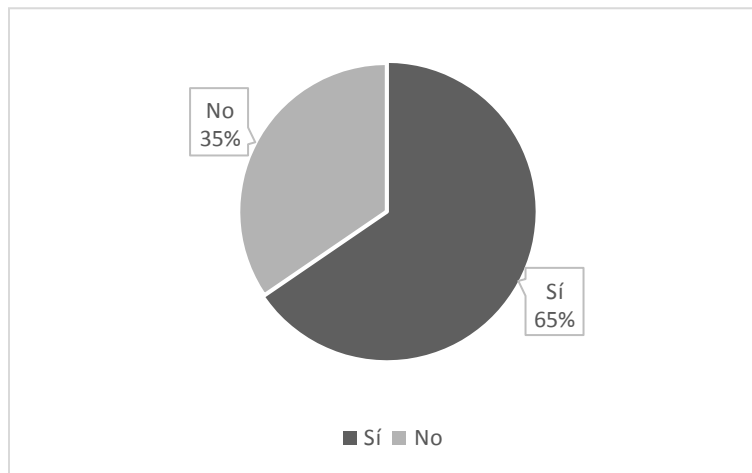
GRÁFICA 8. CAPACITACIÓN EN PYMES EXPORTADORAS



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Al analizar los resultados de aquellas PYMES que aún no exportan podemos encontrar que la capacitación es una práctica más normalizada, ya que en el 65% de las empresas cuenta con capacitación, mientras que el restante 35% no. Esto puede deberse a que la capacitación es una obligación de los patrones, teniendo como fundamento legal el capítulo III bis, de La Ley Federal de Trabajo.

GRÁFICA 9. CAPACITACIÓN EN LAS PYMES QUE NO EXPORTAN.

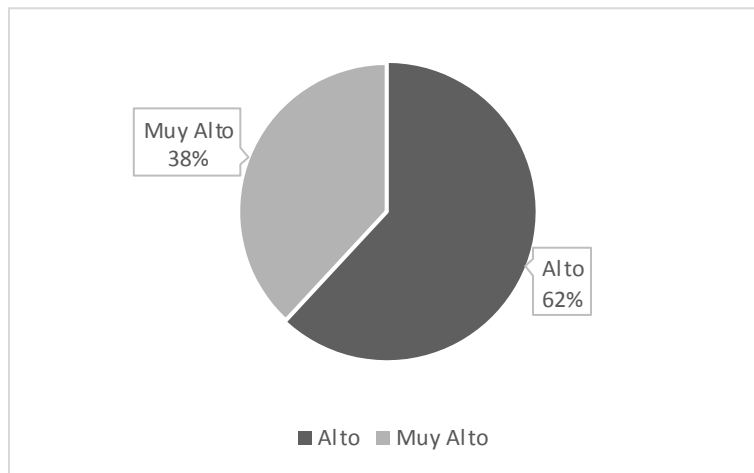


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

Con respecto a la variable de experiencia laboral podemos ver que las PYMES manufactureras de interés que actualmente están exportando consideran que el nivel de conocimientos que tienen sus trabajadores basándose en la experiencia es 62% muy alto y el 38% restante lo considera alto, esto sigue siendo un rango bastante alto (gráfica 10). La investigación empírica podría confirmar las predicciones que plantea la teoría en donde la educación se destacaba como componente principal del capital humano; sin embargo, en la práctica nos encontramos con una valoración de la experiencia en el entorno productivo. Dentro del marco empresarial, el papel que juega la experiencia de los empleados a lo largo de su vida productiva se convierte en un factor importante en su formación de capital humano. La experiencia de las personas, es decir, el conocimiento adquirido empíricamente a lo largo de los años, proporciona más seguridad en la relación de trabajo y en la toma de decisiones, logrando mayor productividad laboral.

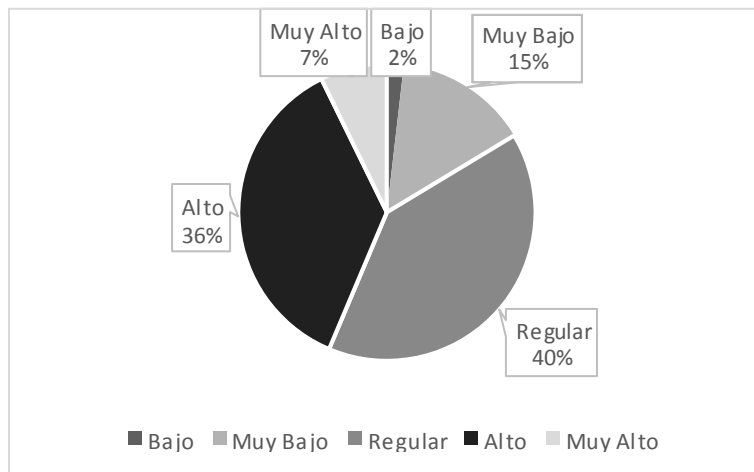
De acuerdo con un sondeo realizado por OCCMundial (2018), el Centro de Carrera Profesional, revelan que las PYMES en su proceso de reclutamiento y selección lo que más toman en cuenta es la experiencia laboral (43%), seguido por las competencias (23%), esto a diferencia de las grandes compañías.

GRÁFICA 10. EXPERIENCIA LABORAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

GRAFICA 11. EXPERIENCIA LABORAL EN LAS PYMES QUE NO EXPORTAN.



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada en 2017.

En aquellas empresas que aún no están exportando, podemos notar que incluso se agregan niveles inferiores para posicionar a su personal, bajo con 2%, muy bajo para el 15%, regular 40%, mientras que alto y muy alto con 36% y 7% respectivamente (véase grafica 11). Por tanto, bien puede distinguirse que aquellas PYMES que están exportando manejan mejores niveles en esta variable.

Las PYMES nos siempre han priorizado la experiencia laboral, pero conforme han ido ingresando en los mercados internacionales, se ha ido haciendo necesario tener gente mucho más capaz y los gerentes o dueños, según el caso, han aprendido a valorar el conocimiento previo que el personal ha tenido en la industria e incluso en procesos de exportación; ya que es personal que con el tiempo ha ido perfeccionando sus actividades y que con poca capacitación logran seguir los estándares requeridos.

5.2 Resultados Econométricos

A continuación, analizaremos de manera econométrica la influencia de las variables de capital humano en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia del estado de Michoacán que nos permita establecer la influencia de cada una de las variables de capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- en términos econométricos.

5.2.1 Resultados del modelo logit

En los modelos de elección binaria se supone que los individuos se enfrentan con una elección entre dos alternativas y que la elección depende de características identificables. En esta situación, la variable endógena puede tomar dos valores $Y_1 = (0,1)$, y se pretende explicar la elección hecha por el decisor como función de unas variables que le caracterizan. El propósito de un modelo de elección cualitativa es determinar la probabilidad de que un individuo con un conjunto determinado de atributos hará una elección en lugar de la alternativa. De manera más general, lo que se pretende es encontrar una relación entre un conjunto de atributos que describen a un individuo y la probabilidad de que el individuo hará la elección determinada. En este sentido, el modelo lineal de probabilidad se puede interpretar en términos probabilísticos, en el sentido de que un valor concreto de la recta de regresión mide la probabilidad de que ocurra el hecho objetivo de estudio. Es decir, \hat{Y}_1 se puede considerar como la estimación de la probabilidad de que ocurra el hecho

objetivo de estudio $Y_1 = 1$ continuando con el siguiente criterio: valores próximos a cero se corresponde con una baja probabilidad de ocurrencia del hecho estudiado (menor cuanto más próxima a cero); mientras que a valores próximos a uno se les asigna una probabilidad elevada de ocurrencia (mayor cuanto más próximos a uno).

En esa dirección, se mostrarán a continuación los resultados arrojados por el modelo, mismos que se obtuvieron utilizando EViews 8.0. Para Gujarati (2010), antes de la interpretación se debe tener en cuenta las siguientes observaciones generales:

1. Puesto que se está empleando el método de máxima verosimilitud, que en general es un método para muestras grandes, los errores estándar estimados son asintóticos.
2. Como resultado, en vez de utilizar el estadístico t para evaluar la importancia estadística de un coeficiente, se emplea el estadístico (estándar normal) Z . Por lo que las inferencias se basan en la tabla normal.
3. La medida convencional de la bondad de ajuste, R^2 , no es particularmente significativa para los modelos con regresión binaria. Las medidas similares a R^2 , llamadas pseudo R^2 , están disponibles. EViews presenta una de esas medidas, la R^2 McFadden, denotada como R^2_{MCF} . Al igual que R^2 , R^2_{MCF} . También varía entre 0 y 1. Otra medida de ajuste comparativamente simple según Gujarati (2004), es la cuenta R^2 , que se define como:

$$\text{Cuenta } R^2 = \frac{\text{Número de predicciones correctas}}{\text{Número total de observaciones}}$$

Puesto que la regresada en el modelo logit toma un valor entre 0 y 1, si la probabilidad predicha es mayor que 0.5, se clasifica como si fuese 1, pero si es menor que dicho valor, entonces se considera 0. Así pues, se cuenta el número de predicciones correctas y se calcula R^2 . Gujarati (2004), establece que debe notarse que, sin embargo, en los modelos con regresada binaria, la bondad de ajuste tiene

una importancia secundaria. Lo que interesa son los signos esperados de los coeficientes de la regresión y su importancia práctica y/o estadística.

4. A fin de probar la hipótesis nula respecto a que todos los coeficientes de pendiente son simultáneamente iguales a cero, el equivalente a la F en el modelo de regresión lineal es el estadístico de la razón de verosimilitud (RV). Dada la hipótesis nula, el estadístico RV sigue la distribución X^2 con g de 1 igual al número de variables explicativas, tres para nuestro modelo.

En esta segunda etapa del capítulo 5 correspondientes a los resultados de la investigación mediante la utilización del modelo logit, para nuestro modelo empírico, se consideran las variables exógenas EDUCACIÓN (grado de estudios y cursos de actualización), CAPACITACIÓN (cantidad de capacitaciones, aprendizajes, análisis de las necesidades y actividades de promoción generadas) y EXPERIENCIA LABORAL (años laborando en la empresa y nivel de conocimientos adquiridos).

A continuación, se presenta el análisis de los resultados del modelo para cada una de las variables de investigación. Para interpretar los coeficientes de las variables es necesario saber que cada coeficiente es un coeficiente de pendiente, es decir, mide los cambios en los valores estimados en el logit correspondiente al cambio del valor de la regresada dada. Por lo tanto, si el valor del coeficiente, por ejemplo β_1 es mayor que cero se dice que X_1 aumenta, la probabilidad de que Y sea cercano a uno también aumenta. Así, un coeficiente > 0 siempre está relacionado con un aumento en la probabilidad de $Y=1$, mientras que un coeficiente negativo siempre está relacionado con una baja probabilidad de $Y=1$

5.2.1 Modelo múltiple

TABLA 4. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN MÚLTIPLE.

Variable dependiente: EXPORTA			
Método: MI – Logit binario			
Convergencia realizada después de 5 iteraciones			
Variable	Coefficiente	z- Estadístico	Probabilidad
EDUCACION1	1.251151	2.322164	0.0202
CAPACITA	-0.409368	-1.116495	0.2642
EXPPROF	0.663982	2.453633	0.0141
C	-10.04372	-4.022785	0.0001

R2 McFadden= 0.343961, RV= 30.81716

En el modelo Logit múltiple, es decir, donde encontramos la dependiente y las tres independientes, como podemos ver el coeficiente para la variable educación es de 1.25, así, si se aumenta en una unidad, aumentará en 1.25 el valor de la internacionalización. El valor de probabilidad de dicha variable es 0.0202, por lo tanto, es significativa al 5% y tiene un impacto positivo.

De acuerdo a Gujarati (2010), una interpretación más significativa se da en términos de probabilidades, las cuales se obtienen multiplicando un antilogaritmo (antilog) por el coeficiente de la dependiente. Entonces, para la variable educación usando el antilogaritmo su coeficiente (1.25) tiene un valor de 3.50, es decir las PYMES manufactureras de interés para este trabajo son 3.50 veces más propensas a internacionalizarse entre que aquellas que poseen niveles más bajos.

El valor del coeficiente de la variable capacitación es de -0.41, es esperado al presentar el signo negativo, no puede ser tomado en consideración ya que el valor de probabilidad (0.26) no tiene significancia estadística. En términos de probabilidad, el antilogaritmo nos da un resultado de 0.66. Por lo tanto, no influye en la internacionalización para las PYMES manufactureras del sector de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia, lo cual de cierta manera coincide con el análisis descriptivo, ya que habíamos podido darnos cuenta de que la capacitación

es ahora una práctica más normalizada que se da tanto en las empresas que exportan como en aquellas que no.

La variable de experiencia laboral es la tercera variable estudiada por medio del modelo propuesto, el coeficiente tiene un valor de 0.66, es decir, si esta variable incrementa en una unidad, la internacionalización de las PYMES de interés aumentara en 0.66 unidades.

En términos de probabilidad tomando en consideración el antilogaritmo del coeficiente de la pendiente (0.66), se obtiene un resultado de 1.93, por lo tanto, las PYMES con trabajadores con niveles más altos de experiencia son 2 veces más proclives a la internacionalización. Así, se tiene un impacto positivo en la entrada a los mercados internacionales ya que la variable de experiencia con valor de probabilidad de 0.0141 es significativa al 5%.

Como se puede observar en la tabla 4, la primera y última variable, es decir, educación y la experiencia, son significativas al 5%. Entonces, se puede decir que dichas variables inciden positivamente en la incursión de los mercados internacionales para las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia.

A su vez, la variable capacitación (-0.41) no es significativa. Así pues, se puede señalar que no afecta la internacionalización de las PYMES de interés para esta investigación.

5.2.2. Modelo logit simple

El modelo logit siendo una función de distribución logística que generalmente se usa para representar una función de distribución acumulativa (FDA) de respuesta binaria o con valores de cero y uno. Para fines de estimación, el modelo logit se escribe de la siguiente manera (Gujarati, 2010):

$$L_i = \ln \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \beta_1 + \beta_2 X_i + u_i$$

Para realizar la estimación de X_i , se necesitan los valores de la regresada o del logit L_i . Esto depende del tipo de datos que se esté analizando. Éstos se clasifican en dos categorías 1) datos a nivel individual o micro, y 2) datos agrupados o replicados. Para la presente investigación los datos utilizados son a nivel individual ya que cada empresa representa observaciones diferentes.

Se mostrarán a continuación los resultados obtenidos por el modelo en la investigación de manera simple o bivariada, es decir cada una de las variables independientes contra la dependiente.

TABLA 5. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN DE LA VARIABLE EDUCACIÓN

Método: ML – Logit binario			
Convergencia realizada después de 5 iteraciones			
Variable	Coefficiente	z-Estadístico	Probabilidad
EDUCACION	1.520253	3.780163	0.0002
C	-7.406418	-3.999423	0.0001
R2 McFadden= 0.261706, P= 0.000001			

El coeficiente de la variable Educación es 1.52, por lo que, si esta variable se incrementa en una unidad, el logit estimado, es decir, la internacionalización aumentara en 1.52 unidades. Se tiene un impacto positivo en la entrada a los mercados internacionales ya que el valor de probabilidad (0.0002) es significativo al 1%.

Entonces en términos de probabilidad, para la variable de educación tomando en cuenta el antilogaritmo de su coeficiente (1.52) se tiene el resultado de 4.57 en términos de probabilidad, es decir, las PYMES manufactureras de la división de interés con niveles de educación más altos son 4.57 veces más propensas a incursionar a los mercados extranjeros que aquellas que cuentan con niveles más bajos.

La variable capacitación es la segunda variable estudiada por medio del modelo propuesto, los resultados se presentan y se explican a continuación:

TABLA 6. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN DE LA VARIABLE CAPACITACIÓN

Método: ML – Logit binario			
Convergencia realizada después de 5 iteraciones			
Variable	Coefficiente	z-Estadístico	Probabilidad
CAPACITA	0.624880	3.020402	0.0025
C	-2.929645	-3.809887	0.0001
R2 Mc Fadden 0.128996, P= 0.000675			

La variable capacitación tiene un coeficiente 0.63, por lo que, si la empresa incrementa en una unidad el logit estimado, es decir, la internacionalización de las PYMES aumentara en 0.63 unidades. El valor de probabilidad de dicha variable es 0.0025, es significativa al 1% y tiene un impacto positivo en la incursión a los mercados internacionales.

En términos de probabilidad el valor obtenido es 1.88, se puede señalar entonces que las empresas que cuentan con capacitación son 2 veces más propensas a la internacionalización.

La variable experiencia laboral en el análisis descriptivo resulta importante y con incidencia positiva en la incursión la internacionalización para las PYMES, el modelo muestra lo siguiente:

TABLA 7. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN DE LA VARIABLE EXPERIENCIA LABORAL

Método: ML – Logit binario			
Convergencia realizada después de 5 iteraciones			
Variable	Coefficiente	z-Estadístico	Probabilidad
EXPLAB	0.794759	3.868515	0.0001
C	-6.982766	-4.140928	0.0000
R2 Mc Fadden 0.271991, P=0.000001			

El coeficiente de la variable experiencia laboral tiene un valor de 0.79, es decir, si esta variable incrementa en una unidad, la incursión a los mercados internacionales aumentara en 0.79 unidades. Así que tiene un impacto positivo en la internacionalización ya que dicha variable con valor de probabilidad de 0.0001 es significativa al 1%.

En términos de probabilidad tomando en consideración en antilogaritmo del coeficiente de la pendiente (0.79), se obtiene el resultado de 2.20. Por lo tanto, se puede decir que las PYMES exportadoras que cuentan con mayor experiencia son 2 veces más propensas a incursionar en los mercados internacionales que las que tienen menos experiencia.

Para finalizar, se presenta en forma de resumen las variables de la investigación con sus diferentes valores de la estimación del modelo Logit.

TABLA 8. RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LAS REGRESIONES PARA LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variables	Coeficiente	Z estadístico	Probabilidad
Educación	1.520253	3.780163	0.0002
Capacitación	0.624880	3.020402	0.0025
Experiencia	0.794759	3.868515	0.0001

Fuente: Elaboración propia (2017)

Como se puede observar en la tabla 8 las tres variables independientes de nuestro modelo son significativas al 1%. Entonces, se puede decir que dichas variables inciden positivamente en la incursión de los mercados internacionales para las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia.

5.3 Prueba de Hipótesis

La prueba de hipótesis tiene como finalidad el aceptar o rechazar una afirmación que generaliza la población, es decir, verificar si son correctas las declaraciones de los parámetros de determinada población. Para Levine (1996), en el proceso típico de prueba de hipótesis se debe: a) establecer hipótesis; b) seleccionar el nivel de significancia; c) seleccionar el estadístico o distribución a utilizar en la prueba; d) obtener el valor crítico de decisión; y e) hacer conclusiones acerca de dicha prueba. En ese sentido a fin de llevar a cabo la prueba de hipótesis en la presente investigación se procesó la información con el programa Eviews 8.0 (modelos de regresión binaria), en el cual pudimos obtener estimadores tales como: coeficientes β de la ecuación de regresión, el estadístico Z (en lugar de utilizar estadístico t), el valor de “ p ”, y el correspondiente al valor F para los modelos logit y probit; el estadístico de la razón de verosimilitud (RV). En este caso, para el modelo propuesto de la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia, se estableció como variable dependiente la internacionalización, y como variables independientes educación, capacitación y experiencia laboral; con base en lo anterior se propuso la siguiente hipótesis general:

- Los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- influyeron de forma positiva en el grado de internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis descriptivo realizado con la información recabada de las encuestas aplicadas a las empresas, se afirma que dichas variables propuestas sí inciden en la incursión a los mercados internacionales. Incluso en la variable capacitación que, aunque en el modelo econométrico múltiple no es significativa, se puede ver en el análisis descriptivo que aquellas PYMES que están exportando actualmente en un 95% es una práctica arraigada. Por lo tanto, se puede aceptar la hipótesis general ya que las variables de educación, capacitación y experiencia laboral son factores que influyen en la

internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017.

Respecto a las hipótesis específicas y en base al análisis econométrico realizado con el modelo propuesto Logit simple o bivariado, el valor de probabilidad, valor *p-value* definido por el nivel de significancia al 1%, 5%, y 10%, que son los valores a los cuales puede rechazarse una hipótesis; se obtuvieron valores de 0.00001 para educación, 0.000675 para capacitación y 0.000001 para experiencia laboral; todas inciden positivamente en la internacionalización de las PYMES de interés para este estudio ya que son significativas al 1%.

Así se puede concluir que las tres variables de la investigación (educación, capacitación y experiencia laboral) indican una relación positiva con la variable dependiente, internacionalización, lo que concuerda con las hipótesis establecidas; entonces, se puede afirmar que la presencia de las mismas en las PYMES manufactureras de la división de alimentos, bebidas y tabaco del municipio de Morelia se asocia con un aumento en la probabilidad de la variable endógena. Así, aumentará la probabilidad de internacionalización de las PYMES que cuentan con estas variables.

CONCLUSIONES

Las PYMES han tomado un lugar importante en la dinámica comercial actual, representando un sector estratégico para el país gracias a su capacidad de adaptación a la economía cambiante y su flexibilidad productiva para responder a las condiciones de la demanda de los mercados internos y externos. Además, es importante en cuanto a su contribución al crecimiento económico, la generación de empleo, la distribución del ingreso, la dinamización de los mercados y la creación de un potencial exportador. Sin embargo, en su mayoría estas empresas presentan una serie de debilidades, entre las cuales se podría mencionar el capital humano.

El presente trabajo investiga la influencia de los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017. Dentro del capital humano se ha distinguido tanto la vertiente genérica del capital humano, la educación de los empleados, recibida fuera de la empresa, como la vertiente más específica y que se desarrolla o alcanza en la empresa, como es la capacitación y la experiencia laboral, lo que nos permite una aproximación más detallada y exhaustiva sobre el efecto del capital humano en la incursión de mercados internacionales de la empresa.

Según el censo económico realizado por el INEGI en 2014 el municipio de Morelia obtuvo el primer lugar del estado en unidades económicas (19.1%), personal ocupado total (25.5%) y remuneraciones (36.9%). Del sector manufacturas, la industria del hierro y del acero ha sido la principal actividad en el estado, pues en dos censos ocupó el primer lugar en ingresos, con participaciones que oscilaron entre 3.9 y 13.4 por ciento. El segundo lugar correspondió a la industria de alimentos, bebidas y tabaco. El porcentaje de personal ocupado en la industria manufacturera es de 17.4%.

Primeramente, refiriéndose a las características generales de las PYMES que están exportando son las siguientes: del total de PYMES encuestadas 32% están exportando actualmente, de ellas la mayoría (48%) tienen más de 10 años desde

su inicio de operaciones, y sólo el 19% tiene menos de 3 años desde su inicio de operaciones, en estas últimas podríamos identificar el fenómeno de las *born globals*. Las formas de incursión a los mercados internacionales son dos: distribución propia mediante sucursales u oficinas propias de distribución en el país destino, e intermediarios. Los destinos de exportación son en orden de importancia: América del Norte, Centroamérica, Europa y Asia. En cuanto a las empresas que no están exportando el 47% de ellas dijo tener un interés en hacerlo.

Los resultados derivados del análisis demuestran la gran importancia que la acumulación de capital humano ejerce en la internacionalización de las PYMES manufactureras morelianas. Se considera basándose en los resultados descriptivos y econométricos que las variables de capital humano que influyen en la internacionalización de las PYMES manufactureras del municipio de Morelia durante el año 2017 son, en orden de importancia: educación, experiencia profesional y capacitación. Así pues, en relación con los objetivos y las preguntas de investigación se concluye lo siguiente:

- La educación, capacitación y experiencia laboral son factores que, si inciden en la incursión a los mercados internacionales para las PYMES manufactureras de alimentos, bebidas y tabaco en Morelia, por lo cual se puede concluir que dichas variables de capital humano influyen de forma positiva en la internacionalización.

- La educación del capital humano constituye la variable más significativa para la incursión a los mercados extranjeros. Esta variable tiene una incidencia positiva ya que el personal cuenta con las capacidades y habilidades necesarias para desempeñar eficazmente su trabajo. Se observa que aquellas empresas que disponen de un mayor de capital humano genérico (mayor proporción de personas con estudios universitarios o superiores) tienen una mayor probabilidad de entrar en los mercados exteriores.

- Ahora bien, la variable de experiencia laboral del personal de las PYMES es la segunda variable más decisiva en la incursión a los mercados exteriores. A mayor número de años los trabajadores aumentan su productividad porque, a medida que desempeñan su trabajo, lo consiguen realizar de forma más eficiente y en un tiempo menor. A la vez, encuentran nuevas utilidades y proponen nuevos procesos que, al incorporarse, ayudan a aumentar esta productividad. Desde este punto de vista se evidencia la incidencia del capital humano como un factor diferenciador en el largo plazo, no solo dado que la experiencia esta correlacionada de forma positiva con el tiempo empleado en una labor específica, sino dadas las circunstancias del sector en cuanto a la importancia de la experiencia sobre la educación y de esta manera se tienen más posibilidades de incursionar en mercados internacionales, y esto bien se podría ver en que el 48% de las empresas que están exportando actualmente tienen más de 10 años de operaciones y son las que están calificando a su personal con niveles altos en cuanto al conocimiento que tienen de su trabajo lo cual ha favorecido la incursión en dichos mercados.
- La capacitación es la tercera variable más importante para las PYMES exportadoras en la decisión de internacionalización; así la capacitación como fuentes fundamentales de productividad y eficiencia en las empresas de mejores condiciones de trabajo y remuneración para los trabajadores; al mismo tiempo, inculcan valores como los de responsabilidad, solidaridad, superación continua, capacidad de adaptación al cambio y trabajo en equipo. Es por esto que aquellas PYMES que invierten tiempo y capital en cursos de adiestramiento y capacitación mensual, semestral o al menos anualmente tiene mayores posibilidades de incursionaren mercados exteriores y poder competir en los mismos.

La internacionalización representa una oportunidad para las PYMES. Toda empresa debe hacer negocios pensando que su proyecto debe ser global y adaptable a todo tipo de mercado. Por lo que uno de los mayores retos a los que se enfrentan las

PYMES durante este proceso es a la diferencia cultural. De ahí la importancia de conocer el idioma, las costumbres y el tipo de mercado. De aquí que el modelo Uppsala sea de gran relevancia, englobando en el mismo nuestras 3 variables independientes educación, capacitación y experiencia laboral.

En definitiva, podemos concluir que el capital humano de la empresa, es uno de los factores clave en la competitividad internacional de las empresas manufactureras morelianas, dotando a las mismas de una mayor capacidad para entrar y vender productos en los mercados internacionales. Se deriva por un lado que es una ventaja contar con personal de un buen nivel educativo, ya que esto supone poseer unas habilidades y conocimientos implícitos en el personal que permiten proyectar con mayor facilidad la internacionalización de las PYMES y, además, ese nivel educativo le permitirá al personal asimilar mejor y con mayor rapidez cualquier otro proceso formativo adicional que se lleve a cabo en la empresa (capacitación), mismos procesos que lleva a los trabajadores a adquirir la experiencia laboral (circulo virtuoso). Debemos también destacar la importancia de llevar a cabo prácticas de formación de capital humano, en este caso capacitación, dentro de la empresa. Esto ayudará a la mejora no solo de la productividad del trabajador sino también en su grado de satisfacción en el trabajo, situación que también influye en la productividad, por lo que todo ello se traduce en una mayor influencia positiva para la internacionalización de las PYMES.

RECOMENDACIONES

La posibilidad de incursión a los mercados internacionales debe ser vista como una oportunidad real para hacer negocios en el extranjero y como parte del crecimiento y desarrollo de las empresas exportadoras. Una vez concluida la tesis, se considera interesante proponer las siguientes recomendaciones:

- Debido a que la mayoría de las empresas exportadoras de la industria manufacturera del sector de alimentos, bebidas y tabaco consideran las variables de educación y experiencia laboral como las más importantes, es necesario extender estudios con este enfoque a diferentes sectores de la industria en el estado y en el país. Así se podrán estudiar semejanzas y diferencias respecto a la presente investigación.
- Promover los estudios de casos exitosos de internacionalización para diferentes industrias en el estado de Michoacán bajo diferentes enfoques teóricos y empíricos con la finalidad de generar conocimiento y las posibles aplicaciones reales para productores, comercializadores y empresas participantes en el proceso de internacionalización.
- Orientar y apoyar a pequeños empresarios que tengan posibilidades e interés de incursionar en los mercados internacionales mediante planes o proyectos que detallen y evalúen las posibilidades con que cuentan tomando en consideración sus capacidades y necesidades, además poder establecer alianzas estratégicas con universidades, gobierno, comercializadoras y con los diferentes agentes que intervienen en el proceso de incursión a los mercados extranjeros con la finalidad de poder hacerlos parte de esta dinámica de internacionalización.
- Las empresas deben tener en cuenta que su capital humano determina en gran parte el éxito de la organización en los mercados internacionales, por lo tanto, se recomienda que pongan en práctica cursos de adiestramiento y capacitación para que el personal cuente con habilidades para realizar su trabajo eficientemente.

- Por su parte la academia, puede contribuir enormemente desarrollando investigaciones en torno al área del desarrollo del capital humano. En esta ocasión, se invita a ampliar el estudio realizado a los principales municipios de Michoacán y otros estados de la Republica mexicana.

Esta investigación igual que muchas otras tienen limitaciones, ya sea por la obtención de información, por cuestión de tiempo, o por las mismas que implica el explorar un tema desconocido; por lo tanto, queda abierta a la crítica y espera generar el interés para que se siga estudiando en sus diferentes dimensiones la entrada a los mercados internacionales por parte de las PYMES del estado.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaby, N.E. & Slater, S.F. (1989): 'Management Influences in Export Performance: A Review of the Empirical Literature', *International Marketing Review*, 6(4):7-26.
- Alba Ramírez, A., (1993). Capital Humano y Competitividad en la Economía Española: Una Perspectiva Internacional. Papeles de Economía Española, (56), 131 – 145.
- Alonso, J., & Donoso, V. (1998). Competir en el exterior: la empresa española y los mercados internacionales, Madrid: Ed. ICEX, Madrid.
- Andersen, O. (1993). 'On the Internationalisation Process of Firms: A Critical Analysis', *Journal of International Business Studies*, 24(2): 209-231.
- Aragón, A., & Moreal, J. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17, 32-47.
- Arrow, k. (1973). Higher Education as a filter. *Journal of Public Econom*i, No. 2, 193-216.
- Asefa, S., & Huang, W. (1994) *Human Capital and economic development*. Michigan: W.E. Up John Institute for Employment Research.
- Ashenfelter, S.(1978). Estimating the Effect to Training Programs on Earnings. *Review on Economic and Statistics*, LX (1), 47-57.
- Ashenfelter, S., & Ham, J. (1979). Education, Unemployment and Earnings. *Journal of Political Economy*.
- Athanassiou, N. & Nigh, D. (2002). The Impact of the Top Management Team's International Business Experience on the Firm's Internationalization: Social Networks at Work, *Management International Review*, Vol. 42, No. 2 (2002 2nd Quarter), pp. 157-181.
- Banamex, Banca Comercial. (s.f.).
- Banks, M. C., Bures, A. L., & Champion, D. L. (1987). Decision making factors in small business: Training and development. *Journal of Small Business Management*, 25(1), 19-25.

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*.
- Barney, J. & Zajac, E. (1994). Competitive organizational Behavior: Toward an Organizationally-Based Theory of Competitive Advantage, *Strategic Management Journal*, 15 (1), págs. 5-9.
- Barney, J., & Wright, P.M. (1998). On becoming a strategic partner: The role of human resources in gaining competitive advantage. *Human Resource Management*, 37: 31-46.
- Barkema, H.G., Bell, J. H. J. & Pennings, J. M. (1996). 'Foreign Entry, Cultural Barriers and Learning, *Strategic Management Journal*, 17: 151-166.
- Barr, N. (1993). *The Economics of the Welfare State*. Major New Edition.
- Basly, S. (2007). The internationalization of family SME: An organizational learning and knowledge development perspective. *Baltic Journal of Management*, 2(2), 154-180.
- Becker, G. (1975). *Investment in Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. (C.U. Research. Ed.). *Columbia University Press*.
- Bell, J.H.J.(1995). 'Internationalisation of Small Computer Software Firms', *European Journal of Marketing*, 29(8):60-75.
- Benhabib, Jess & Mark M. Spiegel. (1994). "The Role of Human Capital in Economic Development: Evidence from Aggregate Cross-Country Data," *Journal of Monetary Economics*, 34, 143–173.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Pearson education.
- Bertagni, D., & Noceti, C. (2014). Internacionalización de las PyMEs. *Escuela de Negocios de PwC Argentina*.
- Bilkey, W.J. & Tesar, G. (1977). 'The Export Behaviour of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms', *Journal of International Business Studies*, 8(1):93-98.

- Björkman, I., & Knok, S. (1995). Social relationships and business networks: The case of Western companies in China. *International Business Review*, 4, (4).
- Blaug, M. (1975). *The Cambridge Revolution: Success or Failure? A Critical Analysis of Cambridge Theories of Value and Distribution*, Revised Edition. London: Institute of Economic Affairs.
- Bloodgood, J.M., Sapienza, H.J. & Almeida, J.G. (1996). 'The Internationalisation of New High Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4):61-76.
- Bonales, V. & Sánchez, S. (2003). *Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate*. Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE).
- Boter, H., & Holmquist, C. (1996). Industry Characteristics and Internationalization processes in small firms. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, issue 6, 471-487
- Buckley, J. & Casson, C. (1976). The internalisation theory of the multinational enterprise: A review of the progress of a research agenda after 30 years. *Journal of International Business Studies* 1-8.
- Buckley, P. J., Newbould, G.D. and Thurwell, J.C. (1979) 'Foreign Direct Investment by Smaller UK Firms: The Success and Failure of First-time Investors', Macmillan, London.
- Bunge, M. (1995). *La ciencia, su método y su filosofía*.
- Cardona, A. (2007). *Capital Humano: Una mirada desde la educación y la experiencia laboral* (D. d. Eafit. Ed.) Medellín.
- Cardozo, P., Chavarro, A., y Ramírez, C. (2007). Teorías de la Internacionalización. *Panorama*, 1 (3), págs., 4-23.
- Cardozo, PP., Chavarro, A., Ramírez, CA., (2017), Teorías de la internacionalización. *Panorama*.

- Casillas, J.C., & Acedo, F.J. (2005). Internationalisation of Spanish family SMEs: an analysis of family involvement. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 1(2), 134-151.
- Cavusgil, Bilke, W., & Tesar, G. (1979). A Note of the Export Behavior of Firms: Export Behavior. *Journal of international Business Studies*, 10 (1), págs. 91 – 97.
- Cavusgil, S.T. (1980). 'On the Internationalisation Process of Firms', *European Research*, 8(4):273-281.
- Cavusgil, S.T. (1982). 'On the Nature of Decision Making for Export Marketing', in Bush, R.F. and Hunt, S.D. (Eds), *Marketing Theory: Philosophy of Science Perspectives*, American Marketing Association, Chicago, Il.
- Cavusgil, S.T. (1984). 'Differences among Exporting Firms Based on Their Degree of Internationalisation', *Journal of Business Research*, 12(2):195-208.
- Cavusgil, S.T. & Naor, J. (1987). 'Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity', *Journal of Business Research*, 15(3):221-235.
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Ediciones Díaz Santos.
- Chandler, G.N. & Hanks, S.H. (1994). 'Market Attractiveness, Resource-Based Capabilities, Venture Strategies and Venture Performance', *Journal of Business Venturing*, 9(4):331-349.
- Chauca, P. (1994). *La micro, pequeña y mediana empresa manufacturera en Michoacán*. Escuela de Economía. UMSNH.
- Chetty, S.K. & Hamilton, R.T. (1993). 'Firm-level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis', *International Marketing Review*, 10(3):26-34.
- Chetty, S. y Blankenburg, D. (2000). Internationalisation of Small to Medium-sized Manufacturing Firms: A Network Approach. *Service Industries Journal* (10).

- Chetty, S.K. & Campbell-Hunt, C. (2004). 'A Strategic Approach to Internationalisation: A Traditional Versus a "Born-Global Approach"', *Journal of International Marketing*, 12(1):57-81
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la organización y técnica comercial*. México: Mc Graw Hill.
- Child, J., Ng, S.H., & Wong, C. (2002). Psychic distance and internationalization: Evidence from Hong Kong firms. *International Studies of Management & Organization*, 32(1), 36-56.
- Claver, E., Rienda, L., & Quer, D. (2007). The internationalisation process in family firms: Choice of market entry strategies. *Journal of General Management*, 33(1), 1-14.
- Claver, E., Rienda, L., & Quer, D. (2008). Family firms' risk perception: Empirical evidence on the internationalization process. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 457-471.
- Collins, C. & Smith, K. (2006). Knowledge Exchange and Combination: The Role of Human Resource Practices in the Performance of High-Technology Firms, *The Academy of Management Journal*, Vol. 49, No. 3 (Jun., 2006), pp. 544-560.
- Cooper BS, Medley GF, Scott GM. (1999). Preliminary analysis of the transmission dynamics of nosocomial infections: stochastic and management effects. *J Hosp Infect*, 43:131–47.
- Crick, D. & Chaudhry, Sh. (1997). 'Small Businesses' Motives for Exporting. The Effect of Internationalisation', *Journal of Marketing Practice*, 3(3):156-170
- Crick, D., Bradshaw, R., & Chaudry, S. (2006). "Successful" internationalising UK family and non-family-owned firms: a comparative study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 498-512.
- Coviello, N. & Munro, H. (1997). 'Network Relationship and the Internationalisation Process of Small Software Firms', *International Business Review*, 6(4):361-386.

- Cooper, A.C., Gimeno-Gascon, F.J. & Woo, C.Y. (1994). 'Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance', *Journal of Business Venturing*, 9(5):317-396.
- Cyert, R. (1963). *A Behavioral Theory of the Firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Czinkota, M.R. (1982). *Export Development Strategies: US Promotion Policy*, Praeger Publishers, New York, NY.
- Dana, L.-P., Etemad, H., & Wright, R. (1999). 'The Impact of Globalisation on SMEs', *Global Focus*, 11(4): 93-105.
- David, J. (2004). Internacionalización de las PYME: una herramienta de análisis. *Comercio Exterior*, 54(2), 152-158.
- Davis, P.S., & Harveston, P.D. (2000). Internationalization and organizational growth: The impact of internet usage and technology involvement among entrepreneur led family businesses. *Family Business Review*, 13(2), 107-120.
- Davidson, W. (1980). The Location of Foreign Direct Investment Activity: Country Characteristics and Experience Effects. *Journal of International Business Studies*, 11.
- Denis, J.E., & Depelteau, D. (1985). Market Knowledge, Diversification and Export Expansion, *Journal of International Business Studies*, 16:77-89.
- Denison E. (1964). *The Sources of Economic Growth in The United States and the alternatives before us*. Committee of Economic Development, Washington D.C.
- Díaz, D. (2009). *Formación del Capital Humano*. Edición electrónica gratuita.
- Dunning, J. (1980). *Toward an eclectic theory of international production*. Pages 1-3.
- Ellis, P. (2000). "Social ties and foreign market entry". *Journal of International Business Studies*. Vol. 3 (3)
- Erdener, C., & Shapiro D.M. (2005). The Internationalization of Chinese Family Enterprises and Dunning's Eclectic MNE Paradigm. *Management and Organization Review*, 1(3), 411-436.

- Eriksson, K. Hohenthal, J. & Johanson, J. (1998). A Model of Learning in International Business Networks, in H. Albach, M. Dierkes, A Berthoinantal and K. Vaillant (eds) *Organisationslerner-institutionelle und Kulturelle Dimensionen*: 337-353, Berlin: Wissenshafszentrum.
- Escolano, C. Y Belso, J. A. (2003): "Internacionalización y pymes: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante", *Revista Asturiana de Economía*. Nº 27, pp. 169- 195.
- Falgueras, I. (2005). La Teoría del Capital Humano: Orígenes y Evolución. Málaga.
- Fernández, Z., & Nieto, M.J. (2005) Internationalization Strategy of Small and MediumüSized Family Businesses: Some Influential Factors. *Family Business Review*, 18.1, 77-89.
- Fernández, Z., & Nieto, M.J. (2006). Impact of ownership on the international involvement of SMEs. *Journal of International Business Studies*, 37(3), 340-351.
- Ford, D. (1990). Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks, London: Academic Press.
- Ford, D. & Leonidou, L. C. (1991). 'Research Developments in International Marketing: A European Perspective', in S.j. Paliwoda, editor, *New Perspectives on International Marketing*, 3-32, London, Routledge.
- Forsgren, M. (1989). *Managing in Internationalisation Process*, London: Routledge.
- Fuerst, S. (2010). *Global marketing strategy: The case of a born global software firm in colombia*. *Ciencias Estratégicas*, 18 (24), 271-286.
- Galán, J., Galande, J., & González, J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. *Revista Eco nómica Industrial*(33).
- Gallo, M.A., & Sveen, J. (1991). Internationalizing the family business: Facilitating and restraining factors. *Family Business Review*, 4(2), 181-190.
- Gallo, M.A., & Pont, C.G. (1996). Important factors in family business internationalization. *Family Business Review*, 9(1), 45-59.

- Galván, I. (2013). Capítulo II. Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas. En I. Galván, La Formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas (págs. 93-140).
- Gankema, H.G., Snuif, H. R. & Zwart P.S. (2000). 'The Internationalisation Process of SMEs: An Evaluation of Stage Theory', *Journal of Small Business Management*, 38(4):15-27.
- Garnier, G. (1982). Comparative Export Behaviour of Small Canadian Firms in the Printing and Electrical Industries. *Export Management: An international Concept*. Praeger, New York, NY.
- George, G., Wiklund, J., & Zahra, S.A. (2005). Ownership and the Internationalization of Small Firms. *Journal of Management*, 31(2), 210-233.
- Gobierno del Estado de Michoacán –Nacional Financiera (NAFIN): Estudio de Gran Visión del Estado de Michoacán. Junio, 1994.
- Gobierno del Estado de Michoacán –Secretaria de Desarrollo Industrial y Comercial (SDIC): México su socio para el crecimiento (panorama económico de Michoacán) Ed. SDIC. Septiembre, 1993.
- González, J., Navarro, M., & Peña, I., (2010). Internacionalización de Empresas Jóvenes Innovadoras en España. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Grant, R.M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17: 109-122.
- Graves, C., & Thomas, J. (2004). Internationalisation of the family business: a longitudinal perspective. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 1(1), 7-27
- Graves, C., & Thomas, J. (2006). Internationalization of Australian family businesses: A managerial capabilities perspective. *Family Business Review*, 19(3), 207-224.

- Graves, C., & Thomas, J. (2008). Determinants of the internationalization pathways of family firms: An examination of family influence. *Family Business Review*, 21(2), 151- 167.
- Guzzo, R.A., Jette. R.D., and Katzell, R.A. (1985). The Effects of Psychologically Based Intervention Programs on Worker Productivity: A Meta-Analysis, *Personnel Psychology* 38: 275-291.
- Harbison, F. & Myers, C. (1964). *Education, Manpower, and Economic Growth: Strategies of Human Resource Development*. McGraw-Hill, New York.
- Hebert, R., & Link, A., (1988). *The Entrepreneur Mainstream Views and Radical Critiques*. New York: Praeger.
- Helund, G., & Kverneland, A. (1985). 'Are Strategies for Foreign Markets Changing? The Case of Swedish Investment in Japan', *International Studies of Management and Organisation*, vol. 15: 41-59.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Herrmann, P. & Datta, D. (2005). Relationships between Top Management Team Characteristics and International Diversification; an Empirical Investigation.
- Hidalgo, AA., (2017). Nuevo escenario para la gestión del capital humano. *Business Review* (268)
- Holmlund, M., & Kock, S. (1998). Relationships and the Internationalisation of Finnish Small and MediumSized Companies, *International Small Business Journal*, 16(4):46-63.
- Hymer, S., (1976) "The International Operations of Nation Firms: A Study of Foreign Direct Investment", Cambridge, MLT Press.
- Ibeh, K. I. N. (2003). 'On the Internal Drivers of Export Performance among Nigerian Firms: Empirical Findings and Implications', *Management Decision*, 41(3):217-225.

- Jiménez, I., (2007). Determinantes para la internacionalización de las PYMES mexicanas, *Análisis Económico*, 21(49), págs. 111-131.
- Johannison, B. (1988). Business Formation – A Network Approach, *Scandinavian Journal of Management*, 15(3- 4):83-99.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm- Four Swedish Cases. *Journal of Management studies*, 12 (3), págs. 305-323.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A model for the decision making process affecting the pattern and face of the internationalization. *Journal of International Business*, 8 (1), págs. 23 – 32.
- Johanson, J. & Vahlne, J. (1990). 'The Mechanism of Internationalisation', *International Marketing Review*, 7(4):11-24.
- Johanson, J. & L. Mattson. (1988). Internationalization in industrial systems. *A network approach*. (N. Hood, & J. Vahlne, Edits.) Londres: Croom Helm.
- Jones, M.V. (1999). 'The Internationalisation of Small High Technology Firms', *Journal of International Marketing*, 7(4): 15-41.
- Katsikeas, C. (1996). 'Ongoing Export Motivation: Differences Between Regular and Sporadic Exporters', *International Marketing Review*, 13(2): 4-19.
- Kutschker, M. & Baurle, I. (1997). 'Three + One: Multidimensional Strategy of Internationalisation', *Management International Review* 2:103-126.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 37, no 1, p. 76-104.
- Lazear, E. (2003). Firm-Specific Human Capital: A skill-weights approach.
- Lee, W., & Brasch, J. (1978). The Adoption of Export as an Innovative Strategy. *Journal of International Business Studies*, 9, (1), págs. 85 – 93.
- Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S. & Peircy, N.F. (1998). 'Identifying Managerial Influences on Exporting: Past Research and Future Directions', *Journal of International Marketing*, 6(2):74-102.

- Li, L., Li, D. y T. Dalgic (2004). *“Internationalization process of small and medium-sized enterprises: Towards a hybrid mod*
- López, J. (2006). La Internacionalización de la Empresa Manufacturera Española: Efectos del capital humano genérico y específico. Vizcaya, España.
- Loscocco, J. (1991). Barriers to women's small-business success in the United States, *Journal of Business Venturing*, 5 (4) pp. 511-532.
- Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22 (1), págs. 3-42.
- Mankiw, N.G., D. Romer y D. Weil (1990): “A contribution to the empirics of economic growth”, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 107, págs. 407-437.
- Manolova, T.S., Brush, C.G., Edelman, L.F. & Green, P.G. (2002). ‘Internationalisation of Small Firms. Personal Factors Revisited’, *International Small Business Journal*, 20(1):9-31.
- Madrid, A., & García, D. (2004) “Influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la PYME industrial española”. *Información Comercial Española*, n.o 817, pp. 35-49.
- Markides C., & Williamson, P., (1996). Corporate Diversification, Core Competences and Corporate Performance. *Academy of Management Journal*, 39 (2), pags 340-367.
- Martín, G. R. (2010). *Moneda Única*. Recuperado el 08 de Junio de 2015, de la internacionalización: desde la Organización Empresarial hasta las empresas que nacen globales: www.monedaunica.net
- Martinez, D. (1996). El Papel de la Educación en el Pensamiento Económico. (B.U. Puebla, Ed.) *En Reportes Aportes* (3 y 4).
- Mayer, C. & Flynn, J. (1973). ‘Canadian Small Business Abroad: Opportunities, Aids and Experience’, *The Business Quarterly*, Winter:33-47.
- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). ‘Explaining the Formation of International New Ventures: the Limits of Theories from International Business Research’, *Journal of Business Venturing*, 9(6):34-40.

- Melin, L. (1992) 'Internationalisation as a Strategy Process', *Strategic Management Journal*, 13(8):99-118
- Menéndez-Requero, S. (2005). Growth and internationalization of family businesses. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 1(2), 122-133.
- Menjón, A. (2006). Gestión de recursos humanos, capital intelectual e internacionalización: la experiencia de Iberdrola. *ICE No. 830*.
- Merino, L. (1998). "La salida al exterior de la PYME manufacturera Española"; *Información Comercial Española*, n.o 73, pp. 13-24.
- Meyer, C., & Schawager, A. (2007). Comprendiendo la experiencia del cliente. *Harvard Business Review*, 85 (2), 89-99.
- Mincer, J. (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distributions. *Journal of Political Economy*, 66 (4), págs. 281-302.
- Mincer, J. (1974). Schooling, Experience and Earnings. *Journal of Political Economy*.
- Mintzberg, H. (1973). 'A New Look at the Chief Executive's Job', *Organizational Dynamics*, 1(3):20-30.
- Mockaitis, A.I., Vaiginien, E. & Giedraitis, V
- . (2006). 'The Internationalisation Efforts of Lithuanian Manufacturing Firms— Strategy or Luck?', *Research in International Business and Finance*, 20(2):111-126.
- Muñoz, C. (1996). Origen y consecuencias de las desigualdades educativas. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 1, núm.2.
- Novos, I.E., & Waldman, M. (1997). Returns to tenure: Conceptual and empirical issues. *Eastern Economic Journal*, 23(3): 337-345.
- Okoroafo, S.C. (1999). Internationalization of family businesses: Evidence from northwest Ohio, U.S.A. *Family Business Review*, 12(2), 147-158.
- Orlandi, P. (2010). Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional. *Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador*.

- OCDE (20 Feb de 2007). *Organization for Economic Cooperation and Development* (A. Gurria, Productor, & OECD) Recuperado el 2015, de OECD Insights: www.oecd.org/insights/humancapital
- Oviatt, B.M., McDougall, P.P. & Dinterman, T. (1993). 'Global Start-Ups: Forces Driving their Growth and Patterns of Success', paper presented at the *Babson Entrepreneurship Research Conference, 25-27*.
- Oviatt, B.M. & McDougall, P.P. (1994). 'Toward a Theory of International New Ventures', *Journal of International Business Studies*, 25(1): 45-64
- Pardinas, F. (1969). Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Editores Siglo XXI
- Penrose, E. (1959). *The theory of the Growth of the firm*. Oxford:Blackwell.
- Peng, M. (2001). 'The Resource-Based View and International Business', *Journal of Management*, 27(6):803- 829.
- Pérez, J.A. (1996). La importancia de la inversión en Capital Humano. *Las Palmas de Gran Canaria*.
- Perrow, C. (1992). Small Firms Networks. In N. Nohria, and R.G, Eccles (Eds.), *Networks and Organisation: Structure Form and Action*, Harvard Business School Press.
- Pescador, J.A. (1979). La relación entre educación e ingresos: reflexiones sobre el caso mexicano. *La Educación y el desarrollo dependientes en América Latina*.
- Pinho, J.-C. (2007). The impact of ownership: Location-specific advantages and managerial characteristics on SME foreign entry mode choices. *International Marketing Review*, 24(6), 715-734.
- Ployhart, R.E., Van Iddekinge, C.H., & Mackenzie Jr., W.I. (2011). Acquiring and developing human capital in service contexts: The interconnectedness of human capital resources. *J*, 54(2): 353-368.
- Porter, M. E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.

- Proméxico. (2012). Tratados comerciales. Obtenido de http://www.promexico.gob.mx/swb/promexico/Tratados_comerciales
- Ramírez, A. (2004). La importancia de los Recursos Intangibles en la Internacionalización de la Empresa. *Universia Business Review*, (3), 62- 69.
- Reid, S.D. (1981). 'The Decision-Maker and Export Entry and Expansion', *Journal of International Business Studies*, 12(2):101-112
- Reid, S.D. (1983) 'Firm Internationalisation, Transaction Costs and Strategic Choice', *International Marketing Review*, 2:44-56.
- Reyes, F. (2013) El papel de recursos humanos en la internacionalización de las empresas.
- Rialp, A. (1999). Los Enfoques Micro-organizativos de la Internacionalización de la Empresa: una revisión y síntesis de la Literatura, No 781, Barcelona.
- Rialp, A. & Rialp, J. (2001): "Conceptual Frameworks on SMEs' Internationalization: Past, Present, and Future Trends of Research". In Axinn, C.N. & Matthyssens, P. (eds.), *Advances in International Marketing*, 11: 49-78.
- Rivas, S. (2007). *La importancia de la capacitación de los colaboradores en el campo*.
- Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovation*, New York: The Free Press.
- Rojas, M. (2002). *Manual de investigación y redacción científica*. Lima: Book Xpress 2002:94.
- Root, F. (1994). *Entry strategies for international markets*. Nueva York: Lexington Brooks.
- Roth, K. (1995). Managing International Interdependence: CEO Characteristics in a Resource-Based Framework, *Academy of Management Journal*, 38(1):200-231.
- Ruiz, C. (1995). *Economía de la pequeña empresa*. Ed. Ariel. México, 1995.
- Say, J., (2001). *Tratados de Economía Política*. Fondo de Cultura Económica de España.

- Schultz, T. (1959). Investment in Man: An Economist View. *Social Service Review* 33, 109-17.
- Schultz, T. (1960). Capital Formation by Education. *The Journal of Political Economy*, 68 (6), pags. 571-586.
- Schultz, T.W. (1961). *Investment in human capital. American Economic Review*, 51(1): 1-17.
- Senior, N. (1836). *An outline of the Science of Political Economy* (Última edición 1965 ed.)(A.M. Kelley, Ed.) New York: Reprints of Economic Classics.
- Serrabasa, M. (2018). *The companies of the future are the ones that bet on people*. *Business Review* (281).
- Serrano, J.M. (1996). "El aprendizaje cooperativo". En J.L. Beltrán y C. Genovard (Edit.) *Psicología de la Instrucción I. Variables y procesos básicos*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A. Cap.5, págs. 217-244.
- Simmonds, K., & Smith, H. (1968). *The first exporter order: A marketing innovation*. *British Journal of Marketing*, 43, (6), págs..1227 – 1247.
- Simpson, C., & Kujawa, D. (1974). The Export Decision Process: An Empirical Inquiry. *Journal of International Business Studies*, Spring 5 (1), págs. 107-117.
- Slow, R. (1957). *Technical Change and the Aggregate Production Function; Review of Economics and Statistics* 39.
- Smith, A., & Rodríguez, B. (2001). *La Riqueza de las Naciones*. España: Economía. Alianza Editorial.
- Stewart, T. A. (1991): Brainpower: How Intellectual Capital Becoming America's Most Valuable Asset, *Fortune*, 2 de junio, páginas 44-60.
- Stolan, M. (2007). *Managerial Determinants and their Influence upon the Export Behaviour of the Firm: four case-studies of Catalan Exporting SMEs*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Storey, DJ., (1994). *Understanding the small business sector*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial.

- Strandskov, J. (1994). 'Towards a New Approach for Studying the Internationalisation Process of Firms', in P.J. Buckley and P.N. Ghauri. Editors, *The Internationalisation of the Firm: A Reader*, 201-216, London:Dryden.
- Suárez-Ortega, S.M. & Alamo-Vera, F.R. (2005). 'SMEs' Internationalisation: Firms and Managerial Factors', *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 11(4):258-279.
- Svinth, R.L., & Vinton, K.L. (1993). Do family-owned businesses have a strategic advantage in international joint ventures? *Family Business Review*, 6(1), 19-30.
- Tavares Arroyabe S., 2012, *Internationalization of latinamerican smes: referent for the colombian success*.
- The World Bank Group. (2000). *Beyond Economic Growth Meeting the Challenges of Global Development*. Obtenido de Development Education Program: <http://www.worldbank.org/>
- Thomas, J., & Graves, C. (2005). Internationalising the family firm as a demonstration of an entrepreneurial culture. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 17(2), 91-113.
- Thurow, L. (1978). *Inversión en capital humano*. México: Ed. Trillas.
- Trujillo, M, e. (Agosto de 2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de Empresas. Documento de Investigación*. (U. d. Administración, Ed.) Bogotá, Colombia.
- Tsang, E.W.K. (2001). Internationalizing the family firm: A case study of a Chinese family business. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 88-94.
- Tsang, E.W.K. (2002). Learning from overseas venturing experience: the case of Chinese family businesses. *Journal of Business Venturing*, 17(1), 21.
- Turnbull, P. and Valla, J.P. (1986) *Strategies for International Industrial Marketing*, London: Croom Helm.

- Turnbull, P (1987) 'A Challenge to the Stages Theory of the Internationalisation Process', in *Managing Export Entry and Expansion*, eds P.J. Rosson and S.D. Reid: 21-40, Praeger, New York
- United Nations Statistical Office, (1953). *Concepts and definitions of capital formation*. New York: Statistical Office of the United Nations, Department of Economic Affairs
- Urzelai, A. (2014). *Manual Básico de Logística Integral*. Díaz de Santos.
- Velázquez G. (2008). Las pequeñas y medianas empresas mexicanas requieren aplicar diagnósticos organizacionales?. *Mundo Siglo XXI*, 13, 73-90.
- Verdeguer, E. (2014). El papel del capital humano en la internacionalización.
- Villalobos, M., & Pedroza, F., (2009). Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre la educación y desarrollo económico. *Tiempo de Educar*, 10. Toluca, México.
- Walsh, J. (1935). "Capital Concept Applied to Man", *Quarterly Journal of Economics*, XLIX, 255-285.
- Welch, L., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14 (2), pages. 36-64.
- Westhead, P., Wright, M. y Ucbasaran, D. (2001). "The internationalization of new and small firms: A resource-based view", *Journal of Business Venturing*, n.o 16, pp. 33-38.
- Whole Service for Business. (2013).
- Yeung, H.W. (2000). Limits to the growth of family-owned business? The case of Chinese transnational corporations from Hong Kong. *Family Business Review*, 13(1), 55-70.
- Yip, G., Biscarri, J. & Monti, J. (2000). The Role of the Internationalization Process in the Performance of Newly Internationalizing Firms.
- Zahra, S.A. (2003). International expansion of U.S. manufacturing family businesses: The effect of ownership and involvement. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 495-512.

APENDICE

ANEXO 1. Matriz de Congruencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		MARCO TEÓRICO Y DE REFERENCIA	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS
IDENTIFICACIÓN	OBJEIVOS						
¿De qué manera los factores que componen el capital humano -educación, capacitación y experiencia laboral- influyeron en la internacionalización de las PYMES manufactureras de la localidad de Morelia durante el año 2017?	Investigar de qué manera influyeron los factores que componen el capital humano – educación, capacitación y experiencia laboral- en la internacionalización de las PYMES manufactureras de la localidad de Morelia durante el año 2017.	Solow 1957, Mincer, 1958, Schultz 1960, Becker, 1964	Los factores que componen el capital humano –educación, capacitación y experiencia laboral- influyeron de forma positiva en el grado de internacionalización de las PYMES manufactureras de la localidad de Morelia durante el año 2017.	Dependiente:	Por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional (Welch y Loustarinen, 1988).	Porcentaje del total de las transacciones atribuibles a filiales de compañías extranjeras	6 – 9
				Internacionalización			
				Independientes:			
				Educación	La educación radica en un incremento del stock de calificaciones, conocimientos y comprensión de las personas o de la sociedad en un conjunto (Lopez, 2002).	Grado de estudios y grado promedio de escolaridad	10 – 14
				Experiencia laboral	Respuesta íntima y subjetiva de los trabajadores ante cualquier contacto directo o indirecto con alguna práctica, política o procedimientos de gestión de personas (Meyer y Schwager, 2007).	Años laborando en la empresa y nivel de conocimientos adquiridos.	21 - 26

		Lopez, 2002; Meyer y Schwager, 2007; Hernandez, (2012).		Capacitación	Conjunto de acciones de preparación, continuas y planificadas, concebido como una inversión, que desarrollan las organizaciones dirigidas a mejorar las competencias y calificaciones de los trabajadores, para cumplir con calidad las funciones del cargo, asegurar su desempeño exitoso y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios (NC 3000: 2007)	Cantidad de capacitaciones y actividades de promoción generadas.	15 – 20
--	--	--	--	--------------	---	--	---------

ANEXO 2. Estudios tomados como base para la elección de las variables en la metodología a utilizar.

Autores	Tipo de artículo			País de estudio	Recopilación de datos		Tamaño de la muestra	Tipo de industria	Tamaño de la empresa	Variables			Informante	Aproximación analítica
	Explorativo	Descriptivo	Confirmatorios		Entrevista	Caso de estudio				Educación	Capacitación	Experiencia Laboral		
Gallo & Sveen (1991)	X			N/S		x	N/S	N/S		x	X		N/S	N/S
Svinth & Vinton (1993)	X			N/S		x	4	Manufacturera	PYME	x	X		Dueños	N/S
Gallo & Pont (1996)	X			España	x		450	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Regresión
Okoroafo (1999)		X		USA	x		500	Manufacturera	Grande			x	N/S	Estadística Descriptiva
Davis & Harveston (2000)			X	N/S	x		1078	Varias	MIPYMES		X	x	Dueños-gerentes	Regresión
Yeung (2000)	X			China		x	3	Varias	MIPYMES	x			Ejecutivos	Teoría Fundamentada
Tsang (2001)	X			China y Singapore		x	1	Manufacturera	Grande		X		Gerentes	Cualitativo
Tsang (2002)	X			China y Singapore		x	10	Manufacturera	Grande	x	X		Gerentes	Cualitativo

Child, Ng & Wong (2002)	X			China		x	5	Varias	Grande	x			Gerentes	Cualitativo
Zahra (2003)			X	USA		x	2379	N/S	N/S	x		x	N/S	Regresión
Graves & Thomas (2004)			X	Australia		x	871	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Regresión
Casillas & Acedo (2005)			X	España	x		222	Varias	MIPYMES	x	X	x	Ejecutivos	Ecuación estructural
Erdener & Shapiro (2005)	X			-	Artículo Conceptual			-	-	x			Ejecutivos	Conceptual
Fernandez & Nieto (2005)			X	España	x		2000	Manufacturera	PYME		X		N/S	Modelo Probit
George, Wiklund & Zahra (2005)			X	Suiza	x		2455	Varias	PYME	x			Ejecutivos	Ecuación estructural
Menéndez - Requejo (2005)			X	España	x		1612	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Regresión
Thomas & Graves (2005)		X		Australia	x	x	877	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Regresión
Crick, Bradshaw & Chaudry (2006)		X		UK	x	x	400	Varias	PYME	x	X	x	Gerentes	U-tests
Fernandez & Nieto (2006)			X	España	x		2000	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Modelo Probit
Graves & Thomas (2006)			X	Australia	x		871	Manufacturera	PYME	x	X		N/S	Estadística Descriptiva
Basly (2007)			X	Francia	x		764	Varias	PYME	x		x	N/S	Ecuación estructural
Claver, Rienda & Quer (2007)	X			España		x	6	Varias	PYME	x		x	N/S	Cualitativo
Pinho (2007)			X	Portugal	x	x	607	Varias	PYME	x		x	Ejecutivos	Regresión
Claver, Rienda & Quer (2008)			X	España	x		2000	Varias	MIPYMES	x	X		Ejecutivos	Regresión
Graves & Thomas (2008)	X			Australia		x	8	Manufacturera	PYME	x	X	x	Gerentes	Nvivo

ANEXO 3. CUESTIONARIO

“LA INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN LA LOCALIDAD DE MORELIA DURANTE EL AÑO 2017”

El objetivo de este cuestionario es determinar los factores de capital humano que inciden en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de alimentos y bebidas de la localidad de Morelia durante el 2017.

Instrucciones: Independientemente de la fase de proceso de internacionalización en que se encuentre su empresa (inexistente o consolidada) es importante conocer SU opinión de acerca de cuál es la influencia del capital humano en la comercialización internacional de su producto. Por favor complete donde aparezca la línea o marque con una “x” según corresponda. Muchas gracias por su participación.

Esta encuesta es realizada con fines académicos y su participación será anónima.

1.-Nombre o denominación social de la empresa: _____

2.- Tiempo de haber sido fundada:

Hasta 1 año Hasta 2 años Hasta 5 años Hasta 10 años Más de 10 años

3.-Cargo del entrevistado: _____

4.-Grado de formación: _____

5.-Número de trabajadores en la empresa:

6.-El producto elaborado por su empresa es comercializado actualmente en otro(s) país(es):

Sí No

7.- Destinos a los que exporta: _____

8.-Considera, dentro de sus estrategias empresariales, comercializar su producto en el extranjero:

Sí No

9.- ¿Posee su empresa alguna experiencia con algún cliente internacional?

No, ninguna

Si, hemos recibido pedidos de clientes internacionales de forma esporádica

Sí, ya exportamos de manera regular a uno o varios países

Sí, realizamos una labor de promoción activa y exportamos a varios países

Sí, hemos consolidado proyectos de expansión internacional a nivel comercial y productivo

10.- ¿Se lleva un registro de las exportaciones?

Sí No

11.-¿Qué canal de distribución utiliza?

Intermediarios Distribución propia

12.-En promedio, durante el año 2017, ¿Cuál es el nivel educativo que tuvieron los trabajadores?

Primaria Secundaria Preparatoria Profesional Otro

13.- ¿Cuentan con dominio de idiomas extranjeros (particularmente de los mercados objetivo-meta)?

Sí No

14.- ¿Cuentan con conocimientos sobre el manejo de las tecnologías de la información y comunicación (computadoras, internet)?

Sí No

15.- Se cuenta con información útil y conocimiento sobre la implementación de nuevas tecnologías aplicadas al sector de alimentos y bebidas

Sí No

16.-En relación al 2017, ¿cómo se considera el nivel de competencias técnicas de sus trabajadores en relación a las actividades que requiere su empresa?

Bueno Malo

17.- ¿Durante el tiempo laborando en la empresa, se han impartido cursos de capacitación?

Sí No

18.-En el año 2017, ¿sus trabajadores recibieron alguna capacitación?

Sí No

19.- Al término de la capacitación se evalúan los conocimientos adquiridos.

Sí No

20.-En el año 2017, predominantemente, ¿se otorga un certificado por las capacitaciones?

Sí No

21.- ¿Se realizan cursos fuera de la empresa que contribuya con la mejora en su puesto de trabajo?

Sí No

22.- ¿La organización se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo a las habilidades de cada uno de los empleados?

Sí No

23.- Antigüedad de su personal en la empresa

6 meses/ 1 año 2 a 3 años 4 a 5 años Más de 5 años Más de 10 años

24.- ¿El conocimiento con el que cuentan los empleados en promedio es debido al tiempo que lleva laborando en la empresa?

Sí No

25.- El nivel de conocimiento que tiene sobre su área de trabajo es:

Muy bajo Bajo Regular Alto Muy alto

26.- Se promociona hacia otro puesto de trabajo a su personal

Sí No

27.- ¿Se aplica evaluación para evaluar el incremento de sus habilidades?

Sí No