



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico  
Administrativas

“Generación de valor y competitividad en la micro,  
pequeña y mediana empresa: experiencia  
internacional”

**INFORME DE INVESTIGACIÓN**  
Para obtener el grado de  
**MAESTRO EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN**  
**PÚBLICA**

Presenta

**Lic. Carlos Manuel Sánchez Valdez**

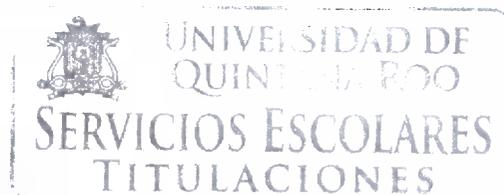
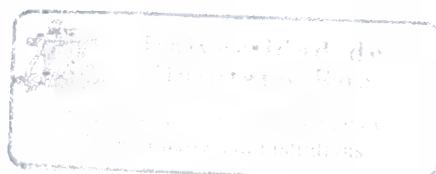
Director de Tesis

**M.C Edgar Alfonso Sansores Guerrero**

Asesores:

**Dra. Crucita Aurora Ken Rodríguez**

**Dr. Salvador Ramos Tescum**



Chetumal, Quintana Roo, México, Septiembre de 2013



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

Informe de Investigación elaborado bajo la supervisión del comité de Tesis del programa de Maestría y aprobado como requisito para obtener el grado de:

## MAESTRO EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

### COMITÉ DE TESIS

Director:

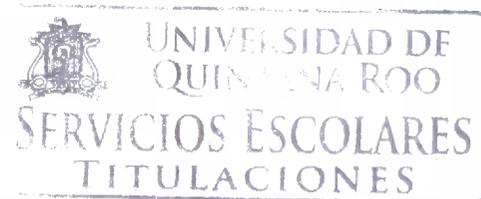
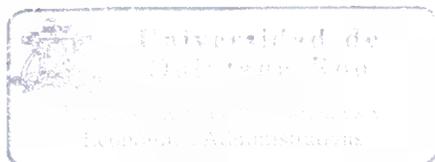
M.C. Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Asesor :

Dr. Crucita Aurora Ken Rodríguez

Asesor::

Dr. Salvador Ramos Tescum



Chetumal, Quintana Roo, México, septiembre de 2013

# Dedicatoria

*La culminación de este trabajo está dedicada a Dios, primeramente por darme la sabiduría para lograrlo.*

*A mí amada esposa: Leyci por su paciencia y apoyo desde el inicio del mismo.*

*A mis tres pequeños tesoros: Aarón, Manuel y Christian que por ellos lucho diariamente.*

*A mis padres: Carlos y Eunice que aunque ya no están conmigo físicamente, yo soy la esencia del amor que se tuvieron. Por inculcarme los valores más preciados: el amor la dedicación y el respeto.*

*A mis hermanos: Miguel, Silvia y Guadalupe, por su apoyo incondicional.*

Por el camino de la sabiduría te he encaminado,  
y por veredas derechas te he hecho andar.    Prov. 4:11

# Agradecimientos

*A mi tutor de tesis: MC. Edgar Sansores, por su paciencia dedicación y consejos para la realización de este trabajo, sin su ayuda no lo hubiera logrado.*

*A la Dra. Crucita Ken, gracias maestra por sus consejos, correcciones y paciencia, siga así apoyando a los egresados, agradezco su ayuda invaluable.*

*Al Dr. Salvador Ramos, Por su apoyo incondicional y consejos que me resultaron muy importantes en la realización de este trabajo.*

*A la MC. Edith Navarrete por sus consejos.*

*Al Dr. José Luis Esparza, por el apoyo en los trámites.*

*Al Maestro Polanco por su apoyo incondicional.*

*A mis maestros de la Universidad que durante mi paso por la carrera me brindaron su sabiduría para ser lo que soy.*

*¡Muchas Gracias!*

# Contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. La Competitividad.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1. La Competitividad y las Pymes.....</b>	<b>8</b>
1.1.1 Teoría Ricardiana.....	12
1.1.2 Teoría Shumpeteriana.....	14
1.1.3 La Teoría de la ventaja comparativa de Porter.....	15
<b>1.2.El Papel del Estado como promotor de la competitividad.....</b>	<b>31</b>
1.2.1. Funciones Económicas del Estado.....	36
1.2.2. Políticas Públicas .....	37
1.2.3. Políticas Dirigidas a las MIPYMES.....	39
<b>1.3.Factores de la Competitividad: las TIC's.....</b>	<b>43</b>
<b>1.4La competitividad como generador de valor.....</b>	<b>44</b>
<b>1.5 Conclusiones del Capítulo.....</b>	<b>53</b>
<b>Capítulo 2. El Papel de las Empresas en México.....</b>	<b>57</b>
<b>2.1. El Papel de las empresas.....</b>	<b>57</b>
<b>2.2. La cultura empresarial.....</b>	<b>62</b>
<b>2.3. Redes empresariales.....</b>	<b>64</b>
2.3.1 Clúster de cadena de valor.....	68
2.3.2 Oferta de capital humano.....	68
2.3.3 Relacionado al conocimiento.....	68
<b>2.4. La competitividad y el valor generado de las empresas Mexicanas.....</b>	<b>72</b>
<b>2.5. Conclusiones del Capítulo.....</b>	<b>78</b>
<b>Capítulo 3. Casos específicos de Pymes competitivos.....</b>	<b>80</b>
<b>3.1. Pymes competitivos en la rama de software en México...</b>	<b>80</b>
<b>3.2. Competitividad y generación de valor: Brasil.....</b>	<b>86</b>
3.2.1 Sectores económicos.....	86
3.2.2 La industria del software en Brasil.....	90
3.2.3 Ventajas y desventajas competitivas.....	92
<b>3.3. Competitividad y generación de valor: India.....</b>	<b>93</b>

3.3.1	Importancia de las MPYMES: India.....	96
3.3.2	MPYMES y la función del Banco Mundial: India.....	97
3.3.3	La industria del software en la India.....	103
<b>3.4.</b>	<b>Competitividad y generación de valor: China.....</b>	<b>106</b>
3.4.1	Principales Indicadores Económicos: China.....	107
3.4.2	El crecimiento de las MPYMES en China.....	108
3.4.3	El desarrollo del Software en China.....	112
<b>3.5.</b>	<b>Conclusiones del Capítulo.....</b>	<b>117</b>
	<b>Conclusiones Generales.....</b>	<b>120</b>
	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>135</b>
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>141</b>

# Indice de Figuras

<b>Figura</b>	<b>Titulo</b>	<b>Pagina</b>
1	Esquema del manejo gerencial de la MPYME en México	5
2	La competitividad vista desde distintos niveles de actuación	10
3	Las cinco fuerzas que guían la competencia industrial	21
4	El rombo de la ventaja nacional	26
5	Círculo virtuoso de la posibilidad del desarrollo	77
6	Crecimiento del PIB en la India	95

# Indice de Tablas

<b>Tabla</b>	<b>Titulo</b>	<b>Pagina</b>
1	Nueva clasificación de la micro, pequeñas y medianas empresas a partir del 30 de junio del 2009	61
2	Indicadores de crecimiento: Brasil	87
3	Clasificación de las MPYMES en Brasil	89
4	Micros, pequeñas y medianas empresas en la India	96
5	Organizaciones Internacionales económicas y comerciales de la que China es miembro	107

# Introducción

El desarrollo de las MPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas), en nuestro país requiere de nuevas tecnologías que permitan su innovación, México está de manera incipiente adentrándose en el desarrollo de software, las principales empresas se encuentran en el Distrito Federal, en Monterrey, Guadalajara y Puebla con el desarrollo de la industria automotriz. Es necesario que estas empresas que en su mayoría son micro y pequeñas empresas conformadas por economías familiares en un 50% (Méndez 1996), lo que ocasiona que de los nuevos negocios que surgen pocos logran permanecer y competir en el mercado. Esto se debe a los pocos instrumentos de financiamiento, políticas económicas, falta de especialización que impide su desarrollo y competitividad que le darían el valor agregado que necesitan para su crecimiento.

Mediante el uso de las TIC's (tecnologías de la información y comunicación) el desarrollo de la innovación tecnológica y las redes de producción o clúster, hoy día son las herramientas para el crecimiento y desarrollo empresarial. Las TIC's se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. En otras palabras, es una línea que separa a las personas que ya se comunican y coordinan actividades mediante redes digitales de quienes aún no han alcanzado este estado de desarrollo CEPAL (2003). Las TIC's son más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras

mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de la información, sino que además permiten una comunicación interactiva.

Definiendo que es importante el desarrollo de las TIC's, la innovación tecnológica y las redes empresariales en las MPYMES porque son los instrumentos más viables para darles el valor agregado mediante la competitividad. Las MPYMES representan un porcentaje importante en las unidades económicas del país y que además son una válvula de escape de la economía nacional en cuanto a empleos se refiere. Por su importancia le debemos dar, un especial significado a su estudio dentro de las gestiones públicas, centros empresariales y diferentes universidades del país.

Al representar las MPYMES el 95.7% de las 3,627,059 unidades económicas que operan en México, (INEGI 2009). Es necesario una atención sustancial a este sector para que su desarrollo sustentable y consolidación. El gobierno mexicano ha implementado por medio de sus políticas económicas y diseñado programas de apoyo, sin embargo éstas no están encaminadas a darles el valor agregado que estas requieren para la producción riquezas ni su auto sustentabilidad. La función a las políticas y estrategias económicas planteadas en los últimos años por el gobierno federal, pretenden disminuir las tasas de desempleo e incentivar el crecimiento local, pese a las tendencias mundiales de modelos económicos encaminados a la globalización, pero no se percibe un resultado en las actividades locales, a pesar de ser contemplados en los planes de trabajo de todos los niveles de gobierno.

De acuerdo a la Secretaría de Economía a nivel federal: “Las MPYMES constituyen el 98.3% de las empresas en México de la industria manufacturera, comercial y de servicios (3,413,128 unidades económicas). Las empresas micro (de hasta 10 personas) representaron 95.7% del total, dieron empleo a 40.4% del personal ocupado total y generaron 6.9% de la producción bruta total. Es decir, muchos establecimientos generan poca producción (Censo INEGI 2009) Con esta participación en Producto Interno Bruto (PIB), se considera de gran importancia para el desarrollo del país lo que hace necesario una atención sustancial a este sector.

México tiene una economía en la cual las personas que emprenden nuevos negocios luchan diariamente para sobrevivir, aunque Porter (1979) defina lo anterior como competitividad. Los negocios en México generan bajos niveles de ingresos y tienen un bajo potencial de crecimiento. Cerca de 200,000 empresas son creadas cada año, sumándose a las 3 millones de empresas que ya existen. Aun cuando las cifras son impresionantes, la mayoría de los nuevos establecimientos son cerrados en el primer año de operaciones. Son negocios que no poseen un alto valor agregado, que contribuyen de manera mínima al PIB y que dadas sus características no son apropiadas para obtener capital en las instituciones públicas o privadas para continuar con sus operaciones.

En este sentido, el apoyo y las políticas de fomento destinadas a la MPYMES, es un tema que ha venido ocupando cada vez más espacio en la investigación académica, debido fundamentalmente a la prioridad y el carácter estratégico que tiene el apoyo a este sector por el impacto que represente en el desarrollo de una nación. Dada su participación directa en el empleo y lo que

esto conlleva, el diseño de políticas que incentivan el desarrollo sustentable nacional de un país se convierte en tema central de este estudio.

Por todo lo anterior se plantea la siguiente interrogante principal de investigación: ¿Cuáles son los factores que definen la falta de valor agregado de las políticas económicas para el fomento de las MPYMES en México?, ¿el desarrollo sustentable se considera dentro del diseño de estas políticas? de esta pregunta nacen otras como: ¿Cuáles son las características gerenciales que presentan las MPYMES en nuestro país.

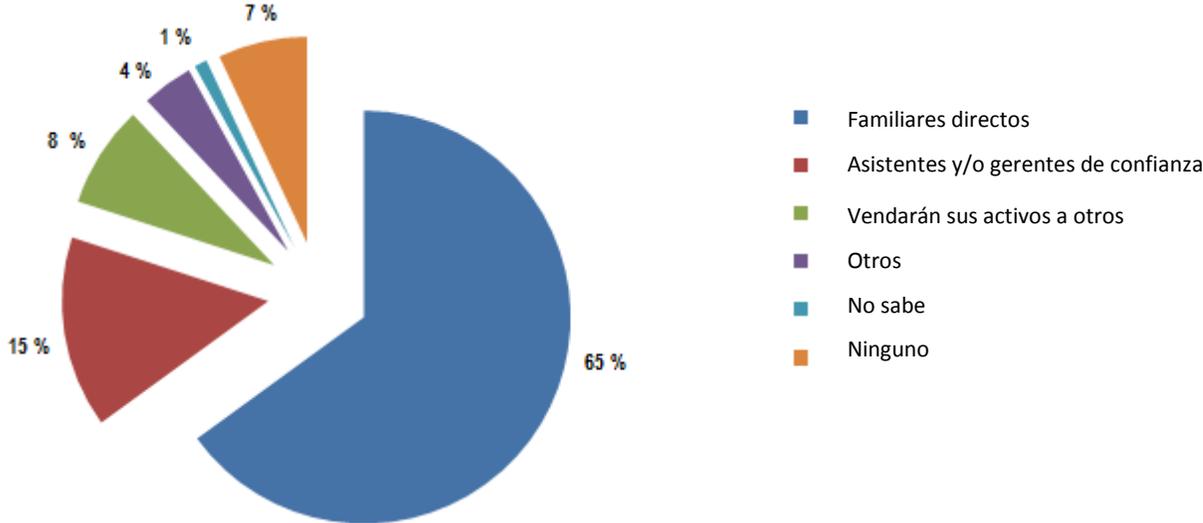
Encontrar respuestas a estas interrogantes, brinda la oportunidad de identificar las características principales de las MPYMES en México. En este trabajo estudiaremos los casos de éxito en otros países casos Brasil, India y China en el sector software, para hacer un análisis comparativo de que es lo que no estamos aplicando en nuestras políticas económicas para darle el valor agregado que requieren las MPYMES para ser competitivas en la generación de riqueza. El gobierno mexicano ha tratado de brindar estímulos por medio de sus políticas públicas y sus programas de apoyo, la duda que se plantea es: ¿estas políticas y apoyos están encaminadas a darle el valor agregado y sobre todo a que estas sean sustentables por sí mismas, identificando su entorno y a las personas que dirigen las empresas a las que se pretende ayudar?

Sabemos de la importancia de la MPYME en las economías del mundo, en el apoyo al desempleo, pero poco se habla de su contribución al PIB nacional. También estamos conscientes que estas no están preparadas para afrontar los cambios vertiginosos en las economías a nivel mundial (globalización), en particular a las caídas de las bolsas que últimamente están afectando el

mercado económico mundial, esto debido al bajo valor agregado que estas poseen porque solamente están basadas en las economías familiares de auto sustento, no para generar riquezas, como se refleja en el siguientes cuadro.

Figura 1

### Esquema del manejo Gerencial de la MPYME en México



Fuente: Observatorio Pyme México,2002:3

Las conclusiones están encaminadas al estudio y aplicación de mecanismos y estrategias que le den el valor a las pequeñas y medianas empresas en nuestro país mediante el análisis de los mecanismos aplicados en otros países de economías emergentes al sector software en Brasil, India y China. Los resultados encontrados mediante este análisis se pueden aplicar en futuras investigaciones acerca de este tema como también en los mecanismos gubernamentales y empresariales para darle el valor que requieren para ser competitivos a nivel mundial.

Para el presente trabajo tendré como objetivo general el analizar comparativamente los mecanismos que generan valor en la MPYMES en específico en los países de México, Brasil, India y China del sector del Software.

Para lo cual necesitaremos:

- Estudiar la importancia las teorías acerca de la competitividad.
- Estudiar al valor como una herramienta empresarial para la competitividad.
- Estudiar las Pymes en nuestro país, su organización y encadenamientos regionales, redes empresariales y clúster.
- Identificar las políticas económicas aplicadas en la generación del valor agregado en México en la industria del software.
- Analizar el sector software en los países emergentes de Brasil, India y China, en la aplicación de mecanismos que le dan el valor para ser competitivos a nivel mundial.

El propósito es comprobar que nuestra economía mantiene un fuerte sesgo contra el aumento de la competitividad debido a dos causas 1. gran parte de la fuerza de trabajo está siendo utilizada en la economía informal y 2. Aun en muchos sectores de la economía formal, el grado de competencia es insuficiente para provocar la innovación y el cambio tecnológico que se traduce en el aumento de la productividad y por ende de la competencia. La metodología a utilizar es de manera cualitativa, y de análisis de la información de manera comparativa, utilizando el método descriptivo.

El presente trabajo está conformado en tres apartados, el primero trataremos la importancia de las MPYMES en la economía, la generación del valor, para lo cual realizamos una revisión a los antecedentes históricos de la competitividad analizando las teorías y participaciones de economistas destacados como David Ricardo y su teoría de las ventajas comparativas, Joseph Alois Shumpeter y su teoría de la innovación empresarial, hasta los apartados presentados por Michael E. Porter en su teoría de las ventajas competitivas, la competitividad bajo la opinión de varios autores. Así también trataremos al Estado como promotor de la competitividad, su papel dentro de la economía y las políticas públicas implementadas para el fortalecimiento de la MPYMES.

En el segundo apartado se analiza la situación de las MPYMES en nuestro país, el desempeño empresarial, sus características la cultura como factor para el desarrollo empresarial, las estrategias empresariales como redes, clúster, a fin de analizar la generación del valor y la competitividad en las empresas mexicanas.

En el tercer y último apartado se analiza el sector software en nuestro país y el desarrollo de la competitividad mediante la innovación para lo cual se realizó un análisis entre las principales economías emergentes: Brasil, China e India, donde se compara las principales acciones y políticas implementadas para la generación de valor y competitividad en este sector mismas que puede ser aplicadas en México. El de este trabajo es dejar una herramienta de estudio del universo MPYME, que pueda servir a las futuras generaciones que se encarguen de estudiar este sector.

# Capítulo 1.

## La competitividad

En este primer apartado resaltamos la importancia de la MPYMES (micro, medianas y pequeñas empresas) y su relación con la competitividad, los antecedentes históricos que precedieron a este término desde David Ricardo, Joseph Alois Shumpeter, hasta las ventajas competitivas de Michael Porter, los conceptos de competitividad tratados por diferentes autores para tener una idea clara de su significado y podamos entender la aportación de esta Investigación.

### **1.1 La Competitividad y las MPYMES**

Desde hace varios años se ha destacado la importancia de la pequeñas y medianas empresas (MPYMES) en la evolución industrial, económica y social de un gran número de países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo. Entre otras características, las MPYMES actúan como un mecanismo de distribución de los ingresos hacia los estratos medios y bajos de las sociedades. Sin embargo, la importancia que tienen las MPYMES no las exime de serios problemas e inconvenientes, entre los cuales destacan: su dificultad para la formación, consolidación y conservación de cuadros directivos; sus limitaciones para el desarrollo y adaptación de tecnologías; su manejo de recursos financieros ineficientes; y sus dificultades para tener acceso a la información tecnológica y de mercado.

Adicionalmente, las pequeñas y medianas empresas, en particular las de países en desarrollo, encaran en la actualidad el enorme reto de integrarse dinámicamente al proceso de globalización cuando, en la mayoría de los casos, enfrentan cotidianamente importantes obstáculos que amenazan su subsistencia.

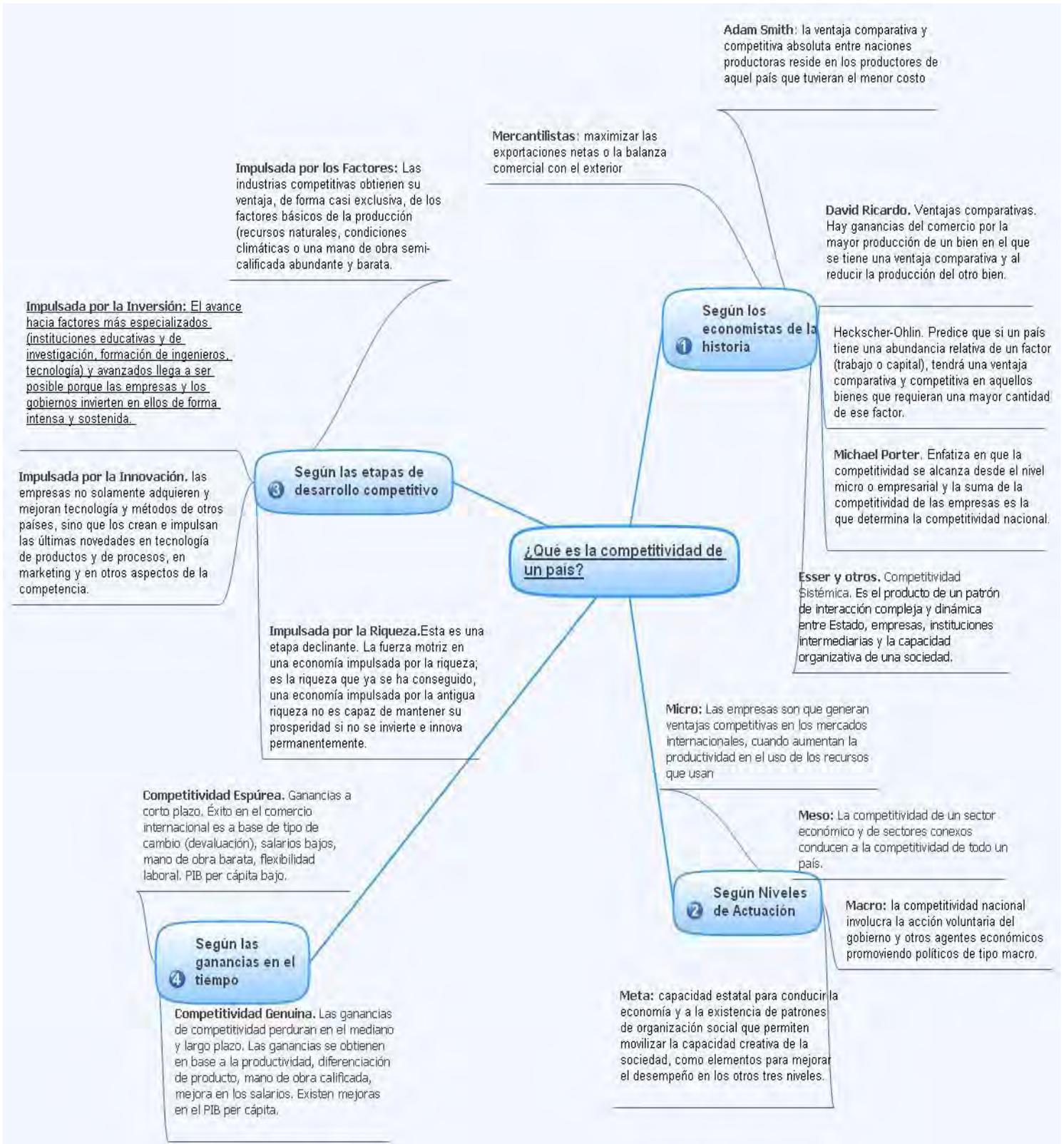
El problema de cómo enfrentar el proceso de globalización se acrecienta cuando se combina con factores diversos tales como: un frágil poder de negociación (financiero, político y económico), una débil agremiación y cooperación, así como la carencia de mecanismos de apoyo estatal ágil, suficiente y oportuno.

Más aún, es claro que el nuevo entorno económico y los patrones emergentes de competencia internacional exigen, por parte de las empresas en general y de las MPYMES en particular, sistemas productivos más eficientes en su conjunto que conformen un entorno propicio para la competitividad, aunque por otro lado, también se reconoce que es a nivel de la empresa individual donde se generan las ventajas competitivas.

Al transcurso del tiempo las empresas han comenzado a enfrentar nuevos retos que les hacen replantearse y revisar aspectos sustanciales en sus estructuras y paradigmas de competencia con el fin de adaptarse a las nuevas condiciones cambiantes; ya no para asegurar el éxito, sino para permitirles permanecer en el mercado. La competitividad histórica y desde los niveles de actuación la representamos en síntesis en la figura siguiente:

Figura 2

## La competitividad vista desde distintos niveles de actuación



Las empresas del país, sobre todo las pequeñas y medianas sufren los cambios que implican la apertura comercial y la globalización económica. La apertura de los mercados y la apertura económica pueden verse como un periodo de transición que lleva implícito un cambio de paradigmas para los empresarios. Hasta hace poco las economías de escala y la productividad eran primordiales.

Hasta hace poco las economías de escala y la productividad eran primordiales. Conforme al nuevo paradigma, la calidad, la flexibilidad, la adaptación al cliente y la oportunidad en la mayoría de los casos, enfrentan cotidianamente importantes obstáculos que amenazan su subsistencia. En un mundo globalizado la capacidad para competir significa todo para las empresas, pues de esa capacidad se deriva el crecimiento económico y por consecuencia los empleos y el mejoramiento del nivel de vida de la población. La competitividad es lo que permite a la empresa ser exitosa en el país en el que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando desarrolla servicios y productos cuyos costos de producción y calidad son comparables o superiores a la de sus competidores en todo el mundo. Se tiene que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir los costos de producción y elevar la productividad. Y es en este entorno donde la participación es determinante; ya que un gobierno influye en la creación y regulación del marco jurídico que permite o impide que las empresas inviertan en dicho país, establezcan contratos con otras empresas o personas, y muchas veces determina la disponibilidad de infraestructura para el desarrollo de las empresas. Cuando existe un marco jurídico adecuado permite que las empresas junto con los individuos y consumidores

prosperen. En la búsqueda de la competitividad las empresas deberán adaptarse a los cambios necesarios para permanecer en el mercado.

La ventaja competitiva según Porter (1987) “nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo. El valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el valor superior sale de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o por proporcionar beneficios únicos que justifiquen un precio mayor”.

### **1.1.1. Teoría Ricardiana**

David Ricardo en 1817, explica que el origen de las enormes ganancias que genera el libre comercio va más allá de la explicación dada por la teoría de la ventaja absoluta. El señala que aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor. Esta teoría nominada la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costes del trabajo entre los países. La ventaja competitiva de una empresa y la ventaja comparativa (Ricardo 1817) de un país pueden converger o hallarse en discordancia, lo cual reforzará o atenuará, respectivamente, su potencialidad.

La teoría de ventaja comparativa, está basada en gran medida en las diferencias en la productividad del trabajo. Ricardo y otros economistas

posteriores demostraron que los beneficios obtenidos del comercio no resultan del empleo de los recursos subutilizados, sino que el beneficio depende de la ventaja comparativa, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general, siendo este la ventaja comparativa. Esta teoría argumenta que aun cuando un país es absolutamente más o absolutamente menos eficiente que otros países en la producción de los bienes se pueden obtener ganancias del comercio, y esto porque los precios relativos al interior de un país, no son los mismos que regulan el valor relativo de los productos al momento del intercambio, o comercio, entre dos o más países.

La teoría también nos explica que los países que participan en el comercio internacional, lo hacen por dos razones fundamentales; primero porque aunque los países sean análogos en ciertos aspectos son fundamentalmente diferentes y por tanto tienen diferentes necesidades, por lo que pueden resultar beneficiados de sus diferencias por medio de la relación comercial que estos entablen. La segunda razón es que los países comercian para de esta forma obtener economías de escala en la producción. En otras palabras, para obtener una especialización en el comercio internacional, de tal forma que cada país podrá generar una gama limitada de bienes y de esta forma tienen la oportunidad de producir cada uno de esos bienes a una mayor escala.

El análisis empírico de la ventaja comparativa determina si competirán o no ciertas actividades productivas en diferentes regiones de un país, en el mediano plazo, con los productos equivalentes comercializados en los

mercados internacionales bajo el supuesto de eliminación de apoyo gubernamentales y distorsiones del tipo de cambio.

Estos economistas empezaron a dar nociones de lo que es la competitividad aunque su principal enfoque era explicar los comportamientos económicos de su época mediante la implementación de paradigmas y teorías.

### **1.1.2. Teoría Schumpeteriana**

Economistas como Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) se reconoce por sus teorías sobre la importancia vital del empresario. Subrayando el papel de la innovación con la prosperidad. Popularizó el concepto de destrucción creativa como forma de describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones. Su principal aporte es la concepción cíclica e irregular del crecimiento económico, desarrollada en 1911 en su *Theory of Economic Development* (Teoría del crecimiento económico). En ella recoge su teoría del “espíritu emprendedor” (*Unternehmergeist*), derivada de los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos intervienen en el crecimiento económico irregular.

Fue un economista que introdujo, en su propuesta de desarrollo económico, dos conceptos que han tenido un enorme impacto en los desarrollos posteriores de este tema: la innovación como causa del desarrollo y el empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación. Como ha quedado establecido por Schumpeter(1996), las causas del

desarrollo económico, el cual se entiende como un proceso de transformación económica, social y cultural, son la innovación y las fuerzas socio-culturales. Sin embargo, este autor hace mayor énfasis en la innovación asegurando que los factores socio-culturales, aunque importantes, no determinan decisivamente este desarrollo. Por tal motivo todo su análisis se centra fundamentalmente en el fenómeno de la innovación relegando a un segundo plano dichos factores socio-culturales. A pesar de que la innovación radical es el elemento fundamental que explica el desarrollo económico, éste no se da espontáneamente sino que es promovido activamente, dentro del sistema capitalista, por el llamado empresario innovador.

### **1.1.3. La Teoría de la Ventaja Competitiva de Porter**

Como ha dicho Porter (1990) para que una empresa sea capaz de competir internacionalmente depende en gran medida de sus circunstancias locales y de las estrategias a implementar, aquí partimos a decir que: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad dentro de este mercado en relación a sus competidores, la cual depende de la forma en que un país desarrolle los insumos que permitan generar los recursos necesarios tanto humano, de capital y tecnológicos (Gómez Mena 2005).

“La competitividad como concepto no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas

productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera (Pineiro, 1993).

La competitividad es la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países (Alic, 1997).

La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado (European Management Forum, 1980).

La competitividad es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo (Haguenauer, 1990).

Por otro lado una economía es competitiva en la producción de un determinado bien cuando puede, por lo menos, igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo en términos de la utilización de recursos y de la calidad del bien.

La competitividad es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales (Urrutia, 1994).

La competitividad comercial es la capacidad de un país para *competir* eficazmente con la oferta extranjera de bienes y servicios en los mercados doméstico y extranjero (Ten Kate, 1995).

La competitividad es el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libre, producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos (President's commission on industrial competitiveness, 1985).

La definición de competitividad de la *Harvard Business School* consiste en la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos.

La competitividad es el grado por el cual un país en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfacen las exigencias del mercado internacional y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales (Jones y Treece, 1988).

De lo anterior se evidencia que para alcanzar una posición competitiva se requiere, entre otras cosas: la incorporación de progreso técnico, entendido como la capacidad de imitar, adaptar y desarrollar técnicas de producción de bienes y servicios antes inexistentes en una economía (Bejarano, 1995) o de su mejoramiento; la diversificación de los productos exportables en condiciones de calidad y precio al menos equiparables a las de sus

competidores; la adaptación a las nuevas condiciones de competencia en los mercados y la reconversión de sectores no competitivos.

De otra parte, es necesario diferenciar dos tipos de competitividad. Una artificial, asociada con la depresión de la demanda interna y el aumento de la capacidad ociosa, con la explotación de recursos naturales abundantes y el aprovechamiento de mano de obra barata, con la presencia de subsidios a los precios de los factores, con la aplicación de políticas favorables a las exportaciones -manipulaciones de la tasa de cambio, subsidios a la actividad-, etcétera, que no es sostenible a largo plazo. La segunda, estructural que se sustenta en la capacidad de una economía para avanzar en su eficiencia y productividad, para diferenciar productos, incorporar innovaciones tecnológicas y mejorar la organización empresarial y los encadenamientos productivos. Esta última sí es perdurable a través del tiempo porque se sustenta en un mejoramiento de los patrones de productividad como base de una competitividad real (Garay, 2004).

Porter (1987) define la competitividad como, la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

Por otra parte una empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un

producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. En estos tipos de mercado, si la empresa puede colocar sus productos y obtener una rentabilidad, la empresa es competitiva en otros factores. La competitividad en precios es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de bienes y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad.

Michael Porter (1980) en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, manifestó que existen cinco fuerzas que interactúan entre sí para lograr un enfoque para la planificación de la estrategia corporativa

1. ***Amenaza de entrada de nuevos competidores.***- El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
2. ***La rivalidad entre los competidores.***- Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3. ***Poder de negociación de los proveedores.***-Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.
4. ***Poder de negociación de los compradores.***-Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.
5. ***Amenaza de ingreso de productos sustitutos.***-Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Las cinco fuerzas de competencia Industrial se representan en cinco fuerzas como se muestra en la siguiente figura:

Figura 3.



Fuente: Porter 2008;32

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Porter(2008) identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva:

1. **Economías de Escala.**-Supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos. Hoy, por ejemplo, la caída de las barreras geográficas y la reducción del ciclo de vida de los productos, nos obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en

mercados locales nos resta flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles que operan globalmente.

2. **Diferenciación del Producto.**-Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.
3. **Inversiones de Capital.**-Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan.
4. **Desventaja en Costos independientemente de la Escala.**-Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar ésta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para evitar el ingreso de

sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho.

5. **Acceso a los Canales de Distribución.**-En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, entre otros, lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.
6. **Política Gubernamental.**-Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes. Hoy la tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y

en general a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados.

La estrategia es incrementalmente dinámica. Las fuentes de ventajas tradicionales ya no proporcionan seguridad a largo plazo. Las barreras tradicionales de entrada al mercado están siendo abatidas por jugadores hábiles y rápidos. La fortaleza de una estrategia dada no está determinada por el movimiento inicial, sino porque también nos anticipamos y enfrentamos a las maniobras y a las reacciones de los competidores y a los cambios en las demandas de los clientes a través del tiempo.

El éxito de la estrategia depende de que tan efectivamente ésta pueda manejar los cambios que se presenten en el ambiente competitivo. La globalización y el cambio tecnológico están creando nuevas formas de competencia; la desregularización está cambiando las reglas de la competencia en muchas industrias; los mercados se están volviendo más complejos e impredecibles; los flujos de información en un mundo fuertemente interconectado le están permitiendo a las empresas detectar y reaccionar frente a los competidores mucho más rápidamente.

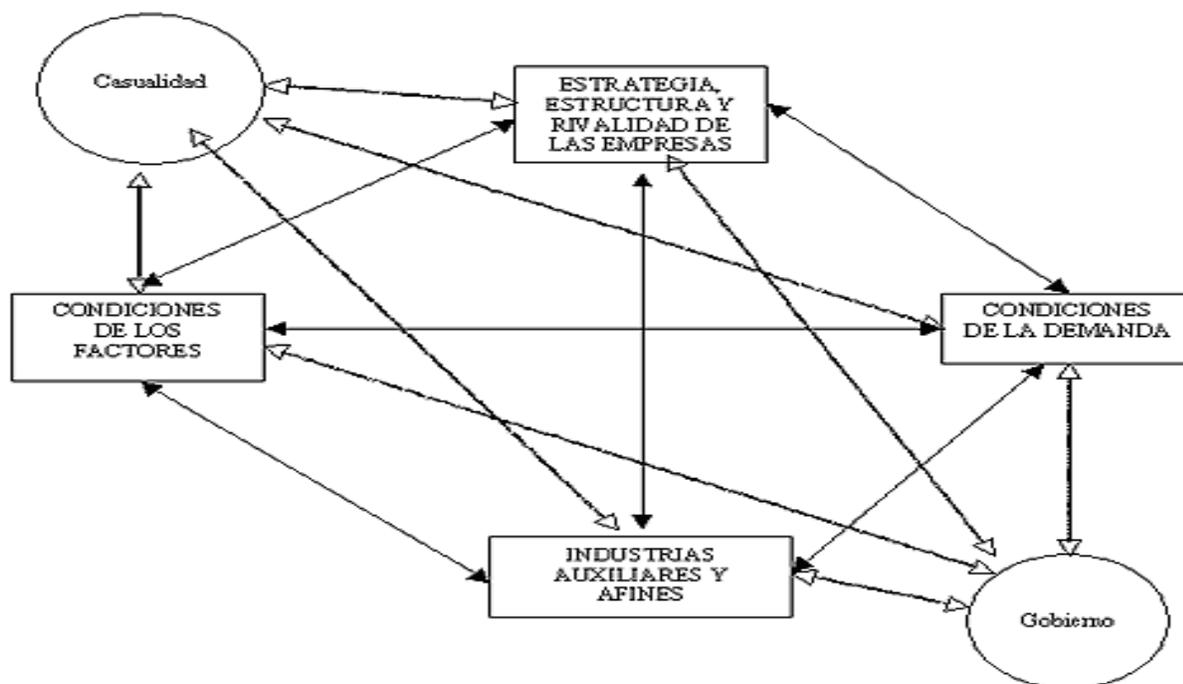
Esta competencia acelerada nos está diciendo que ya no es posible esperar por la acción del competidor para nosotros decidir cómo vamos a reaccionar. El nuevo grito de guerra es anticiparse y prepararse para enfrentar cualquier eventualidad. Cada movimiento de la competencia debe enfrentarse con una rápida contramaniobra, puesto que cualquier ventaja es meramente temporal. De acuerdo con Porter (2008), esta no surge de los dones naturales de un país, de su mano de obra, de sus tipos de interés o del valor

de su moneda, como afirma con tanta insistencia la economía clásica. Según Porter (2008) la competitividad de un país depende de su capacidad industrial de innovar y mejorar. Las empresas logran su ventaja frente a sus mejores competidores en el mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes. La ventaja competitiva se crea y mantiene a través de un proceso muy localizado. Las diferencias de una nación en valores, cultura, estructuras económicas, instituciones e historia contribuyen todas ellas al éxito competitivo. Existen diferencias sorprendentes en los patrones de competitividad en cada país, es importante recalcar que ninguna nación podrá ser competitiva en todos los sectores, ni siquiera en la mayoría de ellos; es decir las naciones triunfan en sectores determinados debido a que el entorno nacional es el que le da el dinamismo progresivo y estimulante. Para lograr una competitividad a nivel internacional la nación debe alcanzar primero el éxito en algún sector en particular para lo cual es necesario contar con lo que define Porter (2008) como “los determinantes de la ventaja nacional”, Como primer punto cita las condiciones de los factores, referido a las dotaciones de trabajadores especializados e infraestructura adecuada para un determinado sector; que debe ser complementado en segundo término por las condiciones de la “demanda” interna de esa gama de productos y servicios, sin menospreciar la capacidad exportadora de un sector competitivo también fuera de las fronteras nacionales. El tercer determinante se analiza desde la existencia o ausencia dentro de una nación de sectores proveedores e industrias complementarias que también sean internacionalmente competitivos.

Finalmente, Porter (2008) se centra en la “estrategia, estructura y rivalidad de la empresa”, adentrándose en un examen microeconómico de las formas como las compañías se organizan y gestionan, así como también la “naturaleza de la rivalidad doméstica”, es decir la competencia interna que fomenta la competitividad hacia afuera. Estos cuatro factores, que el autor relaciona entre sí a través de un diagrama en forma de diamante, es un ensayo de responder al cuestionamiento original sobre los atributos genéricos de una nación para generar un entorno de competitividad.

Figura 4.

### El rombo de la ventaja nacional



Fuente: Porter, 2008: 232

Básicamente existen tres enfoques para en análisis de la competitividad: el enfoque tradicional, el enfoque estructural y nuevos enfoques.

El enfoque tradicional de la competitividad se basa en los costos laborales y el tipo de cambio. Estos dos factores determinarían los precios de los productos de un país en el mercado internacional, en relación a los precios de los productos de países extranjeros. Este enfoque lleva a otorgarle importancia a las devaluaciones y a orientar la política económica en la reducción de costos. Este enfoque tendría mayor validez en mercados de productos con alta elasticidad precio.

El enfoque estructural, considera a la tecnología como endógena y crucial para determinar las ventajas comparativas dinámicas. Se desprende de este enfoque que se deben concentrar esfuerzos en el aumento de la productividad y la incorporación y desarrollo de tecnología, lo que no siempre se logra mediante la disminución de costos o las devaluaciones.

Otros conceptos se basan en las condiciones que existen en la economía. Es decir, una nación será más competitiva si su entorno incentiva a lograr una mayor creación de valor, por ejemplo, mediante innovaciones.

El fenómeno de la globalización, caracterizado por la intensificación de la competencia internacional, trae consigo profundas transformaciones productivas que constituyen un proceso que tiene lugar simultáneamente en diferentes niveles (internacional, regional y nacional), el cual impone la necesidad de contar con nuevos enfoques metodológicos para entender e impulsar la competitividad. Si bien el efecto de competitividad no es nuevo si lo son el contexto en el que ésta ocurre y las fuentes que la alimentan. El modelo tradicional basado en las ventajas comparativas, que supone que los países y sus unidades económicas asignan sus recursos a la producción de

aquellos bienes o servicios en los que poseen una ventaja sobre otros países, ha sido criticado fuertemente, pues pone énfasis en el análisis estático y considera como fuentes fundamentales de la competitividad a la dotación de recursos y ventajas naturales, las cuales han perdido capacidad de generar valor (Rosario Castañón, 2005).

Como podemos medir o evaluar la competitividad según Industry Canada, (1995), está puede ser analizada desde tres niveles de agregación: la empresa, la industria o un sector de ella y por último la nación, para cada nivel de agregación hay diferentes medidas e indicadores de competitividad por eso para evaluar la competitividad debemos tomar en cuenta estas tres perspectivas.

#### ***a) La competitividad a nivel de la empresa***

De acuerdo con Industry Canada (1995), la mejor forma de entender la competitividad es a nivel de la empresa. Según la visión más simple, una empresa es competitiva si es rentable. Si se considera el modelo de competencia perfecta, una empresa sería competitiva cuando su costo promedio no exceda el precio del mercado de su oferta de producto.

En una industria de productos homogéneos, según esta misma fuente, una empresa deja de ser rentable cuando su costo promedio es mayor que el costo promedio de sus competidores, lo cual puede deberse a que su productividad sea menor, porque realiza más pagos por los insumos, por una gerencia ineficiente o porque opera a una escala que no es eficiente entre otras causas.

Por otro lado Jasso (1998) indica que la competitividad está en función del mercado (medido por las ventas de la empresa) y por la intensidad tecnológica (medida por las patentes registradas propiedad de la empresa). La OCDE (1992) concluye que los factores que influyen en la competitividad a nivel empresa incluyen el manejo exitoso de los flujos de producción, materias primas e inventarios, la gestión exitosa de mecanismos de interacción entre planeación, mercadotecnia, investigación y desarrollo (IyD) formal, diseño, ingeniería y producción industrial, la capacidad de combinar actividades internas de IyD e innovación con la cooperación tecnológica con universidades y otras empresas.

#### ***b) La competitividad al nivel de la industria o el sector***

A este nivel el análisis de competitividad busca responder a preguntas clásicas de la economía: ¿Qué determina la inversión?, ¿Qué determina el éxito de las empresas? y ¿cuáles son las políticas públicas óptimas para el sector? (Pitts y Lagnevik, 1997), para la evaluación de la competitividad, Buckley (1988) hicieron una distinción entre diferentes formas de medición, medidas de desempeño, como son la rentabilidad, crecimiento, participación en el mercado y la balanza comercial. Una medida de desempeño específica utilizada por los economistas es la ventaja comparativa revelada, la cual se expresa en la participación relativa en mercados de exportación. Medidas del potencial competitivo, que se refiere a la disponibilidad y cantidad de insumos que produzcan un desempeño superior, tales como materias primas baratas o tecnologías más avanzadas los cuales conducen a ventajas de precio y costo, así como una productividad más alta. Medidas del proceso

competitivo la cuales son de naturaleza cualitativa y buscan evaluar el proceso administrativo de la industria o cómo el potencial competitivo se traduce realmente en desempeño superior.

### ***c) La competitividad al nivel de la nación***

La competitividad nacional se ha convertido en una preocupación central, tanto en países avanzados como en países en vías de desarrollo, sobre todo ante los retos de una economía mundial cada vez más abierta e integrada. Sin embargo, aun cuando se ha reconocido su importancia, persisten problemas para comprender el concepto de competitividad. Porter (2002) critica la noción generalizada de que la competitividad de un país está relacionada con su participación en los mercados mundiales. Frecuentemente este enfoque es utilizado para justificar intervenciones en los mercados con el fin de fortalecer la competitividad. Considerar solamente esta variable suele actuar contra el progreso real de la economía nacional; por ello, de acuerdo con este autor, para entender la competitividad, el punto de partida debe ser el análisis de las fuentes de prosperidad de una nación. En este orden de ideas, Porter (2002) concluye que el estándar de vida es determinado por la productividad de la economía, la cual se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de recurso humano, capital y recursos naturales de una nación. Aunque otros autores como Krugman (1993;23) consideran categóricamente que “el concepto de competitividad debe emplearse en el análisis de empresas y no de naciones”. Consideraremos todos estos aspectos que definen la competitividad y realizare un análisis más adelante en mis conclusiones del capítulo. Ahora

pasaremos al siguiente apartado que es el papel del estado en la generación del valor para lo cual es necesario conocer antes que nada ¿Qué es el estado? ¿Cómo se conforma? ¿su papel como regulador de los mercados?

## **1.2 El papel del Estado como promotor de la competitividad**

Existen dos grandes tradiciones intelectuales en macroeconomía. Una escuela de pensamiento cree que los mercados funcionan mejor si se les deja en libertad y la otra cree que la intervención del Estado puede mejorar significativamente el funcionamiento de la economía. Por largo tiempo ha existido debate sobre la frontera correcta entre el estado y el mercado.

En la Edad Media, la aristocracia y los gremios dirigían una gran parte de la actividad económica en Europa y Asia. No obstante hace unos doscientos años, el Estado comenzó a ejercer menos poder sobre los precios y los métodos de producción. Las restricciones del feudalismo fueron sustituidas poco a poco por lo que se llama “mecanismo de mercado” o “capitalismo competitivo”.<sup>1</sup>

En la mayor parte de Europa y Norteamérica, el siglo XIX se convirtió en la era del *laissez-faire*. Esta doctrina considera la existencia de un pleno empleo de los factores productivos. Sostiene además que la intervención del estado es perjudicial y debe interferir lo menos posible en los asuntos económicos y

---

<sup>1</sup> *En una economía ideal de mercado, no existe ningún individuo u organización responsable de la producción, el consumo, la distribución y la fijación de precios, sino los compradores y vendedores en conjunto. Un sistema de ese tipo extrae de los recursos existentes en la sociedad los máximos beneficios sin la intervención del Estado.*

dejar las decisiones económicas a juego de la oferta y demanda del mercado, pues la economía se regula por sí misma en forma automática conduciéndose al equilibrio. El estado se debe limitar a la de “ser un guardián del orden público y velar por la observancia de las leyes que protegieran a los ciudadanos... además de conservar el valor de la moneda y su convertibilidad con el oro”. En uno de los pasajes más famosos de toda la economía Adam Smith (1996) ve la existencia de armonía entre el interés privado y el interés público. El menciona que todo individuo trata de emplear su capital de tal forma que su producto tenga el mayor valor posible. Generalmente, ni pretende promover el interés público ni sabe cuánto lo está promoviendo. Lo único que busca es su propia seguridad, sólo su propio provecho. Y al hacerlo, una mano invisible le lleva a promover un fin que no estaba en sus intenciones. Al buscar su propio interés, a menudo promueve el de la sociedad más eficazmente que si realmente pretendiera promoverlo.

La doctrina de la mano invisible se aplica a las economías en las que todos los mercados son perfectamente competitivos. En esa circunstancia, los mercados asignan eficientemente los recursos, por lo que la economía se encuentra en su frontera de posibilidades de producción, luego los mercados producen la cesta eficiente de productos con las técnicas más eficientes y utilizando la cantidad mínima de factores.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> *En ese periodo de crisis mundial, John Maynard Keynes, reunió los más contundentes argumentos en contra del laissez-faire, desplazando el liberalismo radical por un intervencionismo moderado, que constituye un término medio deseable entre libertad económica y el control total del Estado sobre el medio económico. Trató de estudiar los determinantes del nivel de empleo y del ingreso nacional; es decir, estudiar el problema de las fluctuaciones económicas por debajo del nivel de producción y de pleno empleo, y demostró que el Estado debería participar en la actividad económica tratando de compensar la disminución de las inversiones privadas en los periodos depresivos de las crisis económicas. Las intervenciones suplementarias del Estado garantizaban el nuevo equilibrio de la actividad económica. En 1936 publicó su obra, con la cual se inicia el análisis macroeconómico.*

No obstante, la realidad demuestra que los mercados no son perfectos y por tanto presentan “fallos” y que no siempre produce el resultado más eficiente. Un conjunto de fallos del mercado son: la competencia imperfecta, los efectos difusión y las externalidades, distribución de la renta política o éticamente inaceptable. En todos los casos, un fallo de mercado hace que la producción o el consumo sean ineficientes, y la doctrina de la mano invisible fracasa y es posible que el estado pueda contribuir significativamente para repararla.

Precisamente, en 1929 debido a la quiebra en la Bolsa de Valores de Nueva York se da lugar a la “gran depresión”, que marcara la crisis del capitalismo; los postulados clásicos cayeron, pues se demostró que la economía no se regula por sí misma en una forma automática y no se cumplía la existencia de un pleno empleo.

Keynes(1936) no pregonó la dirección total y autoritaria del estado; para él, la política económica debe complementar, pero no sustituir por completo la iniciativa privada. Asimismo, los planteamientos keynesianos incluyen entre los instrumentos de política económica la acción en las áreas monetarias y fiscales.

El estado debe jugar un papel fuerte en la regulación de la economía, Desde un punto de vista histórico, hemos analizado los dos puntos de vista que se desarrollaron alrededor de la intervención del estado en la economía, en el cual desempeñó un papel esencial en la creación del mercado nacional a partir de los mercados locales existentes en los burgos de la época feudal y de los mercados internacionales de los mercaderes de esa misma época. Estos mercados nacionales de los siglos XVIII y XIX junto con la evolución

técnica y social propiciaron el pasaje de la manufactura a la gran industria y del trabajo manual al mecanizado. El papel del estado a este respecto no finalizó con la creación de mercados nacionales: en la medida que la acumulación de capital lo hizo necesario el estado. En los países desarrollados el estado apoyó por medios diplomáticos y militares la obtención de mercados para sus productos mediante el imperialismo a finales del siglo XIX o la apertura de mercados por negociaciones bilaterales y multilaterales en siglo XX. A la vez que aseguró el acceso de las materias primas necesarias para el proceso de industrialización (de las cuáles la más conocida y también la más importante pero no la única es el petróleo).

La intervención del estado ha crecido a lo largo de la historia del capitalismo por la necesidad de favorecer la reproducción de un sistema cada vez más complejo, regulando múltiples esferas de actividad en cuanto ellas fueran claves para el proceso de acumulación de capital. La internalización del capital, la competencia creciente por los mercados internacionales debido a las necesidades de reproducción constante del capital, el creciente costo de investigación, desarrollo y adopción de nuevas tecnologías, la incrementada complejidad de preparación de la fuerza de trabajo y el imperativo de introducir elementos que legitimen el sistema explican la complejidad actual que hace necesaria un rol cada vez más activo del estado, sea o no explicitado por aquellos que propugnan una menor intervención del estado. Por el contrario, el mantenimiento y ampliación de un orden social que favorece a determinados grupos sociales es una cuestión de primera prioridad en sus acciones, a punto tal de que luego de la segunda guerra mundial, en los países europeos el capitalismo amenazado por las luchas

sociales y la cercanía de la Unión Soviética, utilizó parte de los excedentes para brindar servicios sociales (mejorando el nivel de vida de los trabajadores) en un afán (exitoso) de mantener el orden social capitalista.

Quienes propugnan la menor intervención estatal lo hacen pensando en lo que ha sido característico del estado en el sistema capitalista: retirarse de las actividades que pueden generar beneficios, quedándose con las actividades no rentables. De esta manera, por una parte la masa de excedentes generados por los trabajadores productivos puede transformarse en beneficio para los empresarios, el capital estatal permite un monto inferior de capital constante a los empresarios lo que aumenta su tasa de beneficio.

También para mejorar la rentabilidad empresarial el estado se encarga de realizar las obras de infraestructura necesarias para la mejora de las técnicas de producción y la gestión de comercialización, abaratando los costos de suministros a las empresas permitiéndole una mayor rentabilidad al transferirles recursos desde otros sectores sociales. En muchos casos el estado toma a su cargo la investigación científica y los conocimientos obtenidos son transferidos gratuitamente a los empresarios.

Y en épocas de crisis la intervención del estado favorecerá a los empresarios, facilitando (aunque no es la causa) la reducción de los salarios reales que elevará la decaída rentabilidad de las empresas, procediendo a la liquidación de las empresas pequeñas que eliminará capital constante a la vez que concentrará la producción en grandes empresas y, en las crisis más graves, cambiando el marco institucional para lograr que el esquema de producción ampliada se ponga nuevamente en marcha. Debe quedar en claro que el cambio de marco institucional que el estado, a través de los agentes

políticos propicia no cambia los instrumentos básicos de la economía actual, la búsqueda del beneficio y la competencia, por el contrario siempre el estado termina adaptándose a ellas.

El estado en la sociedad capitalista no puede excederse de ciertos límites, los empresarios nacionales o transnacionales según el caso, poseen las herramientas necesarias (control de la inversión, flujo de capitales, etc.) como para bloquear cualquier intento de autonomía del gobierno con respecto al mundo empresarial. Por el contrario, en la mayor parte de la historia económica de los países, el estado se ha aliado con los grupos dominantes que buscan aumentar sus beneficios, por medio del crecimiento económico y/o asegurándose una mayor porción de la riqueza generada. Y en la actualidad, la expansión del comercio internacional, los flujos financieros y las inversiones extranjeras directas, de la mano de las estrategias empresariales de las multinacionales, productivas, comerciales y financieras ha supuesto una pérdida de funcionalidad del estado como regulador del proceso de acumulación y un desarrollo de estructuras y organismos internacionales, aún más aliadas a los intereses capitalistas dominantes a nivel global.

### **1.2.1. Funciones Económicas del Estado**

La posición con respecto a las funciones que debe desempeñar el estado en el ámbito económico, también existen varias posiciones. Salazar Xirinach (1986) hace una distinción entre las funciones clásica, básica y auxiliar del estado.

La función clásica del estado comprende: la provisión de bienes públicos (marco legal, seguridad ciudadana), mantenimiento del equilibrio macroeconómico y la equidad; la función básica se encausa a la provisión de infraestructura (comunicación, salud, transporte, vivienda, educación); y la función auxiliar o de apoyo a la competitividad estructural de la economía desarrolla la promoción de mercados de capital, fortalecimiento y perfeccionamiento de mercados incompletos y desarrollo de estructura tecnológica.

En Villa (1998) encontramos que por encima del amplio abanico de actividades posibles, el estado desempeña tres grandes funciones económicas en las economías de mercado. Éstas son fomentar la eficiencia, la equidad y la estabilidad, y el crecimiento macroeconómico.

El estado aumenta la eficiencia fomentando la competencia, frenando las externalidades y suministrando bienes públicos. Fomenta la equidad utilizando los programas de impuestos y de gastos para redistribuir la renta a favor de determinados grupos; y fomenta la estabilidad y el crecimiento macroeconómico por medio de la política fiscal y de la regulación monetaria, logrando con ello reducir el desempleo y la inflación, como también fomentando el crecimiento económico.

### **1.2.2. Políticas Públicas**

Roth(2006) plantea tres acepciones para el término políticas públicas : como *politics*, es decir, la política concebida como el ámbito del gobierno de las sociedades humanas; como *politics*, la actividad de organización y lucha por el control del poder; y como *policy*, la designación de los propósitos y

programas de las autoridades públicas. Asociada a la dificultad de precisar el término, se encuentran más de 40 definiciones de las políticas públicas, las cuales han cambiado debido a las nuevas variables que se consideran en su estudio y a los diferentes enfoques desde donde se analicen. Dentro de las teorías que abordan los temas del Estado y las políticas públicas, se encuentran las que se centran en la sociedad, las centradas en el Estado y las mixtas.

En el enfoque institucionalista, las políticas públicas son las actuaciones del Estado; en el mismo sentido suelen considerar que lo público es lo estatal y que todas las políticas son públicas.

Las políticas públicas se asumen entonces, como el instrumento con que el estado encara la solución de problemas que afectan a la población; éstas se definen a partir de objetivos políticos e incluyen orientaciones, mecanismos y acciones a impulsar por parte del sector público<sup>3</sup> para dar respuesta a problemáticas que afectan a la ciudadanía en un momento dado<sup>4</sup>.

Una de las funciones esenciales del quehacer del gobierno está referida al diseño, la gestión y la evaluación de las políticas, públicas, las cuales se fundamentan en el régimen político prevaleciente y en la acción del gobierno, pues sus objetivos y contenidos revelan el proyecto político y la

---

<sup>3</sup> *En el sector público o sector público no financiero, se incluyen el Gobierno Central (Órgano Ejecutivo, Legislativo y Judicial), los Gobiernos Municipales y las Empresas Públicas autónomas, con excepción de las Instituciones Públicas Financieras.*

<sup>4</sup> *FESPAD, Políticas Públicas, Presupuesto, Derechos Económicos, Sociales y Culturales en El Salvador. 2006. Pág.1.*

dirección ideológica que tiene el gobernante del estado y de su interacción con la sociedad.

El gobierno constituye el factor clave que articula los regímenes políticos y las políticas públicas, porque los gobiernos son la forma concreta a través de la cual los regímenes políticos expresan la particular manera en que se ha organizado y se ejerce el poder político en una sociedad y (desde) un estado. Además, los gobiernos no sólo definen las prioridades, sino porque a través de las políticas públicas los gobiernos conducen (o buscan conducir) a las sociedades y los Estados a una situación preestablecida.

### **1.2.3. Políticas dirigidas a las MPYMES**

El objetivo último de las políticas de apoyo a la pequeña empresa es lograr una mayor fortaleza en el sector; entendida en términos de más empresas y un mejor desempeño competitivo de las mismas. Esto supone: a) reducir o eliminar las imperfecciones de mercado que impiden el acceso competitivo de las MPYMES a los mercados de bienes.

Debido a que el objetivo general de la política de apoyo en discusión es fomentar un sector de las MPYMES más grande y saludable, el éxito se mide finalmente en términos de cuán bien la política contribuye al crecimiento y/o al aumento de la productividad de ese sector.

Los criterios finales son los que reflejan el bienestar económico de la sociedad como un todo.

En ese sentido, los diferentes componentes de la política aplican sus propios criterios de mejora (o por lo menos a su percepción de mejora), los cuales no

deben confundirse con medidas de bienestar social, debido a que son demasiado parciales en su cobertura.

Los criterios intermedios permiten evaluar si los objetivos más directos de un programa de apoyo se han alcanzado. Estos pueden considerarse condiciones necesarias pero no suficientes para que el programa sea exitoso.

Para cada una de las áreas de la política y para la política en su conjunto los criterios intermedios y finales pueden agruparse en cuatro niveles de preguntas, donde las tres primeras corresponden a criterios intermedios y la cuarta al nivel final.

1. Alcance: la cantidad de MPYMES que participaron del programa, servicio u otro tipo de apoyo; con respecto a la meta propuesta.

2. Satisfacción: la proporción de las empresas que satisfacen sus necesidades al participar de un programa o servicio diseñado con los fines de la consulta realizada.

3. Impacto en los beneficiarios: el impacto positivo deseado sobre el crecimiento, la productividad, el empleo, las utilidades, u otras metas de la empresa (o grupo de empresas) que han participado del programa, servicio o apoyo.

4. Impacto en el sector: el impacto esperado sobre el crecimiento general del producto, la productividad y el empleo de las micro y pequeñas empresas y en la distribución del ingreso del país. Por ejemplo, ¿puede demostrarse estadísticamente que la ejecución de un programa tiene un efecto positivo sobre el crecimiento y la creación de empleo en el sector de las MPYMES?

Una valoración puede limitarse a medir la eficiencia (o sea la cantidad y cobertura, la calidad y el costo de los servicios prestados a las MPYMES) o

puede extenderse también a un diagnóstico de determinados comportamientos (buenos o no tan buenos). En este segundo caso, se tiene que ir más allá de esos tres factores y evaluar el sistema de instituciones que llevan a cabo las políticas o que de alguna otra forma influyen sobre los resultados.

En otras palabras, un elemento clave en el logro de los objetivos intermedios y finales de las políticas es la base institucional de apoyo, la cual incluye no solamente organizaciones gubernamentales sino también a las no gubernamentales, tales como las cámaras industriales entre otras. Por esta razón es importante, como elemento de cualquier valoración de la política para la pequeña empresa, medir en lo posible la calidad, capacidad y esfuerzo de las instituciones involucradas.

En un nivel muy general, se esperaría que la calidad y la cobertura del sistema de apoyo para las MPYMES dependieran de los cinco factores que se describen a continuación:

*La dedicación del gobierno al apoyo de las MPYMES*, este factor tiene que ver con la el flujo de recursos económicos dirigidos a este sector, recursos humanos calificados, objetivos y metas claras y evaluación de los resultados. Esta dedicación puede medirse en parte por la cantidad de personas que trabajan en los servicios de apoyo, la existencia de documentos que aclaran la política para este sector y la frecuencia y profundidad de las evaluaciones de programas y políticas.

*El apoyo del sector no público*, es decir de organizaciones intermedias y sector privado, bajo la forma de cooperación en el diseño, ejecución y/o seguimiento de las actividades de apoyo del sector público, a través del

cofinanciamiento, la prestación directa de servicios de asistencia técnica, entre otros.

*El diseño del sistema de instituciones y programas en cuanto a su coherencia y cobertura*, se refiere a la calidad de las instituciones que participan en la prestación de servicios, reflejada en las calidades profesionales y el grado y forma de descentralización operativa. La presencia de sistemas de incentivos positivos, en lugar de negativos también es relativamente transparente. Asimismo, es importante la organización institucional, así como liderazgo, intervención política y otros factores. Su medición directa es compleja, por lo que requiere de un análisis cuidadoso por personas conocedoras del tema.

*La sensatez al escoger los instrumentos*, tiene que ver con la elección adecuada de los instrumentos para las necesidades específicas del sector de las MPYMES del país o de la región, y del peso correcto entre ellos. Un juicio sobre este punto requiere implícitamente de cierta percepción sobre cuál es un buen paquete de políticas y programas de aporte para el sector de las MPYMES en el país.

*La eficacia con la cual se emplean los instrumentos*, la cual se espera refleje el estado de las condiciones de 1 a 3 que se mencionaron con anterioridad. Esta eficacia tiende a reflejar, entre otras cosas, el uso de mecanismos de seguimiento y evaluación.

Estos cinco factores determinan el beneficio de un apoyo específico y se reflejan en la salud del sector

### **1.3 Factores de la competitividad: TIC's**

Hemos visto que para que el ser humano alcance sus objetivos forzosamente tiene que pasar por aspectos como la competitividad y solución de problemas. Por tanto la competitividad es un elemento principal como fuente de generación del éxito, que para alcanzarlo intervienen diferentes factores entre los que se encuentran las ventajas que son los elementos que permiten tener mayor productividad en relación a los competidores. Las ventajas se pueden clasificar en ventajas comparativas y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía. Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas en los cuales entran las estrategias. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos.

La utilización de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y el comercio electrónico por parte del sector empresarial, abre nuevas oportunidades de negocios que redundarían en una serie de beneficios económicos, los cuales van desde el mejoramiento y la facilitación de la comunicación entre las empresas, hasta el manejo más eficiente de los recursos de la firma. El Sistema Integral de Operación Empresarial es un ejemplo de ello. En tal sentido, las tecnologías deberían ser utilizadas por el sector en las diferentes etapas de la cadena de valor. A continuación

podemos ver apreciaciones del VefinenVickery y Vincent (2004), que establecen etapas al respecto:

- Los procesos centrados en la producción: en esta etapa, las TIC pueden ser utilizadas para diseñar y probar nuevos productos, e-procurement, procesos de pagos, sistemas de gestión automática de stocks, diferentes tipos de links electrónicos con proveedores, sistemas de control y procesos más relacionados con la producción, entre otros.
- Los procesos internos: en lo referente a administración de personal, entrenamiento, reclutamiento interno, compartir y diseminar información de la compañía vía electrónica, entre otros.
- Los procesos de compra on-line: Acceso a vendedores y catálogos de productos, compras y pagos electrónicos, utilización de market places electrónicos, administración de inventarios, etc.

#### **1.4. La competitividad como generador de valor**

En el análisis de la competitividad, tanto a nivel macro como microeconómico, la preocupación central es doble: primero, identificar qué factores pueden determinar una posición favorable y segundo, establecer una estrategia que conduzca a ello.

Para competir con efectividad en el contexto de una economía global y mercados dinámicos, (constante cambio en la oferta de productos y servicios, formas de comercializar y servicio postventa, entre otros), las empresas deben desarrollar e instrumentar estrategias logísticas que las hagan diferentes de sus competidores nacionales e internacionales; esto es, la

empresa debe ser un productor con bajos costos o dar a los clientes un alto valor en términos de calidad del producto, distribución adecuada y apoyo al cliente (Christopher, 2006: 106).

Las fuentes convencionales de la ventaja competitiva, como las economías de escala y los enormes presupuestos para publicidad, ya no son tan efectivas como antes. Asimismo, es poco probable que la actitud mental de los gerentes tradicionales conduzca a una empresa a la competitividad estratégica. Los gerentes deben adoptar una nueva actitud mental que conceda valor a la flexibilidad, la velocidad, la integración y los retos que surgen de condiciones que no cesan de cambiar. El diseño y la implementación de la estrategia sigue siendo un importante elemento del éxito en este entorno, porque permite planear las acciones estratégicas para aplicarlas cuando las condiciones del entorno lo requieran (Hitt, Ireland y Hoskisson, 2008: 7).

En base a estas estrategias se plantea desarrollar cursos de acción para mostrar la importancia de la creación de valor a través de una logística integral, como base para la operación de la empresa pequeña y mediana en un contexto global para lograr una ventaja competitiva en el comercio internacional.

La logística integral es una estrategia que sirve de base a la mejor toma de decisiones en las actividades de toda la cadena de valor del negocio. Esto es, gracias a la indudable importancia que tiene en sus resultados el margen de beneficios, los plazos de entrega, la calidad del producto o servicio y la satisfacción del cliente. En pocas palabras, es la regla del juego sobre lo que

deben trabajar las organizaciones para garantizar su éxito en un entorno cada vez más demandante.

La mala aplicación o el no utilizar de una manera adecuada algunas estrategias desde una perspectiva de logística integral, tales como elementos de desarrollo del producto, aprovisionamiento de materia prima, logística interna, distribución física, administración de programas de fomento, aplicación de la legislación aduanera y auditoría preventiva en comercio exterior provocan que el rezago siga creciendo en cuestiones de competitividad y de servicio por parte de las empresas pequeñas y medianas.

La creación de valor a través de la logística integral en el presente, exige la revisión de cada uno de los eslabones de la cadena de suministros, incluyendo la de clientes y proveedores. Todo esto, con el fin de identificar los factores críticos de éxito que puedan afectar directamente la competitividad y la creación de valor. Como áreas de oportunidad, esos factores pueden favorecer el logro de los objetivos globales de la organización. De ahí la obligación de identificarlos, darles seguimiento y cumplimiento.

Los avances tecnológicos y la desregulación del transporte y de la industria de las comunicaciones han hecho surgir un sinnúmero de nuevas oportunidades para que casi cualquier empresa mejore sus técnicas de entrega de productos y servicio a sus clientes. Como resultado, la logística, o entrega de bienes, se ha desplazado a la vanguardia como una forma de obtener grandes ganancias (Voorhees y Copp 1986: 76).

En la medida que las MPYMES sean conscientes de la importancia de la creación de valor a través de la aplicación de la logística integral, la empresa estará en un proceso de mejora continua ayudando a su propio crecimiento y al de su país. En México tenemos que aprender a vivir y a practicar en términos de logística en todas las áreas, para lograr la creación de valor cuyo resultado sea esa ventaja competitiva dinámica que lleve a la empresa a internacionalizarse.

La aplicación de la logística no es, en absoluto, un asunto exclusivo de grandes empresas o países, las pequeñas y medianas empresas pueden establecer esta herramienta, con el objetivo de lograr ser empresas competidoras a nivel internacional, creando valor en la cadena logística del negocio.

Hoy, en una era de acortamiento de los ciclos de vida de los productos, con proliferación de líneas de productos, cadenas de distribución cambiantes y tecnologías nuevas, el dominio de la logística se ha convertido en un ingrediente esencial para el éxito competitivo. Un sistema logístico mal administrado puede crear una variedad interminable de problemas y no existe un enfoque o solución que sea útil para todas las compañías. En consecuencia, el reto para los administradores es entender las demandas que frecuentemente entran en conflicto en cada sistema y decidir si la mejor respuesta es hacer al sistema más eficiente, volver a equilibrarlo o rediseñarlo (Christopher, 2006).

El desarrollo de ventajas competitivas adquiere mayor relevancia cuando las empresas se enfrentan a mercados altamente dinámicos. Porter (1987:2)

comenta la ventaja competitiva proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes.

Con esta hipercompetitividad caracterizada por un ambiente altamente dinámico, encontramos que la sociedad y los consumidores finales son cada vez más exigentes en cuanto a calidad, precio, servicio y variedad; por lo que los esfuerzos en la empresa son encaminados a la creación de valor a través de una herramienta estratégica, como la logística integral, que permita lograr ventajas comparativas y competitivas dinámicas. En este ambiente, las empresas pueden disminuir su crecimiento y enfrentan a competidores nacionales y globales que ya no actúan como si el pastel en expansión fuera lo bastante grande para todos.

A través de la ventaja competitiva que se genera, las estrategias dentro de la cadena de valor del negocio consolidan la logística integral, cuyo resultado final de todas esas actividades es la creación de valor. Para desarrollar ventaja competitiva, las MPYMES dependen principalmente de los medios disponibles a su alcance, ya sea que éstos se encuentren dentro de la misma empresa o disponibles a través de instituciones públicas o privadas. Muchas de sus ventajas han derivado de su flexibilidad, innovación, capacidad de adaptación, entre otras (Ojeda Gómez, 2007: 43).

Las ventajas competitivas resultan principalmente de una rápida innovación y mejoramiento continuo. No es permanente, sino que puede perderse si la empresa se estanca tecnológicamente o en la mejora continua. Porter coincide con Schumpeter sobre la importancia del desarrollo tecnológico y

con Edward Deming sobre la necesidad del mejoramiento continuo (Churión, 1994).

A través de éstas condiciones y escenarios las MPYMES, pueden tener ventajas propias y llegar a un proceso de internacionalización que permita actividades logísticas eficientes para colocar productos en el exterior o bien importar materia prima que permita a sus productos ser más competitivos.

Según Ojeda (2007), la ventaja competitiva resulta de un proceso dinámico debido a los cambios en, y a la influencia ejercida por, el ambiente, el apoyo de diversas instituciones y los cambios que ocurren en el papel del empresario y/o los recursos de la empresa. Todos los factores son dinámicos e interactúan entre sí y también necesitan adaptarse a las demandas del entorno. Por tanto, este proceso requiere adaptación, aprendizaje, monitoreo del entorno, cooperación y el desarrollo de estrategias que ayuden a las MPYMES a lograr sus objetivos. Según Drucker (2005), la ventaja competitiva no existe, hay que construirla. Las variables indispensables para hacerlo se refieren a las ganas, conocimientos, capital, tecnología, habilidades o destrezas para producir y distribuir bienes y servicios con el mayor valor agregado posible para el consumidor. Las ganas constituyen el motor motivador para emprender y realizar cualquier actividad. El conocimiento es la razón para entender lo que se quiere realizar y cómo lograr esa realización.

No se puede considerar a la ventaja competitiva, sin la interacción de las diversas disciplinas o áreas dentro de la organización, con una perspectiva holística de la empresa (Porter, 1987). Por esta razón, la logística integral

representa esa herramienta estratégica que impulse la creación de valor en la empresa.

La ventaja competitiva proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes. La ventaja competitiva no puede entenderse de manera cabal si no se combinan todas estas disciplinas en una perspectiva holística de la empresa. Las fuentes potenciales de la ventaja se encuentran en todas partes de la empresa. Todos los empleados, sin importar su distancia con la formulación de estrategias, deben reconocer que contribuyen a alcanzar y sostener la ventaja competitiva (Porter, 1987: 50).

Vázquez (2005: 1) comenta que un contraste, respecto de la competencia, que facilita a la empresa el ingreso al mercado, define a la ventaja competitiva. Hay que enfatizar que, en realidad, las posibilidades de ingreso y crecimiento de una empresa en el mercado dependen fundamentalmente de la ventaja competitiva que se logre construir.

Así pues la ventaja competitiva con una visión dinámica, se logrará en la medida que se utilicen estrategias (logística integral), y poder identificar en la cadena de valor del negocio como influye para la creación de valor; en la medida en que se estudien los diferentes casos del sector calzado, con su descripción y comparación para poder obtener información de qué elementos son importantes y aportan para lograr ventajas competitivas y cuáles no.

El concepto de creación de valor, está muy relacionado con la cadena de valor del negocio a nivel micro y macro, de acuerdo a la estrategia del

negocio para consolidar ventajas competitivas. En la medida que la empresa logre interactuar en cada una de sus áreas con una visión de logística integral y a la vez se extienda a otras cadenas de negocios o sectores, se podrá decir que la empresa está en el rumbo hacia la competitividad.

Porter (1987) define el valor como la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio. La cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor.

La cadena de valor de una empresa y la forma en que desempeña sus actividades individuales son un reflejo de su historia, de su estrategia, y de su enfoque para implementarla. El crear el valor para los compradores que exceda el costo de hacerlo es la meta de cualquier estrategia genérica. Si estructuramos una cadena de valor tipo adaptada a las características del sector calzado o empresas MPYMES del sector, se pueden por una parte definir las actividades clave, a fin de identificar factores que sean fuente de ventajas competitivas y por otra se posibilita al responsable de operaciones para establecer a partir de la cadena de valor cuales son las actividades “visibles” donde la presencia del cliente es constante, que constituyan procesos clave en la producción y entrega del servicio; una vez identificadas las mismas debe procederse al desglose y especificación de las operaciones a realizar.

Para lograr ser competitivo es necesario manejar estrategias de ventas de mercado, conocerlo, y contar con las herramientas adecuadas del acuerdo al sector donde se pretende ser competitivo, llámese maquinaria, capital humano especializado, administración eficiente de los recursos, innovación, tecnología actualizada, contar con la información completa, así como el apoyo gubernamental, en las barreras de importación y exportación así como los incentivos fiscales en las cuestiones de las tasas impositivas, todo esto en un interactuar constante que permite la competitividad lo que conlleva a la generación del valor.

Para que una nación resulte competitiva además de disponer de una infraestructura macro adecuada, de tecnología actualizada y de voluntad política orientada al desarrollo, es necesario que tanto su industria como su sistema de generación de servicios se rijan por factores competitivos como la innovación, la calidad, el crecimiento sostenible, la capacidad para atraer y retener el talento humano vinculado, el atractivo para ser considerada como un lugar ideal para trabajar, un sistema de administración metodológico y orientado al logro de resultados, la capacidad para salir fortalecidas de las crisis, la tenacidad para realizar alta inversión en capacitación, la facultad para interpretar sus resultados y un sustancioso código de ética que se cumpla y que se exija como fuente axiológica fundamental de los valores empresariales.

Si las empresas de un país no disponen de un plan estratégico corporativo guiado por este decálogo, resulta inútil y hasta absurdo hablar de competitividad y utópico pensar en un crecimiento económico generador de desarrollo y de equidad social nacional.

## 1.5. Conclusión del capítulo

Desde los mercantilistas se ha estudiado su teoría para dar con el concepto de competitividad, no se explica como tal pero si da elementos que podemos tomar para lograrlo, David Ricardo(1817) explica según la teoría de la ventaja comparativa, que aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor. La teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costes del trabajo entre los países.

Como ha quedado establecido para Schumpeter (1996) las causas del desarrollo económico, el cual entiende como un proceso de transformación económica, social y cultural, son la innovación y las fuerzas socio-culturales.

Porter (2002) critica la noción generalizada de que la competitividad de un país está relacionada con su participación en los mercados mundiales. Frecuentemente este enfoque es utilizado para justificar intervenciones en los mercados con el fin de fortalecer la competitividad. Considerar solamente esta variable suele actuar contra el progreso real de la economía nacional. Por ello, de acuerdo con este autor, para entender la competitividad, el punto de partida debe ser el análisis de las fuentes de prosperidad de una nación. En este orden de ideas, Porter concluye que el estándar de vida es determinado por la productividad de la economía, la cual se mide por el valor

de los bienes y servicios producidos por unidad de recurso humano, capital y recursos naturales de una nación.

Todos los programas de apoyo elevan no solo la competitividad de las empresas sino también la de México en el ámbito internacional. Mejorar la competitividad de una organización, ya sea gubernamental o privada, requiere de una amplia visión sistemática, y sobre todo implica responsabilidad ya que se tiene que llevar a cabo una armonización de todos los factores sensibles, que intervienen, como el compromiso social, la tecnología, el medio ambiente, entre otros.

Estos programas auxilian en la utilización de todos estos recursos, las empresas pueden buscar ser más competitivas en todos los aspectos que requieran mejorar y esto hará que el país eleve su competitividad en comparación con otros países.

La empresa, al definir su estrategia competitiva, debe identificar en sus procesos los generadores de costos y valor. De ahí que un aspecto importante consiste en identificar la cadena de valor y encaminar todas las acciones necesarias para su fortalecimiento, a través de la logística integral. Es importante señalar que para obtener los mejores resultados en el proceso de análisis de la cadena de valor, es conveniente contar con información oportuna, la colaboración y la cooperación del gerente o responsable de la empresa, cuyo conocimiento resulta invaluable para asegurar los mismos. La principal limitante que tiene el sector para invertir en tecnología e innovación es la propia estructura de las empresas (85% son micro, pequeña y mediana empresa). Son pocas las pequeñas y medianas empresas que invierten en

tecnología e innovación dado que la consideran como una inversión muy costosa en relación a los ingresos de sus empresas. Las empresas grandes son las que invierten en tecnología y desarrollo de producto con la finalidad de posicionarse en los mercados. Las empresas locomotoras son las que van a la cabeza de la industria, marcando una ruta clara en la exportación, la comercialización y el encadenamiento con otras empresas de forma asociada.

Ante la competencia, no sólo las grandes empresas han empezado a realizar cambios, sino que empresas medianas han comenzado a reestructurarse a través de la contratación de personal técnico especializado y la adquisición de sistemas que mejoran la eficiencia en el diseño y la calidad de los productos. Existe un grupo importante de empresas en el mercado que está siguiendo la tendencia de modernización y actualización en el desarrollo tecnológico, logrando así una mejor calidad en el diseño de sus productos. Para poder lograr empresas competitivas, éstas deben transformarse, invertir en tecnología, ser más flexibles y dar respuesta rápida al mercado. Para ello, en el camino hacia un futuro cada vez más competitivo, los esfuerzos individuales de cada MYMES del sector no serán suficientes. Serán necesarias las alianzas para avanzar en el desarrollo tecnológico e investigación de nuevos productos. Ante una mayor apertura y competencia, es necesario invertir en el desarrollo de productos orientados a la moda. La percepción de los fabricantes y de algunos especialistas es que la proveeduría nacional no cumple con las expectativas de la manufactura, principalmente por el incumplimiento en las entregas. Son pocas las empresas que pueden responder en los tiempos acordados; además, se menciona que un

importante porcentaje presenta deficiencias organizativas y poco interés en la inversión en tecnología, situación que en algunos casos se deriva de la administración familiar. Por otra parte la función del estado es primordial para el apoyo a las MPYMES, en la implementación de incentivos económicos que motiven al sector, lo cual conjugado con los elementos como la innovación y la aplicación de tecnologías se podrá ser competitivo. Es necesario manejar estrategias de ventas de mercado, conocerlo, y contar con las herramientas adecuadas del acuerdo al sector donde se pretende ser competitivo, llámese maquinaria, capital humano especializado, administración eficiente de los recursos, innovación, tecnología actualizada, contar con la información completa, así como el apoyo gubernamental, en las barreras de importación y exportación, los incentivos fiscales en la aplicación de las tasas impositivas. Todo esto en un interactuar constante que permite la competitividad y lo que conlleva a la generación del valor.

# Capítulo 2. El papel de las empresas en México

Para visualizar la situación de las MPYMES en México necesitamos entender como están conformadas. En este apartado trataremos de explicar brevemente su constitución, la cultura empresarial y como se entrelazan para formar clúster o redes empresariales.

## 2.1 El papel de las empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 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.

Por la importancia de las MPYMES, 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 MPYMES. Su principal objetivo es impulsar y facilitar la incorporación y comercialización de las MPYMES a la actividad exportadora y en mediano plazos de internalización de las empresas mexicanas.

A través de la tecnología en internet, podemos observar que existen cifras de las dos formas de surgimiento y clasificación de las MPYMES. Por un lado aquellas que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo en dinero remunerado. Estas, en su mayoría, son capital multinacional y se desarrollaron dentro del sector formal de la economía. Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión, a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Podemos mencionar algunas de las ventajas de las MPYMES:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.

- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuenta con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

#### Algunas desventajas de las MPYMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Para México las MPYMES, son un eslabón fundamental, indispensable para su crecimiento. Contamos con una importante base de Micro, Pequeñas y Medianas empresas, claramente más solidas que muchos otros países del mundo, debemos aprovecharla para hacer de eso una fortaleza que haga competitivo al país, que se convierta en una ventaja real para atraer nuevas inversiones y fortalecer la presencia de productos mexicanos tanto dentro como fuera de nuestra nación.

En México hay un consenso creciente sobre la necesidad de hacer algo para que la economía no quede atrapada en un largo ciclo de crecimiento insuficiente. Hay también, lo que es un activo en el ámbito de la competitividad, un amplio acuerdo de que inflar la economía a través de políticas fiscales y monetarias expansionistas para producir un crecimiento efímero no es una política sustentable ni una receta mágica para mejorar las condiciones en el mediano y largo plazos.

Se sabe que es importante mejorar la competitividad para no condenar al país a un declive de su situación económica que sería cada vez más difícil y caro de superar. Se sabe que México está en un punto de inflexión que determinará el éxito económico por los próximos veinte años y que la superación de las grandes carencias en términos de pobreza y desigualdad hacen urgente una acción concertada y modernizadora.

Las principales ventajas competitivas de un país son aquéllas que el país mismo crea cuando cuenta con un liderazgo organizacional robusto que logra alinear recursos intangibles, como el talento humano y la tecnología, a una

estrategia innovadora. El liderazgo organizacional se puede ejercer en todos los sectores, incluido el gobierno, las empresas y las universidades, y se plasma en un modelo de desarrollo económico y social sustentable y de largo plazo que constituye la principal oportunidad de México.

Para poder entender mejor revisemos la clasificación de la MPYME en nuestro país:

**Tabla 1**

<b>Nueva Clasificación de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas a partir del 30 de junio de 2009</b>				
<b>Tamaño</b>	<b>Sector</b>	<b>Número de trabajadores</b>	<b>Monto de ventas anuales (mdp)</b>	<b>Tope máximo combinado*</b>
<b>Micro</b>	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
<b>Pequeña</b>	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
<b>Mediana</b>	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

**Fuente: Inegi, Censo Económico 2009**

Si bien las reformas estructurales básicas son prioritarias para el país, la innovación y la diferenciación constituyen la única ventaja competitiva

sustentable de las empresas, independientemente de que éstas se encuentren en un país en vías de desarrollo o no. La innovación es intrínseca a productividad y, por lo tanto, a la competitividad: no basta con promover la inversión, es necesario potenciar los recursos con saltos de productividad que sólo se obtienen con innovación. Un grave problema al que se enfrentan firmas que operan en naciones en las que no existen las condiciones básicas de competitividad, es que sus esfuerzos de productividad e innovación se diluyen.

Además que existen pocas oportunidades de acceder a los créditos bancarios.

## **2.2 La cultura empresarial**

Cuando se evalúan las ventajas comparativas de México, no es común pensar en la idiosincrasia de nuestra cultura. Sin embargo, la cultura del mexicano puede constituir una importante ventaja comparativa, aunque también algunos de sus aspectos puedan ser una desventaja de México en términos de su competitividad.

El proceso de creación de valor en el país se ha visto limitado, en relación a la innovación para el diseño y la comprensión de los gustos de los consumidores y la cambiante moda por diversas razones. Por un lado, en una economía comparativamente protegida no es indispensable privilegiar el diseño por la relativa poca competencia en el mercado. Por otro, el prolongado periodo de inestabilidad financiera provocó que se transfiriera el centro de creación de valor del diseño, la producción, la logística o las ventas a la tesorería y la oportunidad de realizar ganancias o evitar pérdidas en el

manejo de inventarios. Adicionalmente, las empresas extranjeras establecidas en México vieron durante muchos años sus operaciones en el país como centro de costos y la actividad productiva se llevaba a cabo simplemente como resultado de las órdenes de producción recibidas. En este contexto, no se percibía la necesidad de invertir en el desarrollo de productos y diseños propios.

Sin embargo, las condiciones están cambiando aceleradamente gracias a la apertura y al incremento de la competencia, la estabilidad macroeconómica y el fuerte crecimiento del mercado interno que demanda diseño e innovación a la medida.

Esta última característica se ve reforzada por el creciente mercado de los 25 millones de mexicanos y mexicano-americanos que viven actualmente en Estados Unidos. Ellos constituyen una oportunidad incomparable así como un mercado muy relevante para las empresas establecidas en América del Norte.

No obstante, el reto de mediano plazo para estar en posibilidades de crear valor con base a la fortaleza cultural, el diseño y la innovación de productos y servicio de consumo reside en la universalización de la mexicanidad y en incorporar los olores, sabores, colores, costumbres y larga tradición culturales en las preferencias del consumidor dentro y fuera del país. Es decir, no descansar en una estrategia que busca colocar los bienes y servicios de alto contenido cultural mexicano en el extranjero, sino en utilizar la ventaja cultural en el diseño de productos que atiendan a los gustos de los

mercados y, todavía más redituable, en influir en esos gustos. El éxito cultural como mecanismo para la expansión del mercado dependerá de la formación de talento nacional a través del sistema educativo y en la práctica del mercado. Es difícil vislumbrar el éxito competitivo de un país que no imprime su propio estilo en lo que vende, que no desarrolla marcas, que no impone su sello de calidad. Todos los casos exitosos lo han hecho.

### **2.3 Redes empresariales**

Este concepto tiene su origen en los distritos industriales de Alfred Marshall (1920), pero fue Becattini (1992) quien lo reutilizó para describir y analizar el éxito de los conglomerados industriales en Italia en la era moderna. Sin embargo correspondió a Michael J. Piore y Charles F. Sabel, a través de su *Second Industrial Divide* de 1984, dar a conocer al mundo el éxito de estas regiones, cuya estructura y organización industrial se basan en las pequeñas y medianas empresas, con alta tecnología y un marco institucional que las respalda y facilita sus actividades. Llevó a estos autores a formular un nuevo paradigma para la industria: la especialización flexible (Piore y Sabel, 1984). Para lograr la máxima eficiencia colectiva, este nuevo paradigma considera la importancia de las externalidades de la competencia y la cooperación entre los empresarios regionales (Schmitz y Navdi, 1999). Piore y Sabel (1984:265) utilizan el concepto de conglomerado para referirse a los distritos industriales del norte y centro de Italia, al distrito industrial del vestido de la Ciudad de Nueva York, al de Lyon en Francia, etc. Aseguran que, en estos distritos las pequeñas empresas crearon una compleja red de competencia y cooperación, fuerzas antagónicas que constituyen el clúster moderno.

Porter(1998), quien desarrolló a profundidad el concepto de competitividad empresarial, asegura que está no puede ser comprendida viendo a la empresa como un todo; hay que considerarla en sus partes y actividades discretas que desempeña, partiendo del diseño, producción mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos. Sugiere estudiar la cadena de valor, en la cual están involucrados una serie de procesos y de empresas. Estas cadenas de valor reflejan la historia, las estrategias y los éxitos de las empresas. En la cadena de valor de Porter(1998) se encuentra la esencia de la subcontratación como estrategia de organización industrial y del clúster, porque éste, asegura que una empresa puede explorar los beneficios de un panorama más amplio internamente o puede formar coaliciones con otras empresas para lograrlo. Las condiciones son alianzas a largo plazo con otras empresas que carecen de consolidaciones directas, como riesgos compartidos, permisos y acuerdos de provisión. (Porter, 1998:52) introdujo por primera vez el concepto de clúster para explicar agrupamientos industriales competitivos en Dinamarca, relacionados con las industrias inmobiliarias, de la pasta y del papel en Suecia; de la industria de la moda en Italia, etc. Asegura que estos agrupamientos son una característica fundamental de las economías nacionales avanzadas. Atribuye gran importancia al desarrollo tecnológico como factor clave en la competitividad de las empresas y para el desarrollo del clúster.

Un clúster industrial (o simplemente clúster) es un concepto nacido a principios de la década de los 90 como herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria específica incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de

nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración. Estas ideas provienen del trabajo pionero de Michael Porter y colaboradores, quienes analizan la adquisición por parte de concentraciones territoriales de empresas de ventajas comparativas en ciertos sectores del comercio manufacturero mundial.

En este contexto, Porter (1998) define «clúster» como concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia, pudiéndose observar en el mundo gran variedad de clústeres en industrias como la automotriz, tecnologías de la información, turismo, servicios de negocios, minería, petróleo y gas, productos agrícolas, transporte, productos manufactureros y logística, entre otros.

Desde el trabajo pionero de Porter sin embargo, han aparecido una gran variedad de investigaciones, enfoques y perspectivas de análisis, lo que en la práctica no permite afirmar a priori una definición que satisfaga o reúna los elementos que cada autor considera como relevantes.

En lo que si la mayoría coincide es en que el análisis clúster es un instrumento analítico de gran utilidad a la hora de describir la complejidad de las actividades productivas y para comprender la relación que éstas tienen con el territorio, aunque algunos autores indican que se podría apreciar una convergencia de definiciones con la de distrito industrial de Marshall.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> El concepto de distrito industrial se origina a partir del economista Alfred Marshall. En *The principles of Economics* (1890) el autor discute el concepto y las características de los distritos industriales, definidos como “concentraciones de sectores especializados en una localidad específica”.

Sin embargo, es posible indicar algunas definiciones representativas de lo que es un clúster, además de algunos elementos inherentes a su conceptualización, pudiéndose agrupar en tres grandes grupos: clústeres industriales, clústeres regionales y distritos industriales, que difieren en las metodologías desarrolladas para afrontar su análisis.

Siguiendo el desarrollo del concepto de redes inter organizacionales en Alemania y el desarrollo práctico de clústeres en el Reino Unido, diversos autores indican la existencia de al menos cuatro métodos que permiten identificar la existencia de un clúster, a saber:

- Clúster geográfico, como el planteado anteriormente.
- Clúster sectorial, donde diversas empresas operan en conjunto en un mismo sector comercial.
- Clúster horizontal, en la que existen interconexiones entre empresas en un mismo nivel, con el fin de compartir los recursos.
- Clúster vertical.

También se espera particularmente en el modelo alemán de redes organizacionales que las empresas interconectadas deban interactuar y tomar acciones corporativas al menos en dos niveles distintos de las organizaciones involucradas.

### **2.3.1. Clúster de cadena de valor**

Los clústeres de negocios de cadenas de valor son grupos de negocios que compran y venden entre ellos. La proximidad física de los proveedores y los compradores permite reducir los costos y una mejor adecuación de la oferta y la demanda. Inventarios just-in-time requieren una estrecha cooperación entre empresas.

### **2.3.2. Oferta de capital humano**

Estos clústeres están basados en categorías ocupacionales. Las empresas que utilizan el mismo tipo de ocupaciones y habilidades de los trabajadores pueden sacar de un mayor número de empleados potenciales. Este tipo de grupo reduce el costo de las búsquedas de los empleados y con frecuencia eleva la productividad de todos los trabajadores en la región. En la medida en que este tipo de trabajadores se concentran en ciertas áreas, las instituciones de formación pueden prosperar económicamente y elevar el nivel general de productividad en la región.

### **2.3.3. Relacionado al conocimiento**

En general, se pueden identificar al menos tres tipos de clústeres de empresas, sobre la base de distintos tipos de conocimiento:

- Tecno-clústers: son agrupaciones orientadas a la alta tecnología, bien adaptadas a la economía del conocimiento, y suelen tener como núcleo a universidades de renombre y centros de investigación.

- Clústers basados en know how histórico: estos grupos se basan en actividades más tradicionales que mantienen su ventaja en el know how a lo largo de los años, y en el caso de algunos de ellos, a lo largo de los siglos. A menudo son industrias específicas.
- Clústers de endowment factorial: agrupaciones creadas debido a la existencia de ventajas comparativas, pudiendo estar asociadas a elementos geográficos particulares, como por ejemplo, el clúster vitivinícola de California o la industria del Salmón en Chile.

Michael Porter (1998) afirma que los clústers tienen el potencial de afectar a la competencia de cinco maneras:

- Por el aumento de la productividad de las empresas del grupo,
- Por impulsar la innovación en el campo
- Por estimular nuevas empresas en el campo
- Por reducir comportamientos oportunistas
- Por aumentar la presión de coordinación entre empresas

El proceso de identificar, definir, y describir un clúster no está estandarizado. Los consultores económicos individuales y los investigadores desarrollan sus propias metodologías. Todo el análisis del clúster reposa en la evaluación de los patrones locales y regionales de empleo, basados en los códigos SIC.<sup>6</sup>

Una alternativa a los clústers, que refleja el carácter distribuido de las operaciones al surgir de la globalización es Bujes y Nodos. Por ejemplo, a

---

<sup>6</sup> SIC son las siglas de *Standard Industrial Classification*. Este fue un sistema de clasificación de empresas según su actividad. Creado por el gobierno de Estados Unidos en los años 1930, fue reemplazado en 1997 por el Sistema de Clasificación de Industrial de América del Norte NAICS (*North American Industry Classification System*).

fines del decenio de los 90s, varias empresas exitosas relacionadas con la tecnología de las computadoras surgieron en el Silicon Valley en California. Esto condujo a todo el que deseara crear una empresa inicial lo hiciera en Silicon Valley. El aumento en el número de arranques en Silicon Valley dio lugar a que una serie de empresas de capital de riesgo se reubicaran o expandirán sus oficinas en el Silicon Valley. Esto, a su vez, alentó a más emprendedores a localizar a sus nacientes empresas ahí.

En otras palabras, los capitalistas de riesgo (los vendedores del financiamiento) y los emprendedores del punto.com (compradores de los financiamientos) se "conglomeraron" dentro y en los alrededores de una zona geográfica.

El efecto del clúster en el mercado de capital también llevó a efecto un clúster en el mercado de trabajo. Como un número cada vez mayor de empresas se pusieron en marcha en Silicon Valley, los informáticos, los programadores, los ingenieros, etc, se dieron cuenta de que se encontrarían más oportunidades de trabajo trasladándose a Silicon Valley. Esta concentración de personas técnicamente calificadas en el Valle significó que los emprendedores de todo el país sabían que sus posibilidades de encontrar candidatos al empleo con las debidas habilidades eran muy superiores en el Valle, lo que les dio un incentivo adicional a mudarse allí. Esto, a su vez, condujo a que los trabajadores de la más alta tecnología se desplazaran hacia allí.

El efecto del clúster puede ser más fácilmente percibido en cualquier aglomeración urbana, ya que la mayoría de los establecimientos comerciales

del mismo tipo tenderán a agruparse de manera espontánea por categorías. Zapaterías (o tiendas de telas), por ejemplo, nunca están aisladas de su competencia. En cambio, es mucho más común encontrar calles enteras de ellos, a pesar de que difícilmente hay una razón para que se agrupen en esa región específica.

El efecto clúster es similar al (pero no el mismo que) efecto de red. Es similar en el sentido de preferencias de precios independientes tanto de los mercados como de sus participantes se basan en la percepción que cada uno de los demás más que en el hecho de que el mercado sea la suma de todas las acciones de sus participantes como suele ser el caso. Así pues, al ser un efecto mayor que la suma de sus causas, y como ocurre espontáneamente, el efecto clúster es generalmente citado como ejemplo de surgimiento.

Los gobiernos y las empresas a menudo tratan de utilizar el efecto clúster para promover un lugar particular como un lugar particularmente bueno para cierto tipo de negocios. Por ejemplo, la ciudad de Bangalore, en La India ha utilizado el efecto clúster con el fin de convencer a una serie de empresas de alta tecnología a instalar tiendas allí. Del mismo modo, la ciudad de Las Vegas se ha beneficiado a través del efecto clúster de la industria del juego. Su influencia relativa viene dictada también por otros factores de mercado como los ingresos previstos, la fortaleza de la demanda, los impuestos, la competencia y la política.

Ejemplos de clústeres son Silicon Valley en California (Estados Unidos) donde, se concentra un gran número de empresas de tecnología (microelectrónica, tecnologías de la información y biotecnología) y Kista, su contraparte sueca.

En Detroit (conocida también como Motor City) se concentra la fabricación de automóviles. En Hollywood California para la cinematografía.

En España, existen ejemplos relativamente recientes en lo que a constitución de clústeres se refiere. En la Comunidad de Madrid, España, está Madrid Network, una red de clústeres que agrupa a 12 sectores industriales como automoción, salud, energías renovables, finanzas, diseño gráfico, etc. y cuatro parques tecnológicos asociados a universidades formando una red de casi 400 empresas. También está el caso del clúster de empresas pesqueras en países terceros, creado a finales del 2004 y que agrupa a más de 120 empresas de pesca distribuidas en más de 28 países. Un grupo de empresas es una concentración geográfica de empresas interconectadas, suministradores e instituciones asociadas en un campo particular. Se considera que los clústeres aumentan la productividad con la que las empresas pueden competir a nivel nacional y mundial.

En el caso de Silicon Valley, como se ha dicho, por ejemplo, el aumento del hacinamiento en el valle condujo a la grave escasez de espacios de oficinas y residenciales, que a su vez ha obligado a muchas empresas a trasladarse a otros lugares como Austin, Texas y Raleigh-Durham, Carolina del Norte.

#### **2.4 La competitividad y el valor generado en las empresas mexicanas**

De acuerdo a las reflexiones de la competitividad en México en el 2009 hay un consenso creciente sobre la necesidad de hacer algo para que la economía no quede atrapada en un largo ciclo de crecimiento insuficiente. Las principales ventajas competitivas de un país son aquéllas que el país mismo

crea cuando cuenta con un liderazgo organizacional robusto que logra alinear recursos intangibles, como el talento humano y la tecnología, a una estrategia innovadora. El liderazgo organizacional se puede ejercer en todos los sectores, incluido el gobierno, las empresas y las universidades, y se plasma en un modelo de desarrollo económico y social sustentable y de largo plazo que constituye la principal oportunidad de México y a la cual este documento busca contribuir.

Mucho se ha dicho sobre las reformas que requiere México para aspirar al desarrollo y no es mucho lo que se puede aportar en términos de ideas frescas. Si bien las reformas estructurales básicas son prioritarias para el país, la innovación y la diferenciación constituyen la única ventaja competitiva sustentable de las empresas, independientemente de que éstas se encuentren en un país en vías de desarrollo o no. Aunque son muchos los cambios que se requieren, quedan claros los principales pendientes:

1. *Revolucionar el sistema educativo de México* para hacerlo acorde a una economía competitiva y abierta, y que permita que los mexicanos tengan acceso a educación de excelencia.
2. *Lograr una fuerte inversión en infraestructura de comunicaciones y transportes* que permitan la integración de las regiones del país a la economía moderna y el aprovechamiento del comercio exterior.
3. *Invertir masivamente en el sector energético* para garantizar su viabilidad y evitar que pase a ser un lastre insalvable para el desarrollo.
4. *Fondear las pensiones actuarialmente quebradas* de los trabajadores del sector público y empresas de participación estatal.

5. *Implementar una propuesta de reforma fiscal que renueve el pacto entre contribuyentes y el gobierno.*

6. *Cerrar el creciente golfo que media entre las llamadas economía formal y la informal.*

El común denominador de estas grandes reformas pendientes es la oposición que genera en varios grupos, basada en intereses económicos reales.

No obstante que la causa inmediata del fracaso de los intentos para impulsar las reformas sea la oposición de ciertos grupos. La raíz del problema reside en la percepción de que estos grupos cuentan con el apoyo de la opinión pública.

La envergadura de las reformas pendientes, su dificultad intrínseca y los fuertes intereses económicos que afectan hacen indispensable contar con el apoyo mayoritario de la opinión pública y con el acuerdo generalizado sobre la posibilidad del desarrollo y, por lo tanto, sobre la conveniencia de invertir en él.

La competitividad, por su propia naturaleza, es un concepto relativo: se compite con otro. En el ámbito de los países, la competitividad se refiere a la capacidad que cada nación tiene de atraer las decisiones de inversión de propios y extraños por el potencial de crecimiento interno y de participar de manera exitosa en los mercados internacionales a través del comercio.

De hecho, no tiene sentido hablar de competitividad hasta que los países se empiezan a relacionar entre sí y los flujos de mercancías y capitales son asignados con cierta liberalidad. Sólo se puede definir qué tan competitivo es un país si se le compara con otro. La competitividad, además, no es estática sino que está siempre en constante cambio: es dinámica. Lo que es

competitivo en un momento dado, puede dejar de serlo en otro. Más aún, la competitividad que vale es siempre prospectiva. No importa tanto si se fue eficiente para la producción el año pasado, sino si se va a ser eficiente el próximo; no tanto si se modernizó tecnológicamente la producción, sino si se van a encontrar nuevas formas más eficaces de crear valor hacia delante.

Vista de esta manera, la competitividad es casi sinónimo de atractivo a la inversión. Sólo tiene sentido invertir en una empresa, sector o país que es competitivo.

A su vez, las decisiones de inversión se toman con base en la combinación de retorno esperado y de riesgo que se ofrezcan. Los inversionistas responden a la cambiante oferta internacional de retorno esperado y riesgo. Por supuesto, la naturaleza prospectiva de ambos conceptos hace que la competitividad sea difícil de medir, incluso que sea subjetiva y dependa en parte de la percepción que se tenga de un país o región; que pueda variar en función del estado de ánimo o del convencimiento que se exprese sobre el ritmo de los cambios para mantenerse competitivo.

Un país puede perder competitividad sólo por el hecho de mostrar poca voluntad de cambio, o al revés, volverse temporalmente competitivo tan sólo por anunciar que los cambios vendrán.

La competitividad es, entonces, el conjunto de condiciones que definen el rendimiento esperado de la inversión, así como el riesgo de que logre tal expectativa. A mayor rendimiento esperado y menor riesgo, mayor inversión, tanto nacional como extranjera.

De esta manera, la política que promueve la competitividad es aquella que permite el incremento del valor de las ventas, o la reducción del costo esperado, para afectar positivamente la expectativa de rendimiento, o aquella que disminuye el riesgo. Si bien existen varios índices anuales para jerarquizar a los países de acuerdo a su “competitividad”, la definición y metodología que usan para medirla provocan que los índices sean relativamente poco útiles y, en algunos casos, injustos. Es mucho mejor acudir al mercado para medir la competitividad de un país o una región. La medida más acertada para el grado de atractivo a la inversión es el monto anual de inversión corregido por tamaño económico.

Definir competitividad como atractivo a la inversión tiene enormes ventajas: en primer lugar, se vuelve un instrumento que mira hacia adelante. A los inversionistas les interesa la suerte futura de sus proyectos mucho más que la historia económica. Un país competitivo tiene una esperanza de futuro económico brillante. En segundo lugar, al hacer a la competitividad sinónimo de la atracción, la convertimos en un concepto dinámico: no basta tener atributos atractivos hoy, hay que mejorarlos cada día en un mercado competido.

La trampa del desarrollo en la que a menudo caen los países en vías de desarrollo es que este se hace imposible porque los países se convencen a sí mismos de su propia imposibilidad de desarrollarse. Un país que no cree en su propia posibilidad de desarrollo nunca estará convencido de sufragar el costo que implica el desarrollo y no realizará las inversiones que lo harían posible, como lo ilustra la figura.

Figura 5

### Círculo virtuoso de la posibilidad del desarrollo



Fuente: Reflexiones sobre la competitividad México 2009;12

Así, sólo se desarrollan las sociedades que deciden hacerlo, es decir, que el progreso es, por naturaleza, volitivo y que no es gratuito: requiere de enormes inversiones y por lo tanto de sacrificios en términos de consumo presente en capital físico y humano.

Para realmente emprender la senda de un México mejor el país debe primero decidirse por hacerlo y para esto, convencerse de que el proyecto es viable, que vale la pena la inversión. No será posible transitar a una situación adelantada sin antes tener la convicción de que se tendrá éxito en hacerlo, sin un convencimiento propio, en lo individual y colectivamente.

En términos de inversión, el costo del desarrollo es, sin duda, alto, pero indispensable. Es prácticamente imposible el aumento en la productividad y de la competitividad sin inversión, y sin ella tampoco se dará el desarrollo.

## **2.5 Conclusiones del capítulo**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. Por la importancia de las MPYMES, es necesario 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 MPYMES, el cual su principal objetivo es impulsar y facilitar la incorporación y comercialización de las micros, pequeñas y medianas empresas.

La cultura del mexicano puede constituir una importante ventaja comparativa, aunque también algunos de sus aspectos puedan ser una desventaja de México en términos de su competitividad.

El proceso de creación de valor en el país se ha visto limitado, en relación a la innovación para el diseño y la comprensión de los gustos de los consumidores y la cambiante moda por diversas razones.

El éxito cultural como mecanismo para la expansión del mercado dependerá de la formación de talento nacional a través del sistema educativo y en la práctica del mercado.

Los clústers son una manera para relacionar a las MPYMES en nuestro país y estas se vuelvan competitivas mediante la demanda de nuevos productos que las obligaría a innovar tecnologías para estar a la vanguardia de la demanda mundial.

# Capítulo 3. Casos específicos de PYMES competitivos

Es este capítulo realizaremos el desarrollo del software y el análisis comparativo de las empresas en Brasil, India, China en relación con México.

## 3.1. Pymes competitivos en la rama de software.

México es hasta la fecha un país donde los indicadores ligados a la infraestructura informática y su mercado siguen mostrando carencias evidentes. En el mercado de tecnologías de la información, ocupa el lugar 19 (Mochi, Hualde,2006:171-172). Su participación en el mercado mundial es de 0,6%; en software alcanzaba únicamente 0,3% y en servicios informáticos 0,4% hasta el año 2001 (Mochi, 2006:97-98). En América Latina, México ocupa el segundo lugar en todos los sectores de las TIC's en cifras absolutas, después de Brasil. Pero en el período 2001-2005 creció menos que este país y que otros países latinoamericanos con un mercado menor en algunos rubros de TIC's. Por otra parte, hay que destacar que en México el mercado de software sigue siendo muy inferior al de los otros rubros del mercado de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

A partir del año 2001, con el Programa Nacional de Software, ha intentado que México entre en los mercados de software en un contexto que permite estimar tanto sus potencialidades como sus limitaciones. Entre las primeras se encuentra la integración en cadenas productivas en el mercado norteamericano y el factor distancia para algunas actividades. Una segunda

potencialidad se deriva de la concentración de centros educativos y profesionales con experiencia en determinadas regiones, como Jalisco, Nuevo León y el Distrito Federal. También resulta positiva la reciente reestructura de la industria electrónica y de telecomunicaciones, así como el surgimiento de sectores exportadores relativamente nuevos, entre los cuales aparece un nicho de oportunidad para el diseño y desarrollo de sistemas integrados.

Sin embargo, México tiene que mejorar sustancialmente la calidad y los costos de su infraestructura, la profesionalización y la rentabilidad de las empresas nacionales, principalmente las Pyme; debe acortar brechas entre regiones y entre los sectores profesionales y no profesionales en materia de conocimiento y educación. Finalmente, hay aspectos importantes que dificultan el crecimiento de un sector empresarial competitivo: la falta de instituciones o la falta de confianza en las que existen, los trámites burocráticos, la inexistencia de un sector financiero que proporcione crédito en buenas condiciones. Es preciso además mencionar factores del entorno, como la corrupción o la inseguridad, que también aparecen como obstáculos para cualquier tipo de actividad empresarial.

Se definen a continuación los distintos segmentos en que está dividida la industria mexicana de software:

a. *Industria nacional de software y servicios informáticos*: constituida por un importante universo de pequeñas y medianas empresas desarrolladoras, más orientadas a la producción de servicios que de software empaquetado. En este sector hay muy pocas empresas de tamaño y nivel internacional, entre

las cuales se destaca Softtek. Este grupo puede también operar como empresas subcontratistas de software en dos modalidades diferentes: producción nueva de software integrado para la industria electrónica de exportación y producción de software para la exportación directa dentro de cadenas internacionales de subcontratación.

b. *Producción interna (consumo propio interno)*: compuesta por grandes empresas del sector manufacturero y departamentos de sistemas del gobierno con producción interna que desarrollan o adaptan internamente el software que usan y los servicios requeridos. Se trata de un sector mucho más grande que el anterior y en el cual reside la oportunidad de desarrollo de la industria si esta producción fuese subcontratada por el sector especializado.

c. *Filiales de las grandes empresas transnacionales de software empaquetado*: distribuyen gran parte de este tipo de software consumido en el país y realizan actividades generales de soporte técnico y asistencia a grandes empresas. Entre ellas se encuentran Microsoft, SAP, IBM, Oracle, HP, etc.

d. *Grandes empresas transnacionales exportadoras de productos electrónicos*: producen y subcontratan software integrado como parte de sus actividades de producción de productos electrónicos de exportación y en algunos casos, como en el de IBM, también para exportación directa de software. Se destacan en este grupo empresas de telecomunicaciones, como INTEL, o de otros sectores, como HP.

Existe en México una modalidad de integradoras que comienza a desarrollarse en varias regiones del país: se trata de un consorcio de producción y/o distribución, en el que se asocian varias pymes para responder de manera conjunta a los requisitos del mercado y colocar así en buena posición sus productos y servicios. La empresa integradora es una forma de organización empresarial que asocia a personas físicas, microempresas y pymes formalmente constituidas. Su objeto social es prestar servicios especializados a sus socios, tales como: gestionar el financiamiento, comprar de manera conjunta materias primas e insumos y vender la producción de manera consolidada.

Los objetivos de dichas empresas son:

- Elevar el poder de negociación MPYME en los mercados de prestación y comercialización, financieros y tecnológicos, entre otros.
- Consolidar la presencia en el mercado interno y aumentar la participación en las exportaciones.
- Fomentar la especialización de las empresas asociadas en productos y procesos que cuenten con ventajas comparativas.

PROSOFT (programa para el desarrollo de la industria del software en México, secretaría de economía) menciona la existencia de varias integradoras, como por ejemplo tres integradoras en Baja California, dos de ellas compuestas por tres empresas y una que reúne a cuatro, Jalisco cuenta con la primera integradora de software del país, Aportia (ofrece servicios web de diseño y programación a medida para empresas), actualmente con 15

socios. Otras 22 empresas se crearon gracias a la Incubadora de Pedro Loza, promovida por el Ayuntamiento de Guadalajara y el Instituto Jalisciense de Tecnología de la Información (IJALTI). En Mérida (Yucatán) hay una integradora con la participación de 17 empresas y en el Distrito Federal existe por lo menos una, que agrupa a siete empresas. Sin embargo, la falta de estudios detallados sobre las integradoras da la impresión de que sus formas organizativas son diferentes y, por supuesto, el grado de madurez de las mismas. Tampoco está claro si las integradoras se atienen a la restricción impuesta por la legislación a la producción conjunta de las empresas asociadas.<sup>7</sup>

Existe en el país una serie de programas públicos que han ayudado y contribuyen en la actualidad a promover el uso y el aprovechamiento de las TIC en general. Tal es el caso de la Fundación México Digital, el fondo Pyme, el Programa Especial de Ciencia 13. Hay excepciones, como el Programa Nacional de Software, con el cual se ha tratado de incidir en el mercado de trabajo, a través del apoyo a proyectos con efecto directo en la generación de nuevos empleos y en la mejora de empleos existentes con certificaciones y capacitaciones. Según datos del PROSOFT, desde la creación del Fondo PROSOFT, en 2004 hasta 2006 se crearon 11.000 nuevos empleos y se mejoraron 10.925 plazas existentes. De los empleos mejorados, la mayoría fueron a nivel profesional, un 16% en nivel técnico y cerca del 4% fueron empleos a nivel posgrado. Es decir que los nuevos empleos fueron en su

---

<sup>7</sup> Según la legislación las integradoras no están facultadas para importar materias primas e insumos que requieran sus afiliados, ya que la empresa integradora no fabrica ni comercializa productos; por tanto, no pueden inscribirse en el Padrón de Importadores, que es un requisito para poder importar.

mayoría de nivel profesional, un 34% de nivel técnico y el 4% de nivel posgrado.

Entre las metas para el año 2013 figuran las siguientes:

- Dotar a México de capacidad exportadora de software y servicios de 5.000 millones de dólares anuales.

- Aumentar el nivel promedio de gasto en tecnologías de la información respecto del PIB (1,4%) para equipararse al promedio de los países de la OCDE (4,3%).

- Alcanzar la vanguardia latinoamericana de soporte y desarrollo de servicios basados en tecnologías de la información.

Entre las estrategias, figuran a su vez las siguientes:

- Promover las exportaciones y atraer inversiones.
- Proporcionar educación y formación al personal en el desarrollo de software en cantidad y calidad convenientes.
- Contar con un marco legal promotor de esa industria.
- Desarrollar el mercado interno.
- Fortalecer a la industrial local.
- Alcanzar niveles internacionales en capacidad de procesos.
- Promover el desarrollo de agrupamientos empresariales.

Según una evaluación de la misma Secretaría de Economía, hasta el primer semestre de 2006 se había realizado una serie de avances para atender a las siete estrategias que integran el programa, a través de actividades que

contaron con la participación de los grupos integrados por el sector. Según información del año 2007, PROSOFT había otorgado fondos a 2.921 empresas, de las cuales 80% eran micro o pequeñas empresas.

### **3.2 Competitividad y generación de valor: Brasil**

Oficialmente República Federal de Brasil es un país ubicado en América del Sur, su población es de aproximadamente 191,5 millones de habitantes. Es el quinto país más poblado del mundo. Posee una superficie estimada en más de 8,5 millones km<sup>2</sup>. El Real es la moneda corriente en Brasil desde 1994. Los que circulan en el país muestran como tema la fauna brasileña y son de 100 (garopa), 50 (onza-pintada), 20 (mico-león-dorado), 10 (guacamayo), 5 (garza), 2 (tortuga marina) y 1 (colibrí).

Respecto al idioma predominante en este país, es el de lengua portuguesa único en el continente americano. Políticamente está conformada por la unión de 26 Estados Federados y por el Distrito Federal, divididos en 5.564 municipios. Su Presidenta actual es Dilma Rousseff siendo la primera mujer en la historia de su país que ocupa este cargo. Actualmente este país es miembro de UNASUR, ONU, OEA, CSN, G8+5, CPLP, Mercosur, Grupo de Río y BRICS.

#### **3.2.1 Sectores Económicos**

Es considerada la mayor economía de Latinoamérica, la 2<sup>º</sup> en América y la 7<sup>º</sup> a nivel mundial, según el Banco Mundial. Su economía es importante en el ámbito americano y mundial, entre estos se destaca:

En la agricultura como el mayor productor de café mundial, en la ganadería tiene la primera cabaña bovina mundial, en la minería con gran producción de piedras preciosas, en la Industria es productor de materias primas y productos manufacturados, entre ellos equipos militares, televisores, celulares, computadoras, automóviles y aviones.

Armamento: actualmente se encuentra un período de renovación de su flotilla área y marítima para defender el área pre-sal de petróleo. Sin contar que produce el 80% del petróleo que consume. Los principales indicadores económicos de Brasil nos mencionan que su PIB es de \$2.395.97 miles de millones de dólares y su ingreso per cápita es de US \$ 12.007 con una tasa de desempleo del 4.2% (Universidad Valparaíso de Chile 2009)

**Tabla 2**

### **Indicadores de crecimiento Brasil**

<b>Indicadores de crecimiento</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013 (e)</b>
PIB ( <i>miles de millones de USD</i> )	1.622,31	2.142,93	2.492,91	2.395,97e	2.456,66
PIB ( <i>crecimiento anual en %, precio constante</i> )	-0,3	7,5	2,7	0,9e	3,0
PIB per cápita ( <i>USD</i> )	8.395	10.992e	12.677e	12.079e	12.291
Saldo de la hacienda pública ( <i>en %</i> )	-2,7	-3,9	-3,0	-2,7e	-1,2

Indicadores de crecimiento	2009	2010	2011	2012	2013 (e)
<i>del PIB)</i>					
Endeudamiento del Estado ( <i>en % del PIB</i> )	66,9	65,2	64,9	68,5e	67,2
Tasa de inflación (%)	4,9	5,0	6,6	5,4e	6,1
Tasa de paro ( <i>% de la población activa</i> )	8,1	6,7	6,0	5,5	6,0
Balanza de transacciones corrientes ( <i>miles de millones de USD</i> )	-24,30	-47,27	-52,47	-54,25e	-58,24
Balanza de transacciones corrientes ( <i>en % del PIB</i> )	-1,5	-2,2	-2,1	-2,3e	-2,4

**Fuente:** IMF - *World Economic 2012, Outlook Database* - últimos datos disponibles.

**Nota:** (e) Datos estimados

Según el ministerio de hacienda de Brasil (2011) en su ley complementaria N° 1392 considera a una microempresa aquella cuyo ingreso bruto anual sea igual o inferior a R \$ 360.000,00 (trescientos sesenta mil dólares) y una Pequeña Empresa, aquella que tiene un ingreso bruto superior a R \$ 360.000,00 (trescientos sesenta mil dólares), \$ igual o inferior a R 3,600,000.00 (tres millones 600.000 reales).

2 Ley complementaria N° 139 del 10 de Noviembre del 2011 que incorpora cambios en las disposiciones de la Ley Complementaria N° 123 de 14 de diciembre 2006 , y otras medidas.

Según una investigación realizada por La Universidad Valparaíso de Chile (2009) las MPYMES son importantes en Brasil porque:

- Generan la mayoría de los puestos de trabajo creados en los sectores formal e informal del país.

- Necesitan bajas inversiones para generar ingresos y empleo.
- Son responsables del 100% de los empleos existentes en municipios que no tienen grandes industrias, sin contar los servicios públicos.
- Absorben al personal que no tiene acceso a programas de calificación profesional, dando oportunidades a los grupos desfavorecidos de la población.

Asimismo, muestra los diversos factores que pueden ocasionar que las MPYMES en Brasil fracasen:

- Exceso de burocracia en las reparticiones municipales para el inicio y funcionamiento de empresas.
- Elevada carga de tasas e impuestos municipales.
- Falta de incentivos fiscales para la implementación y expansión de negocios.
- Dificultad de acceso a créditos.

La clasificación de las MPYMES que elabora en su investigación La Universidad Valparaíso de Chile (2009) según el número de empleados es:

Tabla 3

**Clasificación de las MPYMES en Brasil.**

<b>Clasificación</b>	<b>Industrias</b>	<b>Comercio y Servicios</b>
<b>Microempresas</b>	Hasta 19 empleados	Hasta 9 empleados
<b>Pequeñas Empresas</b>	De 20 a 99 empleados	De 10 a 49 empleados
<b>Medianas Empresas</b>	De 100 a 499 empleados	De 50 a 99 empleados
<b>Grandes Empresas</b>	Mayor a 499 empleados	Mayor a 99 empleados

Fuente: Universidad Valparaíso Chile ; 2009

### **3.2.2 La industria del software en Brasil**

En Brasil, de acuerdo con Paulo Bastos Tigre (1993) el desarrollo de la industria informática se inició relativamente temprano, ya que las primeras políticas se implantaron en los años setenta del siglo pasado. A lo largo del decenio siguiente, empresas de capital nacional, protegidas de la competencia extranjera por la Ley de Informática, desarrollaron soluciones de hardware, programas y sistemas orientados a la demanda de usuarios locales. La capacitación tecnológica adquirida en este periodo abrió el camino a aplicaciones muy exitosas en el ámbito local; es el caso de los sistemas de automatización bancaria y comercial, que hasta hoy contribuyen a un alto nivel de interacción de usuarios y proveedores.

A partir de los años noventa, la apertura económica colocó al mercado interno del programa de computadora y servicios de información (SSI) en la ruta de la mundialización, la cual redujo la importancia relativa de las empresas locales. Atraídas por un significativo mercado local, equivalente a cerca del 50% del total latinoamericano, las empresas mundiales están presentes en el país. En 2006 el valor del mercado de SSI se calculaba en 10000 millones de dólares, 1.36% del producto interno bruto (PIB) brasileño, porcentaje similar al de los países más informatizados de la región. Por otro lado, el país no logra aún volverse exportador, pues las ventas externas no representan ni el 5% del total. Argentina, en contraste, destina al exterior más del 20% de su producción de software y servicios. En el ámbito latinoamericano, el foco de la industria brasileña en el mercado local se asemeja a la situación observada en Chile y México.

El software ofrece oportunidades para el desarrollo, tanto desde el punto de vista de su uso como de la producción. Lo primero se debe a su gran y abarcador potencial de aplicación en actividades económicas y sociales. Las repercusiones de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en la productividad ya dejaron de ser una paradoja, como se suponía en los noventas, pues el uso intensivo de TIC's hoy es reconocido como fundamental para la aceleración y coordinación de la actividad productiva. La segunda área de oportunidad está en el potencial del software como actividad productiva capaz de generar ingresos y exportaciones. Considerada una industria dinámica en extremo, no contaminante, intensiva en recursos humanos calificados y prácticamente inmunes al proteccionismo internacional, la producción de programas se convirtió en una meta de gobiernos de los países.

El mercado brasileño de software está creciendo a tasas superiores a 10% anual desde 1995, ritmo cinco veces mayor que la expansión del PIB en el mismo periodo (Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior Brasilea, 2003). Esto indica que el uso de la tecnología se disemina con rapidez por el país, siguiendo una trayectoria tecnoeconómica global basada en el uso más intensivo de la información y del conocimiento.

La industria de las tecnologías de la información (TI) se vuelven cada vez más intensiva en software y servicios. El mercado del hardware en Brasil, que sumaba 38% de los gastos totales en TI en 2000, cayó a 34% en 2005; en este año, 45% del mercado correspondía a servicios, mientras que los paquetes de programas de computadora representaban el 17% de las ventas totales. Las proyecciones muestran que el segmento de servicios continuará aumentando

su participación en los gastos en TI, hasta llegar a cerca de 50% al final del decenio, cuando deberá alcanzar 15,000 millones de dólares de ventas (Serie Estudios, Tecnología de la Informacao: software, Sao Paulo, 2006).

Los cálculos de crecimiento del mercado del software como producto son optimistas, ya que prevén un incremento del 13% anual hasta el final del decenio, cuando el mercado deberá alcanzar 4,700 millones de dólares. Establecer políticas públicas apropiadas para el sector de software no es un proceso fácil y muchas de las acciones emprendidas con base en la experiencia obtenida en el sector industrial no produjeron el mismo resultado para estimular servicios de información.

El principal incentivo en vigor para las empresas de TIC's en Brasil es la Ley de Informática (Ley 8 248 de 1991), ideada en específico para el sector de hardware. Esta ley ofrece una exención del impuesto sobre productos industrializados (IPI) para fabricantes de equipos que inviertan por lo menos el 5% de su facturación bruta en actividades de investigación y desarrollo. Dado que el (IPI) no se aplica a las actividades de software, su repercusión en éstas es indirecta según Roselino(2006) a pesar de este incentivo concedido éste no impacta de manera directa en los programas de computadoras, ya que está dirigido a las empresas que producen hardware.

### **3.2.3 Ventajas y desventajas competitivas**

Derivado del interés público y privado por la promoción de las exportaciones de software y servicios de información, de entre varias iniciativas para analizar la cuestión destacan dos estudios por la amplitud de la investigación

empírica realizada y por el enfoque en la competitividad internacional. El primero fue llevado a cabo entre el Massachusetts Institute of Technology y el Softex, mientras el otro fue realizado por la empresa AT Kearney para el consorcio de empresas exportadoras de software Brasscom. Los informes destacan tres factores que contribuyen de manera positiva a la competitividad internacional.

El primero y considerado el más importante es el tamaño y la complejidad del mercado interno, un factor que induce a la formación de un ambiente favorable a la capacitación tecnológica. El segundo aspecto positivo se refiere a los factores de carácter institucional, en particular a la estabilidad en el panorama internacional después de consolidar la democracia, equilibrar las cuentas públicas y acumular superávit comerciales. El tercer factor se refiere a los aspectos geográficos y culturales. Situado en un uso horario intermedio a los Estados Unidos y Europa, Brasil presenta ventajas en la interacción con procesos operacionales en estos dos grandes mercados.

### **3.3 Competitividad y generación de valor: INDIA**

India tiene una extensión de 3.287.263 km<sup>2</sup>, población estimada de 1.170 millones, PIB de 1.237.611 millones de dólares y PIB per capita de 952 dólares USA (año fiscal 2009-2010).

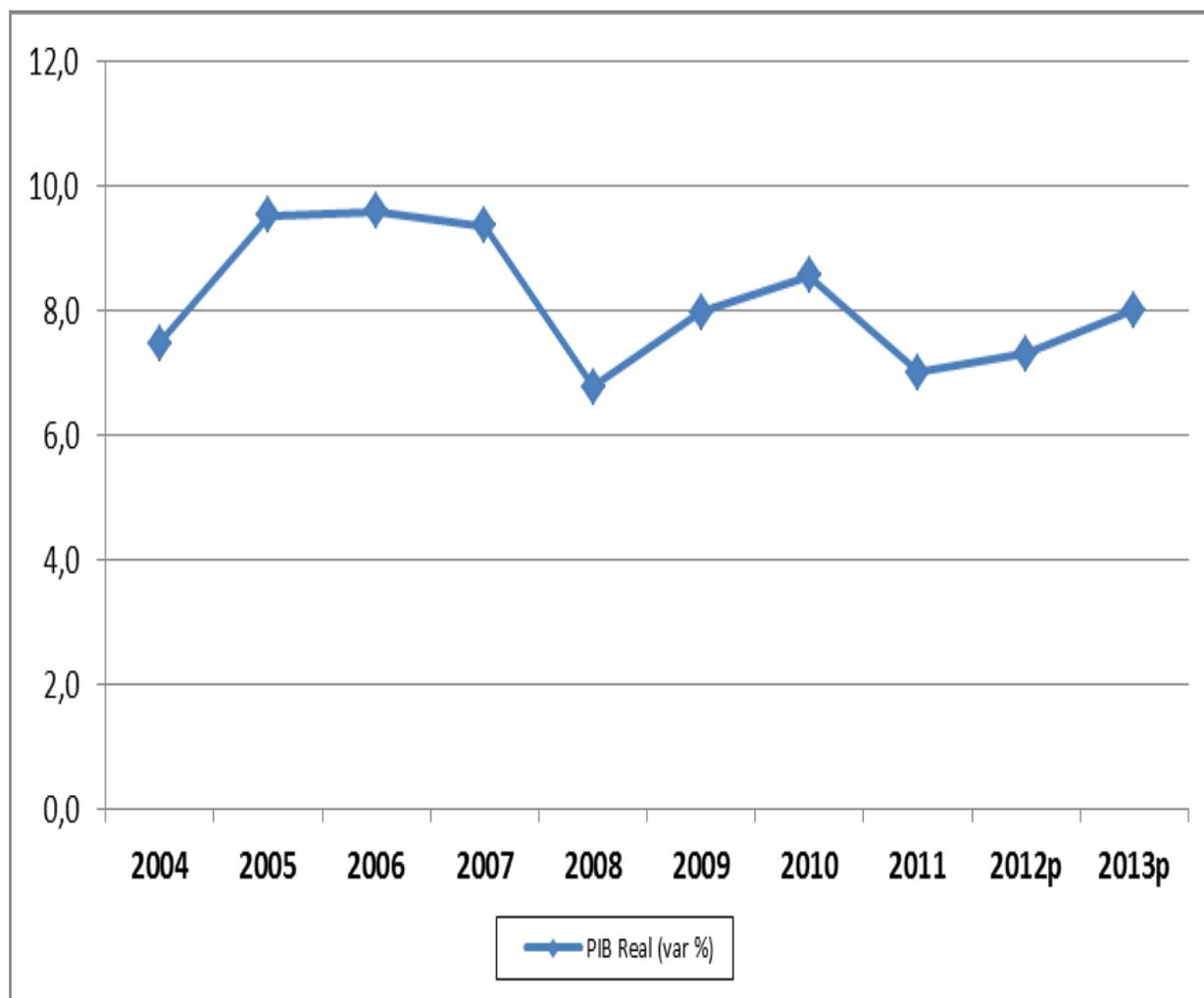
Según el Human Development Report 2010 del PNUD, el PNB per capita de la India en 2010, medido en paridad del poder adquisitivo, fue de 3.337,4 dólares USA, en tanto que el índice de desarrollo humano fue de 0,519, lo que la sitúa en el puesto 119, habiendo avanzado quince desde el informe anterior (media mundial, 0,624).

Este es el desglose del PIB al coste de los factores correspondiente a 2009-2010, por sectores de actividad y por orden de importancia: comercio, hoteles, transporte y comunicaciones (26,5%), servicios financieros, seguros, servicios inmobiliarios y servicios a empresas (17,2%), industria manufacturera (16,1%), agricultura, industria forestal y pesca (14,6%), servicios comunitarios, sociales y personales (13,1%), construcción (7,9%), minas y canteras (2,4%), electricidad, agua y gas (2%).

En julio-septiembre de 2010, la economía registró un crecimiento del 8,9 %, repitiendo el resultado del trimestre anterior. La agricultura y actividades relacionadas, que sigue representando el 18% del PIB y subempleando al 60% de la población creció a una tasa del 4,4%, frente al 2,5% del trimestre anterior. Ello compensó la relativa desaceleración de la industria (9,0% versus 11,7%), que afectó tanto a manufacturas como a consumo de energía y agua. En cambio los servicios siguieron mostrando un fuerte crecimiento (9,7%), repartido de forma homogénea entre todos los subsectores. Desde el punto de vista de la demanda, destaca la recuperación del consumo privado (7,8 y 9,3% en el primer y segundo trimestre, respectivamente), mientras que se mantuvo el dinamismo de la FBCF, a pesar de una explicable desaceleración (19,0 y 11,1% en los mismos periodos).

Figura 6

### Crecimiento del PIB en la India



Fuente: Reserve Bank of India 2011

En la India se utiliza el término de "micro, pequeña, y mediana empresa", según el *acta de desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas de 2006* emitido por el Ministerio de Ley y Justicia de ese país, estas empresas están clasificadas según un criterio sobre la inversión en planta y maquinaria, y por el tipo de industria de la empresa:

**Tabla 4      Micros, Pequeñas y Medianas Empresas en la India**

	Inversión en planta y maquinaria ( <u>rupias</u> ).	
Tipo de empresa	Empresas de manufactura y producción de bienes	Empresas de servicios
Microempresa	hasta 2.500.000	hasta 1.000.000
Pequeña empresa	2.500.000 - 50.000.000	1.000.000 - 20.000.000
Mediana empresa	50.000.000 - 100.000.000	20.000.000 - 50.000.000

**Fuente: Ministerio de Ley y Justicia de la India 2011**

### **3.3.1 Importancia de las MPYMES : India**

India ha llamado la atención mundial recientemente por su rápido crecimiento. Existe amplio consenso de que este país debe continuar creciendo más y más rápidamente que en el pasado para erradicar la pobreza. También hay acuerdo en que el crecimiento debe ser más inclusivo y que los factores que pueden contribuir a ello son el aumento del empleo y de la productividad, mejores aptitudes técnicas y educación.

El sector activo de las MPYMES puede jugar un papel clave en la creación de empleos y de alto crecimiento económico. Tiene el mayor potencial para proveer puestos de trabajo al 70% de la mano de obra que aún se ocupa de la agricultura. Para lograr y sostener este crecimiento y mayores índices de

empleo se requiere el fomento de la industria y servicios estimulado por este tipo de empresas.

### **3.3.2 MPYMES en la India y la función del Banco Mundial**

Varios factores limitan todavía el crecimiento y competitividad de las pymes en este país. La falta de acceso a financiamiento adecuado y oportuno es especialmente crítica ya que sin el mismo, los préstamos se vuelven más caros y se reducen los márgenes de ganancias, deteniendo el establecimiento de nuevas empresas y el aumento consiguiente de empleos.

Los obstáculos para el financiamiento pueden atribuirse a una combinación de factores que incluyen políticas, marco legal y regulatorio (bancarrotas y ejecución de contratos), debilidades institucionales (ausencia de buena evaluación de crédito) y falta de información de crédito confiable sobre pymes.

En los últimos años, las autoridades indias tomaron varias medidas dirigidas al financiamiento y desarrollo de este tipo de empresas y el Banco Mundial brindó su apoyo a través de un proyecto de financiamiento y desarrollo de MPYMES.

En 2004, un préstamo de US\$120 millones de la institución al SIDBI, el banco más importante para las MPYMES en India, ayudó a canalizar préstamos a largo plazo. El financiamiento en el marco del proyecto benefició a 927 pequeñas y medianas empresas en 10 estados indios. Los plazos promedio fueron de cinco años. También mejoraron en forma sostenida las prácticas prestatarias en las sucursales del SIDBI incluidas en el proyecto.

Se puede considerar a la India como un mercado con potencial de primera magnitud, aunque haya que tener siempre en cuenta que no constituye un mercado homogéneo y agrupado por su tamaño y por la diversidad étnica, religiosa, cultural y social del país. Tampoco se trata de un mercado maduro, pero sí de un país que ya está abocado a industrializarse, modernizarse y urbanizarse.

Otras ventajas de la India son su sistema político democrático, la estabilidad macroeconómica, los costes laborales bajos y una mano de obra de lengua inglesa calificada.

Todo esto hace de la India un mercado con potencial para la inversión extranjera en muchos sectores, pero especialmente destaca para las tecnologías de la información, la I+D y los servicios para las empresas.

Con respecto al momento económico, el Producto Interno Bruto está creciendo con menos brío que el pronosticado por el gobierno, pero lo suficiente como para asegurar que la economía se mantenga en el grupo de las que más crecen del mundo. Desde cifras cercanas al 10% en 2007, el año 2008 ha registrado una tasa de crecimiento del 6,1% y el pronóstico que hace The Economist Intelligence Unit (EIU) para 2009 es del 5,5%. Con respecto a la inflación, las estimaciones de EIU para este año son del 6%, con tendencia a la baja, como en estos momentos en muchos otros países del mundo, hasta el 4,7% para el año 2010.

## ***La inversión extranjera***

A pesar de que los flujos globales de inversión en el mundo han declinado en el año 2008, en la India la inversión extranjera directa (IED) aumentó en un 85% en ese año, un crecimiento que ya representa en volumen la mitad de la inversión que recibe el otro gigante asiático, China y que lo hace posicionarse como uno de los principales destinos para la inversión.

Los inversores de los Estados Unidos, Reino Unido o Japón sitúan a este país entre los cinco de mayor potencial para la IED. Los países de nuestro entorno más cercano, los socios de la UE (Unión Europea), también a lo largo de los últimos años han ido incrementado la inversión de sus empresas en la India, pero con respecto al caso de España, tanto la inversión como los flujos comerciales todavía distan mucho del verdadero potencial económico que representan ambos países. Así, según los datos de las estadísticas de la Secretaría de Estado de Comercio, la inversión española neta acumulada en la India asciende a 283 millones de euros.

Salvo un reducido número de empresas españolas pioneras, sobre todo del sector de la automoción, que se implantaron en la década de los años 90, las grandes compañías españolas solo han comenzado a operar en este mercado en los últimos años. No obstante, la India ofrece un especial interés para el empresariado español porque cuenta con un modelo de crecimiento económico muy sustentado en la demanda interna, que ha de cubrir sus carencias en infraestructuras, energía y medio ambiente, sectores en los que las empresas españolas han acumulado experiencia.

Con el objeto de facilitar las relaciones bilaterales, entre España y la India hay firmados tanto un acuerdo de promoción y protección recíproca de inversiones, en vigor desde diciembre de 1998, como un convenio para evitar la doble imposición y el fraude fiscal, firmado en Nueva Delhi y operativo desde enero de 1995.

El marco legal para las inversiones extranjeras es la Ley de Control de Cambios (Foreign Management Act, 1999). La inversión denominada por ruta automática no precisa autorización previa del gobierno ni del Reserve Bank of India (RBI), salvo en sectores concretos, en cuyo caso sí se necesita. El sistema de ruta automática en la práctica significa que solamente hay que informar de la inversión al RBI.

### ***Incentivos a la inversión***

Exenciones fiscales en forma de deducciones están disponibles para distintos tipos de inversiones. En general, las exenciones incluyen incentivos a sectores, principalmente aquéllos que señalan las autoridades como prioritarios en un determinado momento para la economía del país. Además, los incentivos también se aplican a las industrias que se localizan en áreas o regiones especiales.

Se conceden cinco años de vacaciones fiscales para las empresas que trabajen en el desarrollo, gestión o mantenimiento de infraestructuras de transporte y comunicación, suministro y tratamiento de aguas y de residuos sólidos. Pasados los cinco años pueden acogerse a reducciones de la base imponible de los beneficios obtenidos.

También se contemplan 10 años de vacaciones fiscales para las empresas de generación y distribución de energía; y deducciones de la base imponible para ejercicios posteriores.

Para las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones están previstos cinco años de vacaciones fiscales y reducciones impositivas para los siguientes cinco años. En la misma línea de incentivos fiscales, aunque con especificidades concretas para cada caso, están los parques industriales existentes y las empresas establecidas en las regiones menos favorecidas, así como las que se dedican a la producción comercial o el refinado de petróleo, las que llevan a cabo proyectos inmobiliarios aprobados bajo determinadas condiciones y para sociedades y fondos de capital riesgo.

Además, la India cuenta con una política de incentivos específicos a escala regional para estimular la inversión y atraer capitales. Estas ventajas pueden estar programadas bien por el propio estado, que pretende hacer más atractivo su territorio frente al resto del país, o por el gobierno, que pone su punto de interés en el desarrollo de las zonas menos favorecidas. Así, los diferentes estados pueden financiar un cierto porcentaje del capital fijo de cada proyecto o conceder la exención o el retraso en el pago de los impuestos sobre las ventas, o incluso la exención del impuesto sobre la electricidad y la congelación de la tarifa, etc.

Algunos estados ofrecen incentivos a la pequeña y mediana empresa o a aquellas que están catalogadas como *High Priority Industries* en su legislación, en cuyo caso las facilidades son las siguientes:

1. Tipo de interés concesional para préstamos;
2. Preferencia de artículos fabricados por pequeñas y medianas empresas en las compras realizadas por el gobierno y las organizaciones semigubernamentales;
3. Por último, concesión preferencial de suelo y locales comerciales para pequeñas y medianas empresas en áreas industriales.

Además, determinados estados han simplificado el procedimiento de aprobación de inversiones mediante la creación de una ventanilla única.

### ***Agencias de apoyo a la inversión***

En la India no existe un único organismo que centralice la promoción, atracción y mantenimiento de la inversión extranjera. Lo que existen son distintas instituciones de ámbito nacional o de los diferentes estados que facilitan el proceso de inversión en sus áreas respectivas de actuación. A escala estatal existen dos secretarías que controlan la inversión extranjera: la Foreign Investment Promotion Board (FIPB), cuyo cometido específico es agilizar el proceso de aprobación de las propuestas de inversión extranjera, y la Secretariat for Industrial Assistance (SIA), que tiene un servicio de ventanilla única para la atención de los inversores extranjeros y facilita los trámites en los casos en los que se requiere la aprobación del Gobierno.

Hay dos instituciones cuya función es la difusión de información y la atención de consultas en temas referentes a la inversión extranjera: Investment Commission (IC), que promueve la inversión en el país a través de su portal Destination India, y la India Brand Equity Foundation (IBEF), cuya producción

de publicaciones e investigaciones muestran al exterior cómo es la economía india y sus ventajas comerciales.

### **3.3.3 La industria del software en la India**

El crecimiento de la industria del *software* en la India es un claro ejemplo de cómo una nación en desarrollo se pudo convertir en una potencia en la nueva economía de la información. Este país se ha consolidado como uno de los líderes en exportación de software y servicios informáticos en todo el mundo, al grado que el llamado *Bangalore Valley* (ciudad india con más de mil 200 empresas tecnológicas, tanto locales como extranjeras), como gran centro de desarrollo tecnológico. Sus perspectivas son tan prometedoras que, para este año, la India planea alcanzar los 50 mil millones de dólares en exportaciones de *software*, lo que representaría un valor cercano al ocho por ciento de su PIB.

Pero, ¿qué ha hecho la India, un país con más de una tercera parte de la población analfabeta y con altos índices de pobreza para llegar al nivel en que se encuentra actualmente? La respuesta está en una serie de medidas implementadas por el gobierno que abarcan diferentes ámbitos como el económico, el político y el social.

La industria de *software* inició en la década de los 70, pero fue a finales de los 80 con el establecimiento de industrias como *Texas Instrument*, *Citicorp Software* y *Hewlett Packard*, que detonó su crecimiento. A principios de los 90 surgió el *offshore* (se aplica al recorte de costos mediante la externalización de los servicios informáticos y el desarrollo de *software*,

empleando programadores de países extranjeros con menores salarios). Así, muchas empresas tecnológicas, financieras y *call centers* de innumerables compañías se mudaron a ciudades como Bangalore, Delhi o Mumbai.

Actualmente, más de un centenar de firmas como *Microsoft, Google, Reuters* y *Cisco* han abierto centros en la India.

Fue fundamental para el desarrollo de esta industria la creación de los *Software Technology Parks*, cuya misión es apoyar a pequeñas firmas de *software* dedicadas al cien por ciento a la exportación, con una exención de impuestos durante cinco de los primeros ocho años de vida.

Además, el gobierno ha realizado distintas acciones como: donaciones de computadoras a escuelas, reducciones de impuestos para la importación de bienes de capital, exenciones y rebajas arancelarias e impositivas para las empresas exportadoras del sector tecnologías de la información (TI), programas de financiamiento y crédito, protección a los derechos de propiedad intelectual, entre otras.

También se debe señalar que la India es uno de los países con más empresas con certificación CMM (*Capability Maturity Model*) nivel cinco (se trata del nivel de capacidad y madurez en todas las áreas de servicios de desarrollo y prueba de *software*). Contar con una certificación de nivel tres al menos, es importante para participar en el mercado mundial de *software*.

Otro aspecto relevante ha sido el idioma, al ser la India una excolonia inglesa una parte importante de su población tiene el inglés como segunda lengua y

esto ha representado una importante ventaja competitiva respecto con otros países emergentes, para los cuales la barrera lingüística es difícil aún de superar.

Actualmente en la India hay cerca de 300 mil profesionales trabajando en la industria TI (todos angloparlantes) y se gradúan 100 mil ingenieros de *software* al año.

Otro factor que ha contribuido al desarrollo de la industria son los bajos costos laborales, lo que ha permitido abaratar los productos y servicios de *software* de exportación. El salario medio de un ingeniero de *software* es de 15 mil dólares al año, contra los 90 mil dólares promedio que recibe un ingeniero en California, EUA. Sin embargo esto ha sido un arma de doble filo, ya que ha provocado una gran fuga de especialistas hacia otros países principalmente Estados Unidos (en el *Silicon Valley* hay más de dos mil pequeños empresarios de *software* y unos 60 mil ingenieros nacidos en la India). Aunque con el establecimiento de grandes firmas en la India comienza a revertirse la tendencia y los ingenieros indios buscan la manera de quedarse en su país y beneficiarse de sus propios conocimientos.

Si bien, el panorama para la India sigue siendo promisorio, todavía tiene que enfrentar retos como su gran dependencia de las exportaciones de la industria del *software* a Canadá y Estados Unidos (67.7%), ya que es vulnerable a medidas proteccionistas o a una baja en la demanda; la supeditación a servicios de *out sourcing* (lo que la obliga a desaprovechar las ventajas competitivas que puede alcanzar en cuestiones de seguridad

informática o banca electrónica); y la carencia de marcas propias de relevancia global.<sup>8</sup>

### **3.4 Competitividad y generación de valor: China**

China es una república socialista con un sistema regido por el Partido Comunista (PCC). La ideología fundamental del régimen está integrada por el marxismo leninismo y las aportaciones de Mao y sucesivas generaciones de líderes (Deng, Xiaoping, Jiang Zemin y Hu Jintao), pero se trata esencialmente de un régimen pragmático, hoy ocupado en dos tareas esenciales: el mantenimiento de una tasa de crecimiento de 7-8% (*Baoba*) y la preservación de la estabilidad social (*Baowen*). La constitución consagra, en teoría, los derechos fundamentales y libertades públicas, así como su garantía, pero la democracia es entendida sólo dentro de los límites del partido, y siempre a nivel local. La economía china es esencialmente industrial, el sector secundario supone cerca del 46,7% del PIB, los servicios el 43% y la agricultura y ganadería el 10,2%. A principios de los 70 el sector primario suponía casi el 30% del PIB, el sector servicios el 24%, y el sector secundario el 47%. Los últimos años han venido marcados por el paulatino crecimiento de construcción y servicios. Con una superficie territorial de 9,561,000 Km<sup>2</sup> y una población de 1,341 millones que tiene como idioma oficial el chino mandarín (Putonghua). Existen además multitud de dialectos locales, entre ellos el Shanghai y Guangdong, la moneda oficial es el Renminbi (RMB), con

---

<sup>8</sup> <http://india.gov.in/business.php> <http://itoutsourcingindia.com/india/>

un gobierno Unipartidista, siendo el partido gobernante el comunista chino representado por Hu Jintao Jefe del estado y Wen Jiabao como Primer Ministro.

### 3.4.1 Principales indicadores económicos

**El PIB (2011):** 6.898 millones US\$, el PIB per cápita anual: 8.560 US\$, con un crecimiento del PIB del 9%, co una inflación del 5.0%, el tamaño de las

**Exportaciones (FOB) en millones de US\$: 1.857,6 y Importaciones (FOB) en millones de US\$: 1.658,3<sup>9</sup>**

**Tabla 5 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LA QUE EL PAÍS ES MIEMBRO.**

Organización de las Naciones Unidas	UNDP, UNEP, UNCTAD, UNICEF, WFP, WFC UNIDO, FAO
Banco Mundial	BM
Fondo Monetario Internacional	FMI
Organización Mundial del Comercio	OMC
Banco Asiático de Desarrollo	BAD
Conferencia de Cooperación Económica Asia-Pacífico	APEC
Corporación Financiera Internacional	IFC
Organización Marítima Internacional	IMO
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	WIPO
Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola	IFAD
Agencia Internacional de la Energía Atómica	IAEA
Organización Mundial del Trabajo	ILO

<sup>9</sup> NBS, National Bureau of Statistics, Ficha país oficina económica y comercial de España ( China customs, S.G. de Inversiones Exteriores, World Trade Atlas.)

Organización Internacional para la Estandarización	ISO
Asia Europe Meeting	ASEM

Fuente: Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín Actualizado a octubre 2012

Según la ley de promoción de pequeñas y medianas empresas, de 2003, las medianas empresas deben tener más de 300 empleados, un beneficio de más de 30 millones de yuanes y unos activos totales de 40 millones de yuanes. Las pequeñas empresas son las que tienen menos de 300 empleados o menos de 40 millones de yuanes en activos.

Con la nueva clasificación estos límites serán reducidos. Además, habrá por primera vez mini empresas, a las que se les otorgará un apoyo especial, incluyendo medidas de exenciones fiscales.

El valor añadido de las empresas de pequeño y mediano tamaño durante la primera mitad del año ha crecido más del 18% respecto al año anterior. De acuerdo a los estándares actuales, el 99% de las empresas chinas son consideradas pequeñas o medianas.

### **3.4.2 El crecimiento de las MPYMES en China**

En los últimos 20 años, las pequeñas y medianas empresas han tenido un crecimiento sostenido en China, a pesar de las dificultades que conlleva su desarrollo. Según los datos de la Comisión Estatal de Economía y Comercio, las MPYMES chinas superan ocho millones y ocupan el 99 por ciento de todas las empresas del país.

Estas pequeñas y medianas empresas se han transformado en un pilar fundamental del desarrollo económico del gigante asiático. Ya a partir del año 1990, la producción total y los impuestos pagados de estas empresas representaban un 60% y un 40% del total nacional, respectivamente. En tanto, las exportaciones de las MPYMES alcanzan el 60% del total nacional. En relación al empleo, las MPYMES proporcionan el 75% de los puestos de trabajo creados en los últimos años en las ciudades chinas, absorbiendo así a los trabajadores desempleados producto del cierre de empresas estatales. Para el año 2010, China aumentó las medidas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas a través de una política impositiva preferencial. En este sentido, el gobierno creó un fondo especial de 10,89 billones de yuanes (1,59 billones de dólares) con cargo al presupuesto central, orientado a promover el desarrollo de las MPYMES al cual espera aportar más recursos año a año.

Durante el año 2009, las pequeñas y medianas empresas fueron fuertemente golpeadas por la crisis económica mundial. Sin embargo, gracias al plan de estímulo fiscal impulsado por el gobierno chino se ha ido recuperando su actividad y para el periodo enero- septiembre del 2009, la producción de las MPYME equivalía al 60% del PIB del país.

Con el fin de promover el desarrollo tecnológico de las MPYMES, el gobierno creó un fondo de innovación tecnológica para las pequeñas y medianas empresas. En ese mismo sentido, el país ha invertido en los centros de innovación tecnológica, que fomentan la productividad de las MPYMES, más de 100 "incubadoras" de empresas de alta tecnología y más de 30 parques científicos de universidades.

El principal problema que enfrentan las pequeñas y medianas empresas chinas es la falta de acceso al crédito. El sistema financiero no les facilita créditos por el alto riesgo que presentan estas empresas y el gobierno por su parte no cuenta con los recursos suficientes como para apoyarlas. Sin embargo, el Banco Central de China ha solicitado a los bancos que creen departamentos especiales para la entrega de créditos a las MPYMEs, medida que hasta ahora se ha instaurado en más de 100 ciudades chinas. Las otras barreras al desarrollo de las MPYMEs son la falta de tecnología, baja inversión, baja dotación de capital humano, su escasa capacidad de comercialización y sus bajos niveles de gestión.

- ***Programas de fomento a las pequeñas y medianas empresas en China***

China no se ha quedado atrás en el fomento a las MPYMEs, y el gobierno ha impulsado una serie de programas en esta línea:

- ***Reestructuración de las empresas estatales y de desarrollo empresarial***

Este proyecto se estableció específicamente en dos provincias del país que se caracterizaban por tener empresas estatales ineficientes y un débil desarrollo del sector privado. El objetivo principal del proyecto era desarrollar un enfoque empresarial eficiente que incluyera la participación de todo el personal de la empresa. Al mismo tiempo, el otro objetivo del programa era capacitar a los trabajadores que fueran despedidos para emprender sus propios negocios.

Para ello, se establecieron tres tipos de instituciones: seis agencias para ayudar a la reestructuración de empresas estatales a la reforma, seis centros de asesoramiento empresarial para proporcionar servicios de apoyo al desarrollo de las empresas, y seis centros de garantía de crédito para apoyar a los empresarios en su solicitud de un préstamo bancario.

- ***Asociación de empresas privadas para proyecto de China***

El objetivo de este proyecto fue idear recomendaciones de política de apoyo al desarrollo de las MPYMES de propiedad privada al interior de China, con un foco inicial en la provincia de Sichuan. Específicamente, el proyecto incluía mejoras en el acceso a financiamiento para las MPYMES; capacitar a las personas en gestión de negocios y mejorar el entorno de políticas para el desarrollo de las MPYME.

- ***Proyecto de seguro de desempleo***

Su objetivo era reducir la pobreza urbana, estableciendo un seguro de desempleo eficiente e integrado, que capacitara a los trabajadores y ayudara en la búsqueda de nuevos puestos de trabajo.

- ***Proyecto de instituciones de microfinanzas***

En relación a las microfinanzas, el Department for International Development of United Kingdom ha apoyando un proyecto destinado a aumentar el acceso de las personas pobres al crédito y al ahorro, desarrollando las instituciones de microfinanzas en China.

- ***Iniciación y mejora de proyecto de negocio***

Este proyecto tenía como objetivo reducir la pobreza a través de la capacitación en el área de inicio y desarrollo de microemprendimientos orientados a las personas vulnerables.

- ***Proyecto de apoyo a las empresas pequeñas y medianas***

El proyecto fue desarrollado con el objetivo de mejorar las condiciones para el desarrollo de las MPYME. En el largo plazo se espera que el crecimiento de las MPYME conduzca a mejoras en el empleo y en los ingresos, lo que se traduce en la reducción de la pobreza.

### **3.4.3 El desarrollo del software en China.**

La industria China del software era casi inexistente a principios de los años noventa,(Clemente Ruiz, Michael Piore y Andrew Schrank, 2005) a pesar de que el Instituto de Tecnologías de la Computación en la Academia de Ciencias auspició la construcción de la primera computadora China en 1958.<sup>10</sup> Sin embargo, el gobierno destinó la mayor parte de sus recursos financieros a un grupo pequeño de trabajadores altamente capacitados dedicado a realizar proyectos clave de ingeniería inversa en hardware, tales como circuitos integrados y tecnologías mixtas para objetivos militares y civiles. Durante este periodo hubo algunos proyectos aislados de desarrollo de software en institutos estatales, sin embargo casi no había investigación y desarrollo comercial en razón de las barreras institucionales que separaban a éstas del

---

<sup>10</sup> Anna Lee Sexenian, "Government and Guanxi: The Chinese Software Industry in Transition", ponencia presentada en el seminario *Global Emerging Markets: An Engine for Growth*, 12 de mayo de 2003, London Business School, 2003.

mercado. Fue hasta 1980 cuando a dos empresas productoras de computadoras Founder y Legend se les autorizó comercializar software. Esto permitió a Founder establecer su dominio en el mercado de programas para computadora en idioma chino. Los programadores del instituto de software en la academia China de ciencias y de otros centros de investigación también empezaron a crear sistemas de información simples, con funciones como las de investigar e informar, o la habilidad de actualizar información de manera interactiva. Estos sistemas se crearon de forma separada para usuarios finales y se dio poca atención a la integración y al diseño en su conjunto. La burbuja de internet, tal como sucedió en el resto del mundo, benefició a la reciente industria del software, pero sus efectos negativos fueron mayores; de esta forma los salarios inflados, el fondeo y las excesivas expectativas de crecimiento distrajeron la atención de la necesidad de concentrarse en el dominio del proceso y de las técnicas necesarias para la maduración del diseño de software e integración. A ello se sumaron las actitudes de los clientes, financieros y responsables de la política.

Todo eso dio como resultado un sector del software con capacidades limitadas y un entendimiento superficial de los procesos y las tecnologías. Estas debilidades estuvieron encubiertas por el fuerte crecimiento de la industria: 30% anual de 1992 a 2000.

El gobierno chino reconoció estas deficiencias y decidió concentrar a la industria del software y a los circuitos integrados en su décimo plan quinquenal, con dos metas básicas: aumentar la participación de las empresas locales en el mercado del software chino al doble hasta alcanzar 63% y aumentar las exportaciones de software para lograr un total de 1000

millones de dólares para 2005. Estos objetivos se pretendían conseguir mediante la construcción de 20 empresas nacionales, con ingresos superiores a 120 millones de dólares anuales y la creación de 100 marcas de software.

Para alcanzar estos objetivos se establecieron en el documento del consejo de estado del 18 de junio de 2000 las políticas para promover el desarrollo de la industria del software y de los circuitos integrados, entre las que destacan un presupuesto de 480 millones de dólares para el quinquenio; el reembolso del impuesto al valor agregado a las empresas productoras de software, en tareas de investigación y desarrollo y expansión de producción, reduciendo la tasa efectiva de 17 a 3 por ciento; no gravar con impuesto al ingreso por dos años a las nuevas empresas una vez que se aprueba su apertura, con posterioridad se les grava con 50% en los tres siguientes años, empezando con el primero en que obtienen utilidades; una tasa de 10% sobre el impuesto al ingreso de las empresas para compañías de software consideradas como clave en el plan y que no califican para tasa cero del impuesto; el equipo y la tecnología importados, incluido el software para uso propio, estarán exentos de aranceles y del impuesto al valor agregado, y se reducirán los impuestos a los empleados que trabajen para empresas de software registradas.

De manera adicional algunos municipios dan ciertos incentivos adicionales a las empresas, como es el caso de Pekín y de Shangai que ofrecen apoyo financiero, precios preferenciales de la tierra y asistencia técnica.

Estos incentivos han impulsado de manera importante el crecimiento de la industria del software. Se estima que China cuenta con 8 000 empresas

desarrolladoras de software y de servicios, emplea 620 000 trabajadores, y se calcula que las ventas de 2005 llegarán a 30 000 millones de dólares, las exportaciones a 5 000 millones y los trabajadores altamente capacitados a 800,000. Una pregunta que surge al respecto es si este proceso de crecimiento hubiera podido ocurrir con reglas de comercio tan restrictivas como las de la Organización Mundial del Comercio, ya que los apoyos que se otorgaron fueron más allá de lo que estipulan las nuevas normas del comercio mundial. China se ha centrado en el desarrollo de software para su mercado interno ligado a la producción de circuitos integrados que por sus dimensiones brinda economías de escala, lo cual puede aprovechar para mantener un modelo de bajos costos y a la vez ser innovador. Esta práctica le ha servido para penetrar en los mercados de sus vecinos, en especial en Japón, convirtiéndolo en el principal destino de sus ventas.

China ha creado un grupo de empresas del sector de software al que se refiere oficiosamente como Long Tou, de acuerdo con Andy Mukherjee (2004) columnista de la revista cinco días, que en mandarín significa cabeza de dragón. Para lo que se supone que debe hacer, el nombre no podía ser más apropiado. De la misma manera en que la poderosa cabeza de un dragón dirige al resto de su largo cuerpo a la batalla, el grupo de 50 empresas creado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología dirigirá la embestida de los bajos salarios de China hacia el software de computación. Si el Proyecto Offshore de Ingeniería de Software de China, como ha sido llamado formalmente el grupo, tiene éxito, cientos de compañías más pequeñas podrían sumarse a él. Analicemos lo que hace tan exitosas a las empresas indias de software. Los

fabricantes indios tienen entre el 60% y el 70% de su personal en India, donde los programadores ganan un sexto de lo que los escritores de códigos cobran en Estados Unidos. El restante 30% o 40% de los empleados trabaja en Europa y Estados Unidos y compiten por negocios y proyectos de gestión. La dispersión geográfica de la fuerza laboral produce un día de trabajo de 24 horas.

¿Pueden las empresas chinas imitar el modelo indio? Están haciendo precisamente eso. Tomemos por ejemplo a Bamboo Networks, una compañía de Hong Kong de pocos accionistas. Bamboo es un creador de software nacido hace cinco años, una de las 50 empresas de cabeza de dragón. Tiene 175 empleados y hace trabajos de programación en la ciudad suroriental china de Guangzhou. En comparación, Infosys de India tenía más de 15.000 empleados un año atrás y está incorporando entre 1.500 y 2.000 redactores de códigos y gerentes de proyectos en el actual trimestre.

Si bien no somos exactamente un paralelo, somos en muchos aspectos similares a las empresas de software indias', dice Gene Kim, de 34 años, fundador y máximo ejecutivo de Bamboo. Agrega que su prioridad es aumentar los servicios que su compañía ofrece a los clientes globales, como Lehman Brothers, Procter & Gamble, Hewlett-Packard y NEC.

China e India pueden complementar sus respectivas fortalezas. Las empresas indias usarán programadores chinos para escribir códigos básicos, mientras que los fabricantes chinos de software usarán las reservas de talento India para reclutar arquitectos de sistemas, gerentes de proyectos y otros profesionales de primer nivel, de los que aún faltan en China. (Mukherjee, 2004).

### **3.5 Conclusiones del Capítulo**

Al analizar a Brasil, India y China en relación a México, nos encontramos que cada uno ha implementado estrategias de competitividad donde participan además del empresario, el gobierno de manera activa a través de políticas públicas que le brindan a las MPYMES las facilidades para crecer y desarrollarse, basta ver el ejemplo de Brasil una de las economías Latinoamericanas más sobresalientes, están aplicando mecanismos que ayudan a proteger a las MPYMES de la competencia extranjera mediante la Ley de Informática, desarrollaron soluciones de hardware, programas y sistemas orientados a la demanda de usuarios locales. La capacitación tecnológica adquirida abrió el camino a aplicaciones muy exitosas en el ámbito local; es el caso de los sistemas de automatización bancaria y comercial, que hasta hoy contribuyen a un alto nivel de interacción de usuarios y proveedores. A partir de los años noventa, la apertura económica colocó al mercado interno del programa de computadora y servicios de información (SSI) en la ruta de la mundialización, la cual redujo la importancia relativa de las empresas locales. Atraídas por un significativo mercado local, equivalente a cerca del 50% del total latinoamericano, las empresas mundiales están presentes en el país.

En tanto la India cuenta con el personal altamente calificado y barato en cuanto a salario se refiere, con el dominio del idioma inglés mismo que ha sido adoptado como segunda lengua oficial lo que ha propiciado una ventaja competitiva difícil de vencer para cualquier país que entre en competencia directa con la India, a pesar de ser una economía emergente ha desarrollado el sector software de manera sorprendente, con el apoyo de su gobierno que

ha implementado políticas públicas encaminadas a darle el valor agregado mediante la competitividad de sus empresas de software. Este país se ha consolidado como uno de los líderes en exportación de software y servicios informáticos en todo el mundo, al grado que el llamado *Bangalore Valley* (ciudad india con más de mil 200 empresas tecnológicas, tanto locales como extranjeras), como gran centro de desarrollo tecnológico. La India planea alcanzar los 50 mil millones de dólares en exportaciones de *software*, lo que representaría un valor cercano al ocho por ciento de su PIB.

Por otra parte China para alcanzar sus objetivos en el desarrollo de esta industria establecieron en el documento del consejo de estado del 18 de junio de 2000 las políticas para promover el desarrollo del software y de los circuitos integrados, entre las que destacan un presupuesto de 480 millones de dólares para el quinquenio; el reembolso del impuesto al valor agregado a las empresas productoras de software, en tareas de investigación y desarrollo y expansión de producción, reduciendo la tasa efectiva de 17 a 3 por ciento; no gravar con impuesto al ingreso por dos años a las nuevas empresas, más aún está adoptando el modelo Indio de especialización y de mano de obra barata, característica principal de este gigante asiático.

El desarrollo del software en nuestro país requiere de la participación del gobierno como gestor del desarrollo y como regulador del mercado mediante políticas públicas que vayan encaminadas al crecimiento de las MPYMES dedicadas a este sector, a través de políticas fiscales que exenten de tasas impositivas tan severas que únicamente logran que las empresas apenas sobrevivan, no permiten su desarrollo e innovación además de los pocos mecanismos crediticios dedicados al apoyo de este sector por las altas

garantías lo que ocasiona que pocas empresas accedan a los crédito que permitan su desarrollo. Por otra parte la falta de seguimiento en la especialización y el desarrollo de la cultura empresarial originan el cierre de innumerables empresas en los dos primeros años de operaciones, lo que provoca altas tasas de desempleo y el crecimiento de la economía informal característica común en la economía del país. En la competitividad de las empresas, en primer lugar hay que mencionar que el rol fundamental que un sistema financiero desempeña en toda economía ningún país puede crecer sin una banca comprometida con su desarrollo, es imposible pensar en aspirar un crecimiento acelerado sin la palanca natural de un sistema financiero sólido, capitalizado, saludable.

Tenemos una banca dedicada a la usura, que no arriesga que no apuesta al desarrollo, una gran parte de las ganancias industriales y productivas en general se las llevan los banqueros por las altas tasas de interés y altos costos de las comisiones que cobran, no existe una verdadera banca de desarrollo en nuestro país, las instituciones del estado cobran más alto que la banca comercial, por los factorajes y todo el conjunto de intermediaciones que desarrollan. No apuestan al desarrollo lo que provoca una enorme contradicción, porque mientras que las MPYMES generan alrededor del 70% de los empleos en el país solo reciben el 5% del crédito nacional lo que impide detonar el crecimiento y el desarrollo económico.

Lo que pudiéramos rescatar es la mano de obra barata, pero es necesaria una especialización profunda, que podríamos lograr mediante nuevos planes de estudios en las diferentes universidades e instituciones tecnológicas que le puedan dar el valor agregado a la competitividad del país.

## **Conclusiones Generales**

La competitividad es importante para las MPYMES porque a través de ella estas pueden obtener el valor agregado. Al ser dinámica y constante provoca la innovación, el desarrollo y su crecimiento en el mercado mediante el uso de estrategias. Porter (2008) señala que la competitividad se da a nivel de empresa y que la suma de todas las empresas competitivas de un país es lo que se conoce como competitividad Nacional. A lo largo de la historia económica revisamos como entendían los economistas este concepto en la aplicación de sus teorías, Salvatore (1999), menciona que los mercantilistas afirmaban que los países se volverían ricos acumulando oro y plata, y lograrían esto exportando todo lo posible (vendiendo bienes y servicios en el extranjero) e importando tan poco como fuera posible (comprando bienes y servicios). La visión mercantilista de la competitividad es maximizar las exportaciones netas o la balanza comercial con el exterior. Al ser las exportaciones mayores que las importaciones, los extranjeros tendrían que pagar al país oro y plata, para de esta forma acumular metales preciosos.

Adam Smith (1776) no estaba de acuerdo con la visión de competitividad del mercantilismo y presentó la idea revolucionaria de que la riqueza de una nación depende de los ingresos de las personas en el país y lo que pueden consumir, no el oro y la plata en poder de los monarcas y los nobles. Adam Smith decía que las importaciones de bienes y servicios más que las exportaciones son el propósito del comercio, y éstas más que la acumulación del oro y la plata mejoran el nivel de vida de las personas.

El imponer aranceles o impuestos a las importaciones, para limitarlas con el propósito de acumular oro y plata sólo sirve para empobrecer una nación.

Adam Smith en lugar de los aranceles apoyados por los mercantilistas propuso una política de libre comercio (la eliminación de aranceles a las importaciones) presentó cuatro razones específicas por las que un país podría ganar con el comercio:

- Ganancias mutuas provenientes del intercambio voluntario de los bienes existentes
- Mayor competencia
- La división del trabajo
- Mejor uso de las habilidades y recursos en diferentes países

Según Adam Smith (Salvatore, 1999), el comercio entre dos naciones está basado en la ventaja absoluta. Cuando una nación es más competitiva que otra (o tiene una ventaja absoluta) en la producción de una mercancía, pero es menos eficiente que otra nación (o tiene una desventaja absoluta) al producir una segunda mercancía, entonces ambas naciones pueden ganar si se especializan en la producción de la mercancía de su ventaja absoluta e intercambian parte de su producción con la otra nación, a cambio de la mercancía de su desventaja absoluta.

Adam Smith y los economistas clásicos que le siguieron, creían que todas las naciones se beneficiaban del libre comercio y pedían enérgicamente una política de *laissez-faire* (es decir, la menor interferencia gubernamental posible en el sistema económico) la cuál propiciaría que los recursos mundiales se utilizarán en la forma más eficiente y maximizaran el bienestar mundial (Salvatore 1999).

De acuerdo a David Ricardo (Salvatore 1999), aun cuando una nación sea menos competitiva o eficiente que otra (o tiene una desventaja absoluta) en

la producción de mercancías, queda todavía la posibilidad de comercio mutuamente benéfico (siempre y cuando la desventaja absoluta que la primera nación tiene respecto a la segunda nación no sea en la misma proporción en ambas mercancías).

La teoría de la ventaja comparativa predice que hay ganancias provenientes del comercio por la mayor producción en el bien en el que un país tiene una ventaja comparativa y al reducir la producción del otro bien. Al exportar el bien en el que tiene ventaja comparativa un país puede aumentar el consumo de ambos bienes.

David Ricardo basó su ley de la ventaja comparativa en los siguientes supuestos (Salvatore 1999):

- Sólo hay dos países y dos mercancías
- Libre comercio
- La perfecta movilidad de la mano de obra dentro de cada nación, pero la inmovilidad entre las dos naciones
- Costos de producción constantes
- Ausencia de costos de transporte
- Ausencia de cambio tecnológico

En el modelo de David Ricardo, el trabajo es el único factor de producción, los países difieren sólo en la productividad del trabajo en diferentes industrias.

Los países exportarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más ineficiente, o sea que la pauta de producción de un país está determinada por la ventaja comparativa (Krugman 2001).

Si el trabajo fuese el único factor de producción, como suponía el modelo ricardiano, la ventaja comparativa podría surgir únicamente de las diferencias internacionales en la productividad del trabajo.

Michael Porter (1998) llevó a cabo una investigación para analizar el origen o causa de la competitividad de las naciones. Su objetivo era desarrollar un marco conceptual que sirviera tanto para orientar a los empresarios y ejecutivos en la toma de decisiones, como en la formulación de políticas orientadas a promover la competitividad de una nación.

De acuerdo a la teoría de Porter, el marco en que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos:

- Condiciones de los Factores,
- Condiciones de la Demanda,
- Sectores Conexos y de Apoyo
- Estrategia, Estructura y Rivalidad de las Empresas.

Estos cuatro atributos conforman el sistema “Los Determinantes de la Ventaja Nacional”, al cual Porter(2008) denominó “Diamante de Competitividad”. Además de los cuatro determinantes, dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos casuales. Porter(2008) enfatiza en que la competitividad se alcanza desde el nivel micro o empresarial y la suma de la competitividad de las empresas es la que determina la competitividad nacional.

Todos estos modelos fueron elementos que analizamos en el trabajo para tener una visión amplia del tema. Analizados desde el punto de vista que cualquier país tiene la ventaja ya sea absoluta o comparativa de un bien y el modelo de Porter(2008) plantea su análisis solamente en los países

industrializados no en los emergentes por lo que en algunos casos aplica y en otros no. Es decir existen diferentes niveles de competitividad, como menciona Riveros & López (2007). Los diferentes instrumentos para medir la competitividad de los países, evidencian la diversidad de criterios y definiciones que se han desarrollado alrededor de dicha temática. Esta situación ha llevado a los gobiernos a generar políticas heterogéneas para fomentar e impulsar la competitividad del país, que bien se podría decir apuntan a los criterios establecidos por alguno de los métodos de medición internacional de la competitividad que el país toma como referente.

Otro elemento, importante para señalar es que los instrumentos no tienen en cuenta la asimetría existente entre las economías de los países desarrollados y las economías de los países emergentes, lo cual hace que no sea equiparable la medida de la competitividad. Muy diferente sería que se agrupará en los diferentes ranking de competitividad los países desarrollados y los en vía de desarrollo, lo que permitiría una comparación entre similares, sin desconocer lo que en sentido hacen las grandes economías del mundo para ser competitivas.

A pesar de todas las fallas que de una u otra forma puedan tener dichos instrumentos, no podemos desconocer que son un punto de referencia de competitividad, aún más si se tiene presente que la globalización determina el desempeño de las empresas y la economía de las naciones.

Para que una nación, región o empresa llegue a ser competitiva, requiere de un largo y complejo proceso, donde se articulen las acciones de los diferentes actores que de una u otra forma determinan el ambicioso camino de la competitividad.

Es importante establecer que como lo plantean Porter y Krugman “*las que compiten no son las naciones sino las empresas*” por lo tanto la base de la competitividad se encuentra en la empresa, pero se necesita que el estado desarrolle políticas que le faciliten a las unidades productivas llevar a cabo el proceso de manera exitosa. Las políticas micro y macroeconómicas, la infraestructura, la educación y la base tecnológica de un país entre otros aspectos, son determinantes para el impulso de la competitividad empresarial.

Para finalizar, vale la pena resaltar, que la competitividad no es algo estático, es un proceso continuo de mejoramiento y de innovación que requiere objetivos claros, amplios insumos (*recursos naturales, recursos humanos, infraestructura, capital*), claras estrategias y un medio ambiente que permita adoptar con rapidez las innovaciones basadas en el conocimiento. Es importante conocer los factores que intervienen, desde la ventaja competitiva, las estrategias de marketing, el conocimiento de información es poder. Además de producir lo que se consume con excelente calidad con la mano de obra apropiada. La competitividad es lo que permite a la empresa ser exitosa en el país en el que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando desarrolla servicios y productos cuyos costos de producción y calidad son comparables o superiores a la de sus competidores en todo el mundo. Se tiene que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir los costos de producción y elevar la productividad. Y es en este entorno donde la participación es determinante; ya que un gobierno influye en la creación y regulación del marco jurídico que permite o impide que las empresas inviertan en dicho país, establezcan contratos con otras empresa o

personas, y muchas veces determina la disponibilidad de infraestructura para el desarrollo de las empresas. Cuando existe un marco jurídico adecuado permite que las empresas junto con los individuos y consumidores prosperen. En la búsqueda de la competitividad las empresas deberán adaptarse a los cambios necesarios para permanecer en el mercado.

En nuestro país las MPYMES están integradas en su gran mayoría por las mismas familias que no tienen la preparación gerencial adecuada y que influye en las tomas de decisiones, además de la competencia desigual con los grandes monopolios y oligopolios productos de la fallas del mercado, que ocasionan su quiebre y su desaparición, porque no existen las condiciones jurídicas adecuadas para su crecimiento y desarrollo

La gestión pública es una herramienta que el estado utiliza para el mejoramiento del nivel de vida de los habitantes del territorio nacional, es la acción de la implementación de las políticas de desarrollo y es el autor del desarrollo regional a través de los gobiernos locales.

Tanto en los países industrializados como en los no industrializados, la cuestión de la participación del estado es objeto de debate público. En la actualidad no se limita a la recaudación de impuestos y asignación del gasto público (en salud, educación y pensiones), sino que es el artífice de reglas y normas que regulan la vida de cada habitante. Es el encargado de la emisión de leyes que permiten el desarrollo económico, por lo que es necesario su participación en el fomento a la MPYME, donde no solo genere el apoyo económico sino que le dé un seguimiento de crecimiento a cada empresa, mediante la capacitación y especialización del capital humano que tanta falta le hace al país.

En cuanto a la industria del software y servicios informáticos Mochi (2006), manifiesta que si bien Estados Unidos es el principal productor y consumidor a nivel global, países como Irlanda, India e Israel han alcanzado crecimiento e inserción en los mercados internacionales. Fuera de estos tres casos, los más estudiados y difundidos a nivel internacional, hay otras experiencias de ingreso tardío pero que también demuestran un cierto dinamismo en la industria. Tal es el caso de Taiwan, China, Singapur, Tailandia, Corea, Malasia, Filipinas y Vietnam. También están teniendo un desarrollo interesante, aunque claramente mucho más acotado que India, Irlanda e Israel, países latinoamericanos como Brasil, Argentina, Uruguay, Costa Rica y México.

En América Latina, tanto Brasil como Argentina han centrado su desarrollo en el mercado interno, iniciando en forma parcial y reciente al proceso exportador.

En los primeros tres casos mencionados por Mochi(2006), han existido estrategias sustentadas por instituciones públicas, producto de la participación del gobierno a través de política industrial y educativas, ofreciendo infraestructura apta (transporte y servicios en general), estímulo al asocianismo empresarial, facilitación de tareas burocráticas así como ventajas impositivas aduaneras que permitieron desarrollar el sector, en particular sus exportaciones. Si bien India e Israel ya contaban con recursos humanos calificados, el gobierno incentivó la formación personal de alto nivel de calificación en instituciones de excelencia. Este es uno de los factores de mayor peso en el ingreso de estos países en los mercados de exportación, cabe destacar también el dominio del idioma inglés que en el caso de la India ha creado una ventaja competitiva difícil de vencer. Contemporáneamente se

ha estimulado la oferta de capital de trabajo y de riesgo a través de subsidios, préstamos preferenciales y exenciones, entre otros.

En América Latina, los esfuerzos del gobierno han sido débiles y dispersos, no existen grandes incentivos fiscales, falta coordinación interinstitucional, y la mayoría de los países todavía no cuenta con un cuadro normativo adecuado sobre la materia ni con fuentes de capital de riesgo. Por parte de las instituciones bancarias por lo general, todos cuentan con buena infraestructura en telecomunicaciones, destaca la calidad de los recursos humanos, si bien la disponibilidad de profesionales de máximo nivel para la industria es aún escasa.

En México, la industria del software atraviesa también un proceso de maduración incipiente que se manifiesta en un crecimiento casi ininterrumpido durante los años recientes. El total de la facturación de software en paquete llegó en 2002 a 676.78 millones de dólares y la de software a la medida, alcanzó en la misma fecha 160.51 millones de dólares. Podemos agregar que por concepto de exportaciones se facturaron 121.89 millones de dólares.

Cabe señalar que el 94% del software empaquetado es de origen extranjero. Se calcula que forman parte del sector 250 empresas, las cuales en su mayoría son micro y pequeñas empresas, las cuales en su mayoría se encuentran concentradas en el DF (55%), seguido de Monterrey, Guadalajara y Puebla con la industria automotriz. La plataforma predominante es Windows en sus recientes versiones.(Mochi, 2006).

El problema principal que enfrenta el país es la inadecuada legislación, las políticas públicas tendientes a estimular y facilitar el desarrollo de empresas

de software competidoras en los planos nacional e internacional, están bien orientadas pero su implantación es muy reciente. Cuenta con recursos humanos suficientes pero de calidad ineficiente; faltan profesionales de alto nivel, lo cual limita las posibilidades de avanzar en desarrollos de nueva tecnología.

A nivel institucional falta la coordinación y compromiso de un ente gubernamental, que se encargue específicamente de medir y articular propuestas para que todas las instancias oficiales y no oficiales que emita datos en este sentido, utilizando los mismos criterios y parámetros para que no haya, disparidad en los datos como ocurre actualmente. Es importante que se apruebe y ejecute la iniciativa de Ley para el Desarrollo de la Sociedad de la Información para la promoción del acceso digital a los Mexicanos, misma que menciona la importancia de contar con un ente coordinador que se llamaría Comisión Intersecretarial para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, con capacidad de incidir en el uso de TIC's no sólo en las tareas de gobierno sino también, en relación a los esfuerzos que realiza el sector empresarial y los ciudadanos organizados. Por otro lado, la evolución y desarrollo del sector TIC's no es homogéneo con sus agentes económicos.

Por ejemplo: existen problemas en la penetración de las TIC's en las empresas como la regulación del sector de telecomunicaciones. En cuanto a los problemas en los hogares podemos señalar que el costo es un gran obstáculo, tanto en computadoras como en servicios de internet, pues representan una inversión sumamente elevada aun en las ciudades y se agrava en las zonas rurales.

Además el costo que implica la familiarización con los instrumentos informáticos exige no sólo recursos económicos, sino un tiempo considerable por lo que la polarización con los ingresos incrementa la brecha del acceso a la tecnología. Otro obstáculo que se tiene que considerar es la utilización de la disponibilidad de energía eléctrica, misma que se considera condición básica del acceso a las tecnologías de información.

Finalmente, es importante mencionar que no es suficiente contar con la infraestructura, ya que se necesita conocerla y utilizarla, pues en algunos casos sólo se utilizan las computadoras como procesadores de texto o máquina mecánica.

Por otra parte Porter (2008) señala que la cadena de valor es la principal herramienta para identificar fuentes de generación de valor para el cliente: Cada empresa realiza una serie de actividades para diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar a su producto o servicio; la cadena de valor identifica actividades estratégicas de la empresa, cada una con un costo, a través de las que se puede crear valor para los clientes, estas actividades se dividen en actividades primarias y de apoyo. Las empresas en México, deben jugar un papel primordial en las cadenas de valor, porque son estrategias tanto de costo como de producción que generan el valor agregado. Entendiéndose pues, que las empresas para que sean competitivas necesitan que sus directivos identifiquen y eliminen actividades que no generan valor y para que sean rentables, éstos requieren información que les permita gestionar el costo de las actividades.

La gerencia estratégica de costos aporta información empresarial útil para promover la ventaja competitiva en las empresas, promoviendo este modo que las mismas serán capaces de obtener una tasa de rendimiento mayor a su costo generando así valor.

El análisis de la cadena de valor permite crear y mantener una ventaja competitiva, el posicionamiento estratégico de la empresa determina la forma de usar el análisis de costos.

La tarea de la empresa es valorar los costos y rendimientos en cada actividad creadora de valor, así como los costos y rendimientos de los competidores, como puntos de referencia y buscar mejoras. En la medida en que la empresa desarrolle una actividad mejor que la de los competidores, podrá alcanzar una ventaja competitiva.

En el Estado de Quintana Roo, no existe una política industrial que atraiga a las empresas que puedan detonar el sector industrial en el estado de tal manera que podamos producir, ya que el 100% de lo que el estado consume todo es importado, lo que origina que la riqueza del estado se vaya diluyendo poco a poco, es necesario pensar ahora que estamos a tiempo que el gobierno estatal piense en otras alternativas para generar ingresos además del sector terciario que únicamente ofrece al sector turístico, creando una desigual distribución del ingreso del aparte Norte con la parte centro y sur impidiendo el desarrollo de las zonas marginadas del estado. Toda esta riqueza se va a terminar, no contaremos con absolutamente nada para garantizar el desarrollo de nuestras futuras generaciones.

La competitividad es la capacidad de un estado para generar condiciones que le permitan atraer inversiones, generar empleos, posicionar sus productos en los distintos mercados, con el objeto de incidir en el mejoramiento del nivel de vida de la población, para lograrlo requiere contar con factores sólidos que nutran y estimulen a la economía en su conjunto.

Quintana Roo debe diversificar su economía para apuntalar su crecimiento y de esta forma no depender exclusivamente de una sola actividad económica. Es importante fortalecer el tema del financiamiento a las empresas en su conjunto. Es necesario dirigir los esfuerzos de desarrollo a sectores económicos relevantes como el forestal con la gran oportunidad de aprovechamiento de las 3.7 millones de hectáreas de selva tropical, 737 mil hectáreas con permiso de aprovechamiento y 215 hectáreas bajo manejo certificado con sello verde, agronegocios fomentando el aprovechamiento de las 40 hectáreas y sus más de 60 invernaderos sociales integrando en su conjunto a uno de los centros de cultivo bajo ambiente controlado más importantes del país.

En paralelo al crecimiento de los sectores económicos del estado, se debe contar con infraestructura propicia y facilitadora de los negocios, siendo prioridad consolidar los 5 mil 500 kilómetros de la red estatal de carreteras que equivale al 1.5 por ciento de la red carretera nacional, los tres aeropuertos internacionales con más de 4 millones de arribos según los registros del 2010 y sus 2 puertos de cruceros, de enero a marzo del 2011, Cozumel contabilizó 332 arribos, que representa el 44% del total que recibe el país, así como sus puertos de altura que fomenten la transportación de carga marítima. Esta infraestructura junto con la modernización y creación de

los parques industriales, centrales de abasto y la plataforma logística, permitirán explotar el potencial que representa la ubicación geográfica de la entidad.

En el estado de Quintana Roo se destina el 0.02 por ciento del Producto Interno Bruto, PIB, a la investigación e innovación. Lo que representa una incipiente vinculación de los centros educativos y de investigación con los sectores productivos, poca inversión privada, deficiente transferencia de conocimientos y tecnología, falta de innovación y una limitada política gubernamental que impide avanzar en este fundamental tema. Por lo que se incrementarán los esfuerzos dirigidos a la ciencia y tecnología, la formación de capital intelectual y de infraestructura en torno a la investigación científica. (Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016)

Por esto es necesario establecer programas y estrategias que modernicen los sistemas y metodologías que agilicen y eficienten la apertura de nuevos negocios, que faciliten la gestión de tramitología del sector empresarial, que permitan fomentar la inversión, el empleo y la creación de nuevas empresas. Es importante implementar tecnologías de vanguardia para reducir el tiempo de apertura de una empresa. Una medida concreta es que en un solo portal los empresarios ingresen sus datos y con el mínimo de visitas físicas a las oficinas obtengan la documentación necesaria para iniciar sus operaciones. Aquí es donde se puede empezar a desarrollar empresas dedicadas al software utilizando el capital Humano de la Universidad de Quintana Roo, El Instituto Tecnológico y la Universidad Tecnológica, entre otras.

Fomentar los factores que propician la competitividad es un reto que Quintana Roo debe asumir, al hacerlo, aporta ingredientes vitales para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

La nula ocupación de los parques industriales del estado, es indicador de que no han cumplido el papel para el cual fueron desarrollados, una de las principales razones es la falta de una infraestructura logística adecuada. En Chetumal y Puerto Morelos, los parques requieren de un replanteamiento de su desarrollo, como producto de una política de fomento industrial que esté más acorde a las necesidades y posibilidades reales del Estado y una eficiente cadena logística.

Las estrategias tendrán que integrarse en acciones, programas y proyectos que resulten en una genuina gestión integral para fortalecer y consolidar a las micro, pequeñas y medianas empresas quintanarroenses. Es vital brindar esquemas de capacitación, consultoría y financiamiento que den certidumbre a la apertura de nuevos negocios que rebasen el año y medio de operación y superar la estadística de cierre de negocios de nueva creación.

Para facilitar el acceso a estos esquemas, es necesario establecer mecanismos de cooperación entre los sectores público, social y privado para ofrecer soluciones integrales a las problemáticas comunes de los microempresarios. Las políticas públicas deberán enfocarse a establecer estrategias para dar mayor impulso al espíritu emprendedor, a brindar mejores herramientas que vigoricen a los microempresarios, a trabajar en el desarrollo de productos de calidad para ser competitivos ante la globalización, a estrechar y homogenizar la vinculación del sector

empresarial, académico y de investigación, y elevar la promoción de las ventajas competitivas para la inversión productiva en el estado.

La especialización de la producción, agregar valor y calidad a los productos locales, como la caña de azúcar, la miel, el chicle, las artesanías, entre otros, se presenta como una alternativa, para trabajar con un mayor enfoque en las cadenas de valor.

### **Recomendaciones**

El papel del estado como gestor es primordial, es el generador de las políticas públicas y el emisor de las leyes que nos rigen, por lo tanto él es el que debe de crear los escenarios apropiados para la generación y desarrollo de las MPYMES, es estado es el que provoca desarrollo regional mediante la acción de la administración pública con el fin eliminar los desequilibrios regionales es trascendental y motivo de debates, pero al ser el gestor representa un papel importante en la generación del valor mediante la competitividad en las MPYMES, dentro de la competitividad entran diferentes factores que obligan a que esta se mantenga siempre en dinamismo. Estrategias, menores costos de insumos, personal especializado, conocimiento pleno del mercado, ubicación estratégica. Es importante que en México, el gobierno abra más fuentes de financiamiento para apoyar a la MPYMES no solamente a ser creadas o iniciadas sino a darles un seguimiento de su crecimiento, es imprescindible capacitar a los dueños y personal que labora en ellas en una especialización y a los dueños y gerentes a tener una visión totalmente empresarial, y pensar en producir para exportar y no solo producir para el autoconsumo, se deben aplicar políticas mediante una nueva legislación hacia la banca de desarrollo que permita acceder a los créditos sin tanto

trámite burocrático y requisitos solicitados que hacen casi imposible que estas empresas tengan acceso a estos capitales que permitan su crecimiento. Por otra parte el gobierno debe considerar en aumentar un mayor porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB), en el desarrollo de ciencia y tecnología, ya que el país solo invierte el 0.44% del Producto Interno Bruto (PIB), lo que representa aproximadamente 58 mil millones de pesos, en materia de investigación, de ese presupuesto asignado la mitad es destinado para el mantenimiento de los laboratorios ya existentes, un porcentaje para fines administrativos y casi nada para la preparación de nuevos investigadores y más infraestructura. La falta de apoyo para generar nuevas aplicaciones se debe a la falta de interés de los mexicanos y de la falta de preocupación de los legisladores en apoyo de la investigación científica, es necesaria una participación conjunta de los tres sectores en la elaboración de estudios de prospectiva tecnológica, que permitan identificar los desafíos estratégicos de la próxima década, evaluando nuestras fuerzas y debilidades, amenazas y oportunidades del entorno internacional. Definir las prioridades y necesidades del sector productivo, estimulando el surgimiento y la manifestación de las demandas tecnológicas de los sectores industrial, extractivo y agropecuario del país, divulgar las capacidades, conocimientos, habilidades y limitaciones del aparato de la ciencia y la tecnología, incluyendo la infraestructura tecnológica existente en el sector productivo, fortalecer en las universidades de áreas prioritarias para el desarrollo, sin menoscabo de la investigación científica que genera nuevo conocimiento. Debemos tomar plena conciencia de que la evolución de nuestra capacidad científica no ha seguido líneas que obedezcan a las necesidades reales o potenciales de

importantes sectores de la producción. La toma de conciencia, en el sector de investigación, de que el conocimiento básico y el desarrollo tecnológico pueden y deben integrarse al proceso de industrialización. El gobierno federal tiene una importante responsabilidad en acciones como la planificación de la ciencia y la tecnología, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo. Por otro lado, el financiamiento gubernamental es esencial no sólo en el apoyo a la ciencia básica, sino también a los proyectos que vinculen la industria con la universidad, tales como programas de riesgo compartido y otros mecanismos diseñados para apoyar financieramente al sector productivo en el desarrollo de investigación. Vincular formalmente a las instituciones de educación superior e investigación con el sector productivo. En este proceso, resultan cruciales las relaciones entre los sectores gubernamental, educativo e industrial. En Chile, por ejemplo, ya existen parques tecnológicos y en diversas universidades direcciones de vinculación y desarrollo tecnológico que actúan como “traductores” de las necesidades del sector productivo hacia las instituciones.

Para conseguir lo anterior es necesario crear redes que produzcan innovaciones con alto valor agregado económico y social. Es preciso también estimular la creación de parques científico-tecnológicos que gestionen el flujo de conocimiento y tecnología entre universidades, instituciones de investigación, empresas y mercados, e impulsen la creación y el crecimiento de empresas innovadoras que fomenten el desarrollo productivo en sectores estratégicos.

A nivel estatal es necesario crear en las universidades una relación de competencia tecnológica que permita desarrollar e innovar. Realizar ferias

tecnológicas que permitan desarrollar el intelecto de infinidad de alumnos que estarían dispuestos a realizar o emprender proyectos científicos que puedan ser un detonante a nivel nacional y porque no a nivel mundial. Al existir una especialización, detonaría el desarrollo a nivel empresarial y no solamente depender de la actividad turística, que permita desarrollar la parte centro y sur del estado, y eliminar las diferencias de desarrollo a nivel estatal y aprovechar todas las fortalezas del estado al ser este una entrada al Caribe y a Centroamérica. Al contar con aeropuertos internacionales y playas hermosas se puede atraer al turismo no solamente al que viene a vacacionar sino a aquel que quiera ver los desarrollos tecnológicos. Esto podría ser un motor para atraer inversionistas que realmente aprovechen los tres parques industriales que hay en el Estado, que están siendo desperdiciados por la falta de interés por parte del gobierno y de las empresas que actualmente están en echar andar una producción seria. Es importante que el gobierno aproveche el capital humano que puede traer grandes ganancias en regalías.

La competitividad al ser dinámica genera el desarrollo empresarial, ya que las empresas buscan maximizar sus beneficios reduciendo sus costos de producción, mediante diferentes estrategias gerenciales de venta. Las MPYMES, requieren de una especialización profunda en el ramo del software, podríamos aprovechar la mano de obra mexicana que haga atractivo invertir en este ramo por parte de empresas extranjeras que traen nuevas tecnologías lo que denota en desarrollo, crecimiento y competitividad, lo que les daría un valor agregado necesario para su permanencia en los mercados donde compiten. Es necesario que el estado mexicano sea un generador e impulsor de las MPYMES en el país, ya que

aparte de la elevada tasa impositiva que aplican a las MPYMES, lo cual genera que en su mayoría entren al sector informal característica de nuestro país lo que le resta valor agregado, falta de competencia y crecimiento lo que conlleva a su quiebra y permanencia en el mercado.

Los países como Brasil están creando ambientes propicios para el desarrollo tecnológico un ejemplo de este país es que está desarrollando en el campo de la aviación ya sea civil o militar, China está en desarrollo de centros dedicados a la innovación y desarrollo, incursionando en la nanotecnología, y en el perfeccionamiento de los artículos ya existentes. Mediante del capital humano barato que ofrece ha creado un atractivo para atraer a grandes empresas dedicadas al desarrollo de tecnologías, que ha permitido que este gigante asiático se desarrolló hasta volverse en la segunda economía a nivel mundial. La India con el personal especializado en la generación de software ha generado que sea reconocido en este sector a nivel mundial por su especialización barata y sobre todo el dominio del idioma inglés han sido una de sus mayores fortalezas.

Es importante cambiar nuestra mentalidad de conformarnos con lo que somos. Siempre debemos estar en crecimiento continuo creando nuevas estrategias competitivas que nos lleven a sobresalir como nación. Para la Universidad donde fui forjado, gracias a profesores capacitados que me brindaron su conocimiento, les recomiendo que se unan como un cuerpo de colegiados que permitan desarrollar sus conocimientos en cada alumno que forjan, que eliminen de si las diferencias que impiden en muchas veces el crecimiento académico, es importante que puedan traer licenciaturas y maestrías que se especialicen en el desarrollo regional e innovación

tecnológicas que permita al estado darle un valor agregado en su capital humano.

# Bibliografía

*Alic. J, (1997). Evaluating Industrial Competitiveness at the office of technology in society. Basic Inc. New York, P.12,*

*Bastos Tigres Paulo: (1993) "Technology and competition in the Brazilian computer Industry, Francis. Pinter Publisher, Londres, 1983, y P. Evans, Autonomía e parceiría. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2004.*

*Becattini, Giacomo(1992) "El distrito Industrial Marshalliano como concepto socioeconómico", en P y ke, F.G. Becattini y W. Sengenberger (eds), Los distritos Industriales y cooperación Interpresarial en Italia, Madrid, Ministerio del Trabajo*

*Bejarano Jesús Antonio, (1995)." La Estrategia de competitividad en el caso del sector agropecuario" Mimeo, Santafé de Bogota,*

*Buckley, J.P. Pass, L.C. and Prescott, K (1988), "Measures of International competitiveness: a critical survey" Journal of Marketing Management, 4. Pp. 175-200.*

*Castañon Rosario. (2005) "La política Industrial como eje conductor de la competitividad de las PYME". México, Centro de Investigación y Docencia Económicas, Fondo de Cultura Económica. Pp.213.*

*Christopher, Martín (2006) Logística (Aspectos Estratégicos), México: LImusa. Pp.106*

*Churion José Rubén (1994)"Economía al alcance de todos", México: Editorial Alfa.*

*Cepal (2003)*

*Drucker, Peter (2005) "Lo Esencial de Peter Drucker". E.U.A.: Harper Collins.*

*Dunning J. "Internationalizing Porter's Diamond" en Management International Review (1980) Vol. 33. 1993, European Management forum*

*Garay Luis Jorge, (2004), Colombia Estructura e internacionalización 1967-1996, edición virtual del banco de la república.*

*Gómez Mena María Belén (2005), "La competitividad después de la devaluación", Septiembre pp. 24 y 25, www.ecolink.com.ar*

*Haguenaver J. (1990) "La competitividad una reseña bibliográfica con énfasis en el caso Brasileño" en pensamiento Iberoamericano Sociedad Serralta quinto Centenario, No. 17 Madrid.*

*Hitt, M.A. & Ireland, R.D. & y Hoskisson, R.E. (2008) "Administración Estratégica, Competitividad y conceptos de Globalización" ( 5 edic.) México: Thomson. Pp.7*

*Censo Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) Censo Económico (2009)*

*Jasso, J. (1998) "De los sistemas nacionales a los supraregionales y subnacionales de innovación. Propuesta analítica y conceptual" En Revista de Economía y Empresa, No. 34, Vol XII, España.*

*Jones P. & Treece D. (1988), The research agenda on competitiveness a program of research for the Nation's business schools. In: Cooperati3n and competiti3n in the global economy Issues and strategies A. Furino (ed) .*

*Krugman, Paul (1993).The American Economic, Review, papers and pracedings (may, pp.23-26)*

*Krugman Paul R. y Obstfeld Maurice. (2003) Economía Internacional:Teoría y Política, 5ª edición, McGraw-Hill España.*

*Krugman Paul R, et al. (1997) Competitiveness, Council on Foreign Relations Inc. EUA.*

*Maynard Keynes John,(1936) "Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero"Introducción y comentarios de José Antonio de Aguirre.(1996).*

*Marshall Alfred (1920). "Principles of Economics, Octava edic. Londres, Mc. Millan.*

*Méndez Morales José Silvestre (1996), Economía y la Empresa, editorial Mc, Graw-Hill, México.*

*Minister of Industry Science and Technology in the cabinet of Canada Fram 1990 to 1995.*

*Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior Brasilea, 2003.*

*Mochi; Hualde, (2006). "La Industria del Software en México en el contexto Internacional y Latinoamericano", México, D.F. Universidad Nacional Autonoma de México. Pp. 97-98,171-172*

*Mukherjee, Andy (2004) columnista de la revista Cinco Días, consulta 20 de sep, de 2013.*

*NBC, Naciona Bureau Of Statistic, clemente Ruiz, Michael Piore y Andrew schrank, (2005).*

*Ojeda Gomez Julieta (2007) "Ventaja Competitiva: El reto de las PYME en la Industria del Calzado", Revista Venezolana de Gerencia, centros de Estudios*

*de la empresa, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Zulia Maracaibo. Venezuela. Año 12 Num. 40 Octubre-Diciembre.*

*Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico,(OCDE 1992), principios básicos propuestos para la interpretación de datos de innovación tecnológica,*

*Pineiro, M. Jaffe, W & Muller, G (1993), Innovación, Competitiveness and Agroindustrial, Development, OECD, Development. Center, París.*

*Piore Michael J.y Charles F. Sabel (1984). Second Industrial Divide, possibilities for prosperity, Nueva York, Harper Collins Publishers,pp. 265*

*Pitts y Lagnevik,M & kdo. J. (1997), Are Porter diamonds forever? In competitiveness in the food industry. Traill B & Grunert, K (eds) Backie Academic & 144ommission144l Ltd. London.*

*Porter Michael E. (1979), How Competitive Forces Shape Strategy, Harvard Bussines Review, pp.2.*

*Porter Michael E. (1980), "The competitive advantage of nation" in the free pres (New York) "La ventaja competitiva de las naciones", Buenos Aires, 1991, estrategia competitiva, cap. 1,2,13,"*

*Porter Michael E., (1980) competitive strategy: Techniques for Analizing industries and competitors.*

*Porter Michael E. (1987), From Competitive Advantage to Corporate Strategy, Harvard Bussines Review 65 No. 3 (May-June), , "de la ventaja competitiva a la estrategia corporativa.*

*Porter Michael E. (1987) "Estrategia Competitiva y ventaja competitiva", México Editorial Cecsca, pp. 50.*

*Porter Michael E., (2008), ser competitivo segundo apartado la ventaja competitiva de las naciones pag: 231-232, 265*

*Proyecto de tesis Doctoral:pp48 consulta 2013.*

*Reflexiones sobre la Competitividad en México, Consejo Ejecutivo de Empresas Globales.(2009), Pp.12*

*Report of the President's 145ommission on industrial competitiveness(1985): Hearing Before the Subcommittee on Economic Stabilization of the Committee on Banking, Finance, and Urban Affairs, House of Representatives, Ninety-ninth Congress, First Session, March 5,*

*Reserve Bank Of India, (2011) "The Monetary policy of the Reserve Bank Of India" B y k, N. Raj in: The economic Journal Vol. 59, No. 235.*

*Ricardo David, los Principios del Economía Política y del Impuesto 1817-1821. "The principles of trade and Taxation"*

*Riveros Luque Edgar y López López Paula Andrea(2007). "La competitividad un acercamiento a esta realidad mundial: Bases conceptuales" pp. 99*

*Roselino, J.E.(2006) A Industria Brasileira de Software: o "Modelo Brasileiro", em perspectiva comparada, tesis de doctorado campinas, Universidad estatal de Campinas. Pp. 125-128.*

*Roth A. (2006) Políticas Públicas: Formulación, Implementación y evaluación. Bogota: Aurora.*

*Salazar Xirinach, José Manuel (1986). "La visión del libre mercado sobre los incentivos económicos y la estrategia de desarrollo: una visión crítica". En Revista de Ciencias Económicas, vol. VI no. 1, San José, pp. 3-38.*

*Salvatore Dominick. (1999) Economía Internacional, 6ª edición, Prentice*

Hall, México.p.207

Schmitz, Hubert, (1999). "Collective Efficiency: Growth Path for Small-Scale Industry", *Journal of Development Studies*, Londres, 1995. , "¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de clusters industriales en el sur de Asia y América Latina", *El mercado de valores*, año LX, núm. 9, septiembre de 2000. Y Khalid Nadvi, "Clustering and Industrialization: Introduction", *World Development*, vol. 27, núm. 9.

Schumpeter, Joseph (1996). *Capitalismo, socialismo y democracia*. T.I, Ediciones Folio, Barcelona.

*Serie Estudios, Tecnología de la Informacao; Software San Pablo, (2006)*

Smith Adam: 1723-1790. (1996)"*La Riqueza de las Naciones*", 3v.

Ten Kate, Adrian, (1995) "*Competitividad comercial de la economía mejicana 1980-1995*", en *productividad, competitividad internacionalización de la economía*, Dane, Santafé de Bogota.

*The Economist Intelligence Unit, (2009)*

*Universidad Valparaiso de Chile(2009):"Análisis de las PYMES en Brasil"*, extraído de [prontus, Uu.ci/pubacademica/pubprofesores/m/site/Brasil/](http://prontus.uv.cl/pubacademica/pubprofesores/m/site/Brasil/).

Urrutia Miguel (1994) "*Productividad y Competitividad*" en revista *Banco de la República* No. 17, Santafé de Bogota,

Vazquez,J. E. (2005) "*La educación como ventaja Competitiva*", *El financiero*, México (25/07/05), pp.1

*Vefinen Vickery, (2004) (raham; Wunsch-Vincent, Sacha E-Business and SMES DSTI/IND/PME (2002) FINAL, OECD. 18-may.*

*Villa Vidal J. M. (1998) Mundialización- diez tesis y otros artículos, Barcelona: Icaria Antrazyt (2edic.) Editorial Icaria.*

*Voorhees, R.D. y Coppett J.I. (1986) "Marketing –Logistics Opportunities for the 1990's", Journal of Business Strategy. Vol. 7 No. 2 p. 76*

*<http://india.gov.in/business.php>*

*<http://itoutsourcingindia.com/india/>*