

DIOTIMA, REVISTA
CIENTÍFICA DE ESTUDIOS
TRANSDISCIPLINARIA

Volumen 3

Número 9

Septiembre - Diciembre 2018

ISSN 2448-5497

<http://revista-diotima.org/>

Revista Científica de Estudios Transdisciplinaria

Publicación Electrónica Cuatrimestral de Asociación Mexicana de Investigación y Docencia
Transdisciplinaria A.C.

Volumen 3

Número 9

Septiembre - Diciembre 2018

ISSN 2448-5497

DIRECTORIO

Directora General de la Revista Diotima

Dra. Ma. Luisa Quintero Soto

Comité Editorial

Dr. Jesús Sales Colín

Dr. Oscar Osorio Pérez

Mtro. Diego Fernando Velasco Cañas

Diseñador Gráfico y Desarrollo

M. en I. Yaroslaf Aarón Albarrán Fernández

Diotima, Revista Científica de Estudios Transdisciplinaria, Año 3, Número 9, Septiembre-Diciembre 2018, es una publicación cuatrimestral, editada por la Asociación Mexicana de Investigación y Docencia Transdisciplinaria A.C. Calle 4. No. 99. Colonia Agrícola Pantitlán, CP 08100, México D.F. Teléfono (52) 5513312896. Correo electrónico/mail: diotima.revista@gmail.com, página web: <http://www.revista-diotima.org>. Editor Responsable: Dra. Ma. Luisa Quintero Soto. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2015-102113144400-203, ISSN 2448-5497, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor. Responsables de la última actualización de este número, Unidad de Edición, Mtro. Yaroslaf Aarón Albarrán Fernández, Calle 4. No. 99. Colonia Agrícola Pantitlán, CP 08100, México D.F, 30 de septiembre del 2018.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Asociación Mexicana de Investigación y Docencia Transdisciplinaria A.C.

CONTENIDO

EDITORIAL.....	iv
LA INTERVENCIÓN PÚBLICA EN MATERIA DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO Y SU PAPEL EN LA DETERMINACIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL Y LA GENERACIÓN DE EMPLEOS, 2001-2017	
PUBLIC INTERVENTION IN MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN MEXICO AND ITS ROLE IN THE DETERMINATION OF NATIONAL ECONOMIC GROWTH AND THE GENERATION OF JOBS,2001-2017.....	
..... Elena Guillermina Hernández Villegas y Jesús Salvador Jiménez Rivera.....	1
FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN Y USO DE LOS AGEB EN LA SEGMENTACIÓN DE UN MERCADO	
FORMULATION OF INVESTMENT PROJECTS AND USE OF AGEB IN THE SEGMENTATION OF A MARKE	
Roberto Valencia Arriaga.....	21
LOS CLÚSTERES Y LAS OPORTUNIDADES PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO	
CLUSTERS AND OPPORTUNITIES FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN MEXICO.	
Carlos Mario Rodríguez Peralta y Selene Jiménez Bautista.....	41
CARACTERÍSTICAS Y POTENCIALIDADES PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA FINANCIERA Y EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN LOS MUNICIPIOS DE TOLCAYUCA, VILLA DE TEZONTEPEC Y ZAPOTLÁN DE JUÁREZ DEL ESTADO DE HIDALGO	
CHARACTERISTICS AND POTENTIALITIES FOR THE PROMOTION OF THE FINANCIAL CULTURE AND THE BUSINESS ECOSYSTEM OF THE MIPYMES IN THE MUNICIPALITIES OF TOLCAYUCA, VILLA DE TEZONTEPEC AND ZAPOTLÁN DE JUÁREZ OF THE S9TATE OF HIDALGO.	
Juan Carlos Márquez Ortiz, Dulce Olivia Fosado Martínez y Mariana Durán Rocha.....	57
IMPORTANCIA DE LA ASOCIACIÓN ENTRE LAS PYMES, PARA SU PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN	
IMPORTANCE OF THE ASSOCIATION AMONG THE SMES, FOR THEIR PROCESS OF INTERNATIONALIZATION	
Eliot A. Alva Quintero.....	70

EDITORIAL

El no. 9 de la Revista Diotima está orientado a desarrollar el tema de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), las cuales juegan un papel importante para diversas economías de América Latina y Europa, debido fundamentalmente a las variadas aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, así como por la flexibilidad de adaptarse ante las fluctuaciones económicas y el gran potencial que tienen en la generación de empleos. Las Pymes son un instrumento adecuado para generar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza dentro de la sociedad.

Las Pymes en México están presentes en actividades, giros productivos, comercializadores, y de servicios y con el proceso de globalización pretenden llevar a cabo actividades cada vez más complejas que tienen relación con otras empresas más grandes, que pueden o no beneficiar en su desarrollo.

No obstante a su importancia dentro de la economía de México, las Pymes no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena y existen en el país problemas que las afectan en gran medida, tales como insuficiente capacidad de financiamiento para tecnología y la capacitación, resistencia al cambio, el desconocimiento de los sistemas de información y programas de apoyo, la falta de infraestructura y la carencia de visión sobre los beneficios que la tecnología puede traer a una empresa, es decir falta fomentar una cultura empresarial que nos permita desenvolvernos más competitivamente tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional; por lo que este número de la revista coordinado por la Dra. Selene Jiménez Bautista nos permitirá conocer a fondo como es la problemática y potencial de crecimiento de las Pymes en México.

Atentamente

CONSEJO EDITORIAL

LA INTERVENCIÓN PÚBLICA EN MATERIA DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO Y SU PAPEL EN LA DETERMINACIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL Y LA GENERACIÓN DE EMPLEOS, 2001-2017

PUBLIC INTERVENTION IN MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN MEXICO AND ITS ROLE IN THE DETERMINATION OF NATIONAL ECONOMIC GROWTH AND THE GENERATION OF JOBS, 2001-2017

Elena Guillermina Hernández Villegas¹, Jesús Salvador Jiménez Rivera²

RESUMEN

Las MIPYMES son consideradas estratégicas para atender el problema relativo al bajo crecimiento económico. Debido a su contribución en el PIB, que en 2001 fue del 30.0%, y su participación en la generación de empleos, en el mismo año crearon el 70.0% del empleo nacional, el Estado reconoce la importancia de fomentar el desarrollo económico a través del impulso a ese tipo de empresas.

Este trabajo busca analizar la evolución de las MIPYMES, entre 2001 y 2017, respecto de su número, su participación en el total de unidades económicas y su contribución al PIB, así como en la generación de empleos; a fin de averiguar la correlación de la intervención del Gobierno Federal con esas variables. En la investigación se retomaron datos del INEGI, para identificar la evolución de los indicadores estratégicos, y los resultados de dos evaluaciones de políticas públicas, realizadas por la Auditoría Superior de la Federación (ASF), para conocer si el gobierno ha realizado un adecuado diagnóstico e implementación de los recursos públicos en el fomento al crecimiento económico.

Con la investigación se determinó que, aún con la intervención gubernamental, donde se invirtieron 194,031.0 millones de pesos, el PIB creció en 2.4%, en promedio anual, 0.2 puntos porcentuales menos que el crecimiento registrado antes de la implementación de las políticas públicas; en 2017, las MIPYMES generaron 11.8 millones de empleos, el 52.0% del empleo formal en el país; no obstante, en ese mismo año, de las 52.8 millones de personas ocupadas, el 57.0% se ocupó en el sector informal.

Palabras clave: MIPYME, PIB, empleo y evaluación.

ABSTRACT

This paper analyze MSME's evolution in México, for 2001 to 2017, with respect to their number, contribution to GDP and job generation; in order to find out correlation between Federal Government intervention whit these variables. We use data from INEGI and two public policy evaluations by Superior Audit Office of the Federation, to determine whether the government has made an adequate diagnosis and implementation of public resources in the economic growth promotion.

¹ Actuaría por la UNAM.

² Dr. En Economía por la UNAM.

We determine that, even with government intervention, GDP grew 2.4% on an annual average between 2001 and 2017, 0.2 points less than the growth registered before the implementation of public policies.

Keys word: MSMEs, GDP, employment and evaluation

Auditoría Superior de la Federación - Auditoría Superior de la Federación.
Fecha de envío: 4 de junio de 2018/Fecha de Aceptado: 3 de agosto de 2018

INTRODUCCIÓN

En la teoría económica, durante mucho tiempo ha existido el debate entre cuáles son los determinantes del crecimiento económico de un país, entre otros, se menciona que un elemento básico es la estabilidad de las grandes variables macroeconómicas, tales como la tasa de interés, el tipo de cambio o la inflación, principalmente por su vinculación con el sector externo. Sin embargo, durante las últimas décadas, en México parece haberse dejado de lado la importancia que tiene el mercado interno para una economía, al menos en la práctica efectiva, donde un pilar fundamental son las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) por su capacidad de generar empleos y porque, a su vez, las personas con empleos impulsan el consumo (demanda agregada) y aportan impuestos para el Estado, contribuyendo al crecimiento económico del país.

En México, los documentos de planeación nacional del periodo 2001-2018 han sido consistentes respecto de la identificación de los problemas económicos del país y sus causas; en primer lugar, se menciona que el crecimiento económico es insuficiente, situación que genera que los empleos no crezcan al mismo ritmo que la población y

que se ocasionen desajustes que concluyen en el incremento del empleo informal; en segundo lugar, se señala que las MIPYMES son un actor fundamental para revertir dicha situación.

El objetivo de este trabajo es analizar la evolución que registraron las MIPYMES durante el periodo 2001-2017, respecto de cuatro variables principales: su número, su participación en el total de unidades económicas, su papel en la formación del Producto Interno Bruto (PIB), y en la generación de empleos; a fin de averiguar la correlación que han tenido las políticas de apoyo de empresarial y la laboral, respecto de la creación y consolidación de las MIPYMES, en términos de las variables anteriores.

La estructura del trabajo es la siguiente: I) marco de referencia; II) las MIPYMES y su papel en el crecimiento económico y la generación de empleos desde la óptica de la intervención pública, y III) conclusiones.

MARCO DE REFERENCIA

Para comprender adecuadamente la importancia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en la economía nacional, presentamos una definición teórica de dichas unidades

económicas y la conceptualización legal que existe en el país.

El tamaño de las unidades productivas (empresas) se asocia directamente con el nivel de desarrollo de la economía de una nación. En una primera etapa de desarrollo industrial, las empresas familiares, mismas que podríamos describir como micro, son la forma de organización dominante, posteriormente, las pequeñas sustituyen a las microempresas y, en un tercer momento, el grueso de la actividad económica recae sobre las medianas, lo que posibilita la evolución hacia una economía avanzada con un dominio de las grandes empresas. No obstante, aun en esa etapa de desarrollo, las MIPYMES conservan un papel importante en la economía al formar parte de las cadenas productivas y proveedoras de bienes y servicios bajo la modalidad de subcontratación con las grandes empresas. Suárez, L. (1988)

Pavón L.(2010), proporciona una clasificación desde el contexto internacional de las MIPYMES, la cual se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO 1. CLASIFICACIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

ORGANISMO	EMPRESA	CLASIFICACIÓN POR
		NÚMERO DE TRABAJADORES
Comisión Económica para América Latina y el Caribe	Micro	Hasta 5
CEPAL	Pequeña	De 6 a 49
	Mediana	De 50 a 250
Institut national de la statistique et des études	Micro	Hasta 49
	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 251 a 1,000

économiques, Francia INSEE		
Organización para la Cooperación y el Desa-rrollo Económicos y la Unión Europea	Micro	1 a 9
OCDE, UE	Pequeña	10 a 49
	Mediana	50 a 249
Small Business Administration (Estados Unidos)	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 251 a 500

FUENTE: Pavón L. (2010), "Financiamiento a las microempresas y las PYMES en México (2000-2009)", Serie Financiamiento del Desarrollo No. 226, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santiago de Chile.

Como se puede observar en el cuadro 1, la clasificación de los distintos organismos internacionales, CEPAL, OCDE y UE son congruentes respecto del número de empleados que consideran para definir a las empresas en micro, pequeñas o medianas. Sin embargo, destaca el hecho de que los organismos especializados de Francia y Estados Unidos consideran que las empresas medianas inician a partir del límite superior establecido por la CEPAL y la OCDE, situación que indica el nivel de desarrollo de esas naciones.

Es importante destacar que, en México, las MIPYMES son consideradas un sector estratégico por su contribución en el Producto Interno Bruto (PIB) y su participación en la generación de empleos. En el Censo Económico de 2014, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2014), se registró un total de 5,654.0 miles de empresas, de las cuales, 5,540.9 (el 98.0%) fueron MIPYMES. En ese

mismo año, las micro, pequeñas y medianas empresas contribuyeron con el 35.9% del PIB y el 71.2% del empleo nacional.³

La importancia de las MIPYMES va más allá de la simple numeraria que puede ofrecer el INEGI, se encuentra reconocida en la Carta Magna y en leyes específicas como se señala a continuación.

El artículo 25, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que *“corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional (...) mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza”*; *asimismo, señala que “(...) se apoyará e impulsará a las empresas de los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, (...)”*.

Como podemos ver, la Constitución reconoce que el Estado debe fomentar el desarrollo nacional y prevé el apoyo directo a las empresas del sector social y privado, por lo que existe de manera específica la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LDCMIPYME), la cual establece en su artículo 1, que su objetivo es *“promover el desarrollo económico nacional, a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y*

sustentabilidad. Asimismo, incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional. Lo anterior, con la finalidad de fomentar el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en la micro, pequeña y mediana empresa”.

La LDCMIPYME define una categorización oficial de las MIPYMES como se indica en el cuadro siguiente:

CUADRO 2. ESTRATIFICACIÓN POR NÚMERO DE TRABAJADORES.

TAMAÑO	SECTOR	NÚMERO DE TRABAJADORES
Micro	Todas	Hasta 10
Pequeña	Comercio	De 11 a 30
	Industria y servicios	De 11 a 50
Mediana	Comercio	De 31 a 100
	Servicios	De 51 a 100
	Industria	De 51 a 250

FUENTE: Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

La caracterización que se expone en la LDCMIPYME se explica, principalmente, por el número de empleados con los que cuenta cada unidad económica y el giro de su actividad.

Lo anterior, no implica necesariamente que todas las MIPYMES se encuentren operando de manera formal, dado que, como indica Romero, I. (2006), las microempresas se desempeñan mayoritariamente en el sector informal (sin realizar el pago de impuestos locales y federales, ni otorgar seguridad social a sus empleados), además de orientarse, casi de manera exclusiva, a los

³ De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en América Latina, las MIPYMES representan el 99.0% del total de empresas. OCDE-CEPAL, (2013).

mercados locales. Se debe destacar aquí que, la proporción de microempresas respecto del total de las empresas es aproximadamente del 95.4%, de acuerdo con el Censo Económico de 2014.

Hasta este punto, hemos señalado la importancia de las MIPYMES, pero cuáles son sus debilidades, qué factores impiden o limitan que su contribución al PIB y a la generación de empleos ayude de una manera más efectiva al desarrollo del país.

Para responder lo anterior, es conveniente recordar el diagnóstico de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y de la OCDE, en el que indica que las MIPYMES se ven limitadas por la problemática siguiente: restringido acceso al financiamiento; recursos humanos poco calificados; escasa innovación y desarrollo tecnológico; desvinculación del mercado externo, y baja productividad. OCDE-CEPAL, (2013).

Lo anterior, es coincidente con el análisis que realiza el INEGI, (2012) en su documento “Análisis de la demografía de los establecimientos” en el que indica que el 78.6% de las micro, pequeñas y medianas empresas cierran sus puertas, en promedio, en 37 meses, debido a: problemas de acceso al crédito; falta de capacitación y asesoría de negocios; insuficiente desarrollo tecnológico; cadenas productivas desvinculadas, y focalización en mercados locales.

**LAS MIPYMES, Y SU PAPEL EN EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO Y LA
GENERACIÓN DE EMPLEOS, DESDE LA
ÓPTICA DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA.**

Una vez que hemos identificado la principal problemática que enfrentan las MIPYMES, es conveniente preguntarnos qué ha hecho el Gobierno Federal para atender dicha situación, dado que, como se señaló en el apartado anterior, su intervención en la materia esta mandatada a nivel constitucional. Para responder a las preguntas anteriores, haremos uso de dos evaluaciones de política pública elaboradas por la Auditoría Superior de la Federación,⁴ correspondientes a la revisión de las Cuentas Públicas 2013 y 2014. Evaluación 1202, Política Pública de Apoyo Empresarial, y Evaluación 1643, Política Pública Laboral, las cuales son públicas y se pueden consultar en la página de la ASF ⁵.

De acuerdo con la ASF, durante el periodo 2001-2014, las políticas públicas de apoyo empresarial y laboral fueron las siguientes:

- La política pública de apoyo empresarial, del periodo 2001-2013, estableció como objetivos incrementar la creación, consolidación y competitividad de las MIPYMES, *a fin de impactar positivamente en la generación de empleos y el crecimiento económico nacional*. Para lograr esos propósitos, se plantearon como

⁴ La Auditoría Superior de la Federación (ASF) es el órgano técnico especializado de la Cámara de Diputados, dotado de autonomía técnica y de gestión, se encarga de fiscalizar el uso de los recursos públicos federales en los tres Poderes de la Unión; los órganos constitucionales autónomos; los estados y municipios; y en general cualquier entidad, persona física o moral, pública o privada que haya captado, recaudado, administrado, manejado o ejercido recursos públicos federales. El resultado final de la labor de la ASF son los Informes Individuales de Auditoría y el Informe General Ejecutivo del Resultado de la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública.

⁵ Auditoría Superior de la Federación, Política Pública de Apoyo Empresarial, disponible en http://www.asf.gob.mx/trans/informes/ir2013i/Documentos/Auditorias/2013_1202_a.pdf
Auditoría Superior de la Federación, Política Pública Laboral, disponible en https://www.asf.gob.mx/Trans/Informes/IR2014i/Documentos/Auditorias/2014_1643_a.pdf

principales estrategias el otorgamiento de apoyos económicos y capacitación a las MIPYMES y sus dueños, por medio de los programas: Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) ⁶; Fondo de Microfinanciamiento para Mujeres Rurales (FOMMUR); Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM), y Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (FONAES) ⁷, todos a cargo de la Secretaría de Economía.

- La política laboral, del periodo 2001-2012 y 2013-2014 (reforma laboral), estableció como objetivos: la seguridad en los centros de trabajo, la paz y justicia laboral, *la recuperación del poder adquisitivo de los salarios, el incremento de la productividad laboral, y el acceso al empleo formal para el control del sector informal*, a fin de que la población ocupada disponga de un trabajo digno. Para lograr esos propósitos se plantearon como principales estrategias la supervisión del cumplimiento de la normativa laboral; los servicios de asesoría, conciliación y defensa legal; la fijación anual del salario mínimo; el otorgamiento de capacitación a trabajadores, y la promoción y apoyo al empleo, por medio de las acciones realizadas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo (PROFEDET), la Junta Federal de

Conciliación y Arbitraje (JFCA) y la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (CONASAMI).

Como podemos observar, el Gobierno Federal indica que su fin es el crecimiento económico, el cual planea obtenerlo mediante la creación y consolidación de MIPYMES, mismas que contribuyen a la generación de empleos y, en este rubro, el Estado define, además, que quiere que dichos empleos sean “dignos”, entendiendo por dignidad, principalmente, el acceso a los empleos formales, el incremento de la productividad laboral y la recuperación del poder adquisitivo.

Debemos comprender que, la situación que lleva al Estado a esta intervención pública se explica por lo siguiente: ⁸

- Durante el periodo 1981-2000, el PIB creció en promedio anual al 2.4%, pero si se toma en cuenta el crecimiento de la población, el PIB per cápita se ha incrementado en promedio al 0.3% por año, por lo cual, se puede referir que en todo ese periodo se registró un lento crecimiento.

- Desde 1988, las políticas económicas seguidas en México tuvieron un impacto negativo en las MIPYMES, que en muchos casos no pudieron sobrevivir a las crisis económicas, a la reducción del

⁶ Actualmente Fondo del Emprendedor a cargo del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM).

⁷ Actualmente Instituto Nacional de la Economía Social (INAES).

⁸ Exposición de motivos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y de Ley Federal del Trabajo, disponibles en <https://www.scjn.gob.mx>, procesos legislativos. Consultada el día 7 de abril de 2018. Los diagnósticos corresponden a las exposiciones de motivos, por lo que en el caso de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa se refieren datos hasta el año 2000, dado que la ley se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002. Mientras que la Ley Federal del Trabajo, publicada originalmente en 1970, se refiere a la reforma del 30 de noviembre de 2012.

mercado interno, ni a la competencia de productos de compañías extranjeras.

- Durante el periodo 2001-2012, la Población Económicamente Activa (PEA) llegó a 11.6 millones de personas, lo que significó que, en promedio anual, se incorporaron un millón de personas a esta población, y el país no tuvo la capacidad de incorporarlos al mercado laboral formal.

- A 2013, la población ocupada fue de 49.2 millones de personas, de las cuales, el 58.9% se ubicó en el sector informal, y 2.6 millones de personas se encontraron buscando empleo.

- Desde finales de los noventa y hasta la actualidad se crearon, en promedio anual, 364.0 miles de empleos, cifra debajo de las exigencias de la población.

- A 2013, el 99.8% de las empresas en el país fueron MIPYMES, que en conjunto generaron el 34.7% del PIB y el 73.0% del empleo nacional, lo que implicó siete de cada 10 empleos.

De acuerdo con lo anterior, el Estado consideró que la recuperación y el fomento de las MIPYMES se convirtieron en elementos fundamentales para permitir, a mediano y largo plazo, la generación de condiciones endógenas de crecimiento y una mayor estabilidad económica nacional.

Hasta este punto, y desde la lógica económica, podemos afirmar que el gobierno identificó adecuadamente el problema que pretendió atender y, además, ha reconocido las causas que lo provocaron, refiriendo que las políticas económicas no han sido equitativas y que han privilegiado el

crecimiento de un sector de la economía, pero todo esto a costa de sacrificar el mercado interno (identificado principalmente por las MIPYMES) y el empleo, lo cual ha traído como consecuencia el crecimiento de la informalidad y la imposibilidad de que el mercado interno impulse el desarrollo del país.

El motivo principal de utilizar los datos que aporta la Auditoría Superior de la Federación tiene que ver con la forma en la que se ha implementado la intervención pública, los recursos que se han destinado y sus resultados, como se muestra a continuación.

a) Recursos ejercidos en las políticas públicas de apoyo empresarial y laboral

En la evaluación a la política de apoyo empresarial, la ASF indicó que, durante el periodo 2001-2013, la política erogó un total de 78,504.8 millones de pesos, a precios de 2013; dichos recursos se utilizaron para otorgar apoyos monetarios para financiar la creación y consolidación de las MIPYMES. Sin embargo, es conveniente recordar que entre las causas que originalmente el Estado diagnosticó como el motivo por el que este sector de empresas no tuviera una mayor contribución al crecimiento económico del país y la generación de empleos, se encontraba no sólo el acceso al financiamiento, si no la falta de habilidades por parte de los empresarios para poder lograr la permanencia de sus negocios y su expansión.

Del total erogado (78,504.8 millones de pesos), el Fondo PYME ejerció el 63.7% (49,982.3 millones de pesos); FONAES el

30.1% (23,659.0 millones de pesos); PRONAFIM el 3.6% (2,792.2 millones de pesos), y FOMMUR el 2.6% (2,071.3 millones de pesos). El detalle se puede consultar en el Anexo 1.

Destaca que, de los 78,504.8 millones de pesos ejercidos por el gobierno federal, el 93.0% se destinaron a subsidios y créditos, mientras que el 7.0% restante fue para capacitación, con lo anterior, podemos darnos cuenta de que el gobierno atiende de manera diferenciada los programas que identifica, y que la política se orienta, mayoritariamente, a los apoyos económicos (créditos y subsidios). Lo anterior podría ser adecuado, ya que, para poder comenzar con un negocio, sí es necesario contar un capital inicial; no obstante, si un emprendedor no está debidamente capacitado, tanto en la actividad que desea realizar, como en cuestiones administrativas, las probabilidades de éxito son bastante bajas.

Por lo que se refiere a la política laboral, la ASF señaló que, durante el periodo 2001-2014, el Estado ejerció un total de 48,700.7 millones de pesos, de los cuales, el 49.7% (24,204.8 millones de pesos) se destinó a la promoción y apoyo al empleo; el 29.6% (14,391.0 millones de pesos) a la impartición y procuración de justicia; el 12.4% (6,015.8 millones de pesos) a la seguridad en los centros de trabajo; el 7.3% (3,549.5 millones de pesos) a la capacitación y productividad laboral, y el 1.1% (539.6 millones pesos) a la fijación anual de los salarios mínimos.

De acuerdo con la ASF, entre 2001 y 2014, el monto total destinado por las políticas

públicas de apoyo empresarial y laboral representó, aproximadamente, el 0.3% del presupuesto total del gobierno federal, lo cual nos puede dar luz sobre la importancia que se le ha asignado a esas políticas, los montos ejercidos representan grandes cantidades de dinero pero que en el conjunto del gasto público parecen minúsculos, sobre todo si consideramos los problemas decrecimiento económico, motivados por un escaso dinamismo del mercado interno, lo cual se explica por la debilidad estructural de las MIPYMES, tan importantes en términos de generación de empleo, pero con un papel modesto en la conformación del PIB, así como por la altísima proporción de empleo informal que prevalece en la economía nacional.

Si consideramos que, un mercado interno fuerte puede contribuir enormemente al crecimiento económico nacional, y que se tienen identificados sus problemas estructurales, relacionados con MIPYMES débiles y poco competitivas además del elevado empleo informal, entonces podríamos esperar que la importancia que revistan estos temas en la agenda pública debiera ser mayor, por sus implicaciones en el bienestar de la población, la salud de las finanzas públicas y el desarrollo económico del país.

b) Resultados registrados en las políticas públicas de apoyo empresarial y laboral

Una vez que hemos expuesto los recursos públicos con los que el Estado ha hecho frente a los problemas que padecen las

MIPYMES y el empleo, debemos preguntarnos sobre los resultados que se han obtenido; para esta situación continuaremos con el análisis de las ya citadas evaluaciones elaboradas por la Auditoría Superior de la Federación.

Por lo que se refiere a la creación y consolidación de MIPYMES se obtuvieron los resultados siguientes:

CUADRO 3. MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS CREADAS, 2002-2013
(Miles de empresas).

ANOS	Fondo PYME	FONAES	FOMMUR	PRONAFIM	Total
2002	-	-	150.0	114.8	264.8
2003	-	-	127.3	177.9	305.2
2004	-	-	210.9	287.0	497.9
2005	11.8	-	251.3	400.2	663.3
2006	11.5	-	240.8	365.3	617.6
2007	6.3	-	178.3	266.1	450.7
2008	9.1	1.2	158.8	400.4	569.5
2009	9.3	2.3	195.0	534.4	741.0
2010	12.4	3.8	127.7	550.5	694.4
2011	12.0	6.7	149.2	572.4	740.3
2012	11.1	8.3	131.8	598.5	749.7
2013	-	6.1	239.0	789.9	1,035.0
TOTAL	83.5	28.4	2,160.1	5,057.4	7,329.4

FUENTE: Auditoría Superior de la Federación, Evaluación 1202, Política Pública de Apoyo Empresarial, pág. 121.

La instancia fiscalizadora identificó que, con el ejercicio de 78,504.8 millones de pesos, 9/ entre 2002 y 2013 se reportó la creación de 7,329.4 miles de empresas. El detalle de las empresas que fueron creadas, de acuerdo con el órgano fiscalizador, se muestra a continuación:

Del cuadro 3, destacan al menos dos cosas, en primer lugar, el número de empresas que se reportaron en el periodo de 11 años, superó a las 5,654.0 miles de empresas que, de acuerdo con el Censo Económico 2014

(INEGI 2014), se registraron en 2013 como el total de unidades económicas en el país y, en segundo lugar, el Fondo PYME reportó la creación de 83.5 miles de empresas y el FONAES la creación o apoyo de 28.4 miles de empresas. Los números anteriores representan el 1.1% y 0.4% de las 7,329.4 miles de empresas reportadas. Recordemos que el Fondo PYME y el FONAES representaron el 63.7% y el 30.1% del total del presupuesto ejercido, mientras que PRONAFIM y FOMMUR registraron el 3.6% y el 2.6%, dicha situación resulta bastante peculiar si consideramos que el 69.0% (5,057.4 miles de empresas) y 29.5%

⁹ El presupuesto corresponde al ejercido en la política de apoyo empresarial, durante el periodo 2001-2013; no obstante, el detalle de la totalidad de empresas creadas, está disponible únicamente para el periodo 2002-2013.

(2,160.1 miles de empresas) de las empresas reportadas corresponden a esos programas, los cuales, en conjunto, representan el 6.2% del presupuesto y el 98.5% de las empresas apoyadas.

Al respecto, la ASF indicó que las cifras reportadas carecen de confiabilidad y que su metodología, la cual implica que un crédito o apoyo es igual a una empresa y al menos un empleo generado, no tiene un fundamento formal. Asimismo, indica que los operadores de la política carecen de sistemas de monitoreo y control que les permitan conocer si los apoyos tienen un efecto real en cuanto a la formación de empresas y supervivencia de las empresas apoyadas, así como en la generación de empleos.

De manera contundente, la ASF señala que la estrategia de apoyo empresarial ha carecido de un diagnóstico que le permita al gobierno dirigir sus esfuerzos, dado que los apoyos se otorgan a demanda y no en respuesta a las necesidades sociales. Además, destaca el hecho de que el promedio de microcréditos otorgados por FOMMUR y PRONAFIM se ubican en el promedio de 978.5 y 714.1 pesos, respectivamente, montos claramente insuficientes para cumplir con la tarea de crear una microempresa y generar un autoempleo.

Por lo que se refiere a la política laboral, encontramos los resultados siguientes:

De acuerdo con la Auditoría Superior de la Federación, de 2005 a 2014, el número de personas empleadas en el sector formal de la economía se incrementó en 31.0% (4,024.9 miles de personas), al pasar de 12,965.8 a 16,990.7 miles de personas; mientras que el número de personas que se ocuparon en el mercado informal aumentó en 13.8% (3,465.6 miles de personas), al pasar de 25,121.2 a 28,586.8 miles de personas, destaca que, si bien las variaciones porcentuales son mayores para las personas ocupadas en la economía formal respecto de la informal, el total de la población ocupada en el mercado informal es 168.2% más grande que la que se emplea en el sector formal de la economía. Como se muestra en el cuadro 4.

Es importante destacar que el déficit en la creación de empleos formales incluye, tanto a la población que año con año se incorpora al mercado, como a ese gran acumulado que representa el 62.7% (28,586.8 miles de personas) de la población total ocupada que se desenvuelve en el mercado informal, el dato anterior resulta relevante a la luz de los resultados de la política de apoyo empresarial, la cual reporto la creación de 7,329.4 miles de empleos, mismos que no se pudieron acreditar, pero que, en su caso, hubieran representado únicamente el 25.6% de los empleos formales que se requerían.

CUADRO 4. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA, 2005-2014
(Miles de personas)

Año	Núm. de trabajadores registrados en el IMSS	Población ocupada en el sector informal	Total
2005	12,965.8	25,121.2	38,087.0
2006	13,573.7	25,333.0	38,906.7
2007	14,144.6	25,543.5	39,688.1
2008	14,435.6	26,033.5	40,469.1
2009	13,994.1	26,897.8	40,891.9
2010	14,524.4	27,546.1	42,070.5
2011	15,153.6	28,118.4	43,272.0
2012	15,856.1	29,151.0	45,007.1
2013	16,409.3	28,982.6	45,391.9
2014	16,990.7	28,586.8	45,577.5
Variación absoluta	4,024.9	3,465.6	7,490.5

FUENTE: Auditoría Superior de la Federación, Evaluación 1643, Política laboral, pág. 183.

Durante el periodo 2005-2014, se registró un incremento de 7,490.5 miles de personas ocupadas; no obstante, únicamente el 53.7% (4,024.9 miles de personas) pudieron ubicarse en el sector formal de la economía, mientras que el 46.3% (3,465.6 miles de personas) restante encontraron una ocupación sin prestaciones laborales ni seguridad social.

Un dato adicional a destacar es lo que ocurrió con el índice de productividad laboral, se debe recordar que, históricamente, se ha señalado que la productividad es baja a causa de que los salarios en el país también

lo sean; lo anterior, es plenamente congruente con la teoría económica que señala que el salario es igual a la productividad marginal del trabajo.

No obstante, durante el periodo 2001-2014, se observó un incremento ¹⁰ en la productividad laboral del trabajo en el país, medida en términos de población ocupada y de horas trabajadas. Como se muestra en el cuadro 5.

¹⁰ Tomando 2008 como año base.

CUADRO 5
ÍNDICES DE MACROECONÓMICOS 1/ RELACIONADOS CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL,
MÉXICO, 2001-2014

Año	Producto Interno	Población	Horas	Productividad laboral con base en:	
	Bruto (PIB)	ocupada	trabajadas	Población ocupada	Horas trabajadas
	(A)	(B)	(C)	$D = (A / B) \times 100$	$E = (A / C) \times 100$
2001	82.6	86.5	88.1	95.5	93.8
2002	84.6	88.2	89.6	95.9	94.4
2003	86.8	90.1	91.3	96.3	95.1
2004	88.9	91.9	92.9	96.7	95.7
2005	91.1	93.6	94.5	97.3	96.4
2006	95.6	96.5	97.0	99.1	98.6
2007	98.6	98.4	98.0	100.2	100.7
2008	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2009	95.3	101.1	100.4	94.2	95.0
2010	100.2	102.7	101.9	97.5	98.3
2011	104.2	104.9	104.3	99.3	99.9
2012	108.4	108.5	107.6	100.0	100.8
2013	109.9	109.7	109.0	100.2	100.8
2014	112.3	110.2	109.4	101.9	102.6
Tasa media de crecimiento anual	2.4	1.9	1.7	0.5	0.7

FUENTE: Auditoría Superior de la Federación, Evaluación 1643, Política laboral, pág. 178.

1/ Índices calculados, considerando 2008 como año base.

Durante el periodo 2001-2014, el índice productividad laboral, medido en términos de población ocupada, se incrementó en 0.5% en promedio anual, al pasar de 95.5 a 101.9 puntos; lo anterior se explica porque el PIB tuvo un crecimiento promedio anual positivo del 2.4%, al pasar de 82.6 a 112.3 puntos, mientras que la población tuvo una variación inferior, del 1.9%, al pasar de 86.5 a 110.2 puntos. Asimismo, se observó que las horas trabajadas se incrementaron en 1.7% en promedio anual, al pasar de 88.1 a 109.4 puntos, situación que permitió que se

incrementara la productividad laboral en 0.7% en promedio anual.

Pese a lo anterior, si se compara a México con los países de la OCDE, organización a la que pertenece, se aprecia que, de acuerdo con la ASF, durante el periodo 2001-2014, el país se ubicó 4.9 puntos por debajo del promedio de 103.8 puntos, mientras que el nuestro fue de 98.0 puntos, en promedio.

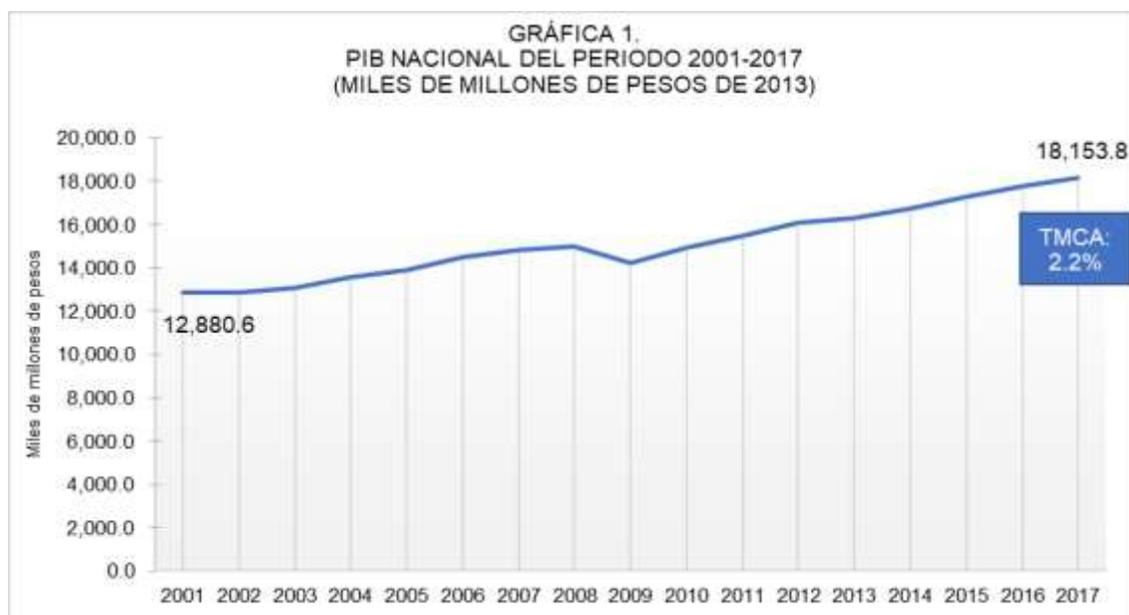
Como se puede observar, la población económicamente activa que se emplea en el sector informal de la economía no ha disminuido, si bien la población ocupada en el sector formal se incrementó en mayor

medida que la población en informalidad, sigue representando dos terceras partes del empleo nacional. Asimismo, aun cuando la productividad laboral se incrementa, ésta no es suficiente para igualar el promedio de los países de la OCDE, lo que tiene implicaciones en las remuneraciones que obtienen los trabajadores.

De los datos que hemos presentado, podemos concluir que las políticas de apoyo

empresarial y laboral no han logrado modificar el escenario sobre el que el Estado pretende intervenir para generar las condiciones necesarias para el crecimiento económico basado en el mercado interno.

A continuación, presentamos la evolución de las principales variables objetivo de este documento.



FUENTE: Elaboración propia, con base en el Sistema de Cuentas Nacional de México, INEGI, (2018a).

De acuerdo con el Estado, en el periodo 1981-2000, el PIB creció en promedio anual, al 2.4%; situación que impacta directamente en las posibilidades de bienestar de la población (empleo digno y bien remunerado), lo que, a su vez, explica que el mercado interno no pudiera impulsar el crecimiento del PIB, aunado a las debilidades estructurales de las MIPYMES, principal elemento del

mercado doméstico y de la generación de empleo.

De acuerdo con lo anterior, se esperaría que el crecimiento del PIB hubiera superado ese margen del dos por ciento anual; no obstante, no fue así, de hecho, el promedio del periodo 2001-2017 es inferior en 0.2 puntos porcentuales, al observado en los años anteriores.

Considerando la situación del PIB nacional, debemos preguntarnos qué fue lo que ocurrió con las MIPYMES, ya hemos señalado con anterioridad que la política pública no es

capaz de acreditar sus resultados, pero qué fue lo que ocurrió con esta variable tan importante para la composición del PIB.



FUENTE: Elaboración propia, con base en el Sistema de Cuentas Nacional de México, INEGI (2018a), los datos intermedios fueron estimados con base en la tasa media de crecimiento anual.

De acuerdo con los datos históricos del INEGI, el número de MIPYMES, durante el periodo 2001-2017, se incrementó en 8.9% en promedio anual, al pasar de 1,101.6 a 4,280.2 miles de empresas, lo que implica

que, en esos años, el número de empresas se cuadruplicó. No obstante, ese incremento exponencial no tuvo los mismos efectos en el empleo que generaron dichas empresas, como se observa en la gráfica 3.



FUENTE: Elaboración propia, con base en el Sistema de Cuentas Nacional de México, INEGI, (2018a) los datos intermedios fueron estimados con base en la tasa media de crecimiento anual.

De 2001 a 2017, las MIPYMES incrementaron el número de personas empleadas en 4.4%, en promedio anual, al pasar de 5,941.8 a 11,852.7 miles de personas empleadas; lo que implica que, si bien el número de empleos se duplicó, su crecimiento fue 50.0% inferior a la de la creación de empresas, ya que las anteriores cuadruplicaron su número, lo que implica que las unidades económicas que surgieron en esos años ocuparon cada vez menos personas, o tendieron al auto empleo.

En este punto debemos detenernos y reflexionar sobre qué es lo que ha ocurrido con las MIPYMES y el PIB nacional; en primer lugar, se observa que existe un dinamismo importante en la creación de

empresas, pero debemos recordar que, de acuerdo con el INEGI, estas tienen un periodo de vida promedio de 3 años, parece que las debilidades estructurales, el acceso al crédito y la capacitación, continúan siendo determinantes y que la intervención pública no ha sido capaz de cambiar esa realidad, pero esto nos parece altamente incongruente; razón por la que nos preguntamos, si la teoría causal que motiva al Estado parece correcta y además se apoya en la teoría económica, ¿qué ha salido mal? ¿por qué no se consolidan las empresas? y, a su vez, ¿por qué no producen más y mejores empleos que ayuden al crecimiento económico y al bienestar de la población?

Considerando las evaluaciones que realizó la ASF, podríamos pensar en al menos tres elementos importantes que se pueden rescatar:

1) La falta de un diagnóstico que permita cuantificar y georreferenciar a las empresas y emprendedores que sean susceptibles de apoyo.

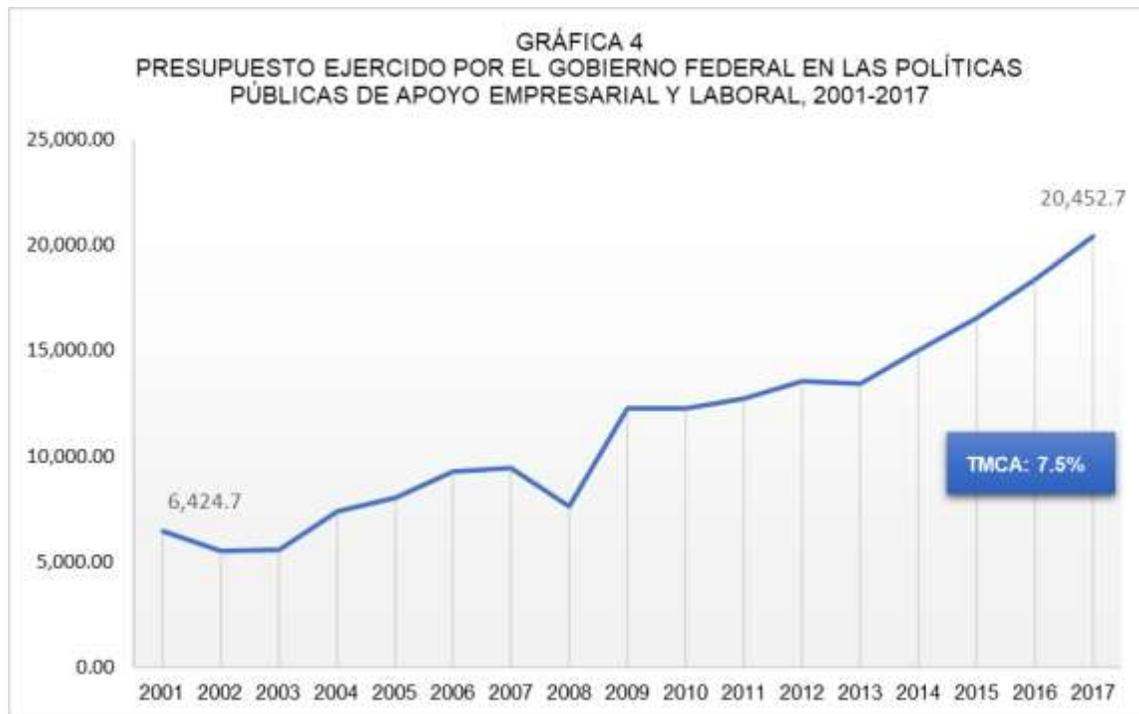
2) La escasa importancia que el Estado otorga a la capacitación de los emprendedores para que puedan realizar adecuadamente su operación y administrar su negocio y, así, permitir que sus unidades sean competitivas.

3) La insuficiencia de la capacitación para el trabajo que limita el incremento de la productividad y, por tanto, los ingresos.

Cómo podemos darnos cuenta, los elementos señalados, aunque en apariencia elementales o básicos, pueden estropear la implementación de las políticas públicas, limitar su alcance y condenar al país a los

inagotables problemas de bajo crecimiento económico, escaso bienestar social y el incremento de la demanda agregada por debajo de su potencial. Todo lo anterior, propicia que sea necesario seguir invirtiendo en programas sociales para atenuar los efectos económicos del bajo crecimiento y la falta de posibilidades para la población en edad laboral.

En la gráfica 4 se observa que el presupuesto ejercido por las políticas de apoyo empresarial y laboral se incrementó a una tasa promedio anual del 7.5%, al pasar de 6,424.7 a 20,452.7 miles de pesos de 2001 a 2017.

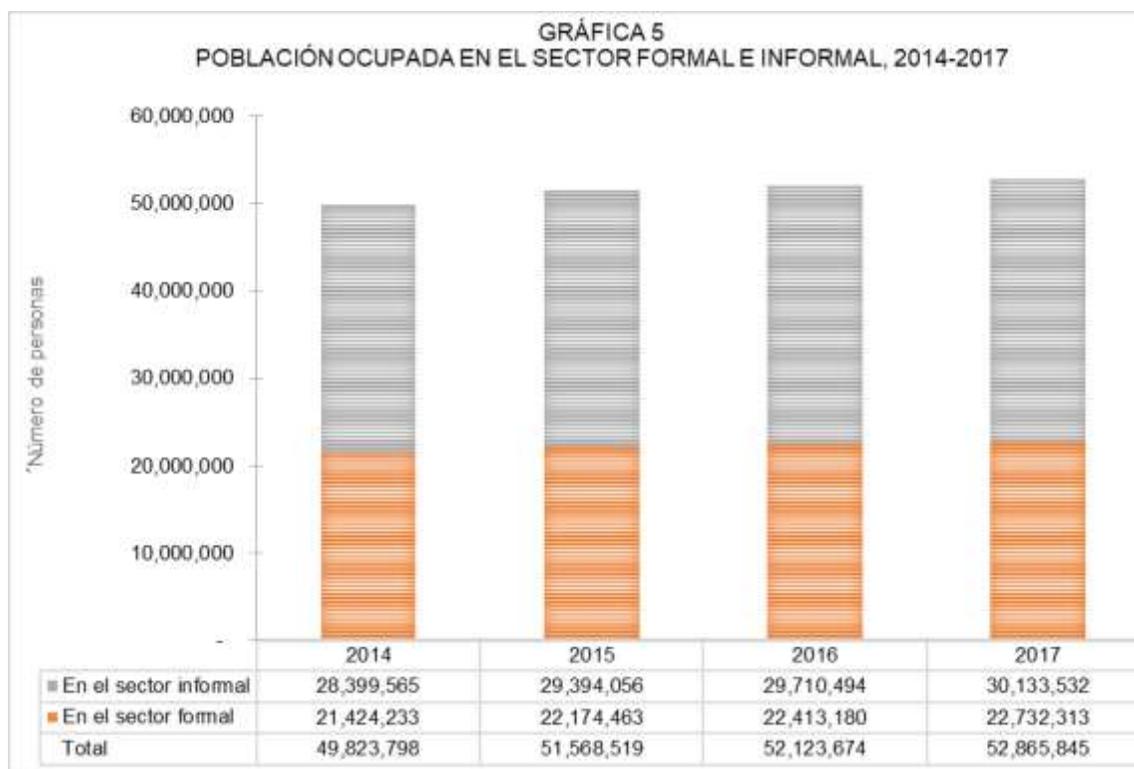


FUENTE: Elaboración propia, con base en las Cuentas de la Hacienda Pública Federal correspondientes al periodo 2001-2017.

De acuerdo con la gráfica 4, podemos pensar que el problema no ha sido financiero, dado que los recursos se han incrementado de manera constante; no obstante, los resultados no son los esperados, y nuevamente debemos preguntarnos, ¿qué es lo que limita la efectividad de esta intervención? será tal vez que, además de un diagnóstico y de la atención de la capacitación a los emprendedores y

empresarios, así como a los trabajadores ¿se necesitará de un componente adicional que no ha sido considerado, tal como estímulos fiscales o simplificación administrativa? en cualquier caso, es obvio que la estrategia actual necesita ajustes.

Por último, en la gráfica 5, presentamos el análisis de la ocupación formal e informal durante el periodo 2014-2017.



FUENTE: Elaboración propia, con base la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, así como en los Indicadores Estratégicos, INEGI, (2018b).

Como podemos observar, la proporción de empleos informales respecto de los formales es cercana a 2 de cada 3, en un país con las deficiencias estructurales que hemos abordado en este trabajo, se explica que 30 millones de personas laboren fuera del mercado legal; es decir, sin prestaciones ni seguridad social. Estas cifras parecen la antesala de una catástrofe mayor, el empleo informal resulta en una válvula de escape en el corto plazo, pero en un futuro tendrá consecuencias devastadoras para las finanzas públicas y condenará a la precarización a la mayoría de las personas que se encuentran en esa situación laboral.

CONCLUSIONES.

Luego de haber revisado y contextualizado a las MIPYMES, identificamos que existe coincidencia entre la teoría económica y la visión normativa y programática del Estado Mexicano, respecto de su importancia en la configuración del PIB y la creación de empleos. No obstante, recordemos que las MIPYMES son unidades económicas privadas que, en primera instancia, debieran ser responsabilidad de sus dueños, pero es aquí en donde se complica el tema, el problema que enfrenta el país, desde hace cuatro décadas, se refiere al bajo crecimiento económico. Para atender esta situación se buscaron distintas opciones o paradigmas económicos, en donde, el principal fue la liberalización económica y el comercio

internacional, pese a ello, el crecimiento económico no registró las tasas que necesita la sociedad para poder asegurarle un mínimo de bienestar a su población.

Ante tal situación, y luego de distintas distorsiones en los mercados internacionales, la estrategia del Estado reconoció la importancia del mercado interno, el cual podría hacer frente a los shocks externos de una manera más eficiente y conservar una senda positiva de crecimiento. Debido a esta situación, a partir de 2001, el Estado reconoce que se debe apoyar a las MIPYMES porque ellas generan el 70.0% del empleo nacional y contribuyen con el 30.0% del PIB; asimismo, luego de décadas en que la idea principal fue garantizar los derechos de los trabajadores y de tener una incapacidad estructural del país para generar empleos formales, se reconoce que la informalidad ha contribuido a mantener bajas tasas de desempleo, pero a costa de concentrar el 60.0% del empleo en la informalidad.

Si consideramos estos dos temas en conjunto, resulta lógico pensar que, en materia económica, más allá del manejo adecuado de los grandes agregados económicos, es necesaria una política que fomente la creación y consolidación de MIPYMES, porque esto permitiría, a su vez, impulsar el crecimiento del empleo y de la demanda agregada, lo que en un círculo virtuoso permitiría elevar las tasas de crecimiento económico. Sin embargo, a 18 años de este reconocimiento, se han invertido 194,031.0 millones de pesos, los

cuales, si bien representan en promedio el 0.3% del presupuesto federal anual, son una enorme suma de dinero que, en su mayoría, no puede ser acreditado en forma de resultados, como se muestra a continuación.

- De 1981-2000, el PIB creció en promedio anual al 2.4%, mientras que de 2001 a 2017 el crecimiento fue del 2.2%.

- A 2013, la población ocupada fue de 49.2 millones de personas, de las cuales el 58.9% se ubicó en el sector informal. En 2017, la población ocupada fue de 52.8 millones de personas, de las cuales 30.1 millones se emplearon en la informalidad.

- A 2013, el 99.8% de las empresas en el país fueron MIPYMES, que en conjunto generaron el 34.7% del PIB y el 73.0% del empleo nacional. A 2017 se estimó que las MIPYMES generarían 11.8 millones de empleos, el 52.0% del empleo formal en el país, esto es, 22.7 millones de empleos formales.

Con base en los datos expuestos, podemos afirmar que las MIPYMES han perdido dinamismo y su contribución se ha visto reducida, situación que podría explicar de forma cíclica el bajo crecimiento económico del país y, a su vez, el número de empleos informales.

En conclusión, el panorama no es alentador, es necesario que la nueva administración considere realizar un adecuado diagnóstico y un ajuste a su paradigma económico, así como el fortalecimiento del diseño e implementación de sus políticas públicas,

porque, de seguir como hasta ahora, no podemos esperar un crecimiento económico

que nos permita elevar el nivel de bienestar de la población y generar círculos virtuosos.

BIBLIOGRAFÍA.

- ASF, (2013). *Política Pública de Apoyo Empresarial*, disponible en http://www.asf.gob.mx/trans/informes/ir2013i/Documentos/Auditorias/2013_1202_a.pdf, Auditoría Superior de la Federación, México.
- ASF, (2014). *Evaluación, 1643, Política Pública Laboral*, disponible en https://www.asf.gob.mx/Trans/Informes/IR2014i/Documentos/Auditorias/2014_1643_a.pdf, Auditoría Superior de la Federación, México.
- CPEUM, (1917). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, disponible en <https://www.scjn.gob.mx/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos>
- INEGI, (2012). *Análisis de la demografía de los establecimientos*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- INEGI, (2014). *Censos Económicos, El que hacer económico en números 2014*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- INEGI, (2018a). *Sistema de Cuentas Nacionales*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- INEGI, (2018b). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña, y Mediana Empresa, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_1_90517.pdf
- OCDE-CEPAL, (2013). *Perspectivas Económicas de América Latina 2013. Políticas de PYMES para el cambio estructural*, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Romero, I. (2006). "Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento", Problemas del Desarrollo, *Revista Latinoamericana de Economía*, Vol. 37, núm. 146, julio-septiembre / 2006, UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, México.
- SHCP, (2018). *Cuenta de la Hacienda Pública Federal del periodo 2001-2017*, disponible en <http://cuentapublica.hacienda.gob.mx/>
- Suárez, L. (1988). "Innovation, Entrepreneurship and the Role of Small and Medium-size Industries: A Long-term View", *Cuadernos de Economía*: Vol. 16 287-307 1988 Spanish Journal of Economics and Finance, Consejo Superior de Investigaciones Científicas; Universidad de Barcelona. Departamento de Teoría Económica.

ANEXO 1.

Año	Fondo PYME			FOMMUR			PRONAFIM			FONAES			Total
	Apoyos	Capacitación	Total	Apoyos	Capacitación	Total	Apoyos	Capacitación	Total	Apoyos	Capacitación	Total	
2001	-	-	-	56	0.0	56	364.2	0.0	364.2	1,599.60	0.0	1,599.60	2,019.80
2002	-	-	-	62.6	0.0	62.6	392.8	0.0	392.8	1,594.40	0.0	1,594.40	2,049.80
2003	-	-	-	97.1	0.0	97.1	170	0.0	170	1,726.90	0.0	1,726.90	1,994.00
2004	1,517.10	259.2	1,776.30	175.9	3.4	179.3	222.7	0.0	222.7	1,724.30	0.0	1,724.30	3,902.60
2005	2,348.30	296.9	2,645.20	160.2	0.6	160.8	276.8	0.0	276.8	1,337.90	0.0	1,337.90	4,420.70
2006	3,992.70	240.3	4,233.00	114.9	0.5	115.4	135.4	0.0	135.4	1,410.70	0.0	1,410.70	5,894.50
2007	4,008.70	371.3	4,380.00	155.9	0.1	156	142.7	0.0	142.7	1,635.20	0.0	1,635.20	6,313.90
2008	2,176.20	401.8	2,578.00	95.7	8.9	104.6	99.6	4.2	103.8	1,022.60	88.1	1,110.70	3,897.10
2009	5,992.80	233.6	6,226.40	157.9	12.1	170	93	7.6	100.6	2,187.90	82.8	2,270.70	8,767.70
2010	6,072.70	618	6,690.70	305.6	7.4	313	285.7	7.6	293.3	1,802.20	80.5	1,882.70	9,179.70
2011	6,240.30	971.1	7,211.40	221.8	8.1	229.9	199.9	11.9	211.8	2,154.70	73.1	2,227.80	9,880.90
2012	5,652.60	1,474.70	7,127.30	218	11.9	229.9	208.4	15.1	223.5	2,559.20	65.4	2,624.60	10,205.30
2013	7,023.30	90.7	7,114.00	189.6	7.1	196.7	140.1	14.5	154.6	2,501.90	11.6	2,513.50	9,978.80
Total	45,024.70	4,957.60	49,982.30	2,011.20	60.1	2,071.30	2,731.30	60.9	2,792.20	23,257.50	401.5	23,659.00	78,504.80

FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN Y USO DE LOS AGEB EN LA SEGMENTACIÓN DE UN MERCADO¹¹.

FORMULATION OF INVESTMENT PROJECTS AND USE OF AGEB IN THE SEGMENTATION OF A MARKET

Roberto Valencia Arriaga¹²

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es mostrar cómo hacer uso de una herramienta de análisis espacial y su aplicación a la formulación de proyectos de inversión. En concreto se hace uso de la información que proveen las Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB) del INEGI para fines de segmentar un mercado a nivel de prefactibilidad. En el trabajo se muestra que, si bien se pueden encontrar limitantes dada la generalización de ciertos indicadores, la información es lo suficientemente útil para que un formulador de proyectos tenga los elementos mínimo necesarios para la toma de decisiones.

Palabras claves: proyectos de inversión, segmentación de mercados, Áreas geoestadísticas.

ABSTRACT

The objective of this paper is to show how to make use of a spatial analysis tool and its application to the formulation of investment projects. Specifically, the information provided by the Basic Geostatistical Areas (AGEB) of INEGI is used for the purpose of segmenting a market at the pre-feasibility level. The work shows that, although limitations can be found given the generalization of certain indicators, the information is sufficiently useful for a project developer to have the minimum necessary elements for decision making.

Keywords: investment projects, market segmentation, geospatial areas.

Recibido: 14 de mayo de 2018 /Aceptado: 18 de julio de 2018

¹¹ Este trabajo forma parte de la Investigación realizada gracias al programa UNAM-PAPIIT número IA303318 "Metas de inflación y su impacto en el ecosistema de negocios mexicano" patrocinado por DGAPA-UNAM.

¹² Profesor de la Facultad de Economía de la UNAM. El autor agradece a la Mtra. Reyna Rosas y a los becarios del proyecto Paola Maldonado y Abraham Zúñiga, por su destacado apoyo en la investigación y manejo de las bases de datos que dan vida al presente.

INTRODUCCIÓN

En la formulación y evaluación de proyectos es posible identificar varias etapas según los diversos autores que sobre el tema han escrito. Una de estas etapas es la prefactibilidad, la cual tiene una gran importancia en el proceso de formulación, pues a partir de los resultados de ésta se decidirá si el proyecto continúa alimentándose de información más precisa o bien se desecha.

Un elemento importante en la formulación es la segmentación del mercado meta, la cual requiere en esta etapa de información gratuita, de fácil acceso y confiable, por lo que en el Sistema para la Consulta de Información Censal (SCINCE) a través de los AGEB, es posible encontrar una gran herramienta que proveerá del insumo primordial para el formulador de proyectos.

Así bien, en este trabajo se pretende mostrar al lector como hacer uso de esta herramienta pública y gratuita, además de su aplicación en la formulación y evaluación de proyectos a nivel prefactibilidad. Para lograr el objetivo el documento se compone de cuatro secciones además de la presente. En la primera se discute la importancia de la segmentación del mercado a nivel prefactibilidad; en la segunda se muestra la metodología a seguir; en la tercera se presenta un ejemplo de cómo usar la herramienta y su aplicación en la segmentación del mercado; por último, se cierra con una breve sección de conclusiones.

REVISIÓN DE LA LITERATURA.

El proceso de formulación y evaluación de proyectos se puede descomponer en varias etapas de acuerdo al nivel de profundidad con que sea atendido. Según Meinick (1958) de manera muy general, es posible identificar dos etapas: anteproyecto y proyecto, siendo el primero, donde se deberá hacer la selección de los proyectos a trabajar. En ésta se preparará un documento que justifique la asignación de recursos para realizar estudios más avanzados, por lo que suele caracterizarse por trabajar con información de tipo secundaria y en un nivel más profundo con información primaria. La etapa denominada proyecto se refiere a la puesta en marcha o ejecución del mismo. Por su parte Baca (2006) señala que existen tres niveles de profundidad: perfil, prefactibilidad o anteproyecto y proyecto definitivo. La diferencia entre las tres estriba en la calidad de la información, pues la primera se elabora solo a partir de una observación general, experiencias de terceros o posiblemente propias, pero sin ser lo suficientemente sólidas para cuantificar posibles costos o beneficios. En la segunda ya se cuenta con información más confiable, normalmente de tipo secundaria, y es probable que alguna primaria, por lo que ya es posible comenzar a realizar una cuantificación de costos y beneficios. Finalmente, en la tercera etapa se tratan ya los puntos finos necesarios para que el proyecto entre en marcha.

Por su parte Sapag (2007) señala que existen cuatro etapas en un proyecto: idea, preinversión, inversión y operación. Él

reconoce en la etapa de preinversión tres niveles de profundidad, mismos que coinciden con la exposición de Baca (2006), estos son: perfil, prefactibilidad y factibilidad. Por otro lado, Gallardo (2000) apunta que en todos los proyectos se hace un análisis de preinversión o formulación del proyecto de inversión. De acuerdo con el autor aquí se evalúan aspectos como la viabilidad mercadológica, tecnológica, administrativa, jurídica, social, económica, y financiera; él señala que, de acuerdo al grado de profundidad de la información, el análisis se puede clasificar en: idea, anteproyecto y proyecto. Esta última clasificación es sin duda análoga a la de perfil, prefactibilidad y factibilidad de otros autores.

Así bien, hay consenso en que existe una etapa llamada prefactibilidad o anteproyecto, la cual podemos definir como el momento intermedio en la formulación de proyectos, pues ésta conectará las ideas de proyectos con la ejecución de los mismos. Una característica importante de esta etapa es que se alimentará de información secundaria y de fácil acceso (normalmente gratuita). Sin embargo, no puede tomarse en cuenta toda la información, ésta deberá pasar por un filtro de modo tal que, si bien no existe una regla definida sobre las cualidades de la información, Ortegón, Pacheco y Prieto (2005) señalan que debe ser confiable, oportuna y eficiente, mientras Llamazares et. al. (2013) apuntan que debe ser relevante, accesible, objetiva, homogénea y actualizada.

Dadas las limitantes de información que existen en nuestro país es complicado pedir que se cumplan todas las características, sin embargo, sí podemos exigir que al menos sea relevante, accesible y objetiva.

Dado que en esta etapa el evaluador deberá tomar la decisión respecto a si vale la pena profundizar en la calidad de la información del proyecto, es de vital importancia que el proceso se haga de la manera más eficiente, ya que si bien su ejecución no tiene (o es muy bajo) desembolso económico, sí existe un costo de oportunidad al destinar tiempo de trabajo para su investigación. De igual manera, una mala decisión en esta etapa puede implicar que se ejecuten proyectos que no deberían realizarse, o bien que se dejen de ejecutar proyectos que sí deberían ponerse en práctica (Ortegón, Pacheco y Prieto, 2005).

En la etapa de prefactibilidad normalmente se deberían estudiar cinco elementos clave: el mercado, la técnica, el marco legal, el aparato administrativo y un análisis económico-financiero (Sapag, 2004 y Gallardo, 2000). De particular importancia resultará el estudio del mercado, ya que éste es el cimiento sobre el cual se realizarán una serie de supuestos que después permitirán analizar la técnica con la que se va a generar un bien o servicio, esto a su vez arrojará flujos de efectivo positivos y negativos dentro de un marco legal posible y que al final del día serán evaluados y analizados ya sea económica o financieramente, o incluso desde ambos enfoques. Así bien una interpretación incorrecta del mercado va a

generar supuestos muy alejados de la realidad y la imposibilidad de que el proyecto se acerque a los resultados esperados, por ello que su correcta construcción es crucial en el proceso de formulación.

Una vez aclarada la relevancia del estudio de mercado, nos encontraremos que en esta fase será necesario delimitarlo, o bien, segmentar el mercado, pues dado que los recursos son limitados en la elaboración de cualquier proyecto, es menester acotar el impacto del mismo. Esto se logra definiendo de manera muy clara y precisa a quien se va a dirigir. En este sentido, la segmentación del mercado en palabras de Ciribeli y Miquelito (2015), es la conformación de grupos que tienen intereses de consumo en común. En lo mismo coinciden Kotler y Armstrong (1996), quienes señalan que la segmentación es un conjunto de consumidores compuesto por un grupo de individuos que responden de forma parecida a una serie de estímulos de mercado.

Así que a partir de las anteriores definiciones podemos inferir que la segmentación del mercado tiene por objetivo definir un perfil de cliente deseado, al cual tendremos que comunicarle que existimos y que tenemos el producto o servicio que él necesita para cubrir determinada necesidad. Este hecho implica que se debe construir una estrategia de comunicación que, en primera instancia, deberá ser vista por el consumidor potencial, y posteriormente él deberá comprender lo que le queremos notificar. Si bien tal combinación, parece evidente, se trata de uno de los elementos claves para el éxito del

proyecto, por lo que es necesario acotar lo más detalladamente posible a nuestro cliente potencial. Un error muy común a la hora de formular un proyecto es pensar que todos pueden consumir el bien o servicio ofrecido, por lo que se asume que el proyecto será dirigido a todos. Esto si bien es viable, puede resultar no rentable, ya que el medio y la forma de comunicar el mensaje de venta, variará mucho en función de a quien se le quiera vender, por lo que a más segmentos de mercado, más recursos deberán destinarse y más riesgo vendrá implícito.

Para aclarar esta idea, supongamos que se quiere dar a conocer la entrada al mercado de un nuevo auto el cual tiene una gran potencia de arranque, por lo que alcanza los 100 km. en una cantidad mínima de segundos; este auto también tiene como bondad que gasta muy poca gasolina dada su tecnología innovadora; por último, cuenta con sistemas de seguridad tales que tiene sensores que permiten detectar cuando hay un objeto muy cercano a él, así también tiene cámara trasera que hace más sencillo el proceso de estacionarse.

Expuesto lo anterior, supongamos ahora que se tienen tres posibles segmentos. El primero se compone de jóvenes de entre 20 y 25 años, mientras el segundo está gobernado por adultos de entre 50 y 60 años; por último, en el tercero se tendrán mujeres de entre 30 y 40 años. Si se quisiera dirigir el producto a los tres segmentos, se tendrían que construir tres estrategias diferentes pues aun y cuando se trata del mismo producto, es probable que los primeros valoren más la potencia del

auto, mientras los segundos se pueden fijar en el rendimiento del mismo, al tiempo que el mercado femenino quizá aprecie más la seguridad. Esto no termina aquí, pues en esta fase apenas hemos definido que ventaja competitiva vamos a resaltar, por lo que faltaría aclarar por cual medio se va a comunicar. Dado que los integrantes del primer segmento suelen pasar una gran cantidad de tiempo en redes sociales, esta sería la estrategia más óptima de dirigirlo a ellos, lo cual seguro dejará fuera a una gran cantidad del segundo grupo, pues quizá con ellos haya que manejar publicidad tradicional como la televisión, mientras al tercer grupo podríamos informarle por correo electrónico.

Así bien, si en el proyecto se decide dirigir el producto a los tres segmentos, el esfuerzo será mayor, lo cual implica destinar más recursos, que se reflejarán en mayores egresos estimados, pues se trata de tres campañas publicitarias diferentes. Desde luego estamos haciendo tres apuestas distintas, lo cual en automático eleva el riesgo del proyecto.

Por lo anterior, y sabiendo que los recursos son escasos, es fundamental realizar una correcta segmentación de mercado, ya que esto permitirá la optimización de los recursos del proyecto. Además, esta herramienta es cada vez más necesaria para lograr el correcto desempeño en un ambiente altamente competido (Rodríguez, 2013).

Respecto a los criterios para segmentar un mercado, existe cierto consenso en la literatura de que existen tres tipos:

geográficos, socio-demográficos y psicográficos (véase Kotler y Armstrong (1998); Cobra (1997); Lindon et. al. (2000) y Yanaze (2011)).

La segmentación geográfica implica dividir el mercado ya sea por país, estados, ciudades, municipio, barrios, clima, relieve, etc. Del lado socio-demográfico encontraremos variables como la edad, sexo, grado de instrucción, ingresos, estados civil, religión y profesión. Mientras que en el tipo psicográfico el criterio tiene que ver con la conducta del cliente, misma que puede ser influida por variables como los valores, actitudes, deseos, opiniones, personalidad, estilo de vida, entre otras (Ciribeli y Miquelito, 2015).

Una vez discutida la relevancia de la segmentación de un mercado, se verá que metodología debe seguirse para su determinación.

METODOLOGÍA

La metodología a seguir para cumplir con la segmentación del mercado variará dependiendo al autor que sigamos, por ejemplo, Kotler (1998), menciona tres etapas: levantamiento de la información, análisis de la misma y finalmente su clasificación de perfil. Por su parte, Cobra (1997) señala que primero se debe clasificar el conocimiento disponible, después se explorará la investigación cualitativa, seguido vendrá el desarrollo de instrumentos de medida, y por último habrá que definir el público objetivo. Lindon, et al. (2000) propone escoger criterios de segmentación, describir las

características de cada segmento, escoger uno o más segmentos, y definir la política de marketing para cada uno de los segmentos escogidos. Por su parte Limeira (2008) propone primero seleccionar los criterios, después recolectar datos, analizarlos, y por último describir el perfil de los segmentos.

Así bien, en uno u otro camino, es claro que el proceso debe ser de lo general a lo particular, por lo que en este trabajo el camino a seguir es el siguiente:

a) Se realizará la segmentación a nivel geográfico, después vendrá la sociodemográfica con los siguientes criterios: género, estado civil, edad, económicamente activo y número de hijos. En este trabajo no se realizará segmentación de tipo psicográfico.

b) El siguiente paso será recolectar la información. Para esta etapa echaremos mano de las herramientas que provee INEGI, en concreto del SCINCE.

c) Una vez concluido lo anterior, se generarán algunos indicadores que podrán facilitar la lectura de la información.

La etapa de prefactibilidad, como ya se ha mencionado, exige que el proyecto se alimente de información útil, lo cual no forzosamente cumple toda base de datos, por lo que debemos cerciorarnos de que la información tomada sea gratuita, confiable y comparable.

En México el tipo de información que puede acercarse lo más posible a estos tres criterios se encuentra en las publicaciones del INEGI

a través de los diferentes censos, ya sea de población o económicos, así como a través de las distintas encuestas que el instituto aplica.

En concreto, para hacer una segmentación de mercado a nivel prefactibilidad es posible echar mano del Sistema de Consulta de Información Censal (SCINCE) del INEGI que es una herramienta gratuita que permite obtener información sociodemográfica a un nivel de desagregación bastante útil. Esta herramienta es un instrumento de análisis espacial que permite complementar la información sociodemográfica al vincularla con las imágenes de mapas digitales del país (INEGI, 2010).

Con esta herramienta es posible obtener información a un nivel de AGEB, que de acuerdo con INEGI, es “un área geográfica ocupada por un conjunto de manzanas perfectamente delimitadas por calles, avenidas, andadores o cualquier otro rasgo de fácil identificación en el terreno y cuyo uso del suelo es principalmente habitacional, industrial, de servicios, comercial, etcétera”¹³ lo cual permite segmentar el mercado a un nivel de colonia o incluso a una escala menor, por lo que en adelante mostraremos cómo es posible hacer uso de esta herramienta.

INFORMACIÓN DE LAS ÁREAS GEOESTADÍSTICAS BÁSICAS (AGEB).

Para ilustrar lo que se ha discutido, supondremos que se está formulando un proyecto de inversión

¹³https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Rezag_social_AGEB_2010.aspx (consultado el 13 de mayo de 2018)

donde se pretende abrir un local con venta al público de zapatos para dama. Este tipo de calzado ha sido pensado para mujeres que habitan en la Ciudad de México, particularmente en las colonias Roma Sur, Roma Norte y Condesa. El proyecto se dirige a ejecutivas casadas con uno o dos hijos que pasan toda su jornada laboral en la oficina y necesitan usar zapato femenino formal.

También debemos decir que está dirigido a mujeres que tengan una edad entre 20 y 49 años.

Para obtener la información de las mujeres que cumplen los criterios señalados, ingresaremos al sitio web del INEGI que es: www.inegi.org.mx. Esto nos llevará a una pantalla como la que se muestra en la Figura 1, que es la pantalla inicial del INEGI.

FIGURA 1. PANTALLA INICIAL DE INEGI



Fuente: www.inegi.org.mx

Ahora seguiremos la siguiente ruta: *Estadística/Fuente Proyecto/Censos y conteos de población y vivienda*.

FIGURA 2. INGRESO AL CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA.

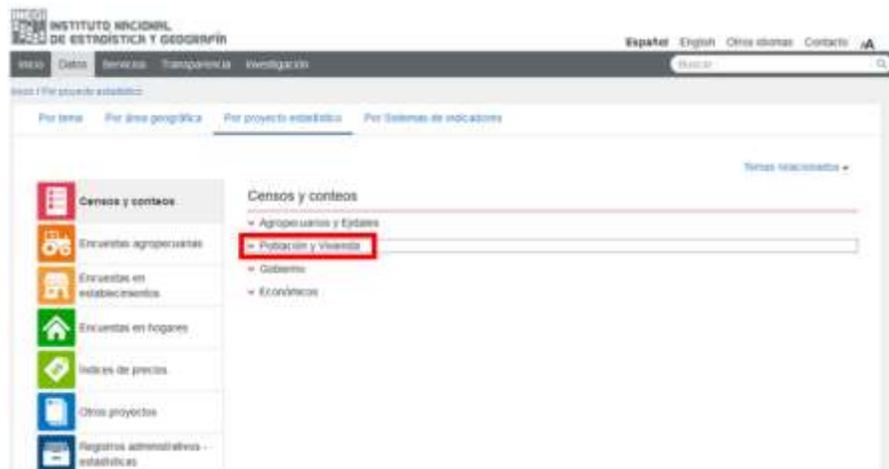


Fuente: www.inegi.org.mx

Al dar clic en la ruta señalada llegaremos a la información de censos y conteos con la que cuenta INEGI. Ahora seleccionaremos

la pestaña población y vivienda como se muestra a continuación:

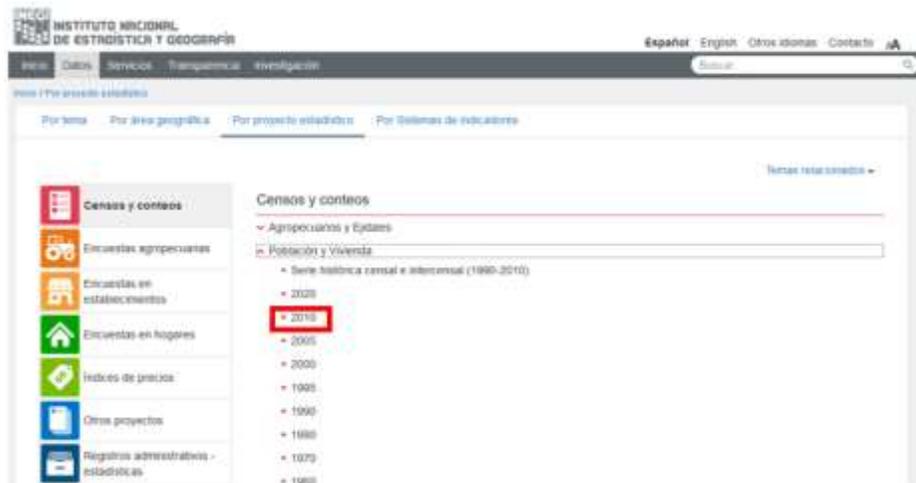
FIGURA 3. CENSOS Y CONTEOS.



Fuente: www.inegi.org.mx

Al desglosarse la pestaña de población y vivienda, damos clic en 2010

FIGURA 4. POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010.



Fuente: www.inegi.org.mx

Posteriormente aparece una pantalla como la siguiente (Figura 5) donde seleccionaremos nuevamente el año 2010, luego damos clic en la pestaña de

herramientas y buscamos la opción “Sistema para la consulta de información censal (SCINCE).”

FIGURA 5. SISTEMA PARA LA CONSULTA DE INFORMACIÓN CENSAL



Fuente: www.inegi.org.mx

Después aparece una pantalla como se muestra a continuación donde daremos clic en la palabra “aquí”

FIGURA 7. SISTEMA PARA LA CONSULTA DE INFORMACIÓN CENSAL (SCINCE).



Fuente: www.inegi.org.mx

Después aparece una pantalla del SCINCE donde seleccionaremos la opción de

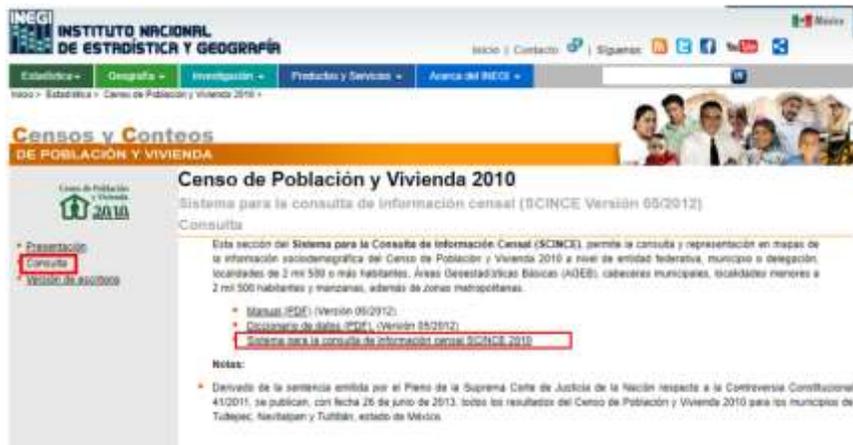
“consulta” y después SCINCE como se muestra en las siguientes figuras:

FIGURA 8. PÁGINA PRINCIPAL DEL CENSO DE POBLACIÓN 2010.



Fuente: www.inegi.org.mx

FIGURA 9. SISTEMA DE CONSULTA PARA LA INFORMACIÓN CENSAL 2010



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

La nueva pantalla nos permitirá clasificar la información por criterios de tipo población, migración, hablantes de lengua indígena, discapacidad, características educativas, características económicas, servicios de salud, situación conyugal, religión, viviendas e

información sobre los hogares, dicho de otro modo, con esta herramienta es posible hacer una buena segmentación del mercado a partir de varios criterios de corte demográfico y socioeconómico.

FIGURA 10. INDICADORES DEL SCINCE.



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

En nuestro ejemplo, seleccionaremos el indicador de población y buscaremos la opción de población femenina de 15 a 49

años posteriormente, daremos clic en siguiente.

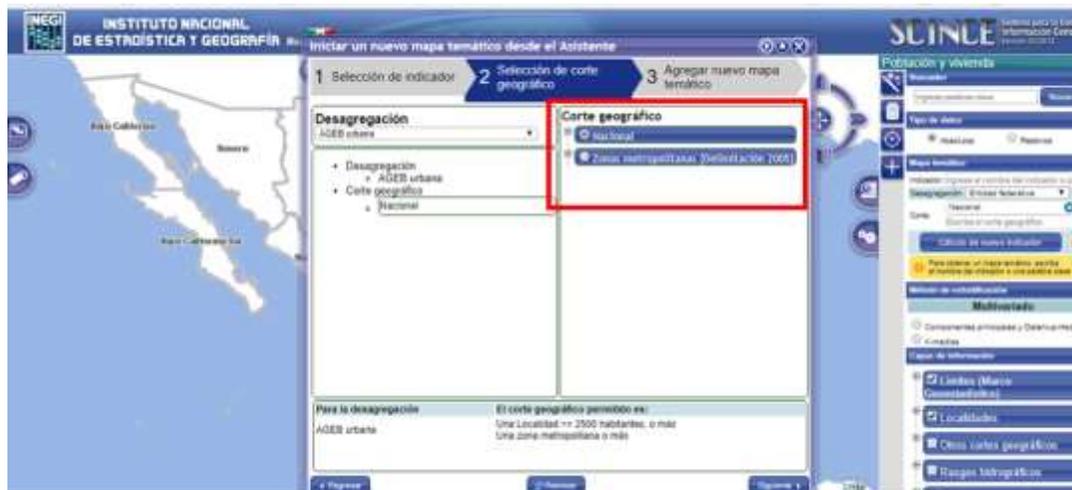
FIGURA 11. POBLACIÓN FEMENINA POR AGEB



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Ahora se seleccionará el corte geográfico dando clic en el símbolo “+” de la opción *Nacional* del lado derecho de la pantalla que se muestra a continuación

FIGURA 12. DESAGREGACIÓN POR AGEB URBANA



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Posteriormente seleccionaremos *Distrito Federal*.

FIGURA 13. CORTE GEOGRÁFICO NACIONAL.

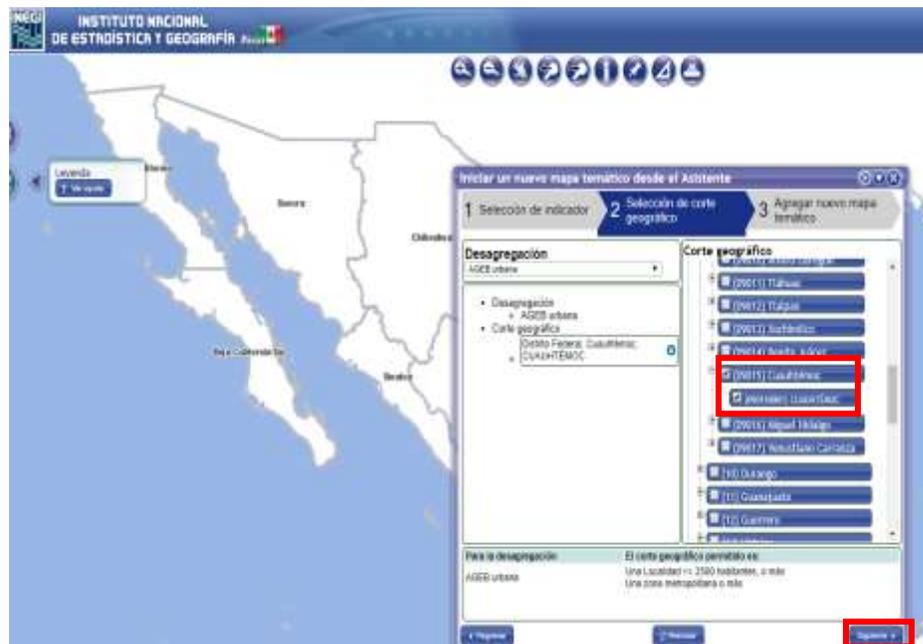


Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Al dar clic en Distrito Federal se desplegarán las delegaciones que lo conforman.

Elegiremos la delegación de interés, que en el ejemplo es Cuahtémoc.

FIGURA 14. CORTE GEOGRÁFICO POR DELEGACIÓN



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Una vez marcados todos los criterios de interés aparecerá una pantalla como la contenida en la siguiente figura donde se resumen las

características que vamos a consultar de nuestra población objetivo. Daremos clic en *aplicar mapa temático*.

FIGURA 15. CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA MAPA TEMÁTICO



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

esté seleccionada la opción *AGEB Urbana* como se muestra a continuación:

Después de hacer el paso anterior se debe asegurar que en el apartado “desagregación”

FIGURA 16. MAPA DE LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC POR AGEB



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Inmediatamente, aparecerá el mapa de la Delegación Cuauhtémoc como se observa en la figura previa. Ahora será necesario contar con un mapa de la delegación Cuauhtémoc, mismo que se puede descargar de la red. El

fin de esto es identificar donde se encuentran las colonias objetivo, pues el sistema de AGEB no identifica a las colonias por nombre, únicamente lo hace por código. En la siguiente imagen contraponemos un mapa de

la delegación descargado de la red contra el que arroja el sistema, esto nos facilitará
 Figura 17. Mapa de la Delegación Cuauhtémoc

identificar la zona de influencia del proyecto.



Fuente: Google e INEGI.

En ambos mapas hemos remarcado la zona de influencia. Es importante destacar que las colonias se conforman por más de un AGEB, esto lo sabemos pues en el mapa del lado derecho, cada “rectángulo” representa un AGEB, por lo que en el caso de la colonia Roma Sur se compone de 7 AGEB’s, mientras la Roma Norte contiene 7, y uno más que comparte con la Condesa, lo cual implica que existen AGEB’s que

pueden ser parte de dos o incluso más colonias. Finalmente debemos decir que la colonia Condesa contiene 6 AGEB’s (incluido el que comparte con Roma Norte).

Una vez localizada la zona geográfica de interés es necesario identificar cada AGEB, lo cual se realiza simplemente dando clic en cada “rectángulo” que nos interesa del mapa temático, como se muestra a continuación:

FIGURA 18. MAPA DE DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC CON CÓDIGO DE AGEB



Fuente: www.inegi.org.mx

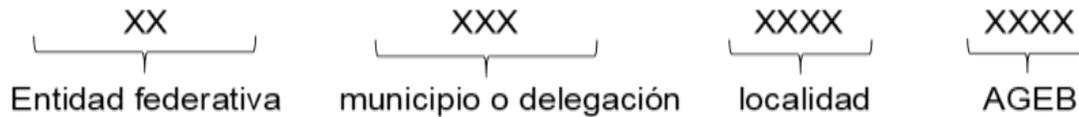
En la imagen previa se observa que el AGEB donde se dio clic tiene la clave 0901500011445 y ahí hay 466 personas

que cumplen con el criterio de ser población femenina y tener entre 15 y 45 años.

Los AGEB se identifican por un código de 13 dígitos que es el que se observa en la pantalla entre paréntesis. La estructura de

este código debe leerse de la siguiente manera:

Figura 17. Conformación de código de búsqueda de AGEB



Por lo que el código 09 se refiere al Distrito Federal, los números 015 pertenecen a la delegación Cuauhtémoc, mientras 0001 es un agrupador de la localidad y 1444 al código del AGEB. Es importante señalar que en ningún momento el sistema hace alusión a colonias, simplemente sabemos en este ejemplo que el 0001 pertenece a la delegación Cuauhtémoc de la hoy Ciudad

de México por el mapa de la delegación, por lo que podemos deducir que se trata de la colonia Roma Sur.

Así bien el proceso siguiente es descargar la base de datos en formato Excel. Para ello tendremos que llegar hasta la pantalla de la figura 5. Una vez ahí se dará clic en *Principales Resultados por AGEB y manzana urbana* como se muestra a continuación:

FIGURA 19. DESCARGA DE LA BASE DE DATOS POR AGEB.

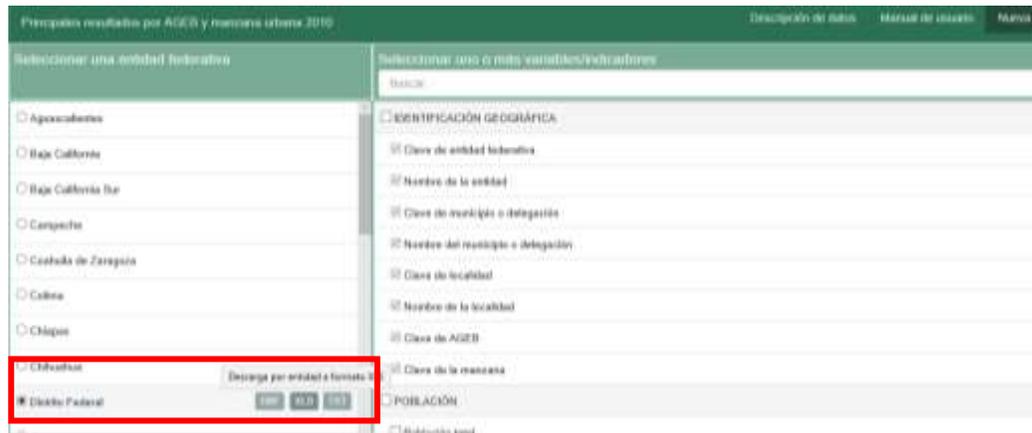


Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

En la nueva pantalla se seleccionará la entidad que es de nuestro interés, que en

este caso es Distrito Federal y posteriormente deberá dar clic en XLS

FIGURA 20. DESCARGA DE LA BASE DE DATOS POR AGEB.



Fuente: a partir de www.inegi.org.mx

Una vez hecho lo anterior obtendrá la base de datos, en la cual será necesario filtrar las variables, de suerte que únicamente se

tengan los AGEB y variables que nos interesan, como se muestra a continuación:

FIGURA 21. BASE FILTRADA

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
2412	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	001	403	309	170	0.92	181	209						
2413	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	002	143	71	15	0.69	51	67						
2414	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	003	54	28	14	0.74	16	18						
2415	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	004	206	104	67	0.38	61	71						
2416	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	005	213	119	67	0.66	36	62						
2417	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	006	132	63	27	1.18	15	41						
2418	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	007	66	33	21	0.36	18	12						
2419	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	008	118	64	43	1	30	36						
2420	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	009	269	134	88	1.3	96	87						
2421	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	010	208	98	54	1.57	37	64						
2422	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	011	98	19	12	1.08	10	18						
2423	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	012	123	66	34	1.75	25	40						
2424	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	014	18	9	3	1.57	*	*						
2425	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	015	52	25	16	0.67	13	27						
2426	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	016	132	71	31	1.29	31	34						
2427	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	017	146	77	43	1.1	35	37						
2428	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	018	136	72	37	1.82	26	37						
2429	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	019	25	18	12	0.62	13	4						
2430	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	020	19	13	7	1.6	7	5						
2431	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	021	209	95	43	1.05	34	50						
2432	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	022	162	93	42	1.32	46	48						
2433	Distrito Federal	003	Cuauhtémoc	8003	Cuauhtémoc	0988	024	353	218	124	1.01	98	148						

Fuente: base de datos descargada de www.inegi.org.mx

Así bien, conjuntando la información del mapa y esta base de datos será posible extraer la información que nos interesa, ya solamente deberá cerciorarse de dar una correcta interpretación a la base anterior, por lo que es importante conocer el significado de cada código que aparece en

la fila 1, para lo cual es necesario descargar el documento “Principales resultados por AGEB y manzana urbana” del INEGI¹⁴. A

¹⁴ El documento se puede descargar en el siguiente link: www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ccpv/2010/doc/fd_a_gebmza_urbana.pdf

partir de lo anterior, ya solo bastará con indicadores que se requieran. organizar la información para generar los

TABLA 1. POBLACIÓN QUE CUMPLE CRITERIOS DEL SEGMENTO DE MERCADO.

Colonia	AGEB	Población total	Mujeres	Casadas	De edad entre 15 y 49 años	Ocupadas	Número de hijos promedio
Condesa	1089	2,303	1,166	676	616	523	1.25
Condesa	1178	2,599	1,404	833	679	691	1.21
Condesa	1182	2,617	1,379	847	689	644	1.19
Condesa	1303	2,145	1,123	676	576	553	1.30
Condesa	1318	2,916	1,575	906	778	797	1.19
Condesa	1322	1,488	789	460	407	392	1.06
Roma Norte	998	2,775	1,411	896	799	692	1.08
Roma Norte	1002	2,922	1,546	1,013	877	760	1.15
Roma Norte	1017	4,994	2,628	1,690	1,465	1,147	1.24
Roma Norte	1093	1,245	653	384	357	332	1.13
Roma Norte	1106	1,747	881	584	486	447	1.42
Roma Norte	1110	5,903	3,167	2,051	1,795	1,536	1.29
Roma Norte	1214	2,541	1,323	922	742	615	1.16
Roma Sur	1356	3,176	1,668	1,066	865	827	1.26
Roma Sur	1360	1,830	973	621	495	456	1.39
Roma Sur	1375	3,332	1,768	1,113	883	783	1.37
Roma Sur	1445	1,682	875	527	466	428	1.14
Roma Sur	145A	3,030	1,667	995	832	772	1.28
Roma Sur	1464	2,546	1,357	905	721	652	1.23
Roma Sur	1479	2,583	1,374	926	764	618	1.41
Totales		54,374	28,727	18,091	15,292	13,665	1.24

Fuente: Elaboración propia con datos de AGEb, (INEGI, 2010).

En la tabla anterior podemos ver cada colonia, así como el número y código de AGEb que la componen; de igual manera la población que cumple con los criterios de segmentación requerida. En ella se puede ver que en estas tres colonias habitan un total de 54,374 personas de las cuales son 28,727 mujeres, y 18,091 son casadas, al

tiempo que 15,292 tienen entre 15 y 49 años, mientras 13,665 se encuentran con empleo. Todas ellas tienen en promedio 1.24 hijos.

Estos datos pueden ser más claros si los observamos en términos relativos como en la siguiente tabla:

TABLA 2. INDICADORES DEL SEGMENTO

	Población total	Mujeres	Casadas	De edad entre 15 y 49 años	Ocupadas	Número de hijos promedio
Valor absoluto	54,374	28,727	18,091	15,292	13,665	1.24
% respecto a la población total	100.00%	52.83%	33.27%	28.12%	25.13%	

Fuente: Elaboración propia con datos de AGEb, (INEGI, 2010).

De la última tabla es claro que, del total poblacional solo el 25.13 por ciento cumple con nuestros criterios, es decir de cada 10 habitantes, 2.5 son nuestro mercado meta.

CONCLUSIONES

El Sistema para la Consulta de Información Censal (SCINCE) provee información relevante para la elaboración de estudios de mercado en la formulación y evaluación de proyectos a nivel prefactibilidad, todo esto por medio de la herramienta de los AGEB, pues permite desagregar la información a un grado tal que es sumamente útil para la toma de decisiones. Sin embargo, tiene como limitante que al agrupar la información por criterios generales es posible que el resultado subestime o sobrestime el dato esperado, ya que como se mostró en este ejemplo, la información poblacional se obtuvo para el grupo de mujeres que se encuentran entre 15 y 49 años, siendo que para el proyecto solo interesaban las de 20 a 49 años, por lo que es necesario complementar la metodología aquí seguida con alguna más que permita ajustar el margen de error contenido en la información.

A pesar de lo anterior, es posible obtener información muy acertada y cercana a la realidad, por lo que el formulador de proyectos puede estar seguro de contar con las condiciones mínimas necesarias para tomar decisiones tocantes a la profundización de su estudio, que bien podría complementarse con una encuesta en el mercado meta.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca U.,G., (2006). *Evaluación de proyectos*, México, editorial Mc Graw Hill, 5 edición.
- Ciribeli, P. y S. Miquelito (2015). "La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento" en *Revista científica Visión de futuro*. Año 2015, Vol.19 no.1, Argentina, Universidad Nacional de Misiones.
- Cobra, M. H. N. (1997). *Marketing básico: una perspectiva brasilera*. 4. ed. São Paulo.
- Gallardo, J., (2000). *Curso Taller Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, un enfoque de sistemas para empresarios*. México, D.F., Nacional Financiera
- INEGI, (2010). *Sistema para la Consulta de Información Censal 2010*. Disponible en: <http://gaia.inegi.org.mx/scince2/viewer.html>
- Kotler, P. y Armstrong G. (1996). *Mercadotecnia*. Sexta Edición. México. Editorial Prentice Hall.
- Kotler, P. y G. Armstrong (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Cuarta Edición. México. Editorial Prentice Hall.
- Kotler, P. (1998). *Administración de marketing: planeamiento, implementación y control*. 5., ed. São Paulo.
- Llamazares, G. L. O., y Arteaga, J., y Cerviño, F. J. (2013). *Marketing y Negociación Intenacional. En Manual de internacionalización. Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización*, España, Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
- Limeira, T. M. V., (2008). *Comportamiento del consumidor brasilero*. São Paulo
- Lindon, D., et al. (2000). *Mercator: teoria e prática do marketing*, 9 ed. Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- Meinick J. (1958). *Manual de Proyectos de desarrollo económico*, México, Ed. Organización de las Naciones Unidas.
- Ortegón, E., J.F. Pacheco y A. Prieto (2005). *Manual: Metodología del marco lógico para la planificación*,

- el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.* Santiago de Chile, Edit. Instituto Latinoamericano de Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), CEPAL.
- Rodríguez S., A. R., (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia: Antología dirigida a estudiantes de mercadotecnia*, Guanajuato, México.
- Sapag, C. N., (2004). *Evaluación de proyectos de Inversión en la empresa*, Argentina, Segunda reimpresión, Edit. Pearson Education.
- Sapag, C. N., (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación.* México, Pearson Educación de México.
- Yanaze, M. H. (2011). *Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações*, 2 ed. São Paulo.

LOS CLÚSTERES Y LAS OPORTUNIDADES PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO.

CLUSTERS AND OPPORTUNITIES FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN MEXICO.

Carlos Mario Rodríguez Peralta¹⁵, Selene Jiménez Bautista¹⁶

RESUMEN

La importancia las micro, pequeña y mediana empresa (Pymes) se ha destacado en los últimos años por los cambios que el sistema productivo ha sufrido al transformarse en un sistema flexible que desintegra el proceso productivo en distintas etapas que pueden localizarse en distintas partes del globo.

Es por ello que le presente artículo pretende hacer un análisis de las oportunidades que se abren para las Pymes con la dinámica que en el clúster se desarrolla y a su vez, explorar las oportunidades que en el caso mexicano se abren para las mismas. Así, se parte de la consideración de que la dinámica del clúster es capaz de generar fuerzas que le permitan a las Pymes incrustarse en la dinámica mundial con éxito, sin embargo, dadas las características del clúster típico en el país, la forma en la que la red de producción global se configura y la problemática en que se ven sumergidas las Pymes nacionales, dichas oportunidades se ven reducidas.

Para lo anterior, se hace una revisión teórica de cómo es que se configuran las aglomeraciones y la dinámica que en ellas se desarrollan a partir de autores como Marshall, Porter, Kaplinsky, Bell y Albu, entre otros. Partiendo de lo anterior, se examinan las oportunidades que se pueden crear para las Pymes, tratando de adaptar dichas relaciones al caso mexicano, para con ello, junto con las características de dichas unidades económicas en el país, revisar las oportunidades de las Pymes en los clústeres nacionales.

Palabras clave: clúster tipo enclave, clúster, Pymes, aglomeraciones, producción flexible

ABSTRACT

The importance of micro, small and medium enterprises (SMEs) has been highlighted in recent years by the changes that the production system has undergone as it becomes a flexible system that disintegrates the production process in different stages that can be located in different parts of the globe.

This paper aims to make an analysis of the opportunities have been opened for SMEs with the dynamic developed in clusters, and explore the opportunities that, in the Mexican case, are open for them. Thus, it is based on the consideration that the dynamic of the cluster is capable to generating forces that allows to SMEs to embed themselves in the world dynamics successful. However, given the characteristics of the typical cluster in the country, the way in which the global production network is configured and the problems in which the national SMEs are submerged, these opportunities are reduced.

¹⁵ Doctor en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesor de Asignatura, Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesor de Asignatura, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).

¹⁶ Doctora en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Profesor de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), profesor de asignatura en la UNAM y Líder del Cuerpo Académico "Comercio, Economía y Negocios Internacionales para el Desarrollo".

For the above, this paper starts with a theoretical review about the agglomerations from authors like Marshall, Porter, Kaplinsky, Bell and Albu. Furthermore, the opportunities that can be created for SMEs are examined, trying to adapt these relationships to the Mexican case, in order to review the opportunities of SMEs in the national clusters.

Key words: cluster, SMEs, agglomerations, lean production.

Fecha de envío: 27 de abril de 2018/Fecha de Aceptado: 20 de julio de 2018.

INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeña y mediana empresa tienen una importante participación en la formación del producto y empleo en las economías nacionales a nivel mundial. Su importancia se ha destacado en los últimos años por los cambios que el sistema productivo ha sufrido al transformarse en un sistema flexible que desintegra el proceso productivo en distintas etapas que pueden localizarse en distintas partes del globo.

Dicho proceso ha colocado una vez más a la concentración de la actividad económica en ciertos puntos geográficamente localizados en un papel central, en una tendencia hacia la dispersión de la producción a nivel global, una contradicción que se resuelve en la generación de una dinámica a la cual algunos autores denominan clúster. Este proceso a su vez ha abierto una ventana de oportunidad para la Pymes de incrustarse en la dinámica mundial.

Es por ello que el presente artículo pretende hacer un análisis de las oportunidades que se abren para las Pymes con la dinámica que en el clúster se desarrolla y a su vez, explorar las oportunidades que en el caso mexicano se abren para las mismas. Así, se parte de la consideración de que la dinámica

del clúster es capaz de generar fuerzas que le permitan a las Pymes incrustarse en la dinámica mundial con éxito, sin embargo, dadas las características del clúster típico en el país, la forma en la que la red de producción global se configura y la problemática en que se ven sumergidas las Pymes nacionales, dichas oportunidades se ven reducidas. Sin embargo, este trabajo pretende además contribuir a la discusión de los elementos a considerar al hablar de procesos de integración de las Pymes a la dinámica mundial.

Para lo anterior, se hace una revisión teórica de cómo es que se configuran las aglomeraciones y la dinámica que en ellas se desarrollan a partir de autores como Marshall, Porter, Kaplinsky, Bell y Albu, entre otros. Partiendo de lo anterior, se examinan las oportunidades que se pueden crear para las Pymes, tratando de adaptar dichas relaciones al caso mexicano, para con ello, junto con las características de dichas unidades económicas en el país, revisar las oportunidades de las Pymes en los clústeres nacionales.

LA VENTAJA DE LA CONCENTRACIÓN DE LA ACTIVIDAD EN ZONAS GEOGRÁFICAS ESPECÍFICAS.

La teoría de la aglomeración basada en la economía neoclásica argumenta que la razón principal de que la producción esté concentrada en un limitado número de locaciones es por las economías de escala que se pueden alcanzar (Solleiro y González, 2012).

Con respecto a lo anterior Marshall (1920) argumentó que las empresas podían “expandirse en un lugar particular debido a las posibilidades de aprovechar las economías externas. Esto puede incluir recursos derivados de los factores comunes de producción tales como tierra, trabajo, capital, energía, sistemas de drenaje y transportación. Mientras mayor sea el peso relativo del recurso asociado a estos factores comunes, así como el grado de especialización que permiten a la empresa, más grande puede ser la posibilidad de bajar los precios de esos factores y de hacer crecer la productividad” (Solleiro y González, 2012:30). Además consideraba que “la concentración geográfica de la industria podría derivar de varias causas. Entre ellas, Marshall destacó la naturaleza del clima y del suelo, la existencia de minas y canteras en los alrededores o la fácil accesibilidad de la localidad por tierra o agua. El emplazamiento (...) de un núcleo denso de demanda, podría también dar lugar a la emergencia de una localización industrial concentrada [Marshall, 1963:224]. Una vez arreglada en una localidad, por cualquiera de las causas anteriores, Marshall consideraba muy probable que la industria siguiese allí, debido a las ventajas derivadas de la mutua

proximidad” (Catalán, Miranda y Ramón, 2011:10).

Según Marshall existían tres factores por los cuales se derivaban estas ventajas (Catalán, Miranda y Ramón, 2011:11):

a) El conocimiento no puede ser codificado en su totalidad y, por tanto, un sistema de patentes no evita plenamente que vecinos avisados repliquen la innovación e incluso la mejoren. La industria concentrada da lugar a lo que, más moderadamente, se ha llamado efecto desbordamiento del conocimiento tecnológico.

b) El surgimiento de industrias subsidiarias (proveedores). La concentración de fábricas de un determinado producto en el distrito favorece que aparezcan los proveedores capaces de suministrar la maquinaria especializada.

c) La industria localizada se beneficia de la existencia de un mercado constante de mano de obra especializada

Estos tres tipos de externalidades suelen considerarse como economías típicas del distrito industrial marshalliano.

La innovación resulta ser un punto importante, incluso como generadora de aglomeraciones. A este respecto Perroux argumentaba que “las empresas de industrias innovadoras dinámicas crecerían a un ritmo mayor que aquellas que no lo fueran, de tal manera que los sectores dinámicos en las cuales funcionaban impactarían a otras industrias a través de sus

eslabonamientos hacia atrás y hacia adelante. (...) Así, tales eslabonamientos y efectos sobre los precios se difundirían y multiplicarían a través de un complejo de industrias interrelacionadas en aquellos lugares donde estuvieran localizadas. De esta manera la actividad innovadora llevaría a las economías de aglomeración” (Perroux, 1955 en Solleiro y González, 2012:35).

Así, parece existir una relación bidireccional entre localización geográfica e innovación. Sin embargo, una vez establecida la aglomeración, la innovación se ve estimulada. A este respecto Hoover y Vernon señalan que “la introducción de nuevos productos innovadores depende fuertemente de las comunicaciones y economías externas” (Solleiro y González, 2012:35).

Las aglomeraciones así se podían transformar en modelos de ciudades que a través de la innovación renuevan sus capacidades. Este modelo consiste en que los productos nuevos constantemente reemplazan a los viejos, lo cual es considerado como una característica clave de la fuerza de auto-sostenimiento de las áreas de alta tecnología. Esto supone que las aglomeraciones innovadoras de alta tecnología no sufrirían el declive debido a que sus ciclos rápidamente cambiantes no permiten que los productos lleguen a ser estandarizados (Solleiro y González, 2012).

En el mundo contemporáneo, gracias a la implementación de las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC's), a la emergencia de la producción flexible y la

formación de Redes globales de producción (RPG), se pudo fragmentar el proceso productivo y realizar partes de la producción en distintos lugares. Esto último se habría de expresar en una nueva división internacional del trabajo que habría de ligarse a la aglomeración, es decir, a la concentración de las actividades productivas en ciertas ciudades urbano-regionales. Se hizo posible producir partes de un producto en distintos países, para luego ser enviados a donde se habrían de convertir en uno solo en otro destino, y dirigirlos como productos terminados a un mercado distinto.

Las RPG habrían de permitir a las líderes sostener posiciones cuasi-monopólicas, generar poder de mercado a través de la especialización y levantar barreras a la entrada (Dieter, 2003).

Las RPG son una forma de organización empresarial que incluye las transacciones al interior de la empresa y aquellas que se llevan a cabo entre empresas, así como sus formas de coordinación. Una RPG vincula a las propias subsidiarias de las líderes, afiliadas y coinversiones, con sus subcontratistas, proveedores, proveedores de servicios, así como a los compañeros en alianzas estratégicas (Dieter, 2003).

Las RPG están organizadas jerárquicamente en una estructura que va desde la cima en donde se encuentran las líderes de red, las cuales tienen bajo su dominio a la red, hasta una variedad de proveedores especializados usualmente más pequeños quienes se encuentran en la parte más baja. Es

importante destacar que es la líder de la red quién rompe la cadena de valor en una variedad de funciones específicas, colocándolas donde puedan llevarse a cabo más eficazmente, y en relación a su estrategia global.

En cuanto a los proveedores, éstos suelen ser locales y pueden distinguirse dos tipos: los proveedores líderes y los proveedores de nivel inferior. Los primeros juegan un rol intermedio entre las líderes globales y los proveedores locales de nivel inferior. Ellos tratan directamente con las líderes. Poseen valiosos activos de propiedad (incluyendo tecnología) y han desarrollado su propia mini RPG (Chen&Chen, 2002, en Dieter, 2003). Con la excepción de I&D básica y mercadeo estratégico, el proveedor líder debe ser capaz de llevar a cabo todos los pasos de la cadena de valor. Incluso debe asumir las funciones de coordinación necesarias para la administración de la cadena de proveeduría de la cadena global. Esto requiere que el proveedor líder desarrolle e integre a su propia red densos encadenamientos de clusters dispersos geográficamente, pero concentrados y especializados localmente. Los proveedores de nivel inferior están en una posición más precaria. Sus principales ventajas competitivas son su bajo costo, velocidad y flexibilidad de entrega. Éstos pueden ser expulsados sin previo aviso, carecen de activos de propiedad y su posición financiera es débil (Dieter, 2003).

Bajo éstas características, la aglomeración pudo ser vista como fuente de ventaja para

las líderes. Así, retomando la idea Marshalliana de Economías externas e internas, pero desde el punto de vista de la red global expresado por Kaplinsky (2005), la empresa líder pudo ser capaz de apropiarse de rentas endógenas y exógenas.

La concentración de las actividades estudiadas por Marshall, se habrían de convertir en verdaderos centros de producción en medio de una tendencia general a dispersar la producción en el mundo a través de densas redes lideradas por grandes empresas oligopólicas.

Bajo este contexto Michael Porter insiste en que los sectores de gran éxito internacional van asociados a una elevada concentración geográfica de la actividad económica. Para referirse a dicha concentración ha utilizado la expresión clúster. Éste concepto, en palabras de Porter (1998), hace referencia a “concentraciones geográficas de compañías interconectadas e instituciones en un campo específico (las cuales abarcan) una gran variedad de industrias relacionadas y otras entidades importantes para la competencia. Ellas incluyen, por ejemplo, abastecedores de insumos especializados, así como componentes, maquinaria y servicios, y proveedores de infraestructura especializada. Los clústeres se extienden hacia abajo hacia los clientes, y lateralmente hacia manufactureros de productos complementarios y hacia compañías en industrias relacionadas por habilidades, tecnologías, o insumos comunes. Finalmente, muchos clústeres incluyen al gobierno y otras instituciones –como

universidades, organismos de normalización, grupos de reflexión, proveedores de entrenamiento vocacional, y asociaciones de comercio- los cuales proveen de entrenamiento especializado, educación, información, investigación y soporte técnico” (Porter, 1998:78).

Cabe destacar que para la elaboración del concepto de clúster de Porter, se toma en consideración un modelo típico de las regiones desarrolladas, describiendo concentraciones en zonas geográficas determinadas con una dinámica que difiere en esencia a lo que ocurre con regiones con menor desarrollo.

Sin embargo, muchos autores consideran que se pueden encontrar ciertos elementos que pueden hacer de las aglomeraciones en países en desarrollos un clúster.

En este sentido, Bell y Albu (Bell y Albu, 1999) realizan un estudio en el que consideran que el concepto clúster es aplicable a economías en desarrollo.

Partiendo de que existen dos perspectivas con respecto a la tecnología y la industrialización, aquella que data de los años 60 y aquella que tiene sus orígenes a partir de los años 70 e identifican como las de los años 90, Bell y Albu explican que la innovación en los clústeres de países en desarrollo es una realidad.

Desde la primera perspectiva, que buscaba entender el cambio tecnológico industrial en los países en desarrollo, “la tecnología era identificada casi exclusivamente como la maquinaria (bienes de capital). El cambio

tecnológico por tanto era visto como el desarrollo de nuevos tipos de maquinaria (innovación tecnológica), o la adquisición e instalación de nueva maquinaria la cual ya había sido desarrollada en algún lugar (la difusión de la tecnología)” (Bell y Albu, 1999:1717).

“Se dibujó una fuerte distinción entre innovación tecnológica y difusión tecnológica. Una fue considerada tecnológicamente creativa; la otra fue vista como una simple implicación de una adopción pasiva de innovaciones creadas por otros” (Bell y Albu, 1999:1717).

Bajo ésta misma perspectiva *“La industria moderna en países en desarrollo fue vista típicamente como una adquisición de casi todos los bienes de capital de proveedores del mundo industrializado. Si había alguna producción de bienes de capital en países en desarrollo, esto implicaba meramente la replicación tecnológicamente pasiva de maquinaria diseñada originariamente en el mundo industrializado”* (Bell y Albu, 1999:1717).

Así pues, “cualquier cambio tecnológico industrial generado en países en desarrollo era visto como esencialmente menor y adaptativo implicando una pequeña o la falta de creatividad tecnológica. La principal tarea tecnológica fue meramente adquirir, y aprender cómo usar, las tecnologías disponibles...” (Bell y Albu, 1999:1717).

Sin embargo, no todos los científicos sociales de la época aceptaron esa perspectiva, y a principios de los años 70 se empezó a

explorar las realidades del cambio tecnológico a gran escala de la industria en países en desarrollo.

Dichos autores encontraron una serie de razones que les permitían asegurar que la innovación en países en desarrollo era más que el simple proceso de difusión de las tecnologías desarrolladas por los países centrales. Así, desde ésta perspectiva de los 90, "el cambio tecnológico no es simplemente algo que las empresas escogen y compran de fuera. Por el contrario, ésta está enraizada en un conjunto específico de recursos generadores de cambio o capacidades localizadas dentro de la estructura de las empresas que usan la tecnología. En consecuencia, los procesos de aprendizaje que contribuyen a la construcción y reforzamiento de esas capacidades se aprecian como las que juegan un importante papel en el dinamismo y sustentabilidad de largo plazo de la producción industrial" (Bell y Albu, 1999: 1718).

Bajo la opinión de Bell y Albu, se debe dar énfasis no sólo a los recursos generadores de cambio internos, sino también a los vínculos con recursos de tecnología externos (otras empresas y organizaciones más especializadas en generación de conocimiento como universidades o institutos de I&D). Las combinaciones de capacidades organizativas internas con recursos de conocimiento externo, y los vínculos entre ellos, son descritas como sistemas de innovación, sistemas tecnológicos o sistemas de conocimiento industriales, una abundancia

de conceptos derivados enteramente de la investigación en el mundo industrializado.

Un clúster en un país en desarrollo debe contar con la capacidad de absorción de tecnología del exterior del clúster, la capacidad de generar tecnología al interior del mismo. Asimismo, debe contar con una base organizacional capaz de permitir la difusión del conocimiento dentro del clúster, contar con una actitud cooperativa de los agentes integrantes del mismo y la capacidad de estructurar una base organizativa que permita tomar a los agentes un papel activo en el cambio tecnológico.

Otra variable de suma importancia es la complejidad de la tecnología desarrollada en el clúster, pues el sistema de conocimiento requiere una mayor estructura organizacional y una participación más activa de los agentes entre más compleja sea la tecnología a desarrollar.

Así, entre más coordinado esté el clúster para generar tecnología desde el interior, así como más conectado esté con el exterior y tenga capacidad de absorber ese conocimiento externo, y más cercano esté a la frontera del conocimiento, más dinámico será el sistema.

Siguiendo ésta misma lógica en la que se destaca la diferencia entre un clúster propio de un país desarrollado, y uno en un país subdesarrollado o en vías de desarrollo, se habla del concepto de clúster periférico.

Dicho concepto "*no sólo hace referencia a la dimensión geográfica. Los clústeres periféricos se refieren a una idea más amplia*

que presenta nuevas características adicionales (Gorenstein y Moltoni, 2011). En este sentido, se pueden destacar elementos como el bajo desempeño innovador, la reducida inversión en I+D o una especialización productiva basada en recursos naturales sin vínculos hacia delante o hacia atrás en la cadena productiva. Asimismo, unas reducidas capacidades empresariales y una limitada masa crítica, la carencia de infraestructura y servicios especializados y la volatilidad macroeconómica también constituyen características definitorias” (Varela y Sánchez, 2014:162).

La aglomeración se ha convertido en una forma de incrementar, a través de externalidades, la productividad de la empresa, por lo que ésta tenderá a aglomerarse y utilizando las tecnologías disponibles, generará cambios a su estructura y en la estructura de su medio. La aglomeración se transforma en una expresión clara de la búsqueda de la dirección de la gran empresa que desintegra la producción en complejas redes de proveeduría, permeándose de las externalidades generadas de ubicarse geográficamente en proximidad a la competencia.

LAS PYMES Y SU INCLUSIÓN EN LA DINÁMICA MUNDIAL

Actualmente, las nuevas tecnologías hacen más fácil y más barato descubrir y dirigirse a los mercados objetivo (Capó, Expósito y Masiá, 2007). El reto de las empresas ante

este nuevo entorno es diseñar arquitecturas organizativas flexibles y adaptativas, que les permitan actuar eficazmente en un entorno inestable e incierto. La capacidad de configurar una organización que garantice la permanente y rigurosa percepción de los cambios del mercado se ha convertido en una capacidad esencial para las grandes empresas. El entorno económico actual se caracteriza principalmente por una competencia global entre cadenas de producción, rápidos desarrollos tecnológicos, ciclos de vida del producto cada vez más cortos, consumidores cada día más exigentes y cambios en las estructuras organizativas de las empresas (OES, 2003 en Capó, Expósito y Masiá, 2007). En este contexto, las economías avanzadas se están convirtiendo en las llamadas economías del conocimiento (Capó, Expósito y Masiá, 2007).

Toda empresa debe considerar lo anterior, sobre todo lo relacionado con el conocimiento, ya que el desarrollo de su competitividad y por ende, su permanencia o inclusión en la dinámica global depende de ello.

De ello se desprende una característica fundamental de la dinámica mundial que le permite a las Pymes aprovechar: la necesidad de flexibilidad en la producción. Una de las características esenciales de las Pymes es que empresas son empresas por naturaleza flexibles, en gran medida porque sus activos fijos son mínimos, por lo que adoptar nuevos procesos queda principalmente en manos de los recursos

humanos, quién puede adaptarse más rápido que el capital (Capó, Expósito y Masiá, 2007). Sin embargo, aquellas empresas que no estén en la dinámica de la economía del conocimiento estarán destinadas al fracaso.

Es por ello que es de especial importancia para las Pymes establecer los mecanismos necesarios para adquirir competencias y conocimientos que no se poseen. Según (Capó, Expósito y Masiá, 2007), la forma en que las Pymes pueden hacerse de dichos elementos, dadas sus características de pequeño tamaño, son principalmente a través de fuentes externas, que incluyen desde la búsqueda de personal hasta la interacción con otros agentes como asesores o consultores, clientes y proveedores, otras empresas, universidades o centros de investigación, centros de formación, entidades bancarias o la propia administración. Así mismo mencionan que los clientes y proveedores que operan en la cadena de valor de las propias empresas representan la fuente externa más importante de las PYME para adquirir nuevas competencias.

Es por ello que el éxito de las Pymes está estrechamente relacionado con la activa participación del gobierno. Se puede destacar el papel crucial del gobierno en el refuerzo (aunque no en la creación) de las condiciones que facilitan la cooperación entre empresas y regiones. Los gobiernos locales o regionales pueden proporcionar espacios físicos para las nuevas empresas (incubadoras de empresas), con servicios administrativos e informáticos conjuntos,

información sobre tecnología y oportunidades de negocio, así como asistencia técnica y empresarial de calidad, los llamados servicios reales (Capó, Expósito y Masiá, 2007), que se distinguen de la ayuda financiera que es también fundamental.

Lo que se puede observar entonces, es que la concentración de la actividad en clústeres tiene la capacidad potencial de generar una serie de ventajas para las Pymes entre las que destaca el que "*se pueden establecer en ellos verdaderas comunidades de conocimiento*" (Capó, Expósito y Masiá, 2007:119), contando además con actores como empresas que formen parte de las cadenas de proveeduría global, entidades educativas y de capacitación, así como el gobierno, que en conjunto contribuyan a generar un ambiente propicio que provea de competencias y conocimientos de los cuales las Pymes carecen.

Se trata de generar las condiciones para que las empresas (grandes, medianas y pequeñas) establezcan relaciones entre ellas de tal forma que constituyan redes dinámicas, en las cuales se disuelvan las barreras al aprendizaje, con lo que el conocimiento pueda fluir libremente.

La concentración de la actividad en clústeres permite además reducir las debilidades de las Pymes, mediante el fomento de la cooperación entre ellas. Así, "mediante la cooperación horizontal (...), las empresas pueden lograr colectivamente economías de escala que superen el alcance de las pequeñas empresas individuales, realizar

grandes compras de insumos y alcanzar la escala óptima de utilización de maquinaria, además de juntar sus capacidades de producción para satisfacer pedidos de gran escala (Pyke, 1992). A través de la integración vertical (...), las empresas pueden especializarse en su actividad principal y ceder el paso a una división externa del trabajo (Marshall, 1920). La cooperación entre empresas también impulsa un espacio de aprendizaje colectivo (...), donde las ideas se intercambian y desarrollan y el conocimiento se comparte en un intento colectivo de mejorar la calidad del producto y ocupar segmentos de mercado más remunerativos" (Ceglie y Dini, 1999:85).

Por otro lado, la misma concentración de las actividades genera la apertura de nuevos nichos de mercado, que pueden ser abastecidos por las Pymes. Así, "A medida que los emprendedores crean empresas, permiten el surgimiento de otras pequeñas empresas, el volumen de creación de nuevos negocios crecerá, y esas nuevas pequeñas empresas se agruparán en torno a las ciudades que ofrecen las bienvenidas más calurosas: aquellas con empresas con ideologías afines que entiendan que brindan servicios y productos especializados para sus necesidades" (Post, 2014).

Por todo lo anterior, el clúster puede verse como una potencial oportunidad para el desarrollo de Pymes Exitosas.

LOS CLÚSTERES Y LAS PYMES MEXICANAS

Los Clústeres en México

Si bien es cierto que el éxito del clúster en la nueva dinámica de producción mundial permite la apertura oportunidades para las Pymes, dichas oportunidades tienen sus características especiales dependiendo del tipo de clúster del que se trate.

En la primera parte del presente trabajo, se han expuesto un conjunto de conceptos que hacen referencia a diferentes tipos de aglomeración de la actividad económica en espacios geográficamente localizados, cuyas características dependen de la dinámica que en su interior se genere. Así, partiendo del distrito industrial marshalliano hasta el clúster de Porter, se llega a la conclusión existe una diversidad en la forma en la que la aglomeración se comporta, y dependiendo de ésta, puede hablarse de un clúster en un país desarrollado o un clúster en un país en vías de desarrollo o bien de un clúster periférico.

Sin embargo, las características de las aglomeraciones van evolucionando a través del tiempo y encontramos, como en el caso de México, que las aglomeraciones pueden tener una dinámica diferente a la que autores en el pasado han descrito.

México hoy en día se caracteriza como una importante plataforma de producción a nivel mundial, con un gran atractivo basado en, entre otras variables, su cercanía y fácil acceso a uno de los mayores mercados mundiales (Estados Unidos) y un bajo costo relativo de la mano de obra en la región.

Debido a lo anterior, en general, las grandes empresas líderes de cadena, aprovechan las ventajas locales del país, con el fin de dirigir

sus producciones al atractivo mercado estadounidense.

Las aglomeraciones en México tienden a concentrar diferentes actores entre los que se pueden encontrar las líderes de la cadena, proveedores de primero, segundo y tercer nivel, Instituciones Educativas (Universidades y Tecnológicas), Instituciones de soporte Técnico y logístico, Instituciones Empresariales e instituciones gubernamentales, todos actores que podemos encontrar en una estructura de clúster definida por Porter (Porter, 1998).

Sin embargo, a diferencia del clúster de Porter, la dinámica se trae del exterior a partir de la llegada de la empresa líder y sus proveedoras a la localidad. Es decir, todo principia con la llegada de empresas líderes que traen consigo a gran parte de su cadena de proveeduría, un proceso que ha de limitar la competencia y el acceso a la cadena en el lugar.

A partir de entonces, el gobierno a partir de políticas reactivas¹⁷ genera infraestructura que propicia el desarrollo local, promoviendo la creación y fortalecimiento de programas de estudio entre otras actividades.

Aunado a lo anterior, es posible que en el lugar ocurran intensos procesos de innovación. Sin embargo, dichos procesos son llevados a cabo por las empresas líderes y sus principales proveedoras, y no todo el proceso se encuentra localizado en el clúster,

¹⁷ Debe considerarse que en algunos casos los gobiernos locales promueven la llegada de empresas extranjeras a partir de programas relacionados con atracción de inversiones, en donde se les ofrecen incentivos fiscales con tales fines.

sino éste mismo ha sido dividido en diferentes eslabones que se comparten entre diferentes regiones del mundo, y generalmente los procesos más complejos y de mayor valor agregado, siguen estando en los clústeres de países desarrollados.

La competencia que puede darse localmente no es intensa, pues en primer lugar la líder generalmente llega con empresas que han demostrado tener la capacidad para abastecerla en otros países, principalmente sus países de origen, por lo que de existir competencia, ésta se deja en los últimos eslabones de la cadena de valor, abriendo una muy pequeña posibilidad a los proveedores locales de integrarse, aunque las exigencias y características de la producción en una intensa competencia a nivel mundial puede funcionar como una fuerte barrera. En segundo lugar la competencia entre líderes no se lleva a cabo localmente. El lugar forma parte de una estrategia de las empresas globales para hacerse de las ventajas derivadas de producir en ese lugar, tal y como Hymer menciona (Hymer, 1976), y la producción no está destinada al mercado local, por lo que no existen consumidores exigentes que formen parte del clúster como Porter (Porter, 1998) describe, al menos no para el producto terminado.

La falta de competencia hace también que los procesos de innovación no sean intensos localmente, y principalmente, no se encuentren completamente establecidos en el lugar. Existe generalmente una heterogeneidad entre las empresas que

utilizan dicho proceso como clave para competir.

Por tanto, un concepto actualizado que se propone y que se adapta a la realidad de muchas industrias en el país es el Clúster tipo enclave.

Los clústeres tipo enclave son concentraciones geográficas de compañías, agentes gubernamentales e instituciones que abarcan una gran variedad de industrias relacionadas y otras entidades importantes para la competencia. Los actores que se incluyen en dicha concentración son, por ejemplo, abastecedores de insumos especializados, así como de componentes y servicios. Se trata de concentraciones cuyo principal componente de inversión es de origen extranjero, explotando las características regionales para obtener mayor productividad. Dichas concentraciones se generan a partir de la llegada de una líder de cadena, y la consecuente llegada de sus proveedoras, integrando en algunos casos a, a proveedores locales quienes se encargan de los eslabones de menor valor agregado de la cadena. Éste tipo de clústeres incluyen al gobierno y otras instituciones como universidades, proveedores de entrenamiento vocacional, y asociaciones de comercio privadas, quienes intentan proveer de entrenamiento especializado y educación, investigación y soporte técnico, sin embargo, las relaciones entre los agentes es débil dado el limitado acceso que provee la líder a la cadena.

Otra característica de este tipo de clústeres, es que permite la derrama de conocimientos tecnológicos, dado que existen fuertes procesos de innovación, sin embargo, tales procesos de innovación en su mayoría no se encuentran completamente localizados en el clúster. Una gran parte, principalmente la de mayor contenido tecnológico, se encuentra fuera de la aglomeración. Existe además una fuerte heterogeneidad entre empresas que integran procesos de innovación y quienes no, y la mayor parte de los esfuerzos de innovación se encuentra entre las proveedoras de las líderes de la cadena.

LAS PYMES EN MÉXICO

Para otorgarle un tamaño a la empresa, diversos organismos determinan criterios para ello, en México las empresas se clasifican según el número de empleados y el monto de ventas anuales. El Diario Oficial de la Federación, publicó el 25 de junio de 2009, el Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, modificando la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Las pequeñas y medianas empresas se caracterizan por tener un número de empleados moderado, así como ventas moderadas; el sector industrial es, por su naturaleza, el que exige más tamaño como empresa para poder operar, ahí una mediana empresa puede alcanzar hasta 250 empleados.

Del total de empresas consideradas en la ENAPROCE 2015 (INEGI, 2015), 97.6% son

microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total, mientras que las empresas pequeñas, que son un 2% tienen el 13.5% del personal ocupado. Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas registradas y tienen poco más del 11% de los ocupados.

La problemática de las Pymes en México es amplia, desde insuficiencias internas, como son los procesos administrativos, a cuestiones de carácter externo como la dificultad para acceder al financiamiento.

Según la Secretaría de Economía (INADEM, 2016), se han encontrado 6 grandes temas en la problemática de la productividad de las Pymes en México:

- Limitaciones para acceder a capital físico y financiero
- Carencias en capital humano
- Limitaciones para implementar técnicas y tecnologías a procesos productivos, de servicios y de comercialización
- Falta de capacidad para innovar y desarrollo tecnológico
- Entorno institucional y ambiente para “hacer negocios poco favorables”
- Carencia de infraestructura y servicios que faciliten la producción

Dentro del conjunto antes mencionado destacan tres: Carencias en capital humano; Limitaciones para implementar técnicas y tecnologías a procesos productivos, de servicios y de comercialización; y Falta de capacidad para innovar y desarrollo tecnológico. Estos grandes temas dentro de la problemática de las Pymes son

importantes dentro del esquema de “economía del conocimiento” hacia la cual se dirige la dinámica mundial. Dichos problemas van desde la falta de uso de las TIC's, hasta la falta de capacitación de los empleados y dificultad para atraer personal capacitado.

Otro elemento importante es la “escasa vinculación universidad-empresa (como) factor que limita el desarrollo tecnológico y productivo de las MIPYMES (pues) únicamente el 0.6% de las empresas cuentan con un convenio de colaboración con universidades” (INADEM, 2016:24).

Dichos elementos a los que podemos denominar internos se combinan con los ya mencionados y que tiene que ver con la dinámica de la producción a nivel mundial y se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Las grandes empresas (las líderes) reservan para ellas el desarrollo de actividades de la cadena de valor que poseen el mayor contenido tecnológico, delegando aquellas que involucran actividades de menor valor.
- Las grandes empresas hacen convenios formales con proveedoras en el extranjero, generalmente aquellas proveedoras que han demostrado contar con las capacidades suficientes para abastecer a la líder, por lo que el acceso a la red es restringido, dado que las proveedoras de la líder también cuentan con sus propias proveedoras. Cuando una líder llega a un lugar específico de México, trae consigo a sus proveedoras, y

sus proveedoras a las suyas, por lo que hay escaso margen para la inclusión de nuevos jugadores en la cadena.

- Los requisitos para ingresar a la cadena de proveeduría en el clúster, tiene altos requisitos en calidad, tiempos de entrega y financiamiento, por lo que no cualquiera tiene la capacidad de acceder a la misma.

Dichos elementos a los que podemos llamar externos, se combinan con los elementos internos, lo que provocan que el conjunto de oportunidades abiertas para las Pymes con la existencia de los Clústeres se reduzca de manera significativa.

Se puede añadir además un conjunto de factores a los que podemos llamar Mixtos, entre los cuales encontramos aquellos que tienen que ver con la dinámica del clúster:

- La dinámica del clúster tipo enclave genera una falta de competencia, que inhibe la capacidad de la aglomeración por incentivar la innovación.
- La falta de vínculos de las empresas con las universidades inhibe la capacidad del clúster de generar elementos que alimenten la base educativa de la aglomeración y por ende, las capacidades de las empresas de generar procesos de innovación.
- La falta de vínculos entre empresas por la dinámica propia del clúster tipo enclave, mantiene aislada la dinámica de la red global y las empresas locales, combinada con la falta de vínculos entre empresas locales que podrían generar una reducción de las debilidades a través de la

cooperación vertical y horizontal entre ellas mismas.

- La insuficiente infraestructura propia de un país como México que es superada por las necesidades de las grandes empresas sumergidas en una competencia global.

Tenemos entonces un conjunto de factores que limitan la capacidad potencial de un clúster de generar oportunidades para las Pymes mexicanas. Factores que van desde la dinámica propia de la red global de producción (factores externos), que imprimen ciertas características en la aglomeración materializada en un clúster tipo enclave (factores mixtos) y la naturaleza y dinámica propia de las Pymes en el contexto nacional (factores internos).

CONCLUSIONES

La dinámica de producción mundial ha permitido que el proceso productivo sea dividido en diferentes actividades que pueden localizarse en diferentes partes del mundo. Se ha dado origen a una organización jerárquica en donde participan empresas de diferentes tamaños en diferentes partes del mundo en la producción de un bien. Se trata de un proceso de dispersión de la producción que traspasa las fronteras nacionales, y ubica los procesos productivos en zonas geográficamente determinadas. Es por ello que la aglomeración de entidades productivas en dichos lugares, que con anterioridad habían tomado importancia, hoy en día se revalora ahora bajo la dinámica antes descrita. Los clústeres, en donde se concentran actores como empresas,

instituciones educativas y el gobierno, generan una dinámica que abren un conjunto de oportunidades a empresas pequeñas dadas sus capacidades específicas de flexibilidad derivadas de tamaño. Adicionalmente, el clúster al concentrar la actividad y a diversos actores, les permite a las empresas de menor tamaño organizarse y generar procesos de cooperación horizontal y vertical que reducen sus debilidades, permitiéndoles ser partícipes exitosos del proceso de producción global.

Si bien lo anterior es cierto, dicha capacidad potencial se puede ver reducida por factores internos, relacionados con las características de la Pymes en países como México, por características Mixtas, relacionadas con la dinámica de los clústeres tipo enclave, típicos en regiones en desarrollo como nuestro país, y factores externos, que involucran las características de la organización jerárquica en la que se ha convertido la producción a nivel mundial.

Así, las Pymes en países como México se enfrentan a un conjunto de factores que se refuerzan entre sí, y colocan una serie de obstáculos a su éxito. Sin embargo, la comprensión de la forma en los que estos factores se generan y se combinan permite conocer el proceso y abre la posibilidad de generar un conjunto de acciones que repercutan exitosamente en la inclusión de las Pymes en la red global de valor y se abran las puertas al aprovechamiento de las oportunidades que los Clústeres ofrecen para las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

- Bell, Martin y Albu, Michael (1999). "Knowledge Systems and Technological Dynamism in Industrial Clusters in Developing Countries" *World Development*, Vol. 27, No. 9, Elsevier Science Ltd, Great Britain.
- Capó Vicedo, Josep; Expósito Langa Manuel y Masiá Buades, Enrique (2007). "La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global". *Revista eure* (Vol. XXXIII, Nº 98), pp. 119-133, Santiago de Chile, mayo de 2007.
- Catalán, Jordi; Miranda, J.A. y Ramón Muñoz R. (eds.) (2011). *Distritos y Clusters en la Europa del Sur*, LID Editorial Empresarial, España.
- Ceglie, Giovanna y Dini, Marco (1999). "El desarrollo de clusters y redes de PYMES en los países en desarrollo: el caso de Nicaragua", *Revista Encuentro*, AÑO XXXI, No. 50, Managua, Nicaragua.
- Dieter Ernst, (2003). "Redes globales de producción, difusión del conocimiento y formación de capacidades locales. Un marco conceptual", en Enrique Dussel Peters (coords.), *La industria electrónica en México: problemática, perspectivas y propuestas*, Universidad de Guadalajara, México
- Gorenstein, Silvia; Moltoni, Luciana (2011). "Conocimiento, aprendizaje y proximidad en aglomeraciones industriales periféricas. Estudio de caso sobre la industria de maquinaria agrícola en la Argentina" *Revista Investigaciones Regionales*, núm. 20, pp. 73-92
- Hymer, Stephan, (1976). *The international Operation of National Firms: A Study of Direct Investment*, Lexington Books. MA
- INADEM (2016). *Diagnóstico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)*, Secretaría de Economía. Publicación en línea: https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FN E-2016.pdf

INEGI (2015). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas* (ENAPROCE). México.

Kaplinsky, Raphael (2005). *“Globalization, Poverty and Inequality*. Polity Press. London, England

Marshall, Alfred (1920). *Principles of Economics*. Macmillan and Co. 8th ed. London

Porter, Michael E. (1998). “Clusters and the New Economics of Competition”, en *Harvard Business Report*, November-December, pp. 77-90.

Solleiro, José Luis y González, Albertina (Coords.) (2012). “La construcción de sistemas regionales de innovación: factores críticos y rutas para su desarrollo. “ *Cuadernos de Política de innovación*, Comecyt, México.

Varela Vázquez, Pedro y Sánchez Carreira, María de Carmen (2014). “Dinámicas en el sector eólico gallego e implicaciones para el fomento de un clúster”, *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* (RIPS), vol. 13, núm. 1, enero-junio,

Universidad de Santiago de Compostela, España, pp. 157-175

CARACTERÍSTICAS Y POTENCIALIDADES PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA FINANCIERA Y EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN LOS MUNICIPIOS DE TOLCAYUCA, VILLA DE TEZONTEPEC Y ZAPOTLÁN DE JUÁREZ DEL ESTADO DE HIDALGO

CHARACTERISTICS AND POTENTIALITIES FOR THE PROMOTION OF THE FINANCIAL CULTURE AND THE BUSINESS ECOSYSTEM OF THE MIPYMES IN THE MUNICIPALITIES OF TOLCAYUCA, VILLA DE TEZONTEPEC AND ZAPOTLÁN DE JUÁREZ OF THE STATE OF HIDALGO.

Juan Carlos Márquez Ortiz¹⁸, Dulce Olivia Fosado Martínez, Mariana Durán Rocha

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es contribuir a generar conocimiento e identificar potencialidades de la cultura financiera y del ecosistema empresarial en las que están inmersas las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la región en la que está asentada la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), que comprende los municipios de Zapotlán de Juárez, Tolcayuca y Villa de Tezontepec, mediante la aplicación de trabajo de campo (encuestas), se logró caracterizar el ecosistema empresarial reinante de la región en estudio y se encontraron resultados relevantes en términos cuantitativos como cualitativos que nos permite diagnosticar el estado empresarial en la zona.

Palabras Clave: Emprendedurismo, ecosistema empresarial, cultura financiera, región económica

ABSTRACT

The objective of this work is to contribute to generate knowledge and identify potentialities of the financial culture and the business ecosystem in which micro, small and medium enterprises (MIPymes) are immersed in the region in which the Polytechnic University of Hidalgo is located. (UPMH), which includes the municipalities of Zapotlán de Juárez, Tolcayuca and Villa de Tezontepec, through the application of precise and specialized methodological tools to have elements that allow to propose actions that strengthen their promotion, as well as its sustainability, which concerns its profitability, productivity, gender equality, social and environmental responsibility.

Keywords: Entrepreneurship, business ecosystem, financial culture, economic region

¹⁸ El presente proyecto se realizó con base en la convocatoria en la modalidad 3.1 del INADEM 2015: Profesionalización de capacidades financieras y generación de contenidos que impulsen al ecosistema emprendedor de alto impacto y a las Mipymes, en el Rubro de Apoyo: Generación y Divulgación de contenidos dentro de la modalidad de investigación aplicada al desarrollo de mejores herramientas de apoyo para impulsar al ecosistema emprendedor de alto impacto en México. Los autores son profesores – investigadores de tiempo completo en la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo y desean agradecer el apoyo de la consultora bufete de Estudios Interdisciplinarios A.C. su apoyo en la consecución del presente trabajo. Sin embargo, todos los errores u omisiones son responsabilidad total de los autores.

INTRODUCCIÓN

El fomento de la cultura financiera y el ecosistema empresarial en forma regional son fundamentales para la economía nacional ya que dentro de ella se estudian factores macroeconómicos externos e internos, así como factores microeconómicos relacionados con la empresa individual. No obstante, a su importancia han sido poco estudiados en nuestro país.

El ecosistema empresarial es un concepto acuñado a inicios de los años 90 que durante la presente década ha cobrado una importancia creciente sobre todo en un contexto de globalización. Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) un ecosistema empresarial es toda comunidad de negocios con organizaciones e individuos que interactúan para producir bienes y servicios de valor para clientes, que son a su vez parte de un sistema de negocios. Incluye proveedores, productores, líderes, competidores, entre otros.

Mientras que para Biasca (2005) el ecosistema empresarial, contempla el macro y micro entorno de una organización, por tanto, la empresa extendida o relación del proveedor al cliente, competidores, accionistas, sindicatos, oficinas reguladoras de gobierno, entre otras y las etapas serían la inicial, expansión, consolidación y renovación.

Por otra parte, Lozano (2015) menciona que la innovación y el espíritu emprendedor son fundamentales dentro del ecosistema empresarial y desde su perspectiva dicho ecosistema puede analizarse desde cuatro vertientes: etapas de un ecosistema empresarial, comportamiento empresarial, deterioro competitivo y condiciones del país. Todas estas dimensiones tienen una importante interacción con variables como la competitividad y el cambio organizacional, las cuales afectan de manera significativa a dicho

ecosistema en el corto y el largo plazo.

Para las empresas individuales el pertenecer a un ecosistema empresarial es fundamental debido a que aumenta las posibilidades de financiamiento para el crecimiento de la empresa y de esta forma ser más competitivo dentro de su mercado. Además, le permite una mejor asesoría, la cual permite diversificar y potenciar el valor del negocio y de la marca. Otra ventaja consiste en la obtención de mejores alianzas que ayudan a encontrar proveedores clave y mejores mercados. Finalmente, un sistema empresarial ayuda para ampliar y mejorar los procesos de innovación y competitividad.

Es importante mencionar que el ecosistema empresarial ha venido evolucionando de manera importante ya que hace 10 o 15 años el panorama económico y empresarial era totalmente diferente, lo anterior, puede apreciarse en el papel central que juega actualmente el emprendedurismo como estrategia económica.

El ecosistema empresarial en la actualidad está fuertemente vinculado con la innovación de productos y procesos productivos, es por ello que la ciencia y tecnología cumplen con un papel central dentro del ecosistema. Por tanto, los gastos en investigación y desarrollo (I+D) son fundamentales para la creación de nuevo conocimiento y de nuevas patentes que puedan detonar el crecimiento en algunos sectores de la economía.

Para algunos autores como Carrión (2007), el ecosistema emprendedor es un conjunto de especies primarias (clientes, proveedores, intermediarios, junto a la propia empresa) próximas a especies secundarias (propietarias, entidades gubernamentales, asociaciones que representan a sus clientes, proveedores, además de competidores directos y potenciales).

En la actualidad, la importancia de emprender ha sido fundamentalmente enseñada en las universidades y dicha planeación está rindiendo sus primeros frutos sobre todo como válvula de escape al desempleo crónico que arrastra nuestro país desde décadas pasadas. Sin embargo, la productividad de las nuevas empresas sigue siendo demasiado baja, lo que implica bajos salarios, alta subcontratación y precarización del empleo.

Para Auletta y Rivera (2011), el emprendimiento o emprendedurismo actualmente gira sobre seis ejes organizativos:

- 1.- Políticas: Gobierno y Liderazgo
- 2.- Finanzas: Capital semilla, mercado de capitales
- 3.- Cultura: Historias de éxito y normas sociales
- 4.- Servicios: infraestructura y servicios profesionales
- 5.- Capital Humano: Fuerza laboral y educación
- 6.- Mercados: Clientes o redes

Los países mejor posicionados dentro del emprendedurismo en América Latina según estudios del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN, 2014)¹⁹ a través del índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico²⁰ son en primer instancia Chile seguido de México, Brasil, Costa Rica y Argentina. Sin embargo, se encuentran aún lejos de los países industrializados. Una conclusión central del estudio señaló que a pesar que existe un alto nivel

de emprendimiento en la región, la mayoría es informal y por lo cual, un alto nivel de desaparición temprana de los proyectos.

Además, el mismo trabajo plantea la existencia de problemas estructurales, tales como: la falta de vocación como emprendedor, los bajos niveles de ciencia y tecnología para generar innovaciones, la falta de financiamiento apropiado y problemas de confianza entre los emprendedores y sus bajos niveles de conexión como red.

La idea del emprendedurismo e innovación a través de la investigación y desarrollo (I+D) no es nueva, este planteamiento ya había sido sugerida por el economista austriaco Joseph Shumpeter con su teoría de la *destrucción creativa* en la cual propone a grandes rasgos que dicha destrucción es el proceso de transformación que acompaña a la innovación y ésta es la introducción de nuevas funciones de producción.

Para Shumpeter (1939), [recuperado por Becker (2011)] el empresario emprendedor y la empresa son el motor del crecimiento económico ya que la empresa es el núcleo productor de bienes y servicios. Además de que el emprendedor está dispuesto a asumir riesgos y obtener beneficios que no se mantienen a lo largo del tiempo, por lo que debe desarrollar nuevas técnicas financieras y de producción (innovación) dentro de un medio competitivo para lograr mantenerse dentro del mercado. Lo que genera crecimientos económicos irregulares.

Su teoría sobre el desenvolvimiento económico (1912), plantea la posibilidad que las innovaciones que son capaces de provocar cambios tecnológicos sean una causa suficiente para provocar fluctuaciones cíclicas dentro de la economía. Dado que la innovación rompe con los procesos productivos que se han quedado obsoletos o estáticos. Por lo cual el concepto de innovación para Shumpeter debe seguir los

¹⁹El Fondo multilateral de Inversiones (FOMIN) es una división del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y fue fundado en 1993. El cual tiene como objetivo central el financiamiento de las pequeñas y medianas empresas (PyMES).

²⁰Este índice pone de manifiesto la importancia de la demanda y la nueva cultura de valorización social del emprendimiento como factores centrales de nuevas oportunidades.

siguientes requerimientos:

- 1.- Introducción de nuevos bienes o de bienes de mejor calidad
- 2.- Introducción de un nuevo método productivo, ya existente en un sector, que no se debe a un descubrimiento científico.

El presente trabajo tiene por objetivo presentar los resultados obtenidos de la investigación en materia de generación del conocimiento de la cultura financiera y del ecosistema empresarial en las que están inmersas las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la región en la que está asentada la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), que comprende los municipios de Zapotlán de Juárez, Tolcayuca y Villa de Tezontepec.

A través del estudio de campo se obtuvo información valiosa que nos permitió generar estadísticas que ayudan en la caracterización del impacto en el ecosistema empresarial y sus formas de financiamiento en las pymes de la región. El trabajo se encuentra estructurado en cuatro apartados. En el primero se presenta el cuerpo de la investigación, el segundo, la caracterización del sector empresarial de los municipios propuestos, en tercer lugar, el estudio de campo y finalmente, en el cuarto apartado se presentan los resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación.

CUERPO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto se realizó con base en la convocatoria en la modalidad 3.1 del INADEM 2015: Profesionalización de capacidades financieras y generación de contenidos que impulsen al ecosistema emprendedor de alto impacto y a las Mipymes, en el Rubro de Apoyo: Generación y Divulgación de contenidos dentro de la modalidad "Investigación aplicada al desarrollo de mejores herramientas de apoyo para impulsar

al ecosistema emprendedor de alto impacto en México."

Objetivo general

Contribuir a generar conocimiento e identificar potencialidades de la cultura financiera y del ecosistema empresarial en las que están inmersas las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la región en la que está asentada la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), que comprende los municipios de Zapotlán de Juárez, Tolcayuca y Villa de Tezontepec, mediante la aplicación de herramientas metodológicas precisas y especializadas, para contar con elementos que permitan plantear acciones que fortalezcan su fomento, así como la sostenibilidad del mismo, lo que atañe a su rentabilidad, productividad, igualdad de género, responsabilidad social y ambiental.

Objetivos particulares

1. Analizar las características, potencialidades y retos del ecosistema empresarial bajo estudio y sistematizar el papel que juegan las y los actores y los ámbitos involucrados con énfasis en el fomento de la cultura empresarial.
1. Identificar y sistematizar los servicios financieros y no financieros disponibles para la región, provenientes de los sectores público, privado y social.
2. Sistematizar los hallazgos del micro-entorno empresarial de la zona con énfasis en materia de liderazgo y mercado laboral.
3. Proponer acciones para fortalecer el ecosistema empresarial de las Mipymes de los municipios bajo estudio.

Justificación de la investigación

La posibilidad de desarrollar esta investigación

para la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo es invaluable. Significa vincular la generación de conocimiento, una de las vocaciones fundamentales de un centro universitario, con las necesidades y dinámicas empresariales, que a su vez tendrá su efecto en la calidad del ecosistema empresarial mismo. Esto a su vez, impactará en la calidad y el nivel de vida de las y los habitantes de la zona.

Esta propuesta es presentada por Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo en colaboración con la consultora Bufete de Estudios Interdisciplinarios A. C que se ha distinguido por su trayectoria en los estudios de género, mismos que han visibilizado las brechas entre mujeres y hombres y realizando propuestas de mejores prácticas. Lo anterior se convierte en una de las fortalezas de este proyecto, ya que Bufete de Estudios Interdisciplinarios A.C. viene a sumar al cuerpo académico del PE de la Licenciatura de Administración y Gestión de PYMES de la Universidad y con las líneas de investigación que pretenden colocar y fomentar la presencia de la mujeres en el ecosistema empresarial. Sin duda, el fomento productivo con una mirada holística desde la perspectiva de los Ecosistemas empresariales y la cultura financiera es un acierto de la política económica actual, cuya aplicación requiere de estudios que contribuyan a advertir sus alcances y el reto al que se enfrentan de manera diferenciada las mujeres y los hombres.

Para el desarrollo de esta propuesta se ha procedido a realizar una primera aproximación de la investigación de gabinete que se realizará en el estudio a profundidad, para disponer de un conocimiento inicial del sector empresarial que se pretende estudiar y desarrollar con el mismo alianzas estratégicas que favorezcan el fortalecimiento del ecosistema empresarial en donde se encuentra asentada la Universidad. Tales avances se sustentan, fundamentalmente,

en los resultados oportunos de los Censos Económicos 2016, del INEGI, así como estadísticas de este mismo Instituto y otras fuentes que se señalan en su momento.

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR EMPRESARIAL DE LOS MUNICIPIOS PROPUESTOS

En los municipios seleccionados existen 2,588 Mipymes de acuerdo a la información que aportó el Instituto Hidalguense de Competitividad Empresarial. Las características productivas de los municipios que se proponen, registraron fortalezas derivadas de su estructura, ya que dos de ellos están entre los 10 que tienen vocación manufacturera de los 84 municipios que tiene la entidad, Villa de Tezontepec en el décimo lugar y Zapotlán de Juárez en el octavo lugar en el tema.

Peso importante del sector manufacturero

En 2013 en dos municipios bajo estudio los ingresos que generó su industria manufacturera fueron equivalentes a los que generaron juntos los sectores comercio y servicios, tal como lo registraron los datos del Censos Económicos 2016 del INEGI. En el tercer municipio la industria manufacturera generó el mismo porcentaje que los servicios, pero con el 50% más de empleo.

Presencia de las Mipymes

El sector productivo está conformado, mayoritariamente por Mipymes. En 2013 en el municipio de Villa de Tezontepec tres cuartas parte del personal ocupado y dos tercios de los ingresos por suministro de bienes y servicios del total provinieron de las Mipymes; en Zapotlán de Juárez el 81% del empleo y 90% de los ingresos en el sector empresarial lo generaron las Mipymes; en tanto que en el municipio de Tolcayuca sólo hay Mipymes, de acuerdo a los resultados de este Censo.

Los subsectores productivos más importantes en 2016

En los tres municipios, hay presencia de industria manufacturera fundamentalmente dedicada a la producción de alimentos y de fabricación de prendas de vestir, incluida la producción de la industria del cuero que aprovecha la producción local de ganado. En el sector manufacturero, también hay presencia de empresas que producen equipo de transporte. En el caso de la actividad comercial la mayor generación de empleo e ingresos proviene de micro empresas de abarrotes al por menor. Respecto a los servicios destaca la preparación de alimentos y bebidas por su generación de ingresos y empleo, básicamente en el caso de las microempresas, así como el servicio de alojamiento con un alto ingreso por personal ocupado. El Estado de Hidalgo tiene prestigio por las características culinarias en materia de sazón de los alimentos. Éste podrá ser un nicho a revisar y fortalecer.

Análisis que incluye la evolución intercensal

Una breve revisión de los resultados de los Censos económicos de 2008 y 2014, ofreció un análisis de series de tiempo, cuyos hallazgos son los siguientes para los tres municipios:

- Participación alta de las microempresas en la generación de empleo de alrededor del 70% en ambos años e incremento en su contribución a la generación de ingresos al pasar de 36% en 2008 a 53% en 2014.
- Manufacturas de Mipymes es el sector de mayor participación en el total de empleo e ingresos de la zona, aunque con tendencia decreciente.
- Aumentó la tercerización del sector productivo, aunque las manufacturas siguen predominando, a diferencia de lo que sucede

en el promedio del estado.

- Contratación por *outsourcing* que prácticamente desapareció en el sector manufacturero, y se inició en el sector comercio. La suma de los tres municipios resultó en decrecimiento promedio de 56%, entre 2008 y 2014. Esto es lo contrario de los resultados de lo que sucede en el estado que registró crecimiento en la contratación por *outsourcing* en ese periodo.

- Estancamiento en la generación de empleo con un crecimiento promedio anual de 0.5% en el agregado de los tres municipios, por abajo del 2.6% que registró el estado en esa misma fuente.

- El ingreso neto total por persona ocupada a precios constantes registra porcentajes de decrecimiento en Zapotlán de Juárez (-48.3) y en Tolcayuca (-19.8) que contrasta con el crecimiento acentuado en Villa de Tezontepec (128.9%) empujado por los resultados en la actividad manufacturera y de servicios.

- En materia de estructura productiva, la posición de los subsectores por personal ocupado es más estable que la correspondiente a los ingresos que generan. En la investigación será importante indagar el porqué de las desapariciones de subsectores o drásticas reducciones en sus ingresos, así como los planes de negocio en que se sustentaron actividades de reciente creación que pasaron a ocupar los primeros lugares en la generación de ingresos en 2013. Por ejemplo, el subsector de servicios de alojamiento temporal en el municipio de Villa de Tezontepec, aparece en segundo lugar en la generación de ingresos en 2013, pero con una aportación mínima a la generación de empleo.

- En cada municipio existe un subsector no intensivo en mano de obra: micro servicios de alojamiento temporal de Villa de Tezontepec; mediana(s) industria del papel en Tolcayuca; y pequeña(s) industria alimentaria en Zapotlán de Juárez, ambos, sin embargo, generan alrededor de un tercio de los ingresos totales en cada municipio.

Gran empresa

Existen, también en la zona de estudio dos subsectores de gran empresa. Su comportamiento y análisis no es objetivo del presente trabajo ya que dentro del trabajo se plantea solo el estudio de las Mipymes.

Sector agropecuario

Adicionalmente, en el sector agropecuario los municipios producen cantidades significativas de los siguiente productos, cuya importancia se mide en su contribución al total que produce el Estado de Hidalgo y bajo la consideración de que en estos municipios solamente habita el 1.6% de la población total de la entidad. En el volumen de la producción de avena forrajera aporta el 6.5%, en miel el 12.3%, en la producción de carne de canal de ganado ovino 6.4% y caprino 6.9%.

Los actores para este estudio

Para el caso de este estudio los actores serán: el Estado, la empresa, la academia y los ciudadanos. En este caso, la Universidad participante en este proyecto, busca ser un actor activo en el desarrollo y fortalecimiento del Ecosistema empresarial de su entorno inmediato en los tres municipios que se proponen.

Entornos del Ecosistema empresarial

El ecosistema empresarial actúa en el entorno en el que la empresa dispone de fortalezas, le aquejan debilidades (micro-entorno), enfrenta oportunidades y amenazas (macro-entorno) que

debe conocer para estar en posibilidad de desarrollar la estrategia empresarial que permita su permanencia en el mercado (Pérez y Dressler, 2007).

En el estudio se analizaron los ámbitos del macro-entorno, compuestos por factores que afectan a la empresa y sobre los que no puede incidir. En este caso en la esfera económica se estarían analizando:

- La legislación en materia económica, laboral, mercantil, fiscal, del mercado financiero, de patentes y marcas, de sistemas aduaneros, etc.;
- Las características de la infraestructura, equipamiento y servicios urbanos/rurales que posibilitan el desarrollo empresarial;
- Las características y requisitos de los programas de fomento industrial;
- Los niveles de las tasas de interés para acceder a financiamiento accesible y suficiente y el valor del tipo de cambio que promueva o inhiba las exportaciones;
- El nivel, estructura y características del gasto público, como demanda efectiva que constituye un elemento clave del fomento productivo. Se utilizará el Índice de Prosperidad Urbana de ONU Hábitat;
- El poder adquisitivo de la población que determina la dimensión del mercado local;
- Las condiciones económico financieras internacionales y sus efectos sobre lo local;
- Los factores políticos que favorezcan o impidan su desarrollo;
- Las barreras a la entrada o ámbitos de ilegalidad que dificulten la actividad productiva;
- Los aspectos tecnológicos macro como la disponibilidad y calidad en el acceso a internet.

En el ámbito macro-sociocultural se revisarán aspectos que influyen en las características del mercado de bienes y servicios, pero también del mercado laboral:

- Aspectos demográficos, educativos, etarios, de género, constitutivos de los hábitos, necesidades e intereses específicos de la población;
- Características de la oferta educativa y cultural en lo local, como uno de los factores determinantes de las características de la oferta laboral.

En el micro-entorno, están los factores inmediatos a la empresa, sobre los cuales puede actuar para mejorar su rentabilidad, productividad y sostenibilidad. En este caso se indagó sobre las características de operación y funcionamiento de las empresas a través de un estudio de campo que recoja:

- El grado de conocimiento y los mecanismos para disponer de las características y tendencias de su mercado, sus clientes, sus competidores, sus canales de distribución y sus proveedores;
- Sus estrategias de competitividad y/o crecimiento;
- El desarrollo organizacional y administrativo;
- La política de recursos humanos;
- Sus fuentes de financiamiento y el grado de desarrollo de su cultura financiera;
- El uso de la tecnología de la información y la comunicación en la actividad administrativa y organizativa interna, pero también externa sobre sistemas de mercadeo y ventas por internet;
- Sus acciones e inversión en materia de capacitación, investigación y desarrollo;

- La presencia de la cultura medioambiental en la operación y actividad de la empresa;
- Su compromiso con la responsabilidad social empresarial y con la igualdad de género;
- Su participación en asociaciones, sociedades de productores y redes empresariales;
- Sus métodos e indicadores de desempeño;
- Los problemas principales que enfrenta su negocio o actividad;
- Su capacidad de emprendimiento y liderazgo;
- El uso del tiempo.

Durante el estudio se buscó detectar emprendimientos y empresas dinámicas, que son aquellos que tiene un potencial de crecimiento por una ventaja competitiva, que puede ser o no tecnológica; que generan o pueden generar ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del o la propietaria y crecen muy por encima de la media de su sector. De igual manera se detectó si existe la inclusión de prácticas de igualdad de género asociadas a la sostenibilidad de las Mipymes.

ESTUDIO DE CAMPO

Se realizó el estudio con un diseño desde el enfoque de las investigaciones descriptivas, cuya finalidad es la elaboración de un diagnóstico, con las características y rasgos más peculiares.

De acuerdo con Ortiz (2012) en esta parte se debe hacer la "referencia tanto al método con base en el cual realizaremos nuestra investigación, como a las diversas estrategias e instrumentos que necesitamos para recabar la información que se requiere". En este sentido, resulta apropiado la matriz que contiene los elementos necesarios para orientar la serie de esfuerzos que se llevan a

cabo.

En reconocimiento de la complejidad y heterogeneidad en la cual están inmersas las Mipymes de la región (una realidad social diversa) se ha decidido, ante la existencia de un espectro amplio de criterios para hacer estudios de esta naturaleza, que lo más conveniente es la utilización de la opción que ofrecen los estudios de corte mixto, donde coexisten diversos métodos, a los cuales se les denomina de diversas maneras. Tales como el multi-método, que fue utilizado por Denzin (1978) [citado por Aldridge y Levine, 2003] uno de los primeros autores en codificar esta práctica desde las ciencias sociales, definiéndola como "la combinación de metodologías en el estudio de un mismo fenómeno" o la triangulación metodológica. El concepto de "triangulación" es "la utilización de diversas estrategias de investigación o de datos procedentes de una gran variedad de fuentes con el fin de contrastar una hipótesis. El término proviene de la topografía" (84). Será entonces un estudio que echará mano de las herramientas de la investigación mixta, en otras palabras cuantitativa y cualitativa.

Adicionalmente puede clasificarse el presente estudio como inductivo, pues partirá de las observaciones particulares –que implica el estudio de las Mipymes de la región— a lo general con la pretensión de hacer generalizaciones de mayor alcance. Los alcances en los diferentes ámbitos serán los siguientes:

- Social: Se abordarán a informantes clave que son las personas que están al frente de Mipymes formales de la región de estudio que estén registradas.
- Temporales: Se hará el abordaje a los informantes clave con el trabajo de campo a través de encuesta, entrevista y grupos de enfoque, en una ocasión, lo que lo hace un estudio transversal, en el año 2015 en un

periodo de seis meses.

- Geográfico: Se hará una georreferenciación de las localidades que conforman los tres municipios que comprenden la región de estudio, y se hará la distribución de las unidades de estudio de acuerdo a la población, tomando como base el Área Geo Estadística Básica (AGEB).

El corpus de este trabajo de investigación serán las Mipymes que están registradas en las bases de datos del INEGI y como base principal aquellos datos que se tienen en los propios registros de la UPMH a través de Empered²¹ Tizayuca, perteneciente al Instituto Hidalguense de Competitividad Empresarial.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

El cálculo de la muestra se basó en tomar un muestreo aleatorio simple, con un 95% de confianza, un error del 5% y una variabilidad positiva del 80% (éste último dato refiere a la probabilidad de éxito que se cumpla la hipótesis planteada).

Tomando en consideración los parámetros anteriores se tiene como resultado, una muestra de 224 individuos. Sin embargo, se hizo un ajuste a 252 personas del total de Mipymes de los tres municipios, cuyo universo es de 2,588 Mipymes con el objetivo de mejorar la muestra. Por lo que la muestra queda distribuida de la siguiente forma:

TABLA 1. NÚMERO DE ENCUESTAS REALIZADAS POR MUNICIPIO.

Municipio	Muestra representativa de Mipymes por municipio con una confianza del 95%
Villa de Tezontepec	66

²¹Centro de Desarrollo Empresarial del Estado de Hidalgo

Tolcayuca	73
Zapotlán de Juárez	113

De los resultados estadísticos se pretendió encontrar regularidades estadísticas entre las variables estudiadas y de esta manera determinar inferencias estadísticas validas sobre el comportamiento de las variables a lo largo del tiempo, entre otros aspectos, determinar el impacto de la cultura financiera.

RESULTADO DEL ESTUDIO DE CAMPO

Para efecto de presentación de los resultados se hizo por cada uno de los ítems en los que se dividió lo hallado y separado por los dos enfoques (cualitativos y cuantitativos) que fueron utilizados.

a) Resultados cualitativos

Financiamiento y cultura empresarial

- Financiamiento en su inicio por su cuenta;
- Para operación los proveedores financian hasta con 120 días de crédito;
- No usan la banca de desarrollo, de 25 a 30% pagan de interés anual con la banca comercial, y tardan 9 meses en ocasiones para obtenerlo y no acuden a microfinancieras;
- Pachuca es la ventanilla que más utilizan;
- Poca penetración de Programas de Gobierno.

Mercado y proveeduría

- Están al tanto de los competidores (benchmarking) sin un procedimiento sistemático, es decir están pendientes de sus clientes sin que haya un procedimiento ni periodicidad para realizar estas actividades de mejora de producto;
- Sin programa anual de capacitación;

Total	252
-------	-----

Fuente: Elaboración Propia

- Incipiente uso de la tecnología;
- Salarios que pagan oscilan entre 700 y 2100 semanales.

Recursos Humanos

- Sin distinción contratación mujeres-hombres;
- No hay permisos de paternidad;
- Un empresario expresa "certificación sobre género es secundario", primordial es el certificado en ISO 9000 y ya después lo demás. Luego como ESR.
- No hay negativa de participar en la cuestión de género y permisos de paternidad.

Desarrollo empresarial e Investigación

- Poco proclives a la asociación;
- En ninguna de las empresas se halló actividades y o presupuesto expresamente para el desarrollo e investigación.

Liderazgo

- Se halló que hay una hibridación sobre el liderazgo al surgir una figura entre el gerente y el líder en la mayoría de las empresas.

b) Resultados cuantitativos

En el presente apartado mostramos los principales resultados arrojados por la investigación de corte cuantitativo. No obstante, es importante señalar que la región estudiada (Tolcayuca, Villa de Tezontepec y Zapotlán de Juárez), por su ubicación se encuentra fuertemente influenciada por dos polos urbanos, el primero de ellos y más cercano es la capital del Estado de Hidalgo y en segunda instancia por la zona norte de la Ciudad

de México.

Si bien, el Estado es considerado con altos índices de marginación, la región estudiada, aunque es una región rural y forma parte del 48% del total rural del Estado, y que además, puede estimarse como una zona con bajos niveles de ingreso *per cápita* (INEGI, 2016), en realidad mantiene una dinámica económica muy parecida a las regiones urbanas y con un cierto nivel de pobreza moderada.

A continuación se enlistan los principales resultados del estudio:

- Villa de Tezontepec, Zapotlán y Tolcayuca se encuentra fuertemente influenciado por la dinámica económica del área urbana del Distrito Federal y Estado de México.
- A pesar de ser municipios considerados como rurales no presentan altos índices de marginación.
- No son expulsores significativos de migrantes dentro del grupo femenino como masculino.
- Su entorno empresarial no está fundamentado en la agricultura asalariada y no asalariada. Sin embargo, dentro del bajo nivel representativo de las personas que se dedican a la agricultura, los varones son quienes tienen una mayor participación dentro de la agricultura asalariada y no asalariada, contrario a lo inicialmente postulado por la literatura sobre la “feminización de la agricultura”. Por tanto, las mujeres se insertan cada vez menos en actividades no agropecuarias.
- En la actualidad las mujeres han aumentado su nivel educativo en la región ya que han estudios primarios sin concluir hasta secundarios concluidos.
- Los varones se encuentran insertos en su mayoría en el sector secundario y terciario pero en subocupación.
- Las mujeres se encuentran insertas en un sector de servicios no asalariados.
- Un alto nivel de éstas mujeres se encuentran en la informalidad.
- Existen altos niveles de precarización en el empleo femenino y masculino.
- El ingreso de las mujeres respecto a los hombres es significativo y complementario, dicho efecto parece ser permanente.
- La fuerza laboral femenina es joven (15-25 años) y ligeramente superior a la masculina.
- Las mujeres son las titulares de las unidades económicas en un 90% (el 82% de estas unidades son tiendas de abarrotes).
- El 63.64% de las unidades económicas son casados, 9.09% en unión libre, así como viudos y el restante 18.18% son solteros.
- Los matrimonios jóvenes (30-35 años), actualmente cuentan con un máximo dos hijos.
- Dentro de la región predominan el comercio al por menor (81,82%) papelerías (9.08%) y pollerías y salones de belleza (4.55%), cada una.
- El 72,73% de las personas que cuentan con una unidad económica menciona que sus habilidades adquiridas en empleos anteriores no están relacionadas con su giro actual de su negocio, sólo el 27,27% menciona lo contrario.
- El total de los ingresos familiares mensuales producto de una actividad económica con un 64,29% es de menos de \$6,000.00, a partir de ésta cifra hasta 8,000 cuenta con un 28.57% y con un 7,14% de \$10,000.00 a \$15,000.00.
- Las unidades económicas iniciaron su negocio en un 77,27% con ahorros personales (recursos propios) y en un 4,55% con banca comercial, Así como de préstamos sin

intereses de amigos o familiares, micro-financieras o heredaron el negocio.

➤ Las unidades económicas recurren mayormente al crédito al consumo personal para refinanciarse. Nulamente recurren a la banca de desarrollo o cajas populares para cubrir alguno de los requerimientos mencionados anteriormente.

➤ El 52,28% de estas unidades mencionan que de su ingreso no ahorran de forma semanal, mientras que el restante 47,72%, ahorra en un rango de 2 al 20% de su ingreso.

➤ El 95,16% de los empresarios (as) no ha participado en programas de promoción para obtener recursos gubernamentales.

➤ El 72,73% de los empresarios de los municipios estudiados mencionan que no existe un particular que se desempeñe como institución crediticia dentro de estas localidades. El 22,73% no está enterada y el 4,55% menciona sí existir.

➤ El 96,74% de los empresarios (as) afirman la existencia de 0-5 micro-financieras privadas en la localidad.

CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo por objetivo contribuir a generar conocimiento e identificar potencialidades de la cultura financiera y del ecosistema empresarial en las que están inmersas las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la región en la que está asentada la Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo (UPMH), que comprende los municipios de Zapotlán de Juárez, Tolcayuca y Villa de Tezontepec.

A partir del trabajo de campo realizado en los tres municipios ya mencionados se encontraron importantes resultados que permiten identificar el ecosistema empresarial, así como la cultura financiera reinante dentro de la región.

La falta de innovación, financiamiento y de espíritu

emprendedor son de los principales problemas a los que se enfrenta el ecosistema empresarial de la región ya que según nuestros resultados no existe una cultura financiera que pueda ayudarles a financiar sus propios proyectos, además que los programas de apoyo gubernamental no llegan a ellos o simplemente no saben de su existencia. Por lo que sus proyectos de negocio son financiados en mayor medida por las tarjetas de crédito.

Por otra parte, podemos verificar que el ecosistema empresarial se encuentra fundamentado en pequeños negocios comerciales, entre los que destacan las llamadas "tienditas de la esquina", carnicerías e incluso estéticas y en mucho menor medida pequeñas y medianas que aseguren el empleo dentro de la región y que ayuden a la mejora de la innovación de sus procesos productivos y esto se debe a que como ya se ha mencionado la región en estudio se encuentra entre dos grandes ciudades como es la zona norte de la ciudad de México y la ciudad de Pachuca que son los lugares donde los habitantes de la región encuentran empleo. Por lo que sus negocios se concentran en micro-negocios comerciales.

Desde la perspectiva externa, el ecosistema empresarial en análisis puede verse influido desde cuatro vertientes: etapas de un ecosistema empresarial olvidado, nulo comportamiento empresarial, deterioro competitivo y el bajo crecimiento del país. Todas estas dimensiones tienen una importante interacción con variables como fundamentales para impulsar el desarrollo como son la competitividad y el cambio organizacional, las cuales afectan de manera significativa a dicho ecosistema en el corto y el largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

Aldridge, A. y Levine, K. (2003). *Topografía del*

- mundo social*, editorial Gedisa, Barcelona, España.
- Auletta, C. y Rivera, C. (2011). Un ecosistema para emprender. *Debates IESA*, XVI (4).
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Consultado 20 de diciembre de 2017: <https://www.iadb.org/es>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington. *IDB Bookstore*.
- Becker, M. (2011). *Shumpeter: the Entrepreneur, classics Text by Joseph Shumpeter*. Editado por Markus C. Becker. USA.
- Biasca, R. (2005). *Gestión de Cambio. El Modelo Biasca*. Ediciones Granica. España.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia: de la visión a la acción*. Editorial ESIC. España.
- Cobian, C. (2014). Nueve Comportamientos para desarrollar un ecosistema empresarial <http://www.cobianmedia.com/2014/02/12/9-comportamientos-para-desarrollar-un-ecosistema-empresarial/>, consultado en abril 30 de 2014.
- FOMIN (2008). *Guía de Aprendizaje FOMIN sobre Emprendimientos Dinámicos*. IKEI (España), IESE Business School (España) y Octantis Potenciadora de Negocios (Chile). Fondo General de Cooperación Español en el BID.
- (2011). *Guía de emprendimientos dinámicos. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*.
- (2014). *Guía de emprendimientos dinámicos. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*.
- IHCE EMPREDER (2016). Instituto Hidalguense de la Competitividad Empresarial
- Consultado 15 de junio de 2016: http://www.ihce.gob.mx/?page_id=745
- INEGI Banco de información económica, varios años
- Consultado el 22 de julio de 2016: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
- INEGI (2014). Censos económicos 2014
- Consultado 10 de junio 2016: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>
- INEGI-DENUE (2016). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*.
- Consultado 16 de junio 2016: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Guzmán, M. y Pérez, A. (2007). "Teoría de Género y Demarcación Científica" *Cinta Moebio* 30: 283-295 www.moebio.uchile.cl/30/guzman.html. Consulta el 21 Nov. 2016 en <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/30/guzman.pdf>
- Lozano, M. (2015). "Ecosistema empresarial". *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*. No. 2, julio-diciembre 2017, pp. 61-86.
- Ortiz, E. (2012). "Los niveles teóricos y metodológicos en la investigación educativa." *Revista de egiptología de las ciencias sociales, Número 14. Volumen 23, Cuba*.
- Pérez, D. y Dressler, M. (2007). "Tecnologías de la información para la gestión del conocimiento", *Intangible Capital* 15, Número 3: 31-59.
- Pinzón, C. (2011). <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/emprendimiento-ecosistemas-y-gobernanza>. Harvard Business Review, Perspectivas Serie Gobernanza.

IMPORTANCIA DE LA ASOCIACIÓN ENTRE LAS PYMES, PARA SU PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

IMPORTANCE OF THE ASSOCIATION AMONG THE SMES, FOR THEIR PROCESS OF INTERNATIONALIZATION

Eliot A. Alva Quintero²²

RESUMEN

Los procesos de asociación que llevan a cabo las Pequeñas y medianas empresas "Pymes" han mostrado ser una estrategia positiva para que estas puedan ingresar y permanecer en el mercado mundial, considerando que una parte del comercio internacional es generado por las Pymes, en cada país las exportaciones y las importaciones se han vuelto beneficiadas con esta estrategia y de esta manera han logrado tener una mayor rentabilidad económica en el mercado. El objetivo de este trabajo es analizar la importancia de la asociación que llevan a cabo las Pymes para que puedan ser competentes en el mercado internacional. Cabe resaltar que para el caso de México este mecanismo no está muy desarrollado, fundamentalmente porque las Pymes en México tiene un lapso de vida muy corto y por ello los inversionistas no se asocian con estas, de ahí que sea prioritario que el gobierno a través de organismos y programas de apoyo impulsen a las Pymes fomentando una mayor organización. Para poder realizar esta investigación se aplicó el método deductivo y analítico debido a que se revisaron diversos estudios que se han llevado a cabo respecto al tema de investigación, resaltando que la asociación es un enorme reto para que las Pymes se internacionalicen y que las empresas puedan competir en el mercado externo. Con base en la información establecida, concluimos que las asociaciones en las Pymes son de gran beneficio para las empresas y la economía propia del país y es importante que se modifiquen sus procesos de organización y administración, para asegurar el éxito de la asociación, así como promover una cultura empresarial en las Pymes mexicanas para que tengan visión a futuro y puedan cada vez más penetrar en el mercado internacional con una estrategia sólida, como lo es estar asociado con alguna otra empresa.

Palabras claves: asociación, internacionalización, estrategia, comercio, Pymes.

ABSTRACT

The partnership processes carried out by Small and Medium Enterprises "SMEs" have shown to be a positive strategy so that they can enter and remain in the world market, considering that a part of international trade is generated by SMEs, in each country exports and imports have benefited from this strategy and thus have achieved greater economic profitability in the market. The objective of this paper is to analyze the importance of the association carried out by SMEs so that they can be competent in the international market. It should be

²² Lic. en Administración de Empresas Turísticas y estudiante de la Maestría en Administración en la Universidad Lasalle. Campus Nezahualcóyotl.

noted that in the case of Mexico this mechanism is not very developed, mainly because SMEs in Mexico have a very short life span and therefore investors do not associate with them, hence the priority that the government through agencies and support programs encourage SMEs by promoting greater organization. In order to carry out this research, the deductive and analytical method was applied because several studies that have been carried out regarding the research topic were reviewed, highlighting that the association is a huge challenge for SMEs to internationalize and for companies to be able to compete in the external market. Based on the information established, we conclude that associations in SMEs are of great benefit for companies and the economy of the country and it is important that their processes of organization and administration are modified to ensure the success of the association, as well as promote a business culture in Mexican SMEs so that they have a vision for the future and can increasingly penetrate the international market with a solid strategy, such as being associated with some other company.

Keys words: association, internationalization, strategy, commerce, Pymes.

Fecha de envío: 20 de mayo de 2018/Fecha de Aceptado: 17 de agosto de 2018

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la internacionalización de la economía provoca que las empresas compitan en un contexto transnacional, y sólo serán exitosas aquellas que sean capaces de desarrollar factores o condiciones que les otorgue una ventaja competitiva sobre las demás. La mayor rivalidad en el mercado doméstico lleva a la empresa a buscar oportunidades en el exterior, de modo que, la expansión internacional está dejando de ser una estrategia para unas pocas empresas privilegiadas y se está convirtiendo en una necesidad y un requisito para la propia supervivencia de la organización (Monreal, 2009).

La presente investigación se hizo con la finalidad de entender los distintos aspectos a considerar cuando se habla de las Pymes y los procesos de asociación, dado que es un tema relevante para que las empresas de hoy en día se internacionalicen. El objetivo general es comprender las estrategias que utilizan las Pymes para poder competir en el mercado local y por supuesto en el mercado internacional, nos referimos específicamente a la asociación. En este sentido cabe resaltar que la problemática que sufren las Pymes radica entre otras cosas en que

presentan fuertes obstáculos para la obtención de inversión y que la asociación puede ser una opción para conseguir inversiones, a esto se suma que solo un porcentaje de Pymes en México llega al comercio exterior, como consecuencia las micro, pequeñas y medianas empresas tienden a desaparecer por falta de innovación y de administración, por lo que se desprende la siguiente pregunta de investigación ¿Por qué es importante fomentar la asociación en una Pymes? Como hipótesis tentativa consideramos que la asociación es fundamental para el proceso de internacionalización, por ello las asociaciones en las Pymes tienen un impacto mayor en el comercio internacional puesto que para competir en este mercado se necesita tener una buena organización, capital, competitividad e innovación tecnológica, a través de la suma de esfuerzos de otras empresas. En esta investigación se aplicó la metodología cuantitativa para realizar de forma sistemática, organizada y estructurada, la recopilación de datos, cifras y estadísticas de distintas investigaciones previas con relación a la problemática de la asociación. El presente artículo cuenta con cuatro apartados: el primero es el Estado del Arte donde se muestra las aportaciones que han dado distintos autores en torno al tema de estudio. En el segundo apartado

se explica cuál ha sido el origen, desarrollo y vigencia de la Teoría de la Internacionalización que nos va ayudar a entender científicamente la importancia que tiene la asociación dentro del comercio internacional. Como tercer apartado se hablará de las Pymes y el proceso de la internacionalización, donde se resaltan los distintos métodos y requisitos que deben de llevar las Pymes para introducirse en el mercado. El cuarto apartado está orientado a la asociación y la competitividad y el papel que juega la inversión e innovación. Por último se presenta como se da la asociación de las Pymes en México, para terminar con el apartado de discusión y conclusión.

ESTADO DEL CONOCIMIENTO

Es esta investigación es fundamental contar con un apartado del estado del arte o del conocimiento, debido a que nos permite conocer a los diversos autores que han desarrollado investigaciones relacionadas al tema de la las Pymes y la asociación, lo que nos ayuda a reflexionar sobre los objetivos, enfoques, métodos y principales aportaciones encontradas sobre el tema.

En este sentido en el Informe Anual del Banco de México (1997) se establece como objetivo conocer como la modalidad de asociación puede favorecer la permanencia y fortalecimiento de las micro, pequeña y mediana empresa, debido a que de esta forma se incrementa su poder de negociación frente al gobierno para que se tomen en cuenta sus intereses comunes y de esta manera potenciar sus ventajas competitivas en el mercado y mejorar sus debilidades.

En la investigación "La Economía del Aprendizaje Globales: Implicaciones para la Política de Innovación", de Lundvall y Borrás, (1997) se indica como objetivo determinar que la innovación es una parte fundamental para que la empresa sea

competitiva ya que la innovación se considera una de las bases más importantes para que la empresa tenga mejores respuestas a la intensidad de la competencia impuesta por la globalización. Al interior del trabajo se muestra como la teoría de la globalización ayuda a explicar cómo la innovación es prioritaria para la competitividad en el exterior, de otra forma no podrá permanecer en el mercado.

Baumol (2002) establece como argumento principal de su obra "The Free-Market Innovation Machine, Analyzing The Growth Miracle of Capitalismo", que la economía capitalista genera un conjunto de fuerzas que obligan a las empresas a desarrollar un proceso innovador continuo, expone la incertidumbre que tiene grandes empresas en dicho proceso. Las Pymes de mayor tamaño establecen un proceso innovador basado en rutinas donde el resultado de la inversión es más predecible, concluye que la innovación se convierte en una cuestión de supervivencia en el mercado, siendo uno de los principales factores detrás del crecimiento económico.

Pueden existir algunas diferencias entre las empresas de diferente tamaño y tipo en relación con la habilidad de innovar y competir, y justamente la teoría de resolución de problemas de innovación nos plantea que estas diferencias pueden proceder de factores diferentes a la incertidumbre del proceso de innovación como pueden ser la capacidad para obtener financiación para nuevos proyectos o la capacidad de comercializar exitosamente las innovaciones. Se debe de innovar para que las Pymes puedan asociarse y así ser competitivos en el mercado, ya que para asociarse con diferentes organismos, estas le piden un grado de innovación (Fagerberg, 2004).

En la investigación la "Información Financiera de las Pymes", el autor Lima (2007) nos plantea que la implementación administrativa de las Pymes mejoran eficazmente la organización de las pequeñas y medianas empresas y es la base para la toma de decisiones en esta. Nos señala que las nuevas Tecnologías de Información (TIC) son aplicables a las Pymes, para que éstas tengan una orientación dependiendo del Plan de Negocios que se haya establecido; así como en la formulación de indicadores que servirán de base para detectar y corregir anomalías o desviaciones al control interno. Nos indica como objetivo la generación de información financiera oportuna, con base de toma de decisiones, identificando su problemática legal, fiscal y administrativa en las Pymes. En la investigación se utiliza la teoría de los mercados donde plantea las dificultades para acceder al mercado de capitales y además para conocer por que los mercados financieros presentan imperfecciones que inciden en su buen funcionamiento y que condicionan el acceso a la financiación de los solicitantes de fondos en este caso las Pymes. Concluye que las Pymes presentan una gran limitación de acceso a crédito en comparación con las grandes empresas o los monopolios que están presentes.

García (2008), en su trabajo "Las Ayudas Financieras a la Innovación de las Pymes: sesgo de motivación y de selección administrativa", comenta como objetivo explicar como las Pymes ven en los procesos administrativos una ayuda para contar con mayor estabilidad financiera y fomentar la innovación. Muestra la existencia de un posible sesgo de motivación y de selección administrativa al interior de las Pymes. Con la teoría del financiamiento, se expone la relevancia de los recursos económicos en el financiamiento para la innovación. Utilizando el método empírico sugiere una serie de recomendaciones a los gestores públicos con el objetivo de mejorar el

diseño de las políticas de ayudas a las Pymes. Concluye que las Pymes necesitan una ayuda financiera siempre y cuando estas tengan la capacidad de innovar y de tener una buena organización.

En el artículo del periódico el Universal (2010) "Pymes, el 95% de las Empresas en México", se indica la importancia que tienen las Pymes dentro del desarrollo de la economía de un país, ya que estas representan un 95% de las empresas en México. En el mundo las Pymes se han desarrollado de una manera sorprendente y además han impulsado aceleradamente el comercio internacional, en este sentido también resalta la importancia que tienen las Pymes dentro del comercio internacional y como se han desenvuelto dentro de la globalización y qué papel juegan las asociaciones que están implicadas y cuáles son sus funciones.

De acuerdo con la Confederación Estatal Para la Planeación de la Educación Superior (COEPES, 2012) en su investigación "Para la Comunidad Importancia de las Pymes en México", el objetivo principal es destacar que las Pymes cuentan con la más amplia gama de giros productivos, comercializadores y de servicios y tienen la tendencia a realizar actividades autónomas que tienen relación con las empresas más grandes, y de este modo tienen influencia de éstas que suelen someterlas, minimizando sus posibilidades de desarrollo o establecen una interdependencia. Concluye que las Pymes pueden ser productivas en sus distintas ramas teniendo relación con las empresas más grandes.

Para la Secretaría de Economía (2015) en su artículo "Comercio Exterior/Países con Tratados y Acuerdos Firmados en México, en Pyme haz crecer tu negocio", el objetivo principal es resaltar que las Pymes han logrado un gran crecimiento dentro del país, gracias a las participaciones que

ha tenido México en organismos y foros multilaterales y regionales. Expone los diferentes tratados y organizaciones donde tiene presencia México como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Además cuenta con una red de 12 tratados de libre comercio con 46 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIs) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la ALADI. Concluye que todos estos tratados y acuerdos han llevado a que las Pymes dentro de México se desarrollen pero de igual forma han tenido limitantes de financiamiento dentro del comercio puesto que México no cuenta con los suficientes programas y recursos para impulsar una Pyme.

En el "Informe sobre el Comercio Mundial 2016", de la Organización Mundial de Comercio OMC (2016) plantea como objetivo explicar que las microempresas y las Pymes constituyen el grupo más numeroso de empresas en casi todos los países, el 95% en promedio y representa la inmensa mayoría de los puestos de trabajo. Las Pymes han destacado en las políticas sociales y económicas de casi todos los países, por este motivo la importancia de las Pymes es incuestionable, por ello, estas son vitales para la economía de un país como es el caso de México, resaltando su poca participación en la exportación. La OMC señala como objetivo que estas no tienen un gran impacto dentro del mercado debido a que carecen de una organización estable y de una adecuada inversión. Para la OMC las Pymes tendrían más oportunidades de mercado y de inversión si las

llamadas grandes empresas no las obstaculizarán. La OMC (2016) plantea que las exportaciones directas representan solo el 7.6% de las ventas totales de las Pymes del sector manufacturero, en comparación con el 14.1% de las grandes empresas manufactureras. En los países desarrollados, en promedio, las empresas con menos de 250 empleados representan el 78% de los exportadores, pero solo el 34% de las exportaciones. Concluye que las Pymes no han ocupado un lugar muy destacado a lo largo de los años, y señala que son relativamente pocos los acuerdos que las mencionan expresamente, pero por el avance tecnológico y mediante la expansión del comercio electrónico y la evolución de las cadenas de valor comerciales podemos decir que hay nuevas oportunidades comerciales para las Pymes.

Manzanilla (2017) en el periódico la Jornada, publica el artículo "Pequeñas y Medianas Empresas en México no Sobreviven ni Cinco Años", donde se señala como objetivo mostrar el crecimiento de las Pymes y su importancia dentro de un país, en el contexto de la globalización. Indica que una Pyme tiene una vida de 5 años en el país, por lo que estas no han tenido un gran crecimiento pero si son de gran importancia porque están presentes en todo el mundo, ya que aportan más del 95% de las empresas del país, aunque solo duren un determinado tiempo. Las Pymes, son empresas de menor escala ya sea en su desarrollo o en su economía, están basadas en una organización poco fundamentada, la mayoría de estas son empresas familiares.

Podemos concluir este apartado señalando que la mayoría de los autores reconocen la importancia económica de las Pymes dentro del desarrollo de un país, además de enfatizar las limitaciones que representa el inadecuado desarrollo tecnológico, lo que se ve influenciado por el poco financiamiento que reciben. Por lo que en futuras

investigaciones es necesario abrir nuevas líneas de conocimiento abocadas a estudiar como la asociación de empresas puede ser un mecanismo adecuado para fomentar el desarrollo de las Pymes dentro del mercado internacional, para adquirir experiencia y ser más competentes en el ámbito tecnológico.

TEORÍA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

La teoría explica y predice el fenómeno o hecho al que se refiere, además que organiza el conocimiento al respecto y orienta la investigación que se lleva a cabo sobre el fenómeno. Una teoría explica verdaderamente el cómo y por qué ocurre o se manifiesta un fenómeno desde el rigor científico.

A finales de los años setenta surge la teoría de la internalización, muy influenciada por el trabajo de Williamson (1975) quien estudió los procesos internos de transferencia de información, lo que la convirtió en el enfoque dominante de aquellos años para el estudio de la empresa multinacional. Afirma que la eficiencia es la mejor estrategia y que esta última es importante solamente para las empresas con poder en el mercado.

Por otro lado, Anderson y Gatignon, (1986) proponen que la teoría de la internalización de la empresa multinacional tiene su origen en la teoría de los costes de transacción. Esta última parte del supuesto de que cuando los mercados son perfectamente competitivos, no hace falta ningún tipo de mecanismo de control, ya que la amenaza de ser sustituido por otra empresa, elimina la posibilidad de desarrollar un comportamiento oportunista y fuerza a las empresas a actuar de manera eficiente.

En su investigación Dwyer y Oh, (1988) determinan que cuando disminuye el número de proveedores, entonces la empresa tiene menos posibilidades de sustituirlos y, por lo tanto, los costes de transacción incrementan, debido a que

es necesaria una negociación rigurosa y asumir unos costes de supervisión para asegurar que el contrato se cumple en las condiciones que se había establecido.

En este sentido Dunning (1993) ha contribuido, principalmente, al desarrollo teórico de esta cuestión a través de su propuesta de ensamblar dentro de un sistema las aportaciones de los teóricos de la organización industrial, la teoría de los costes de transacción y las teorías de localización y el comercio internacional. Los trabajos de Dunning (1993) se centran en un proceso racional en el que las ventajas específicas de la empresa para acometer con éxito su proceso de internacionalización vienen marcadas por los costes y las ventajas de atender a determinados mercados que son atractivos, de acuerdo a la estrategia de la empresa a largo plazo. Para (Dunning, 1993) la internalización es la contribución más importante de los micro economistas al conocimiento de la empresa.

La internacionalización nace como una respuesta a la evolución del entorno empresarial según Knight y Cavusgil (2004) plantean que la experiencia del fundador, su deseo de superación, su ambición y visión para los negocios, como el resto de iniciativas estratégicas, debe entenderse desde un punto de vista dinámico.

Existen varios modelos que recogen distintas perspectivas desde las cuales parte la iniciativa empresarial para abrir el marco de actividades a otros mercados geográficos. Según la Teoría de la Internalización, el acceso a mercados exteriores se produce como sustitución del propio mercado en mejores condiciones, proporcionando ventajas de localización en costes, economías de escala y estructura del mercado objetivo.

En su investigación Boter y Holmquist (1996) menciona que surgen tres grandes comportamientos frente a la internacionalización

por medio de la exportación: el emprendedor, el idealista y el que llega tarde. Los emprendedores en la medida en que están dispuestos a tomar riesgos tienen la mayor posibilidad a insertarse, mientras que el idealista puede o no estar interesado en el proceso y en el caso en que lo esté, se orienta al mercado internacional por medio de actos de reputación.

Castaingts (1996) argumenta que una organización, además del conocimiento científico y tecnológico, requiere de una alta capacidad administrativa, la adopción de un pensamiento administrativo moderno y de los nuevos paradigmas para ser competitiva.

De acuerdo con el enfoque de redes de Ellis (2000), la entrada en mercados exteriores surge de la interacción entre la empresa y la red externa, y la propensión a explotar oportunidades empresariales estará limitada por los beneficios (calidad) de la información que aporta cada uno de los miembros de la red. Las redes sociales individuales necesitan tiempo para desarrollarse, por lo que los beneficios de la información se incrementan con la experiencia personal.

Pero un punto importa que mencionan Rialp y Rialp (2001) es que el enfoque de redes es una área emergente de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, se centra en los sistemas no jerárquicos donde las empresas invierten para reforzar y controlar su posición en las redes internacionales. Este enfoque contemporáneo se basa en las teorías del intercambio social y la dependencia de recursos, y se centra en el comportamiento de la empresa en el contexto de una red interorganizativa y de relaciones interpersonales.

Knight, Liesch (2002) se formulan preguntas necesarias para iniciar las fases de pre internacionalización. ¿Cuál sería el papel de reducir los costes de adquisición de información

para internacionalizarse?, y ¿Cuáles son los antecedentes relacionados con los niveles y capacidades de internacionalizar la información, que conducen a un mayor desempeño internacional?

Con relación a la gestión del conocimiento y sus implicaciones en el desarrollo de ventajas competitivas planteadas Clark y Pugh (2001) puede ser de interés desarrollar observaciones relacionadas con factores que puedan inhibir este proceso, identificándose entre ellos el grado de internacionalización, edad de entrada y la tendencia emprendedora; y su eventual relación con dinámicas de aprendizaje.

Una interesante definición de internacionalización que genera un contexto idóneo en esta área de estudio planteada por Villarreal (2005), determina la internacionalización como: una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento cada vez más complejo.

Algunos autores que se han dedicado a fortalecer el campo de investigación emergente de los negocios internacionales en el mundo son Griffith, Cavusgil, y Xu (2008), los cuales describen las tendencias que determinan rutas de estudio propias en el entorno de la globalización, donde la saturación de los paradigmas obligan a las empresas a asumir roles más exigentes de productividad y eficacia. De esta forma, los autores encontraron que la internacionalización de empresas se encuentra en el tercer lugar de relevancia investigativa del campo, precedida por estudios de Inversión Extrajera Directa como

medida para la existencia de las empresas, y la estrategia y organización de las empresas multinacionales.

La relevancia de la internacionalización se observa con Peláez y Rodenes (2009) quienes afirman que dicho proceso no solo se trata de una cuestión de supervivencia, todo lo contrario, para los autores se trata de un escenario vital para lograr la competitividad de la empresa y potencializar la innovación; en este sentido, mencionan los autores, el sistema de redes sociales es determinante para el desempeño internacional de la empresa contemporánea.

En el aspecto empírico Fuerst (2010) indica que 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.

Hemos visto a través de los principios epistemológicos de la teoría de la internacionalización que si una Pymes se quiere asociar debe de considerar los siguientes aspectos básicos: reducción de costos de producción, fomentar economías de escala y estructura el mercado, así como fomentar de redes de apoyo y de intercambio con otras empresas. Es decir que no todas las Pymes podrán asociarse, ya que esto se determina por el grado de internacionalización que tenga actualmente, periodo de vida que tengan en el mercado, la tendencia emprendedora; su eventual relación con dinámicas de aprendizaje, y su cultura empresarial entre otras.

LAS PYMES Y SU INSERCIÓN EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La internacionalización de la empresa es el conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural. El grado de

internacionalización de una empresa se determina en función de la proporción de actividades que desarrolla en el exterior. Algunos motivos por los cuales las Pymes deciden internacionalizar son: seguir creciendo en su sector, dado que el mercado interno se ha quedado pequeño, aprovechar la capacidad ociosa de fabricación, exportar porque el mercado externo es el mercado natural por escasez de estos productos, diversificar el riesgo de operar en un solo mercado, ganar prestigio en el mercado internacional, compensar una crisis en el mercado interno, acceder a un mercado más grande (mayor volumen), ganar competitividad al luchar con competidores más eficientes y así poder competir en un sector donde otras firmas obtienen economías de escala a nivel mundial. También por la dura competencia en el mercado interno o como reacción ante el ataque de un competidor internacional que amenaza su posición.

De igual manera Johanson y Vahlne (1990) indican que el conocimiento que tienen las empresas del mercado en el que se desarrollan, se da gradualmente a través de la experiencia en el mismo, y el compromiso en dicho mercado entendido por la asignación de recursos, que son elementos característicos de una mayor participación en mercados exteriores, asumiendo que al incrementar su experiencia en dichos mercados aparecerán nuevas oportunidades de mercado.

Johanson y Mattson (1998) nos indican que el enfoque de redes abre la puerta a las Pymes para superar sus limitaciones de tamaño, gracias a la fluidez y dinamismo de su gestión. Pueden así minimizar el riesgo de su internacionalización, mediante acuerdos entre agentes e intermediarios.

De la misma forma mencionan Johnson y Scholes (1999) que el proceso de internacionalización de la empresa puede revestir diversas facetas en su

afán de cruzar las fronteras nacionales y fomentar estrategias de crecimiento pueden ir desde la exportación, pasando por la relación contractual con el exterior hasta la inversión externa. En todo caso, es importante indicar que estas formas de internacionalización caen dentro de la concreción de alianzas estratégicas, con el objetivo de lograr un crecimiento significativo de la empresa que se traduzca en un crecimiento de su valor económico en el futuro. Por otro lado, internacionalizar la empresa implica someter a la entidad en su conjunto o a parte de ella o de sus productos o servicios (o de alguno de ellos), a la autoridad conjunta de dos o más naciones o de un organismo que las represente, lo cual enmarca claramente la condición básica para comprender cuando realmente una empresa se ha extendido fuera de sus fronteras nacionales.

Alguien que nos muestra los modelos de redes de internacionalización es Fillis (2002) quien dice que ocurre por el establecimiento y construcción de nuevas relaciones en nuevos mercados y también por la conexión a redes existentes en otros países, como se explicó anteriormente. La aproximación de redes se deriva con los procesos de internacionalización industrial. La internacionalización es conducida por la formación y explotación de un grupo de firmas de relaciones en red, más que a través de la existencia de una estrategia particular de firma.

Para Szabó (2003) la internacionalización de empresas se entiende como al conjunto de acciones y maniobras que una compañía debe desarrollar para penetrar en un mercado y beneficiarse de los recursos que se originan en ese mercado. Dado lo limitado de los recursos con los que cuentan las Pymes, la internacionalización de sus negocios es probablemente la decisión más difícil que deban enfrentar por los numerosos riesgos que implica. Muchas Pymes exitosas en los mercados domésticos, suelen fallar al extender

sus operaciones internacionalmente. En nuestro país hemos visto recientemente un auge de actividad exportadora, básicamente liderado por Pymes y emprendedores que por primera vez se aventuran en este tipo de proyectos, pero el éxito de estos emprendimientos está dado básicamente por un desequilibrio macroeconómico producto de una drástica devaluación con congelamiento de precios y salarios.

Los siguientes puntos los formula Bellin y Pham (2007) en los cuales indica los obstáculos que tienen las Pymes para internacionalizarse: a) El problema de mantener una cultura corporativa e identidad común, b) La dificultad de obtener la habilidad para entender las costumbres locales y las formas de hacer negocios, c) Los conflictivos ambientes donde expanden sus actividades a nivel global, d) El balance entre estrategia y ejecución, e) La promoción del talento, f) La importancia de la tecnología de la información, g) La necesidad de medir la performance selectivamente y mantener un proceso de mejoramiento y renovación.

Para Jiménez (2008) la internacionalización de la empresa constituye un fenómeno de especial relevancia dadas las controvertidas repercusiones que las actividades de las empresas multinacionales tienen tanto en su país de origen como en el país de destino. El enfoque de recursos y capacidades ha sido un marco teórico muy empleado en la investigación científica para tratar de explicar el porqué y el cómo de esta importante decisión estratégica.

Podemos decir, que son diversos los factores que influyen en la internacionalización de las Pymes, unos de orden macroeconómico y otros a nivel de la micro región donde se desenvuelven las empresas, por lo que se deberá tomar en cuenta ambos, y que cada empresa varía en su

crecimiento según los recursos con los que cuenta, experiencia, necesidades y liderazgo.

LA ASOCIACIÓN Y LAS EMPRESAS “BORN GLOBAL”

Las asociaciones son fundamentales para el crecimiento de una empresa ya que se pide un cierto grado de competitividad para que tengan presencia en el mercado internacional y para que tengan una innovación tecnológica y emprendedora para ser competentes y así no tener un lapso de vida reducido, que es de aproximadamente de 5 años.

Castillo (2008) nos plantea que la pequeña y mediana empresa (Pyme) se ha convertido en la protagonista de la nueva economía mundial en los inicios del nuevo siglo, indica que es evidente que al analizar la historia mundial reciente aparecen las pequeñas empresas en la economía como detonadoras de empleo y de desarrollo.

Un ejemplo de ello se aprecia en países como Alemania, Japón, Italia y Taiwán, entre muchos otros, que han tratado de desarrollar sus pequeñas empresas utilizando compañías integradoras. Estas medidas han permitido que las empresas que incursionan en este tipo de asociación puedan competir no sólo en su país, sino que también participen en la exportación, a pesar de que algunas ya hubieran entrado en esta actividad en forma individual, pero ahora lo hacen en conjunto con mejores resultados, y tomando una nueva actitud de cooperación en el ambiente de competencia (SELA-IBERPyme, 2008).

Hay que tomar en cuenta que las estrategias gubernamentales son distintas en cada uno de estos países, y que la inestabilidad económica y política puede afectar el desempeño empresarial, la estructura social, las organizaciones políticas y la correlación de las fuerzas entre ellas.

Surge el fenómeno conocido como empresas de acelerada internacionalización o “born global”, que se refiere a empresas de reciente creación que siguen un enfoque global desde su creación (considerando a aquellas que internacionalizan su actividad durante sus dos primeros años de vida) (Brenes, 2007).

Furst (2008) nos dice que las Born Global se caracterizan por ser Pymes con menos de 500 empleados, tener ventas anuales por USD \$100 millones y desarrollar un único producto. El fenómeno Born Global, ha venido contagiándose en los últimos años a todos los países del mundo, principalmente en los más desarrollados, por tener esta mayor afluencia de capital. Específicamente, es un fenómeno donde las empresas inician en sus primeros dos años de vida el proceso de exportación, sin tener en cuenta que primero deben ganar experiencia y cumplir con una sucesión de etapas de incorporación en las operaciones internacionales, como lo plantea el modelo tradicional de internacionalización, también conocido como el “Modelo de Uppsala”, o modelo nórdico, que pone el foco en la distancia psicológica percibida por la firma, por lo que las interacciones permanentes y el desarrollo del conocimiento sobre los mercados exteriores serían factores de impulso a la internacionalización.

Las Born Global son un grupo de pequeñas y medianas empresas emprendedoras que presentan un proceso de internacionalización acelerado planteado por Brenes (2008), inician sus actividades comerciales en el mercado mundial justo apenas nacen o en un periodo muy cercano a su nacimiento. Estas empresas ingresan a los nuevos mercados obviando algunas de las etapas del proceso tradicional de internacionalización, gradual o por etapas, conocido como modelo Uppsala. Son entes dinamizadores de las economías que contribuyen

en el desarrollo económico de los países, siempre y cuando se crea el clima, las condiciones y la infraestructura indispensable para que puedan alcanzar un desarrollo sostenido de sus exportaciones. El proceso empleado por las "Born Global" parte de la consideración del mundo como un único mercado potencial, en el que selecciona los nichos de mercado más adecuados a sus características distintivas. Rialp y Rialp (2001), identifican 10 factores que determinan la existencia de este tipo de empresas: una concepción global, directivos con experiencia internacional, compromiso, redes, intangibles asociados al conocimiento, creación de valor añadido, nichos de mercado, pequeños clientes y relaciones cercanas, flexibilidad ante los cambios.

Entre los estudios que más destacan en las Born Global se hallan Mc Dougall y Oviatt (1996) que explica la internacionalización en función de las redes sociales que permiten disminuir el coste de búsqueda de mercados exteriores. Los acuerdos de cooperación con terceros ayuda a la compartición de recursos, capacidades o actividades, con el fin de conseguir el acceso a nuevos mercados, el aprendizaje conjunto y la mejora de la posición competitiva. La información se distribuye en la sociedad por interacción social a través de relaciones puente que vinculan a personas de diferentes grupos sociales. Las redes sociales crean vínculos de confianza mutua que repercuten en un menor riesgo agregado. Los autores que estudian este nuevo tipo de compañía relacionan tres factores importantes en la aparición de esta tipología de empresas: las nuevas condiciones del mercado, los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación y las capacidades y habilidades de las personas (emprendedores). Estos autores consideran que la disminución de los costes de comunicación y transporte, unido al fácil acceso a las nuevas tecnologías de la información y la

integración de economías regionales, hace posible nacer global.

Pérez (2013) nos dice que una Pyme que piense en ampliarse hacia afuera debe reunir, las siguientes características: tener un producto de calidad y competitivo considerando estándares internacionales en su diseño y producción; elegir el mercado teniendo en cuenta criterios como similitud, proximidad, expectativas de crecimiento, estabilidad, familiaridad o minimización del riesgo; confiar el proceso a la persona idónea y al mejor equipo; introducirse en el mercado elegido, una vez analizadas las distintas vías de acceso: exportación, explotación de licencia o inversión productiva; decidir la estrategia internacional; elaborar el plan de negocio; decidir si se centralizan las actividades comerciales de producción y adquisición, establecer los mecanismos adecuados de coordinación y control.

Por su parte Lima (2007) menciona en términos generales que no existe una única estrategia para las Pymes exportadoras. La orientación de las Pymes hacia el comercio internacional, principalmente en las economías en desarrollo, está determinada muchas veces por la cadena de valor en la cual las Pymes desarrollan su actividad comercial, la coyuntura macroeconómica, a partir del tipo de cambio y las políticas públicas de desarrollo y promoción comercial, y la calidad del producto o servicio en cuestión, así como procesos de certificación. De todas maneras, los factores clave de éxito están dados por las capacidades de Management, y el conocimiento del mercado.

MÉXICO: PYMES Y ASOCIACIÓN

La integración de este tipo de asociaciones de Pymes se intentó desarrollar en México a finales de la década de los años ochenta con objeto de mejorar la estructura económica del país. Por ello se creó el Programa Nacional de Modernización

Industrial y del Comercio Exterior en 1990. Con este programa se trató de modernizar las formas tradicionales de producción de las empresas mexicanas, sobre todo micro, pequeñas y medianas. La principal premisa de este programa tenía en cuenta la formación de organizaciones interempresariales que llevaran a la creación de empresas integradoras con potencial exportador. Este programa se enfocó en el apoyo gubernamental tratando de despertar tanto el nacionalismo como el desarrollo tecnológico, fundamentales para la creación de subcontratación en Pymes.

La Comisión Económica de América Latina y el Caribe (2014) formula que la inserción internacional de las pequeñas y medianas empresas tiene impactos positivos en su nivel de productividad, la calidad del empleo, el nivel de los salarios y la incorporación de innovación. Por esto, desarrollar mejores políticas y herramientas de apoyo a la internacionalización de las Pymes es una condición para un desarrollo más inclusivo y facilitación del trabajo colaborativo entre organismos que manejan datos sobre empresas exportadoras. El objetivo es conocer los productos y destinos a los que exportan las Pymes, la periodicidad de entrada y permanencia en el sector externo. Además de aplicar un enfoque de innovación para exportar, que deriva de las demandas de innovación provenientes de un mercado externo (requisitos de acceso al mercado, adaptación del producto a la demanda, nuevos canales de comercialización). Esta modalidad de trabajo incluye la realización de un diagnóstico de brechas de innovación de las empresas para un mix producto/mercado, programas/actividades de apoyo para superar las brechas detectadas, la preparación de un plan de innovación y la identificación del tipo de financiamiento necesario para superar las brechas de innovación.

Puesto que para Ramos (2017) las Pymes presentan muchos desafíos para que participen en los esquemas de integración regional, basados en la desregulación y la apertura comercial. Es claro que sin un apoyo substancial y orientación al mercado global, las Pymes no pueden constituirse en el pilar para construir el camino hacia el desarrollo. Es necesario, entonces, que el gobierno, como complemento a las acciones de liberalización apoye con políticas de fomento a la exportación de productos con calidad, establezca claramente dentro de sus políticas comerciales la necesidad de entrar a todos los niveles del país en un sistema de competencia global y que otorgue un apoyo decidido a la industria para impulsar e incrementar las exportaciones de las Pymes.

En su investigación Pérez (2013) plantea que todo esto implica la reestructuración y modernización de la ideología liberal y la modernización del Estado, incluyendo la desburocratización, la privatización pero de igual manera la descentralización, buscando con ello aumentar la productividad y la competitividad de las condiciones nacionales, además de mejorar la infraestructura, la educación y de profesionalizar en las instituciones. Es el Estado quien debe tener el papel preponderante en la regulación de la economía, pero a la vez, el responsable de impulsar una estrategia que considere el fortalecimiento de un sistema nacional de calidad y de apoyo al uso de estándares internacionales en las actividades de producción de bienes, que les permita a las Pymes generar una oferta exportable que tenga una mayor oportunidad de acceso a mercados de países desarrollados. El proceso de internacionalización de cualquier empresa plantea la oportunidad de participar en nuevos mercados donde es factible crecer.

A través del tiempo las Pymes han sufrido diversos cambios ya que en México estudios efectuados por el Instituto Nacional de Estadística

y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son Pymes que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. ProMéxico²³ destacó que, por la importancia de las Pymes, es necesario instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación. Por otro lado, los apoyos a la exportación que proporciona la Secretaría de Economía a través de la Subsecretaría de la pequeña y mediana empresa, se integran en el programa de oferta exportable Pyme, el cual su principal objetivo es impulsar y facilitar la incorporación y comercialización de las micros, pequeñas y medianas empresas Pymes a la actividad exportadora desde un enfoque y mediano plazo de internalización de las empresas mexicanas.

Para Álvarez (2016) fomentar la asociación en las Pymes implica entregar apoyo a los nuevos emprendedores, de un modo más económico. El éxito empresarial es el resultado de la combinación de muchos factores y uno de los factores relevantes es relacionarse con otros actores en el mercado y conocer su experiencia, intercambiar ideas, obtener información relevante para ir mejorando. Las asociaciones empresariales están formadas principalmente bajo un sector determinado, con el objetivo de abordar conjuntamente aquellos aspectos que ayuden a la industria y todos los asociados a progresar. Su propósito es hacer que la industria a la que representan sea una industria mejor y más competitiva. Las asociaciones participan en

actividades de relaciones públicas, publicidad, recopilación, publicaciones, educación, fomentan la creación de sinergias y colaboraciones entre los socios y generan grupos de presión. Estas asociaciones también ayudan a proteger la integridad de la industria, fijando estándares que todos sus miembros cumplen.

Para Ramos (2017) en su artículo "Pymes, La economía de México y un motor de impulso para las empresas extranjeras" expone que durante el 2015, el 14.3% de las empresas declararon conocer al menos uno de los programas de promoción y apoyo del Gobierno Federal. De ese total, el mayor porcentaje conoce la Red de Apoyo al Emprendedor, alcanzando el 61.1%, seguido por el programa "Crezcamos Juntos" con el 42.6%, así como otros programas del INADEM con el 39.4%. Las Pymes representan un fortalecimiento y un refuerzo para la economía mexicana, debido a los sucesos actuales a nivel internacional, los mercados presentan un déficit de confianza y de incertidumbre hacia el mercado mexicano; sin embargo, cabe mencionar que la fuerza con la que las Pymes mexicanas han llegado a la punta de importancia a niveles internacionales.

Ante tal panorama podemos señalar los beneficios de estar asociados en México²⁴:

1. Acuerdos con entidades que facilitan la financiación de las empresas (acceso a préstamos, ayudas económicas, tipos de interés preferenciales, etc.).
2. Información sobre subvenciones y ayudas de organismos e instituciones públicas y privadas.

²³ProMéxico.Ver

en: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

²⁴ Véase: el artículo La Importancia de pertenecer a una asociación para Pymes, disponible en:

<https://blog.blizuu.com/la-importancia-de-pertenecer-a-una-asociacion-para-pymes/>

3. Asesoramiento empresarial: jurídico, laboral, fiscal, contable, medio ambiente, energía, marketing, nuevas tecnologías, franquicias, comercio exterior, etc.
4. Formación: Seminarios especializados para jóvenes empresarios. Cursos de Formación Continua. Cursos de Alta Gestión Empresarial.
5. Participación en Premios Empresariales.
6. Organización de Encuentros de Negocios
7. Acuerdos y convenios que implican descuentos, facilidades y ofertas para sus asociados/as, así como la posibilidad de la realización de prácticas de alumnos de Formación Profesional y Escuelas de Negocios en las empresas asociadas.
8. Acceso inmediato a todo tipo de información empresarial nacional e
12. Publicaciones específicas para la creación de empresas.

La apertura comercial de México para Ramos (2017) significa que los empresarios mexicanos enfrentarán una variedad muy extensa de productos importados, productos que competirán en nuestros mercados. Visto de otra manera, las empresas mexicanas tendrán que buscar nuevos mercados para sus productos, convirtiéndose en exportadoras, o bien, perfeccionar la calidad y precio, para poder seguir compitiendo en el mercado nacional.

Concluimos que a través del tiempo las Pymes han sufrido diversos cambios ya que por cuestiones económicas, culturales y sociales, las Pymes aún no han tenido un desarrollo como tal, ya que es muy limitado el apoyo que han tenido y por lo tanto, no pueden asociarse tan fácilmente debido a los problemas de inversión, financiamiento, tecnología y que además se requiere que las Pymes cuenten con una expectativa atractiva para la asociación donde se

vallan a unir ya sea pública o privada. Para que se logre una mayor eficacia dentro de la Pymes se necesita que hayan nuevas asociaciones y sobre todo apoyo por parte del gobierno que dé prioridad a las Pymes recién creadas dentro del mercado, para así obtener nuevas empresas de escala mayor dentro de la economía de México.

DISCUSIÓN

En gran medida la información sobre internacionalización ha sido usada para entender los procesos de expansión internacional de pequeñas empresas pero aunque son aportes importantes aún falta complementarlos con otras investigaciones que expliquen esos mismos procesos pero en nuevos tipos de empresas que funcionan con una mentalidad global, en sistemas interconectados y de alta eficiencia ante las adversidades. En ese orden de ideas se debe investigar más en la estructura de costos, generando modelos que busquen mezclar las teorías anteriores, hasta perspectivas que fundan su análisis en redes de trabajo. Tal como lo muestra el trabajo de Fillis (2001) el cual menciona que la internacionalización ocurre por el establecimiento y construcción de nuevas relaciones y mercados, así como por la conexión a redes existentes en otros países, como se explicó anteriormente. La aproximación de redes se deriva de la investigación relacionada con los procesos de internacionalización industrial. La internacionalización es conducida por la formación y explotación de un grupo de firmas relacionadas en redes, lo cual tiene un gran impacto en las Pymes puesto que para poder mantener una Pyme en el mercado necesitas tener redes para expandirla.

La mayoría de las empresas pequeñas sufren cambios; como dificultades en la transición de una firma familiar a una controlada por gerentes pero debemos saber que la internacionalización se da

a través de un proceso gradual de desarrollo de la exportación. El estudio planteado por Villarreal (2005), señala a la internacionalización como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, por medio de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento cada vez mayor. Se identifican ventajas competitivas al pensar en internacionalizarse, tales como la eficiencia técnica, adecuado manejo y operación de redes y alto nivel en tecnologías de información. Por estos motivos muchas Pymes tienen un lapso de vida muy corto ya que no logran expandirse en el mercado de manera óptima.

CONCLUSIÓN

La globalización es un tema muy importante en el estudio de la internacionalización de empresas, por tal motivo su investigación se ha hecho indispensable para comprender el entorno del comercio internacional y se convierte en tema clave para lograr el éxito en los negocios internacionales, La relevancia de la internacionalización en el contexto de los negocios internacionales crece, no solo con las necesidades de la globalización y el aumento del comercio, sino también con la exigencia que se crea en la saturación de los mercados locales, ya que en el caso de las Pymes se enfrentan a una situación en que se requiere mayor planeación estratégica y adaptación al entorno. Las pequeñas y medianas empresas se han destacado en la economía por jugar un papel fundamental en el empleo y la generación del PIB, y en esta misma medida deberán adaptar nuevas estrategias para aprovechar los vacíos y ventajas que presenta el comercio internacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvares.M. (2016). *La Importancia de pertenecer a una asociación para Pymes* May 19, 2016, disponible en <http://www.blogblizuu.com/single-post/2016/05/19/La-Importancia-de-pertenecer-a-una-asociaci%C3%B3n-para-las-Pymes>[consultado el 29 de septiembre de 2017].
- Anderson E. y Gatignon H. (1986). "Modes of foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions", *Journal of International Business Studies*, Vol. 17. No. 3.
- Banco de México. (1997). "*Informe Anual 1996*", México 1997. [consultado el 31 agosto de 2017].
- Baumol,W.J.(2002). "The Free-Market Innovation Machine, Analyzing The Growth Miracle of Capitalismo", *Princeton University Press*, Prisdeton, NJ[consultado el 7 de septiembre de 2017] http://www.revistainternacionalpyme.org/volumenes/volumenuno/vol1num1/articulos/revista_completa.pdf.
- Bellin, J. y Chi T. Pham (2007). "Global expansion: balancing a uniform performance culture with local conditions. *Strategy & Leadership*. Vol. 35 No.6(2007).44-50.disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf> [consultado el 30 de septiembre de 2017].
- Brenes L.G (2007). *Factores que influyen en los procesos de internacionalización acelerada en las Pymes: el caso de Costa Rica*. Repositorio Institucional del Tecnológico de Costa Rica
- Boter, H. y C., Holmquist (1996). "Industry characteristics and internationalization processes in small fi rms". *Journal of Business Venturing*. Vol. 11 (6) en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 19 de septiembre de 2017].

- Castaingts T, J. (1996). "La empresa mexicana ante el mundo triádico y el TLCAN". *Revista de Comercio exterior*. 203-215.
- Castillo.R. (2008). "Asociación de Pymes como estrategia mundial", *Logística y negocios internacionales*, Mayo 2008, disponible en http://web.uas.mx/negocios/gestione/Desp_Arts.asp?titulo=228 [consultado el 29 de septiembre de 2017].
- Clark, T. y D. S. Pugh. (2001). "Foreign country priorities in the internationalization process: a measure and an exploratory test on British Firms". *International Business Review*, vol. 10.
- Comisión Económica de América Latina y el Caribe. (2014). *Internacionalización de las Pymes: Medición, innovación y financiamiento*, disponible en <https://www.cepal.org/es/proyectos/internacionalizacion-de-las-pymes-medicion-innovacion-y-financiamiento> [consultado el 28 de septiembre de 2017].
- Confederación Estatal Para la Planeación de la Educación Superior. (COEPES, 2012). *Para la Comunidad Importancia de las Pymes en México*, México. Disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 7 de septiembre de 2017].
- Dunning, John H. (1993). *Multinational enterprises and the global economy*, Inglaterra, Addison-Wesley.
- Dwyer F. R y Oh, S. (1988). "A trans Cost Perspective on Vertical Contractual Structure and Interchannel Competitive Strategies". *Journal of Marketing*, vol. 52, no. 2.
- Ellis, P. (2000). "Social ties and foreign market entry". *Journal of International Business Studies*. Vol. 3 (3) disponible en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 1 de septiembre de 2017].
- El Universal. (2010). "Pymes, el 95% de las empresas en México: INEGI". Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/710522.html> [consultado el 25 de agosto de 2017].
- Fagerberg, J. (2004). "The free-market innovation machine-Analyzing the growth miracle of capitalism", *Journal of Economics*, n.º 82(1), 93-97 [consultado el 6 de septiembre de 2017] http://www.revistainternacionalpyme.org/volumenes/volumenuno/vol1num1/articulos/revista_completa.pdf.
- Fillis, I. (2002). "The internationalization process of the craft microenterprise". *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Norfolk. Vol. 7 (1). <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 20 de noviembre de 2017].
- Fuerst, S. (2010). *Global marketing strategy: The case of a born global software firm in colombia*. *Ciencias Estratégicas*, 18 (24), 271-286 disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 17 de septiembre de 2017].
- Furst. W (2008). "Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas" vol. 2 disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf> [consultado el 29 de septiembre de 2017].
- García D. (2008). "Las ayudas Financieras a la Innovación a la Pyme: Sesgo de Motivación y Selección Administrativa", en la revista *Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa*, Universidad Politécnica de Cartagena, Vol.,1.num1,2008, pp17-35 [consultado el 7 de septiembre de 2017].
- Griffith, D., Cavusgil, S., & Xu, S. (2008). Emerging themes in international business research. *Journal of International Business Studies*, 39 (7), 1220-1235 disponible en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438>

- ategicas/article/download/.../1438 [consultado el 19 de septiembre de 2017].
- Jiménez. A. (2008). *La Internacionalización de la Empresa a Través del Enfoque de Recursos y Capacidades*, Departamento de Economía y Administración de Empresas Universidad de Burgos disponible en http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos_2/jimenez_palmero.pdf [consultado el 2 de octubre de 2017].
- Johanson, J. y J., Vahlne (1990). "The mechanism of internationalization". *International Marketing Review*. Londres: Vol. 7 (4). Disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 11 de septiembre de 2017].
- Johanson, E. y Mattson, A. (1998). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas* vol. 2 disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf> [consultado el 2 de octubre de 2017].
- Knight G y Cavusagil S. (2004). "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm", *Journal International Business Studies*, Vol. 35. No. 2.
- Knight G. y P., Liesch (2002). "Information internalisation in internationalising the firm". *Journal of Business Research*. Vol. 55 disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 29 de septiembre de 2017].
- Lima, R. (2007). "Información financiera en las Pymes" en Revista del Centro de Investigación, Universidad La Salle, vol 7, num 27, enero-julio 2007, pp.67-75. Disponible en [consultado el 25 de agosto de 2017].
- Lunduali, B.A., y Barras, S. (1997). "The Globalshing Learning Economy: Implications for Inonvation Policy", *Informe de DG XII*, Comision Europea. Disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 7 de septiembre de 2017].
- Manzanilla, L. (2017). "Pequeñas y Medianas Empresas en México no sobreviven ni cinco años", en *La Jornada*, agosto, 2017.pp 20.[consultado el 20 de agosto de 2017].
- Mc Dougall P. y Oviatt B. (1996). "New Venture Internationalization, Strategic Chance, and Performance : A Follow-up Study" , *Journal of Business Venturing*, vol. 11, no.1.
- McManus, B. (1972). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas* vol. 2 disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf> [consultado el 2 de octubre de 2017]
- Monreal P.J (2009). *Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y las capacidades*. Tesis de la Facultad de Economía y la Empresa. Universidad de Murcia, España.
- OMC. (2016). "Informe sobre el Comercio Mundial 2016". Organización mundial del comercio Disponible en https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf [consultado el 26 de agosto de 2017].
- Peláez, M. J., & Rodenes, M. (2009). "La internacionalización de empresas: relación entre el capital social, las tecnologías de la información relacional y la innovación". *Semestre Económico*, 12 (25), 111-138 disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 6 de septiembre de 2017].
- Pérez, M.(2013). "Internacionalización, reto para las Pymes (II)", *Forbes*, disponible en <https://www.forbes.com.mx/internacionalizacion-reto-para-las-pymes-ii/> [consultado el 2 de octubre de 2017].
- Ramos, K. (2017). "Pymes. La economía de México y un motor de impulso para las empresas extranjeras" en revista *Consultaría*, 27 de enero

- 2017, disponible en <http://revistaconsultoria.com.mx/pymes-la-economia-de-mexico-y-un-motor-de-impulso-para-las-empresas-extranjeras/> [consultado el 7 de septiembre de 2017].
- Rialp, A. y J., Rialp (2001). "Conceptual frameworks on SME's internationalization: past, present and future trends of research". *En: Axxim. C.N. y Matthyssens, P. Recessing the internatonalization*, advances in international marketing. Amsterdam: JAI/Elserver Inc. Disponible en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/download/.../1438> [consultado el 19 de septiembre de 2017].
- Sánchez, F. (2007). Las Born Global: Empresas de Acelerada Internacionalización disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3201045> [consultado el 3o de septiembre de 2017].
- Secretaría de Economía. (2015). "Comercio Exterior/Países con Tratados y Acuerdos Firmados en México" en *Pyme haz crecer tu negocio*. Disponible en <https://www.revistapyme.com/2017/05/19/tratado-s-d-libro-comecio-suscritos-por-mexico/> [consultado el 26 de agosto de 2017].
- SELA-IBERPyme (2008). *Pymes: una visión estratégica para el desarrollo económico y social*. Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe- Programa Iberoamericano de Cooperación Institucional para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa. Ed Horizonte C.C. Venezuela.
- Szabó, H. (2003). *Perspectivas Teóricas sobre la Internacionalización de Empresas* vol. 2 disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf> [consultado el 2 de octubre de 2017].
- Villarreal L.O. (2005). "La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea", *Cuadernos de Gestión*, Vol. 5. No.2.
- Williamson O.E (1975). *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*. Ed Free Press, Nueva York

