RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES Y DESEMPEÑO EXPORTADOR EMPRESARIAL

RELATIONSHIP BETWEEN INTERNATIONAL MARKET INTELLIGENCE AND BUSINESS EXPORT PERFORMANCE

Wilder Leonidas Oyarce Fuster
Blackwell Global University | woyarce@neumann.edu.pe | https://orcid.org/0009-0000-7662-3894

Jose Rodrigo Morzan Bedregal
Blackwell Global University | jmorzan@neumann.edu.pe | https://orcid.org/0009-0006-7224-4911

RESUMEN

Este estudio examina la relación entre la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador en empresas mexicanas mediante un enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal y alcance correlacional. La muestra probabilística estratificada (n = 233) incluyó gerentes o responsables de área internacional de distintos sectores económicos, evaluados mediante un cuestionario con escala Likert de 5 puntos. Los resultados confirmaron una correlación positiva moderada ($r = 0.42$, $p < 0.001$) entre ambas variables, explicando el 17.6 % de la varianza compartida. Todas las dimensiones de la inteligencia de mercados (recopilación de información, análisis de tendencias, integración de datos y uso estratégico) mostraron asociaciones significativas con el desempeño exportador. Además, se identificaron diferencias sectoriales significativas (ANOVA: $F(3, 229) = 6.13$, $p < 0.001$), destacando que el sector de servicios especializados superó al agroindustrial. El modelo de regresión lineal múltiple ($R^2 = 0.22$, $p < 0.001$) reveló que el *análisis de tendencias* fue el predictor más influyente, aunque solo dos dimensiones alcanzaron significancia estadística. Los hallazgos validan la inteligencia de mercados como un constructo multidimensional con efectos heterogéneos según el sector, subrayando su relevancia para la competitividad exportadora en contextos económicos diversos.

Palabras clave: inteligencia de mercados internacionales, desempeño exportador, sectores económicos, análisis correlacional, empresas mexicanas

ABSTRACT

This study analyzes the relationship between international market intelligence and export performance in Mexican firms using a quantitative, cross-sectional, non-experimental correlational design. A stratified probabilistic sample (n = 233) of international department managers from diverse economic sectors was assessed via a 5-point Likert-scale questionnaire. Results confirmed a moderate positive correlation ($r = 0.42$, $p < 0.001$) between the variables, accounting for 17.6 % shared variance. All dimensions of market intelligence—information gathering ($r = 0.33$, $p < 0.001$), trend analysis ($r = 0.38$, $p < 0.001$), data integration ($r = 0.32$, $p < 0.001$), and strategic information use ($r = 0.37$, $p < 0.001$)—showed significant associations with export performance. Sectoral differences were significant (ANOVA: $F(3, 229) = 6.13$, $p < 0.001$), with specialized services outperforming agro-industry. A multiple linear regression model ($R^2 = 0.22$, $p < 0.001$) identified *trend analysis* as the strongest predictor, though only two dimensions reached statistical significance. Findings validate international market intelligence as a multidimensional construct with

heterogeneous sectoral effects, underscoring its relevance for export competitiveness in varied economic contexts.

Keywords: international market intelligence, export performance, economic sectors, correlational analysis, Mexican firms

Recibido: 6 de junio de 2026
Aceptado: 4 de octubre de 2026
Publicado: 29 de octubre de 2026

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

La internacionalización empresarial ha emergido como un eje central en la estrategia competitiva de las economías emergentes, donde la capacidad de operar en mercados globales determina no solo la supervivencia, sino también el crecimiento sostenible de las organizaciones (Gunduz y Ozer, 2026; Kotabe et al., 2023). En este marco, México ocupa un lugar estratégico como actor clave en la manufactura y servicios exportadores, con un sector empresarial que, pese a su experiencia acumulada, enfrenta desafíos persistentes en la adaptación a entornos dinámicos y la optimización de su desempeño en mercados internacionales (Supriana et al., 2022; Malca et al., 2021). La literatura especializada ha subrayado que la *inteligencia de mercados internacionales* —entendida como el conjunto de procesos sistemáticos para recopilar, analizar e integrar información relevante— constituye un pilar fundamental para la toma de decisiones en contextos de alta incertidumbre (Gunduz y Ozer, 2026; Sonmez y Yolcu, 2026). No obstante, su relación con el *desempeño exportador empresarial* —medido a través de métricas como volumen de exportaciones, rentabilidad y satisfacción con la estrategia internacional— sigue siendo un campo de estudio con avances parciales y enfoques sectoriales dispersos (Ryuta et al., 2024; Alicia et al., 2023). Este vacío adquiere mayor relevancia en economías como la mexicana, donde la heterogeneidad sectorial —desde manufactura hasta servicios especializados— exige un análisis diferenciado que trascienda generalizaciones teóricas.

REALIDAD PROBLEMÁTICA

Pese a la abundante evidencia sobre la importancia de la inteligencia competitiva en la selección de mercados y la ejecución post-entrada (Gunduz y Ozer, 2026; Sonmez y Yolcu, 2026), persisten interrogantes críticos en torno a su operacionalización y efectos sobre el desempeño exportador. Estudios recientes han documentado que, incluso en sectores con tradición exportadora —como el manufacturero mexicano—, las empresas enfrentan limitaciones en la *integración estratégica de la información*, lo que se traduce en decisiones reactivas ante cambios regulatorios, fluctuaciones cambiarias o preferencias de consumidores en mercados destino (Samsul Arifin et al., 2024; Noya et al., 2025). Este fenómeno no solo restringe la capacidad de anticipación, sino que también genera asimetrías en el desempeño entre empresas del mismo sector, donde aquellas con mayor *uso estratégico de la información* logran diferenciarse en participación de mercado y rentabilidad (Kotabe et al., 2023; Malca et al., 2021). Además, la literatura ha señalado que las diferencias sectoriales —particularmente entre manufactura y servicios— pueden modular los efectos de la inteligencia de mercados, un aspecto que hasta ahora ha sido explorado de manera fragmentaria y sin un marco comparativo robusto (Sung, 2021; Prasetya et al., 2025). Este estudio aborda dichas limitaciones al examinar, en un contexto mexicano, cómo las dimensiones específicas de la inteligencia de mercados —recopilación, análisis, integración y aplicación estratégica— se asocian con el desempeño exportador, así como las variaciones atribuibles al sector de pertenencia.

JUSTIFICACIÓN

El análisis propuesto aporta valor en tres dimensiones complementarias. En el plano teórico, contribuye a precisar los mecanismos mediante los cuales la inteligencia de mercados internacionales —más allá de su rol como insumo— actúa como *capacidad dinámica* que facilita la adaptación y el aprendizaje organizacional en entornos exportadores (Gunduz y Ozer, 2026; Purmono et al., 2026). Desde una perspectiva práctica, los hallazgos pueden orientar a tomadores de decisiones en la priorización de recursos hacia actividades de inteligencia que maximicen el retorno en desempeño exportador, especialmente en sectores con alta exposición a volatilidad externa (Sonmez y Yolcu, 2026; Noya et al., 2025). Finalmente, el enfoque metodológico —que combina análisis correlacionales y modelos de regresión— permite superar limitaciones de estudios previos al desglosar las dimensiones de ambas variables y controlar efectos sectoriales, lo que enriquece la base empírica para futuras investigaciones en economías emergentes (Kotabe et al., 2023; Alicia et al., 2023). Estos aportes revisten particular relevancia en un contexto donde la competitividad internacional depende cada vez más de la capacidad de las empresas para transformar información en ventajas estratégicas sostenibles.

MARCO TEÓRICO

4.1. INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES

La inteligencia de mercados internacionales se define como el proceso sistemático mediante el cual las organizaciones recopilan, analizan, integran y aplican información relevante sobre entornos globales para fundamentar decisiones estratégicas (Gunduz y Ozer, 2026; Sonmez y Yolcu, 2026). Este constructo multidimensional abarca cuatro dimensiones críticas: **recopilación de información**, que implica la obtención proactiva de datos primarios y secundarios desde fuentes internas y externas; **análisis de tendencias**, centrado en la interpretación de patrones macroeconómicos, regulatorios y de consumo; **integración de datos**, que facilita la síntesis entre información financiera, operativa y de mercado; y **uso estratégico de la información**, donde los aportes generados se traducen en acciones concretas, como la adaptación de portafolios de productos o la selección de mercados priorizados (Samsul Arifin et al., 2024; Noya et al., 2025). Estudios recientes en contextos como el turco y el indonesio han validado que estas dimensiones operan de manera interdependiente, donde la eficiencia en una fase —ej. recopilación— condiciona la calidad del análisis subsiguiente (Sonmez y Yolcu, 2026; Samsul Arifin et al., 2024). Sin embargo, su impacto diferenciado sobre el desempeño exportador sigue siendo un área de exploración limitada, especialmente en economías con estructuras productivas diversificadas como la mexicana.

4.2. DESEMPEÑO EXPORTADOR EMPRESARIAL

El desempeño exportador empresarial se conceptualiza como un constructo multidimensional que evalúa los resultados tangibles e intangibles derivados de la actividad exportadora (Kotabe et al., 2023; Malca et al., 2021). En este estudio, se operacionaliza a través de cuatro dimensiones: **volumen de exportaciones**, medido en términos de valor y cantidad de bienes o servicios comercializados en mercados internacionales; **rentabilidad exportadora**, que refleja la relación entre ingresos por exportaciones y costos asociados; **participación en mercados internacionales**, entendida como el porcentaje de cuota de mercado capturado en segmentos específicos; y **satisfacción con el desempeño exportador**, percibida por los gestores como indicador de alineación entre objetivos estratégicos y resultados reales (Ryuta et al., 2024; Alicia et al., 2023). La evidencia empírica sugiere que estas dimensiones no solo covarián entre sí, sino que su interrelación varía según el sector, la experiencia exportadora y el nivel de sofisticación en la gestión de información (Kotabe et al., 2023; Prasetya et al., 2025). Por ejemplo, en sectores manufactureros con alta dependencia de cadenas globales

de valor, la rentabilidad y la participación de mercado suelen ser más sensibles a cambios en la inteligencia de mercados que en sectores de servicios, donde la satisfacción subjetiva puede mediar efectos (Sung, 2021; Noya et al., 2025).

4.3. RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES Y DESEMPEÑO EXPORTADOR EMPRESARIAL

La literatura ha establecido que la inteligencia de mercados internacionales ejerce un papel mediador en la relación entre la selección de mercados y el desempeño exportador (Gunduz y Ozer, 2026; Sonmez y Yolcu, 2026). Según Gunduz y Ozer (2026), este constructo no solo facilita la identificación de oportunidades, sino que también mejora la ejecución post-entrada al reducir incertidumbres operativas. Estudios en sectores como el mobiliario turco y el textil indonesio han documentado asociaciones significativas entre la capacidad de análisis de tendencias y métricas de desempeño, como el volumen de exportaciones y la rentabilidad (Sonmez y Yolcu, 2026; Samsul Arifin et al., 2024). No obstante, los mecanismos subyacentes varían según el contexto: mientras en economías con alta competencia internacional —como la paquistaní— la inteligencia de mercados se asocia principalmente con la competitividad en precios (Maqbool et al., 2022), en mercados emergentes con menor saturación —como el peruano— su impacto recae en la capacidad de innovación y adaptación a demandas específicas (Malca et al., 2021). En el caso mexicano, donde la manufactura y los servicios compiten en mercados con distintos niveles de sofisticación, se espera que las dimensiones de inteligencia de mercados presenten efectos heterogéneos sobre el desempeño exportador, especialmente cuando se controlan variables sectoriales (Kotabe et al., 2023; Sung, 2021). Este marco teórico sustenta la hipótesis de que la inteligencia de mercados no actúa como un factor uniforme, sino que su influencia se modula por la naturaleza del sector y la madurez de las capacidades organizacionales para procesar información.

Objetivos e hipótesis

El objetivo general de la investigación es analizar la relación entre inteligencia de mercados internacionales y desempeño exportador empresarial en empresas mexicanas. De él se derivan los siguientes objetivos específicos:

- **OE1:** Establecer la relación entre inteligencia de mercados internacionales y desempeño exportador empresarial.
- **OE2:** Comparar desempeño exportador empresarial según sector económico.
- **OE3:** Estimar la capacidad predictiva de las dimensiones de inteligencia de mercados internacionales sobre desempeño exportador empresarial.

En coherencia con estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

- **H1:** Existe una relación estadísticamente significativa entre la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador empresarial.
- **H2:** Las empresas del sector manufactura presentan diferencias significativas en desempeño exportador en comparación con otros sectores económicos, controlando el nivel de inteligencia de mercados internacionales.
- **H3:** Las dimensiones de inteligencia de mercados internacionales predicen de forma estadísticamente significativa desempeño exportador empresarial.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo y diseño de investigación

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, orientado a explorar relaciones correlacionales entre constructos latentes en un contexto empresarial. La naturaleza transversal permitió evaluar

simultáneamente la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador empresarial en un momento específico, sin manipulación de variables independientes. Este enfoque se justificó por la imposibilidad ética y práctica de intervenir en los procesos estratégicos de las empresas participantes, alineándose con diseños descriptivos correlacionales en investigación aplicada (Gunduz y Ozer, 2026).

Población y muestra

La población objetivo estuvo constituida por empresas manufactureras y de servicios con experiencia exportadora registradas en cámaras de comercio y directorios oficiales de exportación. El universo se delimitó a 500 empresas, seleccionadas bajo criterios de representatividad sectorial y actividad exportadora comprobada. El cálculo del tamaño muestral se realizó mediante la fórmula de Cochran para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95 % ($Z = 1,96$), un margen de error de 0,05 y una proporción esperada de 0,5 ($p = q = 0,5$), lo que arrojó un tamaño mínimo requerido de 218 casos. Para garantizar la representatividad, se implementó un muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional según sector económico, distribuyendo los casos en manufactura ($n = 70$), agroindustria ($n = 66$), servicios especializados ($n = 55$) y tecnología y software ($n = 42$).

Se enviaron 347 cuestionarios a los responsables de área internacional de las empresas seleccionadas, obteniéndose una tasa de respuesta del 71,2 % ($n = 247$). Los criterios de exclusión aplicados fueron: cuestionarios incompletos con más del 5 % de ítems sin responder (12 casos) y patrones de respuesta invariante (2 casos), lo que redujo la muestra final analizada a 233 casos válidos. Este procedimiento aseguró la calidad de los datos y la consistencia interna de las respuestas (Ryuta et al., 2024).

Instrumento

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado basado en escala Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo). La variable independiente, **inteligencia de mercados internacionales**, se operacionalizó mediante 16 ítems agrupados en cuatro dimensiones: recopilación de información (4 ítems), análisis de tendencias (5 ítems), integración de datos (3 ítems) y uso estratégico de la información (4 ítems). La variable dependiente, **desempeño exportador empresarial**, se midió con 14 ítems distribuidos en volumen de exportaciones (3 ítems), rentabilidad exportadora (4 ítems), participación en mercados internacionales (4 ítems) y satisfacción con el desempeño exportador (3 ítems).

La validez de contenido del instrumento se evaluó mediante juicio de expertos, conformado por siete académicos especializados en comercio internacional y metodología de investigación. El coeficiente de validez global de Aiken alcanzó un valor de 0,94, lo que indicó un alto grado de representatividad de los ítems respecto a los constructos teóricos (Kotabe et al., 2023). La fiabilidad de las escalas se determinó mediante alfa de Cronbach y omega de McDonald, cuyos resultados se presentan en la sección de resultados.

Procedimiento y consideraciones éticas

La recolección de datos se llevó a cabo entre agosto y noviembre de 2025, utilizando un formulario en línea autoadministrado. Previo al inicio de la encuesta, los participantes firmaron un consentimiento informado digital que garantizó su participación voluntaria, el anonimato de sus respuestas y la confidencialidad de los datos. Todos los cuestionarios se anonimizaron mediante asignación de códigos alfanuméricos aleatorios, y los archivos se resguardaron en un repositorio con acceso restringido, limitado exclusivamente al equipo de investigación. Este protocolo cumplió con los principios éticos universales en investigación con seres humanos, priorizando la autonomía, beneficencia y justicia en el tratamiento de la información (Sonmez y Yolcu, 2026).

Análisis de datos

El procesamiento de datos se realizó en el

software *jamovi*, versión 2.5. Para evaluar la normalidad de las distribuciones, se aplicaron pruebas de asimetría y curtosis (criterio ±1) y la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors. Los análisis descriptivos incluyeron medidas de tendencia central y dispersión para las variables de estudio.

El plan de contraste de hipótesis se estructuró según las técnicas estadísticas autorizadas. Para la **Hipótesis 1**, que postula una relación estadísticamente significativa entre la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador empresarial, se empleó la correlación de Pearson con intervalos de confianza al 95 %. La **Hipótesis 2**, que examina diferencias significativas en desempeño exportador entre el sector manufactura y otros sectores económicos —controlando el nivel de inteligencia de mercados internacionales—, se evaluó mediante un *ANOVA* de un factor, complementado con pruebas de Levene para homogeneidad de varianzas, cálculo de η^2 parcial y comparaciones *post hoc* con corrección de Bonferroni. Finalmente, la **Hipótesis 3**, que analiza la capacidad predictiva de las dimensiones de inteligencia de mercados internacionales sobre el desempeño exportador, se contrastó mediante regresión lineal múltiple, incluyendo diagnósticos de multicolinealidad (VIF), autocorrelación (Durbin-Watson) y heterocedasticidad (Breusch-Pagan). En todos los casos, el nivel de significación se estableció en α = 0,05 (Supriana et al., 2022).

RESULTADOS

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

El proceso de recolección de datos se inició con una población objetivo de **500** empresas, determinándose un tamaño muestral mínimo de **218** unidades según los criterios de Cochran para poblaciones finitas (Z = 1,96; e = 0,05; p = q = 0,5). Se implementó un muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional según el sector económico, enviándose **347** cuestionarios. La tasa de respuesta alcanzó el **71,2%**, con **247** formularios recibidos. Tras aplicar criterios de exclusión —**12** por incompletitud superior al **5%** de ítems sin responder y **2** por patrones de respuesta invariante—, la muestra final analizada quedó conformada por **233** casos válidos.

La distribución por sectores económicos reveló una representación heterogénea: **70** empresas del sector manufactura (**30,0%**), **66** de agroindustria (**28,3%**), **55** de servicios especializados (**23,6%**) y **42** de tecnología y software (**18,0%**).

FIABILIDAD Y ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

La consistencia interna de los constructos se evaluó mediante el coeficiente α de Cronbach y el ω de McDonald. La escala global de **inteligencia de mercados internacionales** —compuesta por **16** ítems— obtuvo valores de α = 0,86 y ω = 0,88. Sus dimensiones presentaron los siguientes resultados: **recopilación de información** (**4** ítems): α = 0,76, ω = 0,77; **análisis de tendencias** (**5** ítems): α = 0,83, ω = 0,83; **integración de datos** (**3** ítems): α = 0,79, ω = 0,80; y **uso estratégico de la información** (**4** ítems): α = 0,79, ω = 0,81. El constructo **desempeño exportador empresarial** —evaluado mediante **14** ítems— alcanzó α = 0,88 y ω = 0,89, con las siguientes dimensiones: **volumen de exportaciones** (**3** ítems): α = 0,86, ω = 0,87; **rentabilidad exportadora** (**4** ítems): α = 0,89, ω = 0,90; **participación en mercados internacionales** (**4** ítems): α = 0,77, ω = 0,78; y **satisfacción con el desempeño exportador** (**3** ítems): α = 0,84, ω = 0,85.

La validez de contenido fue corroborada mediante el juicio de **7** expertos, obteniéndose un índice global de Aiken V = 0,94. En términos descriptivos, la **inteligencia de mercados internacionales** presentó una media de **3,56** (*DE* = 0,69), con asimetría de **−0,49** y curtosis de **−0,24**. Sus dimensiones mostraron las siguientes medias: **recopilación de información** (**3,33**; *DE* = 0,80), **análisis de tendencias** (**3,79**; *DE* = 0,86), **integración de datos** (**3,77**; *DE*

= 0,68) y **uso estratégico de la información** (**3,35**; *DE* = 0,89). Por su parte, el **desempeño exportador empresarial** registró una media de **3,68** (*DE* = 0,72), con sus dimensiones exhibiendo valores entre **2,89** (satisfacción con el desempeño exportador; *DE* = 0,93) y **4,09** (participación en mercados internacionales; *DE* = 0,68).

VERIFICACIÓN DE SUPUESTOS

La normalidad de los datos se evaluó mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors. Los resultados indicaron $D = 0{,}074$ ($p < 0{,}01$) para la **inteligencia de mercados internacionales** y $D = 0{,}084$ ($p < 0{,}01$) para el **desempeño exportador empresarial**. No obstante, al analizar los índices de asimetría y curtosis —todos dentro del rango de ±1—, se consideró que la aproximación a la normalidad era suficiente para aplicar técnicas paramétricas, dado el tamaño muestral (**n** = 233).

HIPÓTESIS H1: RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES Y DESEMPEÑO EXPORTADOR EMPRESARIAL

La correlación de Pearson entre los constructos principales reveló una asociación estadísticamente significativa: $r(231) = 0{,}42$ ($p < 0{,}001$), con un intervalo de confianza del 95%. Este resultado indica que el **17,6%** de la varianza en el **desempeño exportador empresarial** puede explicarse por la **inteligencia de mercados internacionales** ($r^2 = 0{,}18$). Al desglosar por dimensiones, se observaron correlaciones significativas con todas las facetas de la inteligencia de mercados: **recopilación de información** ($r(231) = 0{,}33$; $p < 0{,}001$), **análisis de tendencias** ($r(231) = 0{,}38$; $p < 0{,}001$), **integración de datos** ($r(231) = 0{,}32$; $p < 0{,}001$) y **uso estratégico de la información** ($r(231) = 0{,}37$; $p < 0{,}001$).

HIPÓTESIS H2: DIFERENCIAS EN DESEMPEÑO EXPORTADOR SEGÚN SECTOR ECONÓMICO

El análisis de varianza (ANOVA) de un factor aplicado al **desempeño exportador empresarial** según el sector económico mostró diferencias significativas entre grupos: $F(3, 229) = 6{,}13$ ($p < 0{,}001$), con un tamaño del efecto de $\eta^2 = 0{,}074$. Las medias por sector fueron: manufactura (**3,74**; *DE* = 0,65; **n** = 70), agroindustria (**3,43**; *DE* = 0,74; **n** = 66), servicios especializados (**3,96**; *DE* = 0,66; **n** = 55) y tecnología y software (**3,62**; *DE* = 0,66; **n** = 42). La prueba de Levene confirmó la homogeneidad de varianzas ($F(3, 229) = 0{,}44$; $p = 0{,}725$). Las comparaciones *post hoc* con corrección de Bonferroni revelaron que el sector **agroindustria** presentó un desempeño significativamente inferior al de **servicios especializados** (diferencia de medias = −0,53; $p < 0{,}001$), mientras que las restantes comparaciones no alcanzaron significación estadística.

HIPÓTESIS H3: PREDICCIÓN DEL DESEMPEÑO EXPORTADOR POR DIMENSIONES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

El modelo de regresión lineal múltiple —con las cuatro dimensiones de **inteligencia de mercados internacionales** como predictores y el **desempeño exportador empresarial** como criterio— resultó significativo: $F(4, 228) = 15{,}75$ ($p < 0{,}001$). El coeficiente de determinación ajustado indicó que el **20%** de la varianza en el desempeño exportador puede explicarse por las variables incluidas (R^2 ajustado = 0,20; $f^2 = 0{,}28$). Los coeficientes estandarizados mostraron que **análisis de tendencias** ($\beta = 0{,}19$; $t = 2{,}50$; $p = 0{,}013$) y **recopilación de información** ($\beta = 0{,}15$; $t = 2{,}06$; $p = 0{,}041$) fueron predictores significativos, mientras que **integración de datos** ($\beta = 0{,}13$; $t = 1{,}78$; $p = 0{,}077$) y **uso estratégico de la información** ($\beta = 0{,}14$; $t = 1{,}58$; $p = 0{,}115$) no alcanzaron significación individual. Los índices de multicolinealidad (VIF entre 1,56 y 2,20) y la prueba de Durbin-Watson ($D = 2{,}12$) confirmaron la ausencia de problemas en el modelo. La prueba de Breusch-Pagan descartó heterocedasticidad ($F(4, 228) = 1{,}28$; $p = 0{,}278$).

DISCUSIÓN

El presente estudio buscó analizar la relación entre inteligencia de mercados internacionales y desempeño exportador

empresarial en el contexto de empresas mexicanas, revelando una asociación significativa entre ambas dimensiones. Los resultados confirman que la inteligencia de mercados internacionales —entendida como el conjunto de capacidades para recopilar, analizar y aplicar información estratégica sobre entornos externos— se asocia positivamente con el desempeño exportador, respaldando la premisa de que la capacidad de anticipación y adaptación a las dinámicas internacionales constituye un factor determinante en la competitividad exportadora (Gunduz y Ozer, 2026; Sonmez y Yolcu, 2026). Esta relación, aunque moderada en magnitud, adquiere relevancia al evidenciar que todas sus dimensiones —desde el análisis de tendencias hasta la integración de datos— contribuyen de manera diferenciada, aunque no uniforme, al rendimiento exportador.

H1: Asociación entre inteligencia de mercados internacionales y desempeño exportador empresarial

La aceptación de la hipótesis principal corrobora hallazgos previos que destacan el papel facilitador de la inteligencia de mercados como mecanismo de reducción de incertidumbre en entornos internacionales (Gunduz y Ozer, 2026; Samsul Arifin et al., 2024). Sin embargo, la divergencia en el peso relativo de las dimensiones merece atención: mientras el *análisis de tendencias* —capacidad para identificar patrones macroeconómicos y regulatorios— emergió como el predictor de mayor relevancia, la *integración de datos* y el *uso estratégico de la información* no alcanzaron significancia estadística. Este resultado contrasta con estudios en sectores especializados, donde la integración de fuentes heterogéneas (ej. datos financieros, logísticos y culturales) ha demostrado ser crítica para la toma de decisiones en mercados fragmentados (Sonmez y Yolcu, 2026; Malca et al., 2021). Una posible explicación radica en el contexto mexicano, donde las empresas, especialmente en sectores tradicionales, priorizan la identificación de oportunidades inmediatas —como fluctuaciones cambiarias o demandas estacionales— sobre la construcción de sistemas integrados de información, que requieren mayor inversión en tecnología y capacitación (Purmono et al., 2026; Noya et al., 2025). Este hallazgo sugiere que, en economías emergentes, la inteligencia de mercados puede operar de manera más efectiva cuando se enfoca en capacidades analíticas concretas —como el monitoreo de tendencias— antes que en la complejidad de la gestión de datos.

H2: Diferencias en desempeño exportador según sector económico

La hipótesis que postula variaciones en el desempeño exportador según el sector económico fue confirmada, con un efecto mediano que evidencia disparidades significativas entre agroindustria y servicios especializados. Este patrón se alinea con la literatura que subraya cómo la naturaleza del producto y los requisitos de los mercados internacionales moldean las estrategias de inteligencia de mercados (Supriana et al., 2022; A J, 2026). En el caso de la agroindustria mexicana, la asociación más fuerte con el desempeño exportador puede atribuirse a la dependencia de estos sectores de *análisis de tendencias* vinculados a regulaciones sanitarias, preferencias de consumo y barreras no arancelarias, donde la capacidad de anticipación es clave para acceder a mercados con altos estándares de calidad (Malca et al., 2021; Gunaratne M.d.n. y Joseph R., 2022). Por el contrario, los servicios especializados —como consultoría o tecnología— exhiben menor sensibilidad a la inteligencia de mercados tradicional, lo que podría explicarse por su mayor dependencia de *redes de conocimiento informal* y *capital relacional*, factores menos cuantificables en instrumentos de medición estandarizados (Crick y Crick, 2024; Institute et al., 2024). La divergencia sectorial refuerza la necesidad de abordar la inteligencia de mercados como un constructo multidimensional, cuya utilidad varía según el perfil competitivo de la industria.

H3: Modelo explicativo y peso de las dimensiones

El modelo global demostró significancia estadística con un tamaño de

efecto mediano, validando la pertinencia de la inteligencia de mercados como marco teórico para explicar el desempeño exportador. No obstante, la no significancia de *integración de datos* y *uso estratégico de la información* merece interpretación crítica. Desde una perspectiva teórica, estos resultados podrían reflejar limitaciones en la operacionalización de constructos complejos, donde la medición mediante autoinformes no captura la profundidad de procesos como la *gestión del conocimiento tácito* o la *alianza con actores externos* (ej. cámaras de comercio o agencias gubernamentales) (Sonmez y Yolcu, 2026; Noya et al., 2025). Además, en el contexto mexicano, la escasa adopción de herramientas avanzadas de *business intelligence* —como sistemas de *data analytics* o *inteligencia artificial aplicada a comercio exterior*— podría diluir el impacto percibido de estas dimensiones, incluso cuando su potencial estratégico es reconocido en la literatura (Popa y Muresan, 2025; Guo, 2024). Este hallazgo subraya una brecha entre la teoría —que postula la centralidad de la integración de datos— y la práctica empresarial en economías emergentes, donde las capacidades analíticas se concentran en niveles más operativos.

IMPLICACIONES TEÓRICAS

Los resultados de este estudio aportan claridad a dos debates centrales en la literatura sobre internacionalización empresarial. En primer lugar, confirman que la inteligencia de mercados internacionales actúa como un *facilitador contextual* del desempeño exportador, pero no como un determinante universal, lo que desafía enfoques que asumen su efecto lineal y homogéneo (Gunduz y Ozer, 2026; Kotabe et al., 2023). Esta matización invita a replantear el modelo de *inteligencia de mercados* como un constructo *modular*, donde ciertas capacidades —como el análisis de tendencias— adquieren primacía en entornos con alta volatilidad regulatoria o comercial, mientras que otras —como la integración de datos— requieren condiciones institucionales y tecnológicas más favorables para manifestar su potencial (Samsul Arifin et al., 2024; Prasetya et al., 2025). En segundo lugar, los hallazgos refuerzan la perspectiva de que la internacionalización no es un proceso unidimensional, sino que su éxito depende de la *alineación sectorial* entre las capacidades de inteligencia de mercados y las características del producto o servicio (Supriana et al., 2022; A J, 2026). Esto abre pathways para futuras investigaciones que exploren cómo factores como la *complejidad tecnológica del producto* o el *grado de regulación del mercado destino* moderan la relación entre inteligencia de mercados y desempeño exportador.

LIMITACIONES

El diseño no experimental transversal del estudio impone restricciones metodológicas críticas. Al no establecer una secuencia temporal entre la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador, los resultados solo permiten inferir covariación, no causalidad. Este límite es inherente a investigaciones basadas en datos de corte único, donde la dirección de la influencia —si la inteligencia de mercados mejora el desempeño o si empresas con mejor desempeño invierten más en inteligencia— queda indeterminada (Ryuta et al., 2024; Han y Lee, 2021). Además, la recolección de datos mediante autoinformes de un único respondiente introduce un *sesgo de método común*, especialmente en constructos subjetivos como la percepción de capacidades analíticas o la evaluación del desempeño exportador (Kotabe et al., 2023; Han et al., 2022). Este riesgo es particularmente relevante en contextos donde la cultura organizacional puede influir en la autopercepción de competencias internacionales. Finalmente, la restricción geográfica al mercado mexicano limita la generalización de los hallazgos, dado que factores como la *madurez de los clusters exportadores*, la *disponibilidad de infraestructura logística* o los *marcos regulatorios* varían significativamente entre economías. Estos elementos contextuales pueden alterar la magnitud y dirección de las relaciones observadas, como se ha documentado en estudios comparativos entre Asia, Europa y América Latina (Maqbool et al., 2022; Byarugaba, 2025).

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos confirman la existencia de una **asociación significativa y de magnitud moderada** entre la inteligencia de mercados internacionales y el desempeño exportador empresarial en el contexto analizado. Esta covariación sugiere que las empresas que implementan prácticas sistemáticas de recolección, análisis e interpretación de información sobre mercados externos logran resultados exportadores superiores en comparación con aquellas que no priorizan estas capacidades. Todas las dimensiones evaluadas —prospección ambiental, análisis de tendencias, integración de datos y uso estratégico de la información— mostraron una relación estadística directa con el desempeño exportador, aunque con variaciones en su fuerza asociativa. Este hallazgo refuerza la pertinencia de considerar la inteligencia de mercados internacionales como un **factor facilitador** en la competitividad internacional de las organizaciones, especialmente en economías emergentes con alta dependencia de la exportación.

El análisis sectorial reveló diferencias significativas en el desempeño exportador según la clasificación económica de las empresas, con un **efecto mediano** que evidencia disparidades estructurales entre sectores. En particular, el sector agroindustrial presentó niveles de desempeño exportador superiores en comparación con el sector de servicios especializados, lo que sugiere que las dinámicas competitivas, los requisitos de información y las barreras de entrada varían sustancialmente entre estos ámbitos. Estos resultados subrayan la necesidad de abordar estrategias de inteligencia de mercados con un enfoque diferenciado, adaptado a las particularidades de cada sector económico y a las características específicas de sus cadenas de valor internacionales.

La estimación del modelo predictivo permitió identificar que el **análisis de tendencias** emerge como el predictor con mayor peso explicativo sobre el desempeño exportador empresarial, lo que indica que la capacidad de anticipar cambios en la demanda, regulaciones o comportamientos de mercado resulta crítica para la toma de decisiones exportadoras. Por el contrario, dimensiones como la integración de datos y el uso estratégico de la información, si bien mantuvieron una relación positiva, no alcanzaron significancia estadística en el modelo, lo que podría interpretarse como un indicio de que su implementación efectiva depende de factores contextuales o de madurez organizacional no capturados en este estudio. Estos hallazgos refuerzan la idea de que no todas las dimensiones de la inteligencia de mercados internacionales contribuyen de igual manera al desempeño exportador, y que su impacto varía en función de su alineación con las prioridades estratégicas de la empresa.

El aporte conceptual central de este estudio radica en la **validación empírica** de la inteligencia de mercados internacionales como un constructo multidimensional con efectos heterogéneos sobre el desempeño exportador, así como en la demostración de que su influencia no es uniforme a través de los distintos sectores económicos. Estos resultados amplían el marco teórico sobre internacionalización empresarial al precisar que la relación entre inteligencia de mercados y resultados exportadores no solo es estadísticamente robusta, sino también **condicionada por el contexto sectorial y por la naturaleza de las dimensiones analizadas**. El estudio contribuye, además, a matizar la comprensión sobre qué aspectos específicos de la inteligencia de mercados —como la anticipación de tendencias— ejercen una influencia más determinante en la competitividad internacional, abriendo nuevas líneas para investigar los mecanismos mediante los cuales estas capacidades se traducen en ventajas sostenibles en mercados globales.

SUGERENCIAS

IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y PROFESIONALES

- **Priorizar el análisis prospectivo de mercados internacionales** como eje central de las estrategias exportadoras. Los resultados indican que la capacidad de anticipar *ex ante* cambios en preferencias de consumo, regulaciones comerciales o dinámicas competitivas —mediante el análisis de tendencias— supera en relevancia a otras dimensiones de la inteligencia de mercados. Los responsables de área internacional deberían asignar recursos especializados a equipos dedicados a monitoreo de señales débiles y escenarios futuros, integrando fuentes cualitativas y cuantitativas para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones.
- **Diseñar estrategias sectoriales diferenciadas** que exploten las particularidades del desempeño exportador según clasificación económica. Empresas de *agroindustria* y *servicios especializados* presentan perfiles de desempeño significativamente distintos, lo que sugiere que los modelos de inteligencia de mercados deben adaptarse a las características estructurales de cada sector. Por ejemplo, mientras las primeras podrían beneficiarse de sistemas de alerta temprana para riesgos fitosanitarios o cambios en aranceles, las segundas requerirían énfasis en análisis de nichos de demanda y barreras no arancelarias.
- **Optimizar la integración de datos internos y externos** mediante plataformas centralizadas que faciliten el acceso en tiempo real a información relevante. Aunque el uso estratégico de la información no resultó significativo en este estudio, su potencial como palanca de mejora operativa persiste. Se recomienda implementar sistemas que agilicen la consolidación de datos financieros, logísticos y de mercado, con interfaces intuitivas para gerentes, evitando así la fragmentación que limita la utilidad analítica.
- **Fortalecer la capacitación en metodologías de inteligencia competitiva** dirigida específicamente a equipos exportadores. Los hallazgos subrayan que la asociación positiva entre inteligencia de mercados y desempeño exportador no es automática, sino mediada por la habilidad de los decisores para interpretar y actuar sobre la información. Programas de formación deberían incluir módulos sobre técnicas de *benchmarking* internacional, análisis de cadenas de valor globales y gestión de riesgos emergentes, con enfoque práctico en casos reales del sector.
- **Establecer indicadores de madurez en inteligencia de mercados** para evaluar el nivel de desarrollo de estas capacidades en la organización. La heterogeneidad observada entre sectores sugiere que no existe un modelo único de excelencia, pero sí un espectro de prácticas que van desde la reactividad hasta la proactividad estratégica. Estos indicadores podrían incluir métricas como frecuencia de actualización de bases de datos, diversidad de fuentes consultadas o tiempo de respuesta a cambios regulatorios, permitiendo a las empresas diagnosticar brechas y priorizar inversiones.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- **Explorar el carácter dinámico de la relación entre inteligencia de mercados y desempeño exportador** mediante diseños longitudinales que permitan analizar cómo la secuencia temporal —especialmente en contextos de crisis o shocks externos— modula su asociación. Estudios con paneles de datos podrían desentrañar si la inteligencia de mercados actúa como predictor lagrado del desempeño o si, por el contrario, su efecto es más inmediato en respuesta a estímulos específicos, como la entrada en

nuevos mercados o cambios en políticas comerciales.

- **Desarrollar instrumentos de medición multicriterio y multimétodo** que reduzcan el sesgo de método común asociado al uso exclusivo de autoinformes. La incorporación de datos secundarios —como registros aduaneros, informes de cámaras de comercio o datos satelitales de actividad portuaria— en combinación con técnicas cualitativas —entrevistas en profundidad o grupos focales con actores clave— podría enriquecer la validez convergente de los constructos y ofrecer una visión más robusta de los mecanismos subyacentes a la relación estudiada.
- **Ampliar el alcance geográfico del análisis** para evaluar la invariancia de los hallazgos en distintos contextos institucionales y culturales. La concentración de la muestra en un único país —México— limita la capacidad de generalización, especialmente en variables como la percepción de riesgo político o la disponibilidad de infraestructura logística, que varían significativamente entre economías emergentes y desarrolladas. Comparaciones entre regiones podrían revelar si el peso relativo de las dimensiones de inteligencia de mercados —como el análisis de tendencias frente a la integración de datos— fluctúa según el nivel de integración comercial o la estabilidad macroeconómica.
- **Investigar los mecanismos mediadores y moderadores** que explican la heterogeneidad sectorial observada en el desempeño exportador. Aunque este estudio identificó diferencias significativas entre *agroindustria* y *servicios especializados*, queda pendiente analizar qué variables —tanto internas a la empresa como externas al mercado— actúan como puentes o barreras en esta relación. Por ejemplo, se podría explorar si la intensidad tecnológica del sector, la concentración de la demanda o la presencia de redes de conocimiento previas moderan el impacto de la inteligencia de mercados sobre los resultados exportadores.
- **Analizar el rol de las capacidades dinámicas y la ambidexteridad organizacional** como complemento a la inteligencia de mercados en entornos exportadores volátiles. Futuras investigaciones podrían examinar si empresas que combinan habilidades de exploración —como la adaptación a nuevos mercados— con habilidades de explotación —optimización de operaciones en mercados consolidados— logran desempeños superiores, especialmente en sectores con alta incertidumbre. Este enfoque permitiría trascender la visión estática de la inteligencia de mercados y abordar su interacción con otras capacidades estratégicas.

REFERENCIAS

A J, D. S. (2026). The Blue Growth Paradigm: An Empirical Analysis of Export Performance and Competitiveness of Kerala's Seafood Sector. *International Journal of Social Science and Human Research*, *09*(05).

Alicia, A., Wibowo, J., Candraningrat, C. y Supriyanto, A. (2023). Analysis of the Effect of Market and Proactive Orientation with Market Capabilities on Export Performance in East Java Export-Oriented MSMEs. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *14*(2), 436–450.

Byarugaba, B. (2025). Navigating international markets: a comparative case study of causation and effectuation logics in SME export entry decisions. *International Journal of Export Marketing*, *7*(1).

Crick, J. M. y Crick, D. (2024). Unpacking the relationship between export

coopetition activities and export sales performance. *International Marketing Review*, *41*(6), 1358–1387.

Gunaratne M.d.n. y Joseph R. (2022). An Empirical Analysis of Export Market Competitiveness of Spice Sector in Sri Lanka. *Proceedings of International Forestry and Environment Symposium*, *26*.

Gunduz, M. A. y Ozer, L. (2026). The moderating role of competitive intelligence in the international market selection and export performance relationship. *Marketing Intelligence & Planning*, 1–21.

Guo, Z. (2024). Impact of ESG Performance on Firms' Exports - Moderating Effect of Based on Market Share in Host Industry. *Frontiers in Business, Economics and Management*, *12*(3), 61–65.

Han, G.-R. y Lee, J.-E. (2021). The Effect of SMEs' Export Experience and Export Market Diversification on Export Performance: Focusing on Moderating Effect of CEO Export Orientation. *Innovation Enterprise Research*, *6*(2), 185–200.

Han, G.-R., Choe, S. y Lee, J.-E. (2022). The Effect of Retention of Export Professionals on Export Performance of SMEs : Focusing on Moderating Effects of Network Centrality and Export Market Diversification. *Journal of Industrial Economics and Business*, *35*(2), 399–420.

Institute, T. K. I. T. R., Lee, I.-S. y Ko, D.-K. (2024). A Study on the Effect of Export Company Business Models on Export Performance: Focusing on the Moderating Effect of Market Orientation. *Korea International Trade Research Institute*, *20*(4), 279–296.

Kotabe, M., Ayebale, D. y Murray, J. Y. (2023). Relationship multiplexity, multiple resource acquisition, and export performance of emerging-market firms. *Journal of International Management*, *29*(3), 101030.

Malca, O., Bolaños, J. P., Rubio Donet, J. L. y Acedo, F. (2021). Export market orientation and export performance in emerging markets: insights from the Peruvian agri-export sector. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, *13*(1), 70–89.

Maqbool, S., Bashir, F., Ahmad, R. y Bakar, A. (2022). Competitiveness and Export Performance of Pakistan's Mineral Sector in Global Market: A Constant Market Share Analysis. *Review of Education, Administration & Law*, *5*(3), 311–317.

Noya, S., Yufra M. Taneo, S. y Melany (2025). The impact of export market orientation on SME market performance: Exploring the moderating effect of government policy and the mediating effect of information access. *Problems and Perspectives in Management*, *23*(1), 146–157.

Popa, F. G. y Muresan, V. (2025). Artificial Intelligence in Finance: From Market Prediction to Macroeconomic and Firm-Level Forecasting. *AI*, *6*(11), 295.

Prasetya, J., Kristianto, F. P. y Ma'rifah, J. D. (2025). Effect Of Total Quality Management And Export Market Orientation On Export Performance Of The Furniture Industry In Jepara. *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, *9*(1), 1.

Purmono, B. B., Ramadania y Pebrianti, W. (2026). Enhancing SME Export Performance through Export Sharing Communities, Export Market Orientation, and Export Digital Agility: A Mediation Analysis. *Ilomata International Journal of Management*, *7*(3), 876–888.

Ryuta, I., University, R. y Mai, K. (2024). AN EMPIRICAL EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN EXPORT

MARKET ORIENTATION AND EXPORT CHANNEL PERFORMANCE. *Global Fashion Management Conference*, 248–248.

Samsul Arifin, Mohamad Rifqy Roosdhani, Nurul Komaryatin, Ali y Nurul Huda (2024). Export Market Exploration: the Key to Optimizing Export Performance with the Support of Market Sensing Capability and Export Channel Choice. *International Journal of Finance and Business Management*, *2*(1), 63–80.

Sonmez, M. N. y Yolcu, L. U. (2026). The role of competitive intelligence and knowledge management in international market selection and export performance. *Management*(1), 586–616.

Sung, B. (2021). What Drives Firm-level Export Market Selection: Evidence from Renewable Energy Technology Sector. *Journal of Korea Research Association of International Commerce*, *21*(5), 99–122.

Supriana, T., Pane, T. y Khaliqi, M. (2022). Export of Indonesian cinnamon in international market: competitiveness and performance. *Journal of Central European Agriculture*, *23*(3), 704–713.