



---

**EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO META Y EL  
PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN COMO ELEMENTOS  
INDISPENSABLES PARA EL DESEMPEÑO EXPORTADOR EN  
PYMES MANUFACTURERAS DE NUEVO LEÓN, ANÁLISIS  
PRELIMINAR**

*Autores:*

*Gabriela Edith Mata Tijerina*  
*gemt82@gmail.com*

*Vera Patricia Prado Maillard*  
*veraprado68@hotmail.com*

*Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública*  
*Dirección: Praga y Trieste s/n Col. Residencial Las Torres, Monterrey, N.L.*

*Georgina Parra Irineo*  
*geopa64@hotmail.com*

*Ana Esperanza Álvarez García*  
*ana.alvarezg@uanl.edu.mx*

*Facultad de Contaduría Pública y Administración*  
*Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L.*

*Fecha de envío: 20/Abril/2015*

*Fecha de aceptación: 06/Mayo/2015*

---

## 1.- Introducción

En el contexto global actual, las empresas independientemente de su tamaño (pequeña, mediana o grande) buscan y logran obtener mejores oportunidades adentrándose al comercio internacional, con el afán de encontrar nuevos mercados interesados en sus productos; así como también, el conocer las necesidades de sus futuros clientes y los avances tecnológicos que tiene la competencia en el giro industrial al que pertenecen. Por ello, los grupos de interés (el gobierno, los empresarios y los académicos) consideran de gran importancia para el país contar con información, investigación y datos que ayuden a los sectores industriales a integrarse y mantenerse en el comercio internacional.

En el presente trabajo, se pretende determinar si el conocimiento del mercado meta y/o el procedimiento de exportación permiten a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector manufacturero lograr el desempeño exportador en el estado de Nuevo León. Para lo anterior, se realizará una revisión sobre la situación actual de las PYMES en México y Nuevo León el ámbito comercial internacional, y se presentará un amplio marco teórico que sustente los factores antes mencionados, lo que y que permitió an la elaboración de un instrumento para la recopilación de información en campo. Finalmente para los resultados se realizó un análisis estadístico del Alfa de Cronbach.

### 1.1.- Antecedentes

#### 1.1.1.- Las PYMES en México

Las PYMES son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) (Sria. Economía, 2010). En México constituyen la columna vertebral de la economía nacional

por su alto impacto en la generación de empleos, en la producción nacional y en el desarrollo social (PROMEXICO, 2013).

En la Tabla 1, se presenta la estratificación de empresas utilizada en México, publicado en el Diario de la Federación con fecha treinta de diciembre del dos mil dos, en la cual se puede observar que dependiendo el sector económico en donde se ubique la empresa, estas se clasifican de acuerdo al número de empleados que esta tiene.

Tabla 1 Estratificación de empresas en México

Estratificación de empresas publicadas en el DOF.

30 de diciembre 2002.

Sector	Clasificación según el número de empresas		
	Industria	Comercio	Servicios
Tamaño			
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeña	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediana	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100

Fuente: DOF del 30 de diciembre de 2002

En lo que respecta a la cantidad de empresas de este tipo, los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reportan que en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES y generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país, además el 68% de las empresas con transacciones comerciales

internacionales son PYMES, y estas representan el 9% del valor del comercio exterior de las empresas manufactureras. (PROMEXICO, 2013).

#### 1.1.2.- Las PYMES en Nuevo León

Nuevo León es por sus características geográficas y de infraestructura uno de los estados de la República Mexicana más atractivos para el crecimiento e inversión económica para la actividad empresarial e industrial competitivo a nivel internacional (Sria. de Economía, 2015). En lo que respecta a las PYMES del Estado, son importantes debido al papel que tienen en la economía, puesto que representa el 37% del total de empleados (664,311 personas) como se puede apreciar en la Gráfica 1 (Data Nuevo León, 2012).

#### Gráfica 1 Empleados por Tamaño de Empresa

Fuente: Data de Nuevo León 2012

#### 1.1.3.- Industria Manufacturera en México.

De acuerdo al INEGI (2005), la Industria Manufacturera es la actividad económica que transforma una gran diversidad de materias primas en diferentes artículos para el consumo, se clasifica en nueve divisiones de actividad. En los últimos años, se realizaron importantes reformas estructurales que favorecieron el notable crecimiento de las exportaciones manufactureras (González de la Torre, 2013).

Estas reformas han permitido que gran parte este formada por empresas exportadoras en donde se producen o ensamblan una gran variedad de productos (como equipos electrónicos o autopartes) que se van al extranjero (INEGI, 2014). Lo anterior se ve reflejado en un aumento en

PIB de la Industria Manufacturera del 2.4% en el periodo del 2010 – 2013, que afirma que la relevancia del sector, lo cual se puede observar en la Gráfica 2 (INEGI, 2014).

Gráfica 2 PIB Industrias Manufacturera

Fuente: INEGI 2014

#### 1.1.4.- La Industria Manufacturera en Nuevo León

En el 2013, Nuevo León contribuyó con un 10% del PIB nacional de la Industria Manufacturera (SE.PROMEXICO, 2014), lo cual le permitió ubicarse entre los estados más importantes debido a sus aportaciones a la producción nacional en manufacturas. Por su parte, este sector ha crecido un 3.2% en el PIB estatal durante el 2010 al 2013, lo que afirma que la relevancia del sector a nivel estatal (INEGI, 2014).

Gráfica 3 PIB Nuevo León Industria Manufacturera

Fuente: INEGI 2014

#### 1.1.5.- Las PYMES manufactureras en Nuevo León

De acuerdo al Censo Económico 2014 (INEGI, 2014), las PYMES en la Industria Manufacturera en el estado representan un 24% del ingreso total del sector, un aumento del 2% respecto al 2009, también un incremento del 0.6% en la ocupación del personal, así como un 15% de aumento en sus ingresos, pero una disminución del 5% en las unidades económicas.

#### 1.2.- Planteamiento del Problema

Las PYMES son el eslabón fundamental para el crecimiento económico del país, las cuales representa el 99.8% de las unidades empresariales que a su vez, generan 52% del PIB, 72% del empleo nacional, el 68% de las transacciones comerciales internacionales y el 9% del

valor del comercio exterior en mercancías manufacturadas (PROMEXICO, 2013). A pesar de la gran importancia que tienen en la economía no existe información sobre los factores que impulsan el desempeño exportador de las PYMES.

### 1.3.- Pregunta de Investigación

¿Cuál es el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras?

### 1.4.- Objetivo

Determinar el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras en Nuevo León.

### 1.5.- Justificación

Esta investigación servirá a las PYMES manufactureras a definir los elementos que ayudan a desarrollar estrategias en los mercados internacionales; así como el planear y mejorar las prácticas en materia de negocios internacionales que permitan ampliar sus habilidades en el comercio internacional.

### 1.6.- Hipótesis

El Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación impacta significativamente en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras de Nuevo León.

La relación causa-efecto: a mayor Conocimiento del Mercado Meta y del Procedimiento de Exportación mayor Desempeño Exportador de las PYMES

## 2.- Marco Teórico

### 2.1.- El Desempeño Exportador y el crecimiento de las empresas

El Desempeño Exportador es una forma de medir el crecimiento de la empresa, el cual se divide en dos factores de análisis para evaluar en primera instancia se analizan los volúmenes de las ventas de exportación y en segundo lugar las utilidades derivadas de estas ventas, o bien a través de la percepción del CEO de la empresa (Katsikeas, Leonidou, & Morgan, 2000). En este trabajo se tomará para medir el dinamismo exportador las ventas de la empresa respecto a las actividades de exportación.

El término “crecimiento” se emplea para un aumento en la cantidad, por ejemplo: el crecimiento de la producción, exportación o volumen de ventas. La experiencia indica que el crecimiento de una empresa está relacionado con los intentos de un grupo particular de seres humanos de hacer algo (Penrose, 1962) en el caso de los administradores de las empresas es generar ganancias, para los gobernantes una estabilidad y crecimiento de la económica y para la población en general ingresos que en la mayoría de los casos crea un bienestar social.

Ahora bien, la Teoría del Crecimiento se desarrolla en primer lugar como una teoría de crecimiento interno, es decir, hace énfasis en que el análisis se traslada entonces desde los recursos internos de la empresa al impacto de ciertas condiciones externas en el crecimiento de las empresas y a la situación especial de la pequeña empresa con respecto a la grande dentro de una economía. (Penrose, 1962).

En tal caso, el tener en cuenta los recursos internos podría llevar al crecimiento de la empresa, no importando el tamaño, pero si haciendo un análisis correcto de los usos de los recursos que pueden ser humanos, materiales o financieros. En caso de las PYMES todos son indispensables, así como para cualquier compañía, sin embargo la falta de recursos materiales y financieros hace del recurso humano un factor necesario para alcanzar el crecimiento establecido.

Dado lo anterior, el recurso humano debe analizarse en primera instancia, puesto que es indispensable conocer tanto como el conocimiento, las habilidades, actitudes y experiencia que debe tener el personal en ambientes multiculturales (Blanco, Romo y Cruz, 2013), en este caso sobre como impulsar crecimiento de la empresa, especialmente para ingresar a nuevos mercados.

El ingreso a nuevos mercados, requieren tener conocimientos sobre el mercado al que se pretende ingresar y algunos casos sobre el procedimiento de exportación tanto del país de Origen como el del país Destino de las mercancías. En los siguientes apartados se analizan la conceptualización de lo que conlleva el conocimiento del mercado meta y el procedimiento de exportación, a su vez se analiza el desempeño exportador dado que a través de este se mide el crecimiento en las empresas.

## 2.2.- Conocimiento del Mercado Meta

El Conocimiento del Mercado Meta, se refiere a la información y conocimientos sobre los aspectos relacionados con el país a donde se desea exportar. Este conocimiento de exportación debe cubrir áreas tales como: información básica del país, accesibilidad al mercado; el potencial del mercado; las exigencias del mercado; la distribución; y la promoción de las ventas. (Banco Bice, 2003). Asimismo este tipo de información es conocida por Dunning (1988) como la ventaja de propiedad, debido a que es un activo intangible que proporciona experiencia mayor conocimiento del entorno, lo que permite aprovechar todas las ventajas de la localización en el mercado meta (Félix Mendoza, 2005).

## 2.3.- Procedimiento de Exportación

El procedimiento de Exportación son todas aquellas actividades propias del proceso logístico de exportación, cual puede tener origen interno o externo a la compañía (Yang, 1988). Según Ramaswami y Yang (1990) las actividades de procedimiento se pueden subdividir en dos



tipos: (a) controlables, aquellas que pueden ser resueltos fácilmente dada la experiencia adecuada (por ejemplo, documentación y tramites, las barreras arancelarias,) y (b) no controlables, lo que requiere de acuerdo al caso independientemente de la rutina que se ha adquirido a través de la experiencia (por ejemplo, las barreras no arancelarias, transportación, consumo).

Entre las actividades de procedimiento se pueden destacar los siguientes aspectos de la actividad de exportación:

- La documentación (Diamantopoulos & Schlegelmilch, 1990 Kedia & Chhokar, 1986; Keng & Jiuan, 1989; Sharkey, Lim, & Kim, 1989) por ejemplo:
- Los aranceles de importación a pagar (Barker & Kaynak, 1992; Bauerschmidt, Sullivan, & Gillespie, 1985; Karafakioglu, 1986),
- El establecimiento de barreras no arancelarias, tales como el establecimiento de diversas normas de control y seguridad de la calidad (Bauerschmidt, Sullivan, & Gillespie, 1985; Rabino, 1980), que en ocasiones implican la necesidad para adaptar los productos a las exigencias de los diferentes mercados extranjeros (Kedia y Chhokar ,1986; Keng y Jiuan, 1989);
- El transporte y distribución de las dificultades en los mercados extranjeros (Barker y Kaynak, 1992; Kedia y Chhokar, 1986);
- La dificultad de encontrar un distribuidor confiable en el país de destino (Kaynak, Ghauri, & Olofsson-Bredenlöv, 1987; Kedia y Chhokar, 1986; Rabino, 1980),
- Así como los principios estratégicos generales de exportación independientemente del mercado de destino de que se trate (Suárez-Ortega, 2003).

### 3.- Método

La investigación es de tipo descriptiva – correlacional y el diseño de la investigación es no experimental y transeccional dado que es en un tiempo actual, y trata de describir y analizar la

incidencia e interrelación de las variables seleccionadas con respecto al desempeño exportador. Las técnicas utilizadas son documentales, bibliográficas y de campo. En la de campo se aplico una encuesta estructurada creada en base del marco teórico, dividida en tres partes, la primera son los datos del encuestado, la segunda los datos de la empresa, y las tercera los factores de impulso, en donde se utilizó la escala Likert de 1 al 5 (Totalmente en desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo).

Para el análisis estadístico se utilizó la técnica de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales o PLS y no de covarianza. La muestra fue de 30 para esta prueba piloto a empleados de diversas empresas lo que permitió hacer una estimación parcial, y ayuda a establecer la validez de los constructos y de los ítems (preguntas).

#### 4.- Resultados

En este apartado se muestran los hallazgos obtenidos de la recopilación de información sobre la validez de los constructos del Conocimiento del Mercado Meta, del Procedimiento de Exportación y del Desempeño Exportador, esta última como dependiente de las otras anteriores, para asegurar la validación de consistencia interna de los constructos así como de sus ítems se utiliza los valores de la Alfa de Cronbach, los cuales no deben ser menores de 0.50 -0.60 para considerar la solución factorial confiable (Cruz, 2009). Así como la relación de las variables para dar respuesta a la hipótesis inicial.

En la Tabla 2, se puede apreciar los valores de Alfa de Cronbach obtenidos de acuerdo a los ítems/preguntas del constructo Conocimiento del Mercado Meta. Conocimiento del Mercado Meta, en donde se aprecia que los ítems que están altamente relacionados altamente en relación a la construcción de la variableto, excepto el ítem IIACMM2 por obtener 0.345, lo cual está por debajo del nivel requerido.

Tabla 2 Valores de los ítems/preguntas del constructo de Conocimiento del Mercado Meta

Ítem	Alfa de Cronbach
IIACMM1	0.709
IIACMM2	.0345
IIACMM3	0.791
IIACMM4	0.761
IIACMM5	0.850

Fuente: Elaboración propia.

La validez del constructo de Procedimiento de Exportación se muestra eEn la Tabla 3, muestra la validez del constructo de Procedimiento de Exportación, en donde se observa que los ítems/preguntas de acuerdo a los rangos de Alfa de Cronbach antes mencionados resultan aceptables para la construcción de esta variable..

Tabla 3 Valores de los ítems del constructo de Procedimiento de Exportación por ítem

Ítem	Alfa de Cronbach
IIBPE7	0.815
IIBPE8	0.770
IIBPE9	0.794
IIBPE10	0.835

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 4, expone la validez del constructo de Desempeño Exportador, para este se utilizaron 2 ítems/preguntas los cuales mostraron una validez aceptable ser válidos conforme a los rangos antes mencionados para la construcción de la variable.

Tabla 4 Valores de los ítems/preguntas del constructo de Desempeño Exportador Procedimiento de Exportación por ítem

Ítem Alfa de Cronbach

IIACMM6 0.764

IIBPE11 0.858

Fuente: Elaboración propia

Ya validados la formación de los ítems en cada uno de los tres constructos se desarrollo el análisis de la relación que tienen los constructos Conocimiento del Mercado Meta y Procedimiento de Exportación con la variable dependiente Desempeño Exportador a través del Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos se pueden observar en la Tabla 5, donde el resultado muestra un impacto significativo del 0.702 para el constructo de Conocimiento del Mercado Meta, mientras que para el constructo de Procedimiento de Exportación es de 0.285 que está muy por debajo de los rangos establecidos.

La relación que tienen los construcción entre la variable dependiente, se puede observa en la Tabla 5, donde el resultado muestra un impacto significativo del 0.702 del constructo de Conocimiento del Mercado Meta, mientras que para el constructo de Procedimiento de Exportación es de 0.285 que está por debajo de los rangos establecidos.

Tabla 5 Relación de los Constructos con la variable dependiente

Tabla 5 Relación de los dos Constructos (variables independientes) con la variable dependiente  
Desempeño Exportador

Constructo con relación a la dependiente	Alfa de Cronbach
Conocimiento del Mercado Meta	0.702
Procedimiento de Exportación	0.285

Fuente: Elaboración propia

## 5.- Conclusión

El propósito de este trabajo es determinar el impacto del Conocimiento del Mercado Meta y el Procedimiento de Exportación en el Desempeño Exportador de las PYMES manufactureras de Nuevo León, un análisis preliminar, considerando lo anterior se realizó un amplio marco teórico para elaborar un instrumento que sustente los factores mencionados.

El desempeño exportado puede ser visto como la generación de ganancias en las empresas, la estabilidad y crecimiento para los gobernantes y bienestar social para la sociedad en general, de acuerdo con la teoría de crecimiento de Penrose (1962). A su vez el Dunning (1988) establece que el Conocimiento del Mercado Meta, es una ventaja intangible que proporciona beneficios a quienes lo tienen por ello las empresas deben obtenerlo.

En cuanto al Procedimiento de Exportación (Suárez-Ortega, 2003), además de ser las actividades para llevar el intercambio comercial internacionalmente, son principios estratégicos para la exportación e introducción en nuevos mercados. Los resultados de esta investigación muestran que el constructo de Conocimiento del Mercado Meta el ítem IIACMM2 no es aceptable para esta variable; para el constructo de Procedimiento de Exportación los ítems tienen una validez aceptable; los ítems para el constructo de Desempeño Exportador mostraron ser válidos. La relación que tienen los constructos independientes con la dependiente, mostró que el

Conocimiento del Mercado Meta tiene un impacto significativo en el Desempeño Exportador en relación con el Procedimiento de Exportación. Finalmente la construcción de las variables es confiable para la recopilación de datos. La contribución de esta investigación preliminar es la validación de constructos a través de valores estadísticos como el Alfa de Cronbach, obteniendo información por medio de una encuesta, la cual fue elaborada de acuerdo a la literatura revisada previamente.

En el constructo de Conocimiento del Mercado Meta de los cinco ítems se quitará solamente el IIACMM2, y en el Procedimiento de Exportación los tres ítems fueron aceptados. En referencia al constructo de Desempeño Exportador, se utilizaron 2 ítems y se aprobaron. Estos resultados le dan validez al instrumento que era una de las principales prioridades de este trabajo.

En segundo lugar contestando a la hipótesis de esta investigación, está no se cumple debido a que no existió una relación directa entre todos los constructos. Sin embargo se observo que el constructo de Conocimiento del Mercado Meta tiene un impacto significativo, para el Desempeño Exportador en las PYMES manufactureras de Nuevo León. Por lo que se puede concluir que el instrumento requiere modificaciones en la relación que existe entre la variable de independiente (Procedimiento de Exportación) con la dependiente (Desempeño Exportador).

## Bibliografía

Banco Bice. (2003). Guía del Exportador. Recuperado el 26 de Mayo de 2014, de [http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/comercializacion\\_internacional/documentos/guiabice.pdf](http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/comercializacion_internacional/documentos/guiabice.pdf)

M. Blanco, H. Romo, J. Cruz y F. Jardines. 2013. Exploring Global Competence Of Mexicans and Americans Managers Working In A Multicultural Environment *Journal of International Management Studies* 13 (4): pp.113-126, ISSN 1930-6105

Barker, A. T., & Kaynak, E. (1992). An Empirical Investigation of the Differences between Initiating and Continuing Exporters. *European Journal of Marketing*, 3(26), 27-36.

Bauerschmidt, A., Sullivan, D., & Gillespie, K. (1985). Common Factors Underlying Barriers to Export: A Comparative Study in the US Paper Industry. *Journal of International Business Studies*, 3(16), 111-123.

Cruz, R. (2009). Innovación en servicios de telecomunicaciones a través de la gestión del conocimiento. San Nicolás de los Garza, Nuevo León: UANL.

Data Nuevo León. (Diciembre de 2012). Data Nuevo León - Gobierno del Estado de Nuevo León, México. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de <http://www.nl.gob.mx/?P=datanl>

Diamantopoulos, A., & Schlegelmilch, B. B. (1990). Export Marketing Research in Practice: A Comparison of User and Non-user. *Journal of Marketing Management*, 257-73.

Dunning, J. H. (1988). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 2-31.

Félix Mendoza, A. (2005). Efecto de la eliminación de la exención del impuesto al activo en la industria maquiladora de exportación. Recuperado el 26 de Mayo de 2014, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lec/felix\\_m\\_a/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lec/felix_m_a/)

Gómez Martínez, A., García Pérez de Lema, D., & Marín Hernández, S. (2009). Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica. *Análisis Económico*, XXIV(57), 217-238.

- INEGI. (2005). Industria Manufacturera. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de <http://cuentame.inegi.gob.mx/impresion/economia/manufacturera.aspb>
- INEGI. (10 de Diciembre de 2014). Censos Económicos 2014. Recuperado el 17 de Marzo de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/>
- INEGI. (2014). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado el 23 de Febrero de 2015, de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- INEGI. (12 de Septiembre de 2014). Producto Interno Bruto. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=783&c=24468>
- Jiménez, I. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico*, XXII(49), 111-132.
- Karafakioglu, M. (1986). Export Activities of Turkish Manufacturers. *International Marketing Review*, 4(3), 34-43.
- Katsikeas, C., Leonidou, L., & Morgan, N. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Developmet. *Journal of the Academy of Marketing Science.*, 28(4), 493-511.
- Kaynak, E., Ghauri, P. N., & Olofsson-Bredenlöv, T. (1987). Export Behavior of Small Swedish Firms. *Journal of Small Business Management*, 2(25), 26-32.
- Kedia, B. L., & Chhokar, J. (1986). Factors Inhibiting Export Performance of Firms: An Empirical Investigation. *Management International Review*, 4(26), 33-43.
- Keng, K. A., & Jiuan, T. S. (1989). Differences between Small and Medium-sized Exporting and Non-exporting Firms: Nature or Nurture. *International Marketing Review*, 4(6), 27-40.



- Penrose, E. (1962). *Teoría del Crecimiento de la Empresa*. Madrid: Aguilar.
- PROMEXICO. (2013). *PyMES, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Rabino, S. (1980). An Examination of Barriers to Exporting Encountered by Small Manufacturing Companies. *Management International Review*, 1(20), 67-73.
- Ramaswami, S. N., & Yang, Y. (1990). Perceived Barriers to Exporting and Export Assistance Requirements. En S. Cavusgil, & C. M.R., *International Perspectives on Trade Promotion and Assistance* (págs. 187-206). Westport: Quorum Books.
- SE.PROMEXICO. (Enero de 2014). *Perfil de Nuevo León*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de [http://mim.promexico.gob.mx/Documentos/PDF/mim/FE\\_NLEON\\_vf.pdf](http://mim.promexico.gob.mx/Documentos/PDF/mim/FE_NLEON_vf.pdf)
- Sharkey, T., Lim, J., & Kim, K. J. (1989). Export Development and Perceived Export Barriers: An Empirical Analysis of Small Firms. *Management International Review*, 2(29), 33-40.
- Sria. de Economía. (2015). *Secretaría de Economía - Nuevo León*. Recuperado el 23 de Febrero de 2015, de <http://www.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/nuevo-leon#>
- Sria. Economía, d. M. (2010). *Secretaria de Economía - Contacto PYME*. Recuperado el 21 de Junio de 2011, de [http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p\\_Contacto\\_PyME](http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Contacto_PyME)
- Suárez-Ortega, S. (2003). Export Barriers. Insights from Small and Medium sized Firms. *International Small Bussiness Journal*, 21(4), 403-419.
- Treviño Ayala, M. E., Villalpando Cadena, P., Lozano Treviño, D. F., & Barragán Codina, J. N. (2011). Recomendaciones de Liderazgo para los Dueños de Pymes Familiares Exportadoras y no Exportadoras en Nuevo León. *Innovaciones de Negocios*, 8(16), 241-272.

Yang, Y. (1988). An Export Behavior Model of Small Firms: Identifying Potential and Latent Exporters among Small and Medium Manufacturers PhD thesis. USA: University Microfilms International (UMI).