



Alumnos: Juan José Pérez Méndez y Blanca Yadhira Montejo

Carrera: Administración y Estrategias de Negocios

Materia: Taller de Elaboración de Tesis

Nombre del trabajo: Las PYME'S en México

Catedrático: Alejandro de Jesús Méndez López

Cuatrimestre: 9° Noveno

La Trinitaria Chiapas a 15 de junio del 2024

CAPITULO 1 (ANTECEDENTES)

1.1 LA HISTORIA DE LA CREACION DEL TERMINO PYME

PYMES es el acrónimo de Pequeñas y Medianas Empresas. Este término se refiere a las empresas que tienen un número limitado de empleados, ingresos y activos en comparación con las grandes empresas. Las PYMES juegan un papel importante en la economía global, ya que representan una gran cantidad de empresas en todo el mundo.

El término PYMES se creó en los años 70, cuando la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) comenzó a utilizar el término para referirse a las empresas que tenían menos de 500 empleados. Desde entonces, el término se ha utilizado ampliamente en todo el mundo.

En la mayoría de los países, las PYMES son consideradas como el motor de la economía. Según la definición de la Unión Europea, una PYME tiene menos de 250 empleados y un volumen de negocios anual inferior a 50 millones de euros. En Estados Unidos, una empresa se considera una PYME si tiene menos de 500 empleados.

Las PYMES son importantes porque pueden ser más flexibles y ágiles que las grandes empresas. Esto les permite adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y a las necesidades de los clientes. Además, las PYMES pueden ser una fuente importante de empleo, especialmente en países en desarrollo.

Sin embargo, las PYMES también enfrentan muchos desafíos. La falta de recursos financieros y humanos puede dificultar el crecimiento y el desarrollo de la empresa. Además, las PYMES pueden tener dificultades para competir con las grandes empresas en términos de precios y capacidad de producción.

En conclusión, las PYMES son una parte importante de la economía global y juegan un papel vital en el crecimiento económico y la creación de empleo. A pesar de los desafíos que enfrentan, las PYMES continúan siendo una fuente importante de innovación y emprendimiento en todo el mundo.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes), han sido diseñadas bajo premisas relacionadas a la cultura del emprendimiento, generalmente vinculadas con el sector del Comercio y los Servicios, pero existen en todo tipo de industria. Tienen su antecedente más representativo en la Europa posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando las empresas de ese Continente tuvieron que recuperarse de los estragos económicos de una manera rápida.

Dando paso a **unidades** económicas pequeñas y de constitución relativamente sencilla.

Una pyme, según el libro “Diccionario de Economía y Negocios” de editorial siglo XXI, es una unidad económica de producción y decisiones que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo).

Persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.

La pyme en México ha ayudado a descentralizar las grandes ciudades y a que pequeños poblados se urbanicen.

Según el especialista Juan Carlos Cervantes, también hay casos de pyme con una actividad de exportación, como es el caso de los fabricantes de café en ciertas regiones de Veracruz, que destinan su producto a mercados internacionales.

La pyme es de gran importancia tanto en su influencia en las economías como por sus aportes a la producción, además de crear redes de distribución de bienes y servicios.

También destacan por su flexibilidad para adaptarse a los cambios tecnológicos, además de que cuentan con un gran potencial para la generación de empleos.

La Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Enaproce) más reciente arroja que el universo pyme en México está compuesto por 4 millones 170,755 unidades económicas.

Donde la microempresa constituye 97% del total, con 4 millones 057,719 unidades. El escalón siguiente está representado por la pequeña empresa, con 94,513 unidades, mientras que la mediana empresa suma 18,523 unidades.

La pyme presenta necesidades específicas según su etapa de madurez, entre ellas acceso a créditos que le permita desarrollarse y crecer.

Perfil de las Pymes

- La forman dos personas, o más, que establecen una “Sociedad”.
- Los dueños de estas empresas son quienes generalmente las administran.
- El número de empleados en estos negocios oscila entre 2 hasta 250 personas.
- Se basan más en el trabajo que en el capital.
- Abastecen un mercado local o regional.
- Están en constante crecimiento: la pequeña empresa tiende a ser mediana y busca ser grande.
- Generalmente logran ganar ventajas fiscales por parte del Estado dependiendo de las ventas y utilidades que generen.

Si tu empresa está en crecimiento y requiere de un **crédito** para cubrir necesidades de capital de trabajo, construcción, compra de inmuebles u otro.

No dudes en acercarte a **SOC Líderes en Asesoría Financiera** para que puedas identificar qué financiamiento es el más adecuado para tu negocio.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las empresas PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las MIPYMES. 1 Los criterios para clasificar a la pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos. Las empresas en la actualidad tienen que ser eficientes, competitivas y ofrecer productos y/o servicios de calidad; ya que las condiciones del mercado, tanto a nivel nacional e internacional demandan de las empresas mejorar la calidad; para que las mismas puedan lograrlo tienen que desarrollar y modernizar las capacidades productivas y administrativas, lo que genera mejores condiciones en las que la empresa trabaja, lo que puede aumentar la creación de negocios en su entorno. La globalización económica, como fenómeno mundial, se va a relacionar con todos los países del orbe, es por ello, que al Estado (en cada caso particular) le corresponde crear las condiciones necesarias y adecuadas con la finalidad de que puedan incorporarse al proceso mundial globalizado en las mejores condiciones. La experiencia, el nivel académico de los empresarios y el conocimiento y aplicación de métodos administrativos y organizacionales resultan elementos clave para formular.

La definición de una empresa sin importar su tamaño, ni su lugar de origen, es igual en cualquier parte del mundo, ya que, dentro de su definición, siempre gozará de los mismos componentes necesarios para que pueda decirse que es una empresa. Por consiguiente, se definirá a la empresa como: “Una unidad

económica de producción y decisión que mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo) persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”.

1.2 LA ANTIGÜEDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y SU RELACION CON LA COMPETITIVIDAD

Fundamentación teórica: El ámbito económico y empresarial de hoy, ejerce una fuerte presión para la permanencia y desarrollo de las empresas, debido a la globalización económica, la apertura de mercados y los cambios continuos, la incertidumbre que provocan dichos cambios, el incremento de la competencia y el uso creciente de nuevas tecnologías de información (Aragón y Sánchez, 2003; Fernández, Montes, y Vázquez, 1997), por lo tanto, se sitúa a la competitividad como uno de los elementos más importantes para mejorar su desempeño (Aragón y Sánchez, 2003; Arroyo, Arroyo y Berumen, 2003) y por ende, lograr su supervivencia (Simón, 2001). El concepto de competitividad se ha utilizado primordialmente haciendo referencia a tres niveles de análisis de competitividad de la empresa (Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Salas, 1993; Simón, 2001): el nivel del marco económico general (nivel nacional), el nivel sectorial y por último, el nivel empresarial. De acuerdo con la Teoría Económica, ubicaríamos al primer nivel dentro del nivel de la macroeconomía, y a los niveles sectoriales y de empresa, dentro del nivel de la microeconomía. Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Starnner (1996), señalan que la competitividad tiene un carácter sistémico, definiendo a la competitividad industrial como el producto de una interacción que es compleja y dinámica, entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional (Figura 1). Dichos niveles son: 1) Nivel Meta: Nivel que se estructura con patrones sólidos respecto de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica, 2) Nivel Macro: Es aquél que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias relacionadas con su

desempeño, es el nivel de la implementación de políticas de desarrollo, a nivel internacional, nacional, regional y local, 3) Nivel Meso: Es el nivel que corresponde al Estado y actores sociales, los cuales desarrollan las políticas de apoyo específico, fomentan y articulan estructuras y procesos de aprendizaje a los niveles que la sociedad requiere y 4) Nivel Micro.- Es el nivel de las empresas, en el que se pretende alcanzar de manera simultánea eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, buscando que muchas de ellas se encuentren articuladas en redes.

Factores Determinantes de la Competitividad Sistémica:

La perspectiva de la competitividad sistémica implica que el proceso de ésta no sea únicamente responsabilidad del empresario, sino que es indispensable que exista un ambiente favorable en cada uno de los niveles (Ruiz, 2004), siendo la cultura organizacional un aspecto fundamental. La competitividad no surge espontáneamente si se modifica el contexto macro o si simplemente se recurre al espíritu de la empresa a nivel micro (Esser et al, 1996), sin embargo, debemos reconocer la importancia que tiene la empresa en el desarrollo de estrategias y creación de competencias nucleares que la hacen ser más competitiva, permitiéndole el acceso a una variedad amplia de mercados, un aumento significativo del valor del producto para el usuario final y la armonización única de tecnologías y habilidades de producción (Prahalad y Hamel, 1990), además de desplegar una importante acumulación de conocimientos (Know How), rutinas y procedimientos operativos, los cuales constituyen las habilidades que hacen distintas a las empresas y que son difíciles de imitar por sus competidores, aunado del capital humano específico que desarrolla e implementa las diversas estrategias que la llevan a tener ventajas competitivas (Salas, 1993).

Los conceptos de competitividad empresarial y éxito competitivo, como lo señala Camisón (1997), pueden ser equivalentes, ya que la competitividad de una empresa puede considerarse como una medida del éxito de la empresa, por lo tanto, el éxito competitivo es aquél que es manifestado por la capacidad de una empresa a través de una gestión eficiente de la combinación de recursos internos

y externos disponibles a la organización, mediante el desarrollo de estrategias que le permitan competir en el mercado y rivalizar en mercados abiertos, al desarrollar ventajas competitivas sostenibles. La competitividad empresarial o éxito competitivo de una empresa, es la capacidad para, rivalizando con otras empresas, conseguir posiciones competitivas favorables, que permita obtener, respecto a sus competidores, desempeños superiores (Aragón y Rubio, 2005a; 2005b). La competitividad de una empresa es un fenómeno no fácil de explicar y entender, en la que factores o variables de distinta naturaleza intervienen para su consecución. Diversos autores implican a la competitividad de las empresas con factores macroeconómicos y microeconómicos o ambos, por lo tanto, la competitividad se ve influenciada por dos tipos de factores: externos e internos (Martín, 1993; Nelson, 1992). Los primeros, tienen que ver con el país o el sector económico al que pertenece la empresa, como el comportamiento de los costes en el sector (Porter, 1990), precios (Cuervo, 1993), economías de escala (Salas, 1993; Porter, 1990) márgenes de beneficios, tipos de cambio (Porter, 1990), cuotas de mercado y exportación (Fernández et al 1997), entre otros; y los segundos, con la actuación de la empresa, siendo algunos de ellos los que analizamos en esta investigación. Las características de las PYMES, como la flexibilidad de su aparato productivo, la difusión geográfica, la fabricación sobre pedido y el servicio más personalizado al cliente (Lafuente y Yagüe, 1993), permiten que puedan competir y tener ventajas en diferenciación ante las demás empresas, ya que adaptan de una mejor manera sus productos o servicios a las necesidades de los clientes, obteniendo así algunas cuotas de mercado que no son atendidos por las grandes empresas. Las empresas, no sólo competirán al minimizar sus costes y en la diferenciación, deberán de competir al desarrollar sus recursos y capacidades que las lleven a generar activos intangibles difíciles de imitar (Amit y Schoemaker 1993; Barney, 1991; Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Peteraf, 1993). En la Teoría de la Competitividad de la PYME, es importante determinar cuáles son sus ventajas competitivas basadas en sus propias características, para sobrevivir y obtener éxito ante la gran empresa, es decir, qué capacidad posee para dotarse de recursos y capacidades y obtener

nuevas ventajas competitivas, que le permitan su permanencia, crecimiento, desarrollo y diversificación (Fernández, 1995; García, 2004; Salas, 1993; Suárez, 1994). Las diferencias en la obtención de beneficios por parte de la empresa se derivan en la creación de activos intangibles, como recursos, habilidades de los miembros de la empresa, rutinas organizativas, capacidades de los directivos, los niveles de formación e integración del personal y la creación de una cultura organizacional al interior de la empresa (Cuervo, 1993; Salas, 1993), los cuales se encuentran fundamentados en la información que poseen los diferentes agentes que tienen que ver con la empresa.

El que la empresa sea capaz de integrar un conjunto único de recursos y capacidades que reúnan ciertas características originales (Amit y Schoemaker, 1993; Barney, 1986, 1991; Grant, 1991; Peteraf, 1993) que otras empresas no posean, hará que la empresa tenga éxito competitivo (Camisón, 2001; Fernández, 1995). Por su parte, Fernández y Suárez (1996) y Camisón (2001), destacan que los recursos estratégicos de una empresa deben de tener las características de heterogeneidad, valiosos, escasos, durables, difíciles de imitar, insustituibles, transparencia, transferibilidad y replicabilidad imperfecta, con las cuales, las empresas pueden lograr ventajas competitivas que puedan ser sostenidas en el tiempo. El considerar a la empresa como un conjunto de recursos y capacidades, implica que la empresa deberá tener la habilidad para obtener la cooperación y compromiso del personal mediante la socialización y motivación del mismo (Cross, Borgatti y Parker, 2002), para ello, deberá contar con ciertos elementos, que hagan a la empresa difícil de imitar, como el diseño organizativo, las comunicaciones, la cultura organizacional, los valores compartidos, el liderazgo, las capacidades directivas, los incentivos y la creación de rutinas organizativas. El éxito competitivo de las PYMES se ha podido analizar, a partir de diferentes factores como el desarrollo de políticas y procesos de dirección de recursos humanos (Aragón y Sánchez, 2003; Gadenne, 1998; Pfeffer, 1994), el desarrollo de recursos tecnológicos (Ruiz y Kagami, 1993),

destacando que el potencial de la PYME se encuentra ubicado fundamentalmente en el proceso y no en la innovación del producto. La calidad es otro factor de competitividad (Luk, 1996; Ruiz y Kagami, 1993), donde el control de ésta, debe contemplarse en todos los procesos y diseño de la organización, ya que es parte fundamental para alcanzar la competitividad, debido a que las fuerzas institucionales de la globalización han obligado a las PYMES a modificar las estructuras y prácticas de negocios mediante el “aseguramiento de la calidad”; la ubicación de la empresa y el acceso a inputs, invariablemente es otro factor que las empresas deben de explotar, ya que les permitirá contar con un sistema integral de redes de clientes y proveedores, donde se trabaje en armonía, que los llevará a ser empresas competitivas (Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Ruiz y Kagami, 1993). El éxito empresarial basado en los activos intangibles como la reputación de los productos y de la misma empresa, las habilidades de los empleados y la cultura organizacional son variables que determinan la competitividad de las empresas (Hall, 1992) e influirán de manera importante en la obtención de mejores resultados (Prahalad y Hamel, 1990). La cultura organizacional es un recurso que generalmente explica lo que otros recursos no pueden explicar sobre la situación de la empresa, se le considera como un recurso poco palpable, que puede llevar a la empresa a su desaparición o continuidad (Fernández, 1995), la cultura organizacional es una parte fundamental en el desarrollo de rutinas organizativas (Camisón, 1997; Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Oster, 1999). El comportamiento de las PYMES, se comprende por medio de la cultura organizacional, la cual se presenta como una de las formas más efectivas, ya que nos permite conocer cuáles son los valores y las reglas tácitas en las empresas que permiten a sus miembros actuar en una forma determinada. Tal como refieren Stoica, Liao y Welsch (2004:251), “la cultura organizacional es el mejor “lubricante” existente, que permite a las PYMES funcionar suave y efectivamente”.

Los activos intangibles influyen de manera importante en la obtención de mejores resultados en las organizaciones y el éxito empresarial (Prahalad y Hamel, 1990), siendo la cultura organizacional una variable que determina la competitividad de

las empresas (Hall, 1992). Dávila y Martínez, (1999) y Schein, (1985), han planteado que la historia de las empresas, enriquecida a través de los años fortalece la cultura de las organizaciones, por lo que la antigüedad de la empresa es un factor que influye en la percepción que tienen los empleados sobre la cultura existente en las mismas. A partir de ello, queremos comprobar si las empresas con mayor antigüedad desarrollan una mejor cultura organizacional, debido a que las nuevas no cuentan con los recursos y capacidades que las más antiguas poseen. Investigaciones previas han demostrado la importancia de la antigüedad de las PYMES como factor determinante para el éxito competitivo de las organizaciones. García (2004, 2006, 2007) y Martínez, Sánchez, Somohano, García y Marín (2008), expusieron, a partir de clasificar a las empresas en empresas jóvenes (aquellas con una antigüedad de 10 o menos años funcionando) y empresas maduras (aquellas con más de 10 años funcionando), que el éxito competitivo de las empresas de acuerdo con sus años de permanencia en el mercado, está determinado por diversos factores internos de la empresa como, el acceso a nuevos mercados (García, 2006 y Martínez et al, 2008), el servicio al cliente (García, 2007 y Martínez et al, 2008), las habilidades y esfuerzos en actividades de mercadotecnia (García, 2004) y la reputación y el posicionamiento de la imagen de la empresa (García, 2007). El grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las PYMES, de acuerdo a su antigüedad, es valorado de manera diferente por las organizaciones, destacando factores como, la cualificación de los recursos humanos (García, 2004), los elevados costes salariales (García, 2004 y 2006), la turbulencia de la actividad empresarial (García, 2006 y 2007) y los problemas técnicos y de ubicación (García, 2006 y 2007).

Diseño de la investigación:

El objetivo de esta investigación consiste en analizar las variables internas que originan la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el estado de Hidalgo, México, en función de la antigüedad de las empresas y variables que

tienen que ver con la cultura de la organización como la identidad, la calidad, la comunicación, la contribución personal, los reconocimientos/incentivos y las capacidades directivas. En la investigación participaron empresas industriales de tamaño pequeño y mediano que se encuentran exportando o que se encuentran en proceso de internacionalización. El tamaño de empresa se clasificó conforme a la clasificación establecida por la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2002). Se consideraron como pequeñas empresas del sector industria, aquellas con un rango de empleados de entre 11 y 50 y para empresas medianas aquellas que tiene de 51 a 250 empleados.

Se aplicó el Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad (ICOC) en 19 empresas y fue respondido por 587 trabajadores, de los cuales 23 fueron eliminados por estar incompletos e incluso en un caso observamos que los cuestionarios de una empresa fueron contestados por una misma persona, por lo que la información aportada no era fidedigna, siendo rechazados todos los cuestionarios, de esta manera nuestra muestra estuvo constituida por 564 cuestionarios válidos. El instrumento fue dirigido a obreros, empleados de oficina, jefes de área, gerentes y directores generales y fue aplicado directamente, mediante visitas realizadas a las empresas. El ICOC superó las pruebas de validez de contenido, de criterio y de constructo. Las variables incluidas en la investigación se consideraron a partir de las características de la empresa, (Antigüedad) y de la cultura organizacional (Identidad, Calidad, Comunicación, Contribución Personal, Reconocimientos/Incentivos y Capacidades Directivas), y de la competitividad (Capacidad de Gestión, Recursos Humanos e Internacionalización). Para el análisis de los resultados, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 12.0, comparando las medias globales de las variables de cultura organizacional y competitividad, de acuerdo con la antigüedad de la empresas y el análisis de la varianza (ANOVA).

-Resultados del análisis de las diferencias en la percepción de la cultura organizacional y la competitividad, según la antigüedad de las empresas:

La variable antigüedad de la empresa fue determinada, a partir de la fecha de creación de las mismas, los grupos de empresas se agruparon en tres: a) Empresas de reciente creación (creadas en los años '90), b) Empresas de mediana antigüedad (creadas en los años '80) y c) Empresa antigua (creadas en los años '60 y '70). Los resultados arrojan diferencias significativas en todas las dimensiones de la cultura organizacional, siendo éstas la identidad, la calidad, la comunicación, la contribución personal, los reconocimientos/incentivos y las capacidades directivas, así como en la percepción que tienen los empleados con respecto a la dimensión competitividad, siendo estas variables los recursos humanos, la capacidad de gestión y la internacionalización.

1.3 LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD, SEGÚN LA ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS.

El mundo organizacional se encuentra sujeto a continuos cambios, muchos de ellos representan grandes amenazas para las empresas, frente a ellas, cada compañía se ve en la necesidad de crear y desarrollar estrategias encaminadas a la obtención de ventajas comparativas que le permitan alcanzar, mantener y superar su posicionamiento dentro de su ámbito socio-económico. En la continua guerra de competitividad que se evidencia en el mercado actual, factores como el Liderazgo, la Cultura organizacional, el Capital humano, y la Productividad, desempeñan un papel importante y decisivo dentro de la competitividad de una empresa. Michael Porter en su obra "Ser Competitivo manifiesta que la competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad.

En la continua guerra de competitividad que se evidencia en el mercado actual, factores como el Liderazgo, la Cultura organizacional, el Capital humano, y la Productividad, desempeñan un papel importante y decisivo dentro de la competitividad de una empresa. Michael Porter en su obra "Ser Competitivo

manifiesta que la competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad para avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. El estudio de la competencia y de la creación de valor, en su entera riqueza de matices, han acaparado mi atención durante varias décadas. La competencia es generalizada, tanto si implica a compañías que luchan por mercados, a países que se enfrentan a la globalización o a organizaciones sociales que responden a necesidades sociales. Toda organización precisa de una estrategia para ofrecer valor superior a sus clientes.” (Porter, 2009) Hoy en día esto es más verdad que nunca, ya que, a lo largo de las últimas décadas, la competencia se ha intensificado de forma espectacular en casi todos los ámbitos. Se ha extendido geográficamente, con lo cual los países tienen que competir para mantener su prosperidad vigente mucho antes que para aumentarla. (Porter, 2009) Actualmente organizaciones de todos los campos tienen que competir para aportar valor. El valor es la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes, y también de hacerlo eficientemente. Las compañías deben ofrecer valor a sus clientes, y los países tienen que ofrecer valor como emplazamientos de negocios. Y en la actualidad esto resulta tan válido para un hospital que ofrece atención sanitaria como para una fundación que realiza contribuciones benéficas o para una empresa que produce un producto o un servicio. Ofrecer valor social —altos beneficios sociales por dólar invertido— se está conviniendo rápidamente en el imperativo para cualquier organización que busque fomentar el bien público. (Porter, 2009).

Metodología: La metodología investigativa utilizada es la descriptiva y analítica, utilizando como fuente principal la revisión bibliográfica en libros, artículos técnicos y científicos referentes a la temática a abordar, lo anterior con el objeto de determinar la influencia que tiene los tipos de culturas de una organización sobre el incremento de la competitividad en una cadena productiva para establecer marcos teóricos que sirven de base a posteriores estudios sobre modelos de asociatividad y cluster. Para el logro de lo anterior se debe; (i) describir los conceptos teóricos fundamentales sobre competitividad y cultura empresarial, (ii) detallar como la cultura empresarial se convierte en filosofía fundamental para un buen liderazgo e incremento de la productividad, y (iii)

establecer la influencia que ejerce el tipo la cultura empresarial en la competitividad de una organización empresarial. La competitividad a nivel microeconómico. A este nivel se puede definir competitividad como la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competido. (Hernández E., 2000). En el ámbito de la empresa, entendemos la competitividad como la capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficientemente que sus competidores. (Guzmán) Existen cinco fuerzas competitivas: entrada, riesgo de sustitución, poder de negociación de los proveedores y rivalidad entre los competidores actuales, estas reflejan el hecho de que la competencia en un sector industrial no se limita en absoluto a los participantes bien establecidos. Los clientes, los proveedores, los participantes potenciales y los sustitutos son todos “competidores” de las empresas y su importancia dependerá de las circunstancias del momento. En un sentido más amplio, podríamos designar la competencia como rivalidad ampliada o extensa. (Porter, 2004) Las cinco fuerzas competitivas combinadas rigen la intensidad de la competencia y la rentabilidad en una industria; la fuerza o fuerzas más poderosas predominan y son decisivas desde el punto de vista de la formulación de estrategias. (Porter, 2004) Para toda empresa, es una amenaza la aparición de nuevos participantes en la industria, quienes aportan más capacidad, el deseo de conquistar participación en el mercado y, a menudo, grandes recursos. Ello puede hacer que se reduzcan los precios o que se inflen los costos de las compañías establecidas. (Porter, 2004) La rivalidad entre los competidores adopta la conocida forma de manipular para alcanzar una posición, recurriendo a tácticas como la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos y un mejor servicio o garantías a los clientes. La rivalidad se debe a que uno o más competidores se sienten presionados o ven la oportunidad de mejorar su posición. En la generalidad de las industrias, las tácticas competitivas de una compañía influyen profundamente en las otras y, por

tanto, provocan represalias o esfuerzos por contrarrestarlas; en otras palabras, las compañías son mutuamente dependientes. (Porter, 2004) En un sentido general, todas las compañías de una industria compiten con las industrias que generan productos sustitutos. Los sustitutos limitan los rendimientos potenciales de un sector industrial, pues imponen un techo a los precios que pueden cobrarse rentablemente en él. Cuanto más atractiva sea la opción de precios que ofrecen los sustitutos, mayor será el margen de utilidad. (Porter, 2004) Ante estas y otras amenazas, toda empresa busca marcar la diferencia entre sus competidores y lograr la preferencia de los consumidores. Estas estrategias deben planificarse en las distintas áreas de la organización y su éxito está relacionado en parte, con el liderazgo que se aplique, la cultura organizacional bajo la cual se lleve a cabo el objeto social de la empresa, el capital humano con el que cuente la compañía, y su productividad. Para comprender mejor esta relación, es necesario tener claro cada uno de estos conceptos. Una Cultura que propicie la competitividad. Cuando nos referimos a cultura, en primera instancia pensamos en las creencias, tradiciones y características que identifican a un pueblo, sin tener presente que este amplio concepto puede desarrollarse dentro del marco de una Organización. Geert Hofstede define cultura como la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente específico. La cultura no es característica de un individuo, ella cubre a un número de personas condicionadas por las mismas experiencias educativas y por las mismas condiciones de vida. (Varela, 2008) La cultura, en este sentido de programación mental colectiva, cambia muy lentamente; no sólo porque está impresa en las mentes de las personas sino porque se cristaliza en instituciones que esas personas han construido: sus estructuras familiares, educacionales, religiosas, asociativas; los tipos de trabajo y de gobierno; las producciones artísticas, científicas, técnicas; los esquemas de producción económica; etc. (Varela, 2008) La cultura empresarial es entendida por Montesinos (1995) como “el conjunto de valores, principios, normas, percepciones de vida, conocimientos de los procesos productivos, etcétera”. Por lo tanto la cultura empresarial comprende las reglas y normas efectivas de conducta profesional, las fronteras entre comportamiento competitivo y no ético

y la aplicación de los códigos de conducta en las negociaciones. Mediante procesos de socialización secundaria, los individuos aprenden conocimientos culturales relevantes para su desempeño ocupacional profesional. La cultura empresarial de una sociedad determinada, proporciona el esquema valorativo que establece el sentido de un sistema de relaciones entre las características de las organizaciones llamadas empresas y las de sus principales actores, empresarios y administradores. (Vargas, 2007) Dentro de la cultura organizacional se debe fomentar un espíritu empresarial caracterizado por su fuerza vital, deseo de superación y progreso, capacidad de identificar oportunidades, visión de futuro, habilidad creadora e innovadora, aceptación y propensión al cambio, iniciativa, libertad-autonomía-autogobierno, capacidad de toma de decisiones con información incompleta, convicción de confianza en sus facultades, actitud positiva hacia el éxito, compromiso-confianza-perseverancia, coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos, capacidad de realización, capacidad de administrar recursos, practicabilidad y productividad, capacidad de control, inconformismo positivo, soluciones y no problemas, responsabilidad-solidaridad-ética, capacidad de integrar hechos y circunstancias y liderazgo. (Varela, 2008) La aplicación de estos valores conlleva a la adquisición de una mentalidad enfocada a hacer las cosas bien y a aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten, lo cual puede ser una fuerte ventaja competitiva sobre las otras empresas y de igual manera, traer muchos beneficios para aquella que los ponga en práctica.

En la cultura organizacional se ve reflejada la empresa, por lo cual se puede considerar como un factor importante para lograr su buena competitividad, siempre y cuando se establezcan y fomenten en los diferentes sectores y niveles de la empresa, valores y principios que promuevan el deseo de superación y de realizar cada proceso (por muy sencillo que parezca) de manera correcta, teniendo como base principios éticos y cumpliendo con toda la normatividad de la empresa, desde sus políticas internas hasta las establecidas por la Ley.

1.4 HISTORIA DE LAS PYMES Y EL MUNDO

Durante 24 años, mi trayectoria profesional me ha sorprendido por el ritmo vertiginoso al que se mueven las pequeñas agencias y empresas del medio. Unas "mueren", otras aparecen, otras crecen, muchas se debilitan.

Es innegable que cuando las pequeñas agencias mueren, también dejan desprotegido a su equipo de trabajo, microempresas y profesionales que aportaban conocimiento y talento en áreas específicas. El movimiento constante termina siendo la constante. Un mundo de ajustar sobre la marcha, estar conectado, aportar valía y, sobre todo, siempre estar presente para apoyar al siguiente que tenga el coraje y la visión de levantar la mano y decir: "Ahora sigo yo. Voy a poner mi empresa de...". Aunque en este momento hable de agencias, sin temor a equivocarme, este artículo podría identificar a un gran número de rubros de la economía.

Un país PYME: Inicialmente, uno podría caer en la trampa de pensar que, por alguna razón, el entorno PYME nos ha rodeado y que nuestro mercado comienza a cambiar; lo que en parte puede ser cierto. Sin embargo, recientemente me topé con este dato de Bind: "Actualmente, las Pequeñas y medianas empresas en México representan el 99.8% de todas las empresas en el país"

Un dato revelador que tiene la contundencia de levantar las cejas de cualquiera. Para aquellos pocos a los que no les sorprenda este dato, quizá este lo logre: de acuerdo con Quadratin:

Solo un 15% de los emprendimientos nace con presencia o uso de procesos digitales.

Cada vez más se ve un ánimo generalizado de mayor esfuerzo, no para mejorar, sino para sobrevivir. Lo que se ha hecho más evidente de cuatro años a la fecha. Razones hay muchas, sin embargo, quiero centrarme en una que nos golpeó sin clemencia: la pandemia del COVID. Esta cimbró nuestras vidas en todos los

aspectos, especialmente en el área PYME. Empresarios que, con suerte, podían sobrellevar una falta de ingresos por 3 meses máximo, tuvieron que afrontar el trago amargo de dejar ir a sus negocios mientras un largo plazo de más de dos años pasó para ver cómo la economía empezaba a dar signos de mejora.

Renovarse o morir...mejor adaptarse.

Para este momento de la lectura, quizá tengas un ánimo sombrío, aunque no te preocupes; en un instante levantamos el ánimo y, sobre todo, encontraremos juntos varias soluciones. Mientras muchas empresas diariamente dejaban de existir, un pequeño puñado capitalizó como nunca sus ganancias: las empresas que basaban su funcionamiento en procesos digitales. Lo que antes era un lujo o insignia de innovación, se volvió la clave del éxito. Ahora que seguramente tus cejas volvieron a su posición habitual, te doy unas cifras para que las vuelvas a levantar:

Debido a la pandemia, la tecnología digital se revolucionó entre 4 a 7 años y de acuerdo con Forbes, Amazon incrementó sus ganancias en un 60% en poco más de un año, mientras que Mercado Libre, al primer semestre del 2021, ya llevaba un 81%.

¿Cuántas empresas se pueden dar el lujo de alcanzar esas cifras? De dejar ese ánimo de supervivencia para que, con más tranquilidad y con los ingresos de su lado, puedan enfocar sus esfuerzos en expandirse de forma continental o global. ¿Qué empresas tienen ese privilegio? Las que tuvieron la visión, o las que se adaptaron rápidamente a las circunstancias adversas. Esta luz al final del túnel, proviene de un dispositivo electrónico.

Deja de sobrevivir

No puedo dejar de enfatizar la importancia de la tecnología digital en nuestros tiempos. Es la clave que te permitirá ser visible, automatizar procesos, ser más productivo y mejorar muchas etapas de los procesos de producción. Citemos la frase

"no se trata de trabajar más, se trata de hacerlo más inteligentemente".

La manera en la que se vinieron desarrollando poco a poco las Pymes en el mundo, según Flores (2000), tiene una particularidad con respecto al continente y al país. Ya que cada uno de los países tiene su propia historia y eso hace que tengan su propio desarrollo basado en las necesidades que estas necesiten para su crecimiento.

Para tener una visión más clara acerca del importante papel que juegan las Pymes en la economía de un país, región o continente, Hull (1988) hace constar las experiencias de algunas de las economías más importantes en el mundo, como lo son Estados Unidos de Norteamérica y la de los países europeos, así como también se analizan las experiencias de países en América Latina y entre ellas las de México.

En Europa, después de la Segunda Guerra Mundial, se crea la necesidad de reconstruirla, ya que la guerra dejó destruida más de la mitad de la infraestructura física y económica, y necesitaban levantar toda su estructura nuevamente y de una manera que fuera rápida, y la solución para la reactivación de la economía fue el desarrollo de las Pymes

Actualmente el potencial de la Unión Europea se debe al fomento y apoyo que se les da a las Pymes, ya que se les considera un importante factor de creación de empleo, cuestión que los países europeos es de vital importancia, obteniendo altos niveles de crecimiento y bienestar social.

Asimismo, en Estados Unidos para el fomento y creación de las Pymes se creó el sistema de empresas incubadoras, que sigue siendo utilizado hasta la fecha, ya que los resultados obtenidos han sido favorables.

Éstas ofrecen fáciles arreglos de arrendamiento para reducir el temor de abrir y cerrar un negocio, o permitir una rápida expansión. Las incubadoras son una mezcla entre los nuevos negocios y los ya establecidos, por lo que proporcionan un ingreso más estable.

En América Latina y México: Según Llisterri (2002), en América Latina las Pymes son de suma importancia ya que éstas generan alrededor de un 20 a 40% del empleo en esta región y cerca de un 10% de establecimientos. La creación de Pymes también ayuda a que exista una mayor competencia en el mercado y esto trae como resultado un mayor interés para elaborar productos y servicios de calidad. Aunque las Pymes generan una parte importante de la riqueza de los países, cabe mencionar que en Latinoamérica el porcentaje es bajo en comparación con el de la Unión Europea o Estados Unidos.

Inician ofreciendo bienes y/o servicios que ya existen, con lo cual solo compiten por tener una mejor calidad y servicio para así ganar una posición en el mercado. La diferenciación de productos es la principal característica que distingue a los negocios de la región, mientras que la innovación es la menos explotada.

La innovación es poco frecuente en productores de manufactura, ya que prefieren basarse en ventajas de precios. Este perfil de negocios predomina más en México que en otros países latinoamericanos.

Con respecto al financiamiento, este es de gran importancia, porque forma parte del desarrollo de las Pymes. Las principales fuentes de financiamiento son: los ahorros personales, los créditos de proveedores y clientes y los préstamos de parientes y amigos, siendo esta última la principal en México, en contraste con los préstamos bancarios que casi no son usados.

CAPITULO 2 (EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACION EN EL DESARROLLO DE LAS PYMES)

2.1 LA GLOBALIZACION

Para Burgos (2017). La globalización básicamente es un proceso que tiene gran impacto en un país, en aspectos sociales, económicos, políticos, culturales y tecnológicos; en la actualidad se evidencia la unión de diferentes culturas gracias al intercambio de mercados y, por lo tanto, la llegada de nuevas costumbres de otros países que se van arraigando cada vez más gracias a la globalización, pero esto también trae la pérdida de nuestra cultura de origen. El tema de la globalización es más complejo de lo que parece el poder hacer que las economías de diferentes países puedan beneficiarse por el comercio o por las políticas establecidas entre ellos no es nada fácil, la economía a nivel internacional ha implicado muchos retos de los cuales algunos países han sabido aprovecharlos como lo son las grandes potencias del mundo ya que al firmar tratados con otros países han podido establecer un comercio internacional estable y que ha ayudado a crecer sus economías obteniendo desde materia prima para la realización de ciertas cosas, hasta productos para el consumo humano. El propósito económico que inspiró la globalización es, sin lugar a duda, el de crecimiento económico de la clase empresarial, pero no hay evidencia de que la cuestión de desarrollo del ser humano tiene parte importante en el movimiento, ahora precipitadamente a flote en todas partes del mundo. (Mateus & Brassat, 2002). Como nos mencionó el autor anterior la globalización fue creada para poder tener un crecimiento económico para las empresas debido a que estas

invierten su capital en diversos países en donde se encuentran la materia prima para poder realizar sus productos así como para ofrecer sus servicios y así ellos generan ingresos pero igual generan empleos, un claro ejemplo de ello son las empresas dedicada al petróleo las cuales buscan establecerse en los países en donde más abunda este tipo de materia prima con la cual se pueden generar diversos productos. Por otro lado, Boisier (2005). opina que la globalización es una matriz tecno socioeconómica de alta complejidad, tanto por el número de sus elementos como por el número de interacciones y dialécticas que ella contiene. Como se dijo, en parte es más una metáfora de la contemporaneidad que una teoría bien establecida. El tema de la globalización ha sido muy complejo y se tienen diferentes puntos de vista sobre lo que esta es, lo que si se puede saber es que el mundo al estar globalizado en el ente económico genera una mayor economía para los diversos países que aplican el comercio a nivel internacional. Una de las características importantes de la globalización es la producción y comercialización de bienes y servicios en cualquier parte del mundo, lo que incluye la producción por partes o fragmentada en distintos países y por distintas empresas, así como la comercialización compartida de bienes y servicios. (Correa,2004). El invertir en diferentes países por parte de las empresas para generar más ingresos ha sido un gran reto, ya que no es nada fácil el poder establecerse fuera de su lugar de origen sobre todo por la gran inversión que se tiene que hacer al establecer una nueva empresa, sobre todo en un lugar donde lo rigen leyes y normas diferentes y en donde igual la moneda que se maneja ahí pueda ser diferente.

En el mundo actual, el fenómeno de la globalización es un factor importante que tiene un impacto en casi todos los negocios llevados a cabo. En donde la internacionalización de los mercados para la oferta y la demanda, al menos influye indirectamente en cada negocio. Ejemplos de ello son la entrada de nuevos competidores internacionales en la economía nacional, o los cambios en los comportamientos de los clientes o preferencias. El entorno en el que estos

acontecimientos tienen lugar está cambiando y se mueve a un ritmo acelerado; la integración política, económica y el avance tecnológico, facilitan en gran medida un fenómeno llamado "Globalización". Uno de los resultados es que los costos de la distancia se han reducido dramáticamente. La transmisión y difusión de información en todo el mundo es supremamente fácil y a un costo bastante bajo, donde el progreso tecnológico en logística y distribución permite a todos los negocios comprar, vender y cooperar a escala global. Como resultado, la empresa puede operar en más mercados y las transacciones se puede hacer mucho más rápido y por un costo más bajo. Del mismo modo, los consumidores tienen una visión más clara de dónde comprar los mejor productos y servicios al mejor precio. Sin duda, una fuerza importante para muchas empresas pequeñas y medianas es su contacto directo del cliente y su capacidad para mantener una estrecha relación con estos. Sin embargo, a la luz del entorno empresarial de hoy en día todas las PYMES tienen que echar un vistazo más de cerca a su situación, incluso si quieren seguir con su estrategia local y si el negocio fuera de su región tradicional no tiene lógica estratégica. Sin duda, las empresas multinacionales tienen la capacidad y los fondos para invertir en el exterior, entrar en nuevos mercados, y son capaces de mejorar la cobertura contra los riesgos financieros. Los consumidores, por el otro lado, se han beneficiado de los bajos precios de los bienes de consumo, donde, muchas industrias consolidadas y varias multinacionales masivas son las que domina el mercado mundial no obstante, diferentes industrias se ven afectadas de una manera diferente por la globalización, y el objetivo de este estudio es dar una mirada más cercana del como la globalización afecta las pequeñas y medianas empresas, ello, teniendo presente que según una definición de la Unión Europea (UE), una pequeña empresa tiene hasta 50 empleados y una mediana empresa tiene al menos de 250. Parece claro entonces, que las pequeñas y medianas empresas también tienen que encontrar una manera de lidiar con el aumento de la competencia como consecuencia de la globalización. En lugar de competir solamente con las empresas locales. Las pequeñas y medianas empresas, ahora compiten con varios contrincantes internacionales, ya sean empresas multinacionales u otras

PYMES. En este contexto, tenemos como la innovación y la formación de alianzas estratégicas, son las respuestas para sobrevivir en el mercado local y global. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) "La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología" (Pedreño Muñoz Andrés, 2006). En consecuencia, es requerido, conocer el desarrollo económico: como la parte física, que el Estado está trabajando en el desarrollo y el interés por la causa de los pilares básicos de cualquier desarrollo, también conocido como el proceso por el cual la transición de atraso al estado de progreso y esto requiere un cambio en las estructuras económicas, y por lo tanto se apaga un aumento de la capacidad productiva de los recursos económicos, tal como se define como el proceso de elevar el nivel de la renta nacional para que el giro que resulta en aumento en el ingreso promedio per capital. Ajustando un poco la definición podemos decir que desde un punto de vista partidario, la globalización es la intensificación del proceso de las relaciones sociales en todo el mundo de una manera que crea comunidades divergentes con el objeto que los eventos locales se forman en los eventos internacionales.

Pequeñas y medianas empresas:

Estas "se caracterizan por ser una micro, pequeña o mediana empresa, operada por una persona natural o jurídica, y bajo cualquier forma de organización. Asimismo, las pymes tienen libertad de desarrollar cualquier tipo de actividad, bien sea de producción, comercialización o prestación de servicios. Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas, se identifican por estar formadas por personas que poseen poco talento técnico o de conocimientos en finanzas, marketing y otras áreas que las grandes empresas poseen. Las pymes poseen un papel importante en la economía de cada país por la generación de empleos y por su contribución en la producción de un país, lo cual se observa en su Producto Interno Bruto. Es en relación a este punto, y por su tamaño, objetivo,

capacidad, y necesidad de competir con las grandes empresas, los pyme necesitan de ayuda y protección del Estado, a través del otorgamiento de créditos o financiamientos, así como la ayuda en gestión, innovación y desarrollo tecnológico” Significados. (2016). Significado de Pyme.

2.2 LAS PYMES EN EL PROCESO DE GLOBALIZACION

ESCOBAR, L. (1995). Nos explica que con el comercio internacional nacieron los mercados internacionales y la interdependencia entre los países, tanto en sus formas de producción como en la asignación de recursos (que y cuanto producir de cada bien), cada país se especializa en aquellas actividades en las que tiene ventajas comparativas. Es este principio el que rige el ámbito económico en el mundo. Las empresas son creadas con el propósito de brindar algún producto o servicio, pero sobre todo para generar ingresos y que los dueños puedan tener una mejor economía. En cambio, Castellano (2006). opina que, el comercio internacional es una vía segura para alcanzar crecimiento y el posterior desarrollo económico. La literatura al respecto lo explica fácil y ampliamente, incluso la doctrina económica analiza los niveles en que se da ese desarrollo, y por qué comercializan las naciones. Flores (2016). Describe que la globalización bajo la influencia de la vertiente económica nace con el comercio internacional y se fue expandiendo hasta producir la movilidad de los factores de producción en el mundo, redimensionando la distribución geopolítica de los factores de producción en el mundo. El comercio ha sido uno de lo grandes pilares para que las economías tanto nacionales o mundiales puedan ser sostenibles, en este tipo de lugares se ofrecen desde productos hasta la prestación de servicio con lo cual pueden ayudar a la sociedad en sus necesidades, la globalización en cierta parte se desarrolló por el comercio, pero a nivel internacional, Anchorena (2009). nos dice que el comercio internacional debe permitir la creación de un mercado integrado que será más grande que el mercado de cualquier país, ofreciendo así, simultáneamente, una gran variedad de productos al consumidor y menores precios, como aprovechamiento de las economías de escala.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son compañías pequeñas locales o regionales con el propósito de promover el desarrollo económico nacional y para ser llamadas así deben cumplir con ciertas características. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en México son de gran importancia ya que ayudan a la economía mexicana dando empleo a casi el 72% de la población y contribuyendo aproximadamente con el 52% del Producto Interno Bruto (PIB). (Martínez & Alvarado, 2013). El existir de las pymes han creado grandes beneficios para las economías a nivel mundial debido a la generación de recursos de estas, así como la creación de nuevos empleos a los cuales pueden aspirar muchas personas que no cuentan con uno creando así una oportunidad de crecimiento tanto para la empresa como para la economía de los países, respecto a esto Santiago (2003), menciona que la importancia que tienen las microempresas en el mercado de trabajo radica en la capacidad que tienen éstas de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital. En casi todo el mundo, la generación de empleos se ha ido constriñendo de tal manera que el gobierno, las grandes y medianas empresas se han visto imposibilitadas para absorber a la totalidad de la población en edad de trabajar. En muchas ocasiones el abrir una pyme es una oportunidad que se le da la sociedad para poder conseguir trabajo, así como para poder cubrir algunas de las necesidades que esta tiene, cabe destacar que las pymes tienen un gran reto sobre las grandes empresas ya establecidas las cuales ya tiene control sobre cierto tipo de mercado y que han estado existiendo a lo largo de los años. Y con la globalización leer es más difícil el poder establecerse en el mercado internacional debido a la falta de recursos o en algunos casos el no querer invertir hasta hacer crecer más su negocio, a diferencias de las grandes empresas las pymes en muchas ocasiones como se mencionó anteriormente no tiene la posibilidad para poder establecerse fuera de su lugar de origen pero esto no les imposibilita el poder adquirir productos extranjeros para que ellos lo puedan distribuir dentro de su territorio, estas pequeñas empresas pueden adaptarse de una manera rápida a los diferentes cambios que hay tanto en la economía mundial como local.

Pinzón (2013), dice que la “globalización” no aparece de repente, resulta evidente que es más bien el estado actual de un fenómeno de evolución económica de varios siglos, en los cuales se fue configurando una transformación en la manera como se concibe la posibilidad de generar riqueza para las naciones por la vía del desarrollo del proceso productivo y de la formulación de estrategias empresariales a partir de políticas económicas. La globalización fue apoyada por el comercio internacional ya que las empresas buscan la manera de poder obtener recursos para la generación de sus productos de una manera más económica por lo cual emigran a países donde existen los recursos suficientes para la generación de sus productos, pero sobre todo por su mano de obra barata. Para Ávalos et. al. (2021). El comercio internacional está comprendido por normas y reglamentos que regulan las transacciones comerciales entre países.

En México estas normas están reguladas por el Código Fiscal de la Federación, la Ley de Comercio Exterior, Ley de Importación y Exportación, la Ley de las Sociedades Mercantiles, y la Legislación Aduanera, y el funcionamiento que mayor importancia tiene es el de los Acuerdos Internacionales que son firmados entre dos o más países. La globalización ha tenido un gran impacto para las empresas ya que han generado una nueva forma de economía con la cual se han obtenido grandes beneficios , en cambio para las pymes el entrar a este ente global es difícil el poder hacer frente a un mercado global tan grande debido a la falta de recursos para poder invertir en las herramientas necesarias para poder tener un comercio a nivel internacional , aunque cabe resaltar que con el uso de internet y redes sociales se ha facilitado en cierto aspecto el comercio que ahora es un comercio de manera electrónica donde prácticamente puedes conseguir lo que sea desde el internet y hasta en ocasiones de diferentes partes del mundo , las pymes tienen una gran adaptabilidad a las necesidades de las personas ya que al ser pequeñas algunas cambian toda su estructura dedicándose al mercado en donde puedan cubrir las necesidades de las personas.

Estamos en un momento en que los retos y oportunidades están a la vuelta de la esquina, el mundo va cambiando y la economía va evolucionando, sin embargo, presenta dos caras, por un lado se encuentran los países desarrollados que poseen de armas necesarias para impulsar sus empresas locales hacia el extranjero y por otro lado se encuentran los países como mi México, que no poseen ningún sentido de apoyo a empresas locales por ser tercermundistas, no poseen de las medidas necesarias para que nuestras empresas locales puedan ir al extranjero, no confían en sus compatriotas ni en sus emprendedores. Las pymes deben comprender que el adaptarse al entorno global no es nada fácil sobre todo por la competencia que tienen contras las grandes empresas que tienen un mejor posicionamiento, que el comercio se haya globalizado ha traído grandes beneficios para los empresarios ya que pueden ofrecer servicios o productos que son traídos de otro lugar y que no se dan en el lugar donde se encuentran ofreciendo así un mejor servicios y productos que cubran una mayor necesidad en la sociedad.

2.3 VENTAJAS DE LA GLOBALIZACION

Las PYMES tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa. La mayor ventaja de una PYME es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado. Las pymes han ido adaptándose a las diferentes necesidades que tiene la sociedad esta tiene una gran facilidad para poder cubrir diferentes rubros ya que al ser pequeñas no tienen tantos problemas en poder cambiar toda su estructura y así poder iniciar nuevamente, cabe destacar que las pymes no siempre son exitosas sobre todo por la falta de solvencia para poder mantener sus operaciones.

En la cara amable de la globalización se pueden encontrar las **señales que caracterizan a las sociedades más modernas**: integración y facilidad de las comunicaciones, libre movimiento de mercancías o extensión de los derechos humanos. Son **signos de modernidad** que definen a los países desarrollados y mejoran la vida de sus ciudadanos.

1. La extensión de la comunicación

Si hay un aspecto en el que se ha hecho visible la globalización es el de las tecnologías de la comunicación. La **irrupción y consolidación de las redes sociales** y la posibilidad de contactar en tiempo real con cualquier parte del planeta han sido dos de sus claves.

Esto también ha afectado a la percepción que el ciudadano tiene del mundo como un ente único. Para las personas del siglo XXI la Tierra es la casa común, y mucho más pequeña de lo que era para los humanos de los siglos pasados.

Los beneficios son también para las empresas, que pueden **agilizar todos sus procesos y aumentar sus ventas**. O para los investigadores y estudiantes, que pueden conectarse entre sí y acceder con inmediatez a nuevos conocimientos.

Por otra parte, **la comunicación y el uso global de dispositivos electrónicos ha creado todo un nuevo entramado social y económico**. Gracias a él, han aparecido nuevas profesiones que se pueden desarrollar en cualquier parte del globo.

2. Intercambio cultural

La **comunicación permite el intercambio cultural**. Este conocimiento compartido enriquece a todos, tanto en el ámbito de las ideas como en el económico. En la historia de la humanidad nunca ha habido **mayor trasvase de valores culturales** que en la actualidad.

Este hecho **plantea retos y debates**, pero la multiculturalidad es una realidad en los países avanzados. Las grandes capitales del mundo tienen pequeños

microcosmos identitarios en sus barrios y reflejan una nueva forma de convivencia entre las distintas culturas.

3. Desaparición de las fronteras económicas

La libre circulación de mercancías y capitales ha generado algunos aspectos positivos para la economía global, aunque no siempre se han visto reflejados en la población. Que los mismos productos se puedan consumir en distintos países con las mismas características es uno de los símbolos de la **globalización comercial**.

Como en todo proceso, hay avances y retrocesos, y tal vez el aspecto económico sea uno de los más conflictivos. En la actualidad, **hay dos tendencias opuestas: la de globalizar aún más la economía y la vuelta al proteccionismo.**

Hay que aclarar que los defensores de estas restricciones no son contrarios a la globalización, en general, sino solo a los factores que ellos consideran que les perjudican. Por lo que, con el aumento de aranceles a la importación de productos de algunos países y la reducción de las exportaciones, hay quien opina que la desglobalización ha comenzado.

4. Intercambio lingüístico

La **permeabilidad cultural que favorecen las redes sociales** es uno de los factores que favorecen el intercambio lingüístico en todo el planeta. Otro es la aparición de las plataformas en línea que ofrecen series de televisión y que se han convertido en fenómenos culturales globales.

Estas plataformas, que permiten el visionado en versión original con subtítulos, son un gran avance para el conocimiento de otros idiomas en países que, como España, solo tenían esta opción en casos aislados.

Los **videojuegos, la música y el cine se han hecho todavía más globales** y han servido, sobre todo, para que el inglés se haya convertido en la lengua franca más utilizada en las últimas décadas. En este espacio global, el español también ha ido ganando terreno.

5. Extensión de los derechos humanos

Tampoco ha dejado de **crecer la difusión de los valores y derechos** recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Firmada en 1948, esta declaración se ha ido completando con pactos y protocolos hasta conformar la Carta Internacional de Derechos Humanos. La globalización funciona aquí de dos maneras principales: **como difusora de estos derechos y como instrumento de control frente a sus violaciones.**

Las organizaciones no gubernamentales (ONG) son una pieza clave para la extensión de estos derechos, como también lo son los profesionales del periodismo, la medicina y otros que alertan al resto del mundo cuando hay una **vulneración** en algún punto del globo. En este sentido, la implicación de las opiniones públicas de los países desarrollados es un fenómeno novedoso y muy importante.

La globalización ayuda a que parte del mundo en desarrollo crezca, pero deja a cientos de millones, incluso miles de millones, atrás, incluyendo a muchas de las personas más pobres del mundo. Al pretender que la globalización ayuda a todos, los países del G-8 están generando una imagen irreal, una que invita a reacciones violentas.

Las naciones en desarrollo que son vecinas de las ricas tienen, por tanto, grandes ventajas sobre otros países en desarrollo. Sus ventajas naturales, como menores costos de transporte a los mercados más importantes, son aumentadas por las políticas de comercio de los países ricos. Entonces, los exportadores mexicanos tienen acceso preferencial al mercado estadounidense como parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y esto le da a México todavía otra ventaja en comparación con los lejanos países de América del Sur. De manera similar, Polonia tiene ventajas de comercio e inversión sobre Rusia, pues Polonia pronto

se convertirá en un miembro de la Unión Europea, con acceso garantizado a los mercados de Europa Occidental.

2.4 DESVENTAJAS DE LA GLOBALIZACION

En la cara negativa del proceso de globalización están, principalmente, la uniformidad cultural y la desigualdad económica. Resulta paradójico que se fomente un mismo estilo de vida global cuando las diferencias en la calidad de vida son tan grandes, no solo entre países, sino dentro de cada uno de ellos.

1. Intervencionismo extranjero

Entre los problemas que algunos ven al proceso globalizador está una cierta disminución de la soberanía nacional. Como los países están tan interrelacionados en lo **económico, social, político y cultural**, cualquier desvío de las pautas generales es visto con recelo.

Sin embargo, este intervencionismo no es malo ni bueno por sí mismo, simplemente es un rasgo característico de los nuevos tiempos. La bondad o maldad dependerá de las consecuencias. Por ejemplo, que la comunidad internacional obligue a un país a respetar los derechos humanos es algo positivo para sus ciudadanos. Sin embargo, si un grupo de países obliga a otro a adoptar determinadas políticas económicas que van contra la mayoría de su población, será negativo para su sociedad.

2. Pérdida de la identidad nacional

También hay quien ve un peligro de **pérdida de la identidad nacional**, ya que las sociedades cada vez se parecen más entre sí, con los mismos gustos culturales, modas, etc.

Tal vez haya que situar el debate en si esas identidades nacionales son estáticas o si siempre han estado evolucionando. En este segundo caso, el problema

estaría más en la uniformidad que en la transformación. Más que el cambio, lo que preocupa es que este cambio lleve a todos los países al mismo sitio, al mismo estilo de vida.

Pero este proceso no es nuevo. Por ejemplo, un habitante de Nueva York puede tener más en común con uno de Londres que con alguien del rural de su propio país. Y eso ya sucedía hace siglos. Así las cosas, el miedo a la pérdida de la identidad nacional no es solo creer que se abandonan las propias raíces, sino que no se diferencie la forma de vida de un país a otro.

Sin embargo, en la arena política no faltan quienes han enarbolado sus banderas como elemento de diferenciación, **apelando a las emociones primarias del sentido de pertenencia**. Es el caso de los nacionalismos de extrema derecha en los países del este de Europa y de otros más cercanos, como el caso italiano.

3. Declive de las lenguas minoritarias

Para las **lenguas minoritarias sí que se ha detectado un riesgo real de desaparición** o, al menos, de pérdida de influencia en sus territorios. En la vida de una persona esto puede ser casi imperceptible, pero en el transcurso de varias generaciones puede darse una paulatina desaparición de muchas lenguas en todo el planeta.

El problema de que una lengua desaparezca no es algo menor. La **lengua es el máximo exponente de una cultura** y su pérdida conlleva la desaparición de una identidad única e irreemplazable. Por eso, un correcto proceso de globalización debe preocuparse de que esas esencias que definen a los pueblos perduren, en la medida de lo posible.

4. Aumento del desempleo en los países desarrollados

Uno de los aspectos más criticados por los detractores de la globalización económica es la **fuga de empresas nacionales a países** donde los costes de producción son más bajos. Esta deslocalización ha tenido dos consecuencias

perniciosas. Por un lado, al desaparecer los puestos de trabajo se ha incrementado el paro en los países desarrollados y se abarata la mano de obra. Por otro, se han precarizado los empleos y se han perdido derechos que formaban parte del llamado estado del bienestar.

5. Concentración del capital en grandes multinacionales

Una de las consecuencias del punto anterior es que han crecido las desigualdades. Aumentando sus beneficios y sus posibilidades de competir, las grandes multinacionales son las grandes vencedoras de este modelo de globalización económica. Por el contrario, las pequeñas empresas nacionales y los profesionales autónomos han visto mermar sus ingresos y como consecuencia verse afectados por un desequilibrio económico. Por su parte, los trabajadores han perdido capacidad adquisitiva.

Mientras el proceso avanza, en muchos países se han vuelto a levantar banderas nacionales que hacen sospechar que, tal vez, la humanidad aún no está preparada para lograrlo

En una perspectiva global se puede ver cómo esa concentración del capital en unas pocas manos empobrece también a los países. Muchas naciones tienen un producto interior bruto más bajo que la cifra de negocio de las grandes compañías, lo que sitúa a sus estados en una posición de **inferioridad**. Sobre todo a aquellos que se encuentran en vías de desarrollo. Es por eso que son muchos quienes ven menos ventajas y más desventajas de la globalización.

En resumen, se podría decir que la **globalización es un proceso irreversible**, pero está por ver de qué manera se desarrolla. Mientras el proceso avanza, en muchos países se han vuelto a levantar banderas nacionales que hacen sospechar que, tal vez, la humanidad aún no está preparada para lograrlo.

El mayor problema de la globalización es que gran parte del mundo en desarrollo no participa en el proceso. En América, la inversión externa directa está fuertemente concentrada en México, algunas partes de América Central y el Caribe, es decir, países cercanos a Estados Unidos (EEUU). Los países sudamericanos lejos de EEUU reciben mucha menos inversión de este tipo. Como resultado, México ha crecido velozmente en los últimos años, beneficiándose de un rápido incremento de los ingresos, los trabajos y las exportaciones a EEUU, mientras Sudamérica ha crecido más lento o de hecho decrecido. La situación es similar en Europa y en Asia del Este. Las compañías multinacionales europeas invierten mucho en países con salarios bajos, como Polonia, Hungría y la República Checa, los cuales están en la frontera con Europa Occidental, pero no invierten mucho en Rumania, Ucrania o Rusia, que están más lejos. Invierten en países norteafricanos como Túnez y Egipto, pero no mucho al sur del Sahara. Japón prefiere invertir sobre todo en la vecina Asia del Este en lugar de la distante India.

Desigualdad Económica:

La globalización ha sido motor de crecimiento para muchas economías, pero no todos se han beneficiado por igual. Observamos que, a menudo, las ganancias se concentran en manos del capital y de individuos ya adinerados, exacerbando la brecha entre ricos y pobres.

Análisis de la Distribución de Riqueza:

Las estadísticas revelan que la riqueza global a veces se acumula en pocas regiones o sectores, dejando a otras comunidades vulnerables y marginadas.

Mercados Laborales Fragmentados:

La competencia global ha llevado a una presión bajista sobre los salarios, en especial en sectores donde la oferta de mano de obra es abundante.

Vulnerabilidad ante Crisis Financieras:

La interconexión de los mercados financieros significa que una crisis en un país puede tener un efecto dominó a nivel mundial.

La Contagio Financiero:

Casos como la crisis financiera de 2008 demuestran cómo los problemas económicos se pueden propagar rápidamente a través de las fronteras nacionales.

Dependencia de la Economía Global:

Los países pueden volverse extremadamente dependientes de la economía global, lo que significa que los cambios en la demanda y oferta mundial pueden tener impactos profundos a escala local.

Vulnerabilidades del Comercio Internacional:

Las economías que se especializan en unas pocas exportaciones pueden enfrentarse a grandes riesgos si la demanda global disminuye.

Deslocalización Laboral

La búsqueda del menor coste laboral ha llevado a la deslocalización de empleos desde países con salarios más altos hacia aquellos con menores costes laborales, provocando desempleo y la erosión de industrias en algunas regiones.

Impacto en las Comunidades Locales:

Este fenómeno puede desarticular comunidades y aumentar el desempleo en áreas que antes eran industriales.

Pérdida de Identidad Cultural

La globalización puede diluir las culturas locales a medida que las marcas globales y los valores occidentales se imponen, lo que a menudo es visto como una forma de imperialismo cultural.

CAPITULO 3. LAS PYMES EN MEXICO

3.1 ¿QUE SON LAS PYME'S EN MEXICO?

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las empresas PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las MIPYMES.

Los criterios para clasificar a la pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos. Las empresas en la actualidad tienen que ser eficientes, competitivas y ofrecer productos y/o servicios de calidad; ya que las condiciones del mercado, tanto a nivel nacional e internacional demandan de las empresas mejorar la calidad; para

que las mismas puedan lograrlo tienen que desarrollar y modernizar las capacidades productivas y administrativas, lo que genera mejores condiciones en las que la empresa trabaja, lo que puede aumentar la creación de negocios en su entorno. La globalización económica, como fenómeno mundial, se va a relacionar con todos los países del orbe, es por ello, que al Estado (en cada caso particular) le corresponde crear las condiciones necesarias y adecuadas con la finalidad de que puedan incorporarse al proceso mundial globalizado en las mejores condiciones. La experiencia, el nivel académico de los empresarios y el conocimiento y aplicación de métodos administrativos y organizacionales resultan elementos clave para formular estrategias de fomento industrial.

Características particulares del funcionamiento de las PyMEs

Las Pymes, pequeñas y medianas empresas, presentan un funcionamiento completamente distinto al de las grandes empresas. Sólo algunas de ellas llegan a ser grandes, mientras que el resto mantiene la dimensión que le da origen y razón.

Como resultado de lo antedicho se puede decir que se encuentran dos trayectorias diferenciadas

- Las que transitan el camino natural del crecimiento (micro, pequeñas y medianas).
- Las que tendrán toda una vida para gozar de la ventaja de ser pequeñas.

Es por esto que, es necesario conocer las características particulares y distintivas del funcionamiento interno de este tipo de organizaciones tan importantes para nuestra economía.

Las Pymes en su mayoría son altamente volátiles, con altas tasas de nacimientos e inestabilidad, dado que las empresas nacen pequeñas (son pocas las firmas

que nacen con gran volumen) y los decesos se producen generalmente en los primeros años de vida.

La mayor parte de las Pymes, según muestran los distintos estudios que se pueden encontrar y analizar, son jóvenes y conducidas por sus fundadores o creadores. Ellos generalmente tienen ideas muy arraigadas y son muy celosos de ellas, por lo que el primer momento de la verdad se da cuando se produce el choque entre dichas ideas y el punto de vista de los clientes.

Existe una gran dosis de confiabilidad y orgullo. La fluida transmisión y propagación de los conocimientos, know how y valores, hace muy estable la cultura de la organización.

Una de las principales características que se pueden observar al analizar a las pequeñas y medianas empresas es un problema de base: la vaga definición de dos aspectos fundamentales para toda organización: la misión y la visión. Sólo teniendo claridad en la razón de ser y lo que se desea se puede conseguir una buena comunicación para lograr el compromiso de las bases de la organización. Sin un cuerpo comprometido será difícil que se ejecuten las acciones para alcanzar la meta propuesta con el mejor uso posible de recursos.

Una de las principales características de las Pymes es la insuficiente delegación y mala distribución de tareas. En general, los gerentes en lugar de ocuparse de cuestiones estratégicas y a futuro, tan importantes para la organización, se ocupan de los problemas que van surgiendo en el día a día, de los aspectos más “urgentes” y coyunturales. Ante la infinidad de tareas a su cargo acaban no respondiendo a cuestiones menores (que deberían delegar, pero actualmente

son su responsabilidad) que son muy importantes para el eficaz desarrollo de las tareas operativas.

La causa fundamental de este problema es que las gerencias de este tipo de empresas están ocupadas por los creadores de la organización. Al haber estado en los comienzos de la misma, empujándola para que salga adelante, les es muy difícil dejar de ocuparse, se les genera un sentimiento inmanejable de querer controlar todos los aspectos y cuestiones de su área, pero esto es insostenible y con el tiempo se generan problemas importantes.

Analizando el funcionamiento de las Pymes, se puede decir que uno de los problemas de fondo y que desencadena los problemas mencionados anteriormente es la falta de formación de los gerentes. Como la base es deficiente es inevitable que la estructura tambalee. Generalmente las Pymes comienzan, como se mencionó, como nuevas ideas de emprendedores que se lanzan en el mundo de los negocios de alguna manera. De este modo, en la mayoría de los casos los que desarrollan estos proyectos no tienen formación en dirección de empresas, gestión de negocios, manejo de organizaciones o equipos de trabajo. Estos aspectos son fundamentales, ya que si perdura la mala gestión el proyecto no durará lo suficiente o se generaran problemas importantes en el futuro.

Las Pymes, por lo común, son propiedad de las familias o grupos de amigos/conocidos, que también las gestionan. Este último es un detalle muy importante, ya que determina muchas de las características de funcionamiento base de este tipo de empresas; lo que caracteriza a las empresas familiares efectivamente, es la propiedad y conducción en manos de uno o más miembros de un grupo familiar.

En este tipo de empresas se presenta un tipo de conflicto superior al que suele ocurrir en las empresas no controladas familiarmente. La mezcla de conflictos familiares con los conflictos empresariales, hace que nada más que un 30% de este tipo de empresas sobreviva a la primera gestión.

En este tipo de empresas priman las conductas emocionales, no conscientes y reflexivas. Son introvertidas, a diferencia de aquellas no familiares que miran hacia afuera. En tanto que la adecuación al contexto genera evolución y transformación en las empresas comunes, en las de vínculo familiar y trata de minimizar el cambio o, por lo menos, hacerlo imperceptible

Existe la idea en este tipo de empresas, que hay que jerarquizar la importancia de familia o empresa. Unos ponen en primer lugar a la empresa, dejando de lado a la familia; mientras que otros privilegian a la familia y descuidan a la empresa. Son aquellos que se esfuerzan por tener con ambas partes el mismo compromiso, los que ven progresar, prosperar a las familias y a las empresas.

Por lo general las empresas deben pasar por momentos difíciles. En esos momentos la relación entre los directivos tiende a ser hostil, y si la discordia se da entre miembros que tienen una relación de afecto, los conflictos se trasladan al ámbito personal. Todo problema que ocurre en la empresa repercute en el ámbito personal, en las relaciones personales y en la familia, y viceversa. Por eso la resolución de las controversias se torna más compleja de lo que sería en un ámbito donde lo familiar/afectivo y laboral está bien delimitado.

Una trampa en la que suelen caer las empresas familiares es la de confundir el derecho que el propietario tiene sobre la empresa con la capacidad para dirigirla”

Los empresarios que viven el presente a expensas del futuro provocan caída de la renta, mermas de productividad, uso ineficiente de los fondos, pérdida de ventajas competitivas y de enfoque innovador, situaciones que corren el riesgo de potenciarse con el paso de las generaciones

Es común, por otro lado, que algunos parientes sean “obligados” a consagrar su vida laboral a la empresa, sin contemplar sus deseos, intereses, inclinaciones, talento y vocación profesional. Muchas veces esto lleva a no considerar su idoneidad para ejercer los cargos asignados y trabajar en el negocio de manera eficiente.

De manera muy general todas las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comparten casi siempre las mismas características, por lo tanto, se podría decir, que estas son las características generales con las que cuentan las PYMES: El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad y por lo general son de carácter familiar Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo Personal poco calificado o no profesional Poca visión estratégica y capacidad para planear a largo plazo Falta de información acerca del entorno y el mercado Falta de innovación tecnológica, puede deberse a falta de recursos, o por no contar con el espíritu innovador necesario Falta de políticas de capacitación, se considera un gasto, no una inversión, al no poder divisar las ventajas a largo plazo que puede generar Tienden a realizar sus procesos de la misma forma con la idea de que cuando un método no funciona mal, se mantiene sin analizar si existen otros mejores Falta de liquidez

Ventajas y desventajas que presentan las pymes en México

Los estudios para identificar los problemas de las PYMES mezclan dos tipos de enfoques: el interno y el externo; el enfoque externo se caracteriza por problemas que afectan a las PYMES, pero que son más bien del tipo macroeconómico y en donde las PYMES no tienen influencia en su solución, mientras que el enfoque interno, se caracteriza por problemas derivados de la gestión propia del negocio y del sector económico al que pertenece, y donde la PYME es responsable de la solución y de la mejora. Es de vital importancia conocer las fuerzas y debilidades que muestran este tipo de empresas, que según su tamaño determinan algunas de sus ventajas o desventajas para su desarrollo como empresa.

Ventajas de las pequeñas empresas

Capacidad de generación de empleos Asimilación y adaptación de tecnología
Contribuyen al desarrollo regional por su establecimiento en diversas regiones
Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan por la baja ocupación de personal Mantiene una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas

Desventajas de las pequeñas empresas

Les afectan con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación Viven al día y no pueden soportar periodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores La falta de recursos financieros los

limita ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto Falta de estructura formal, falta de sistematización de sus operaciones y actividades, falta de políticas escritas, falta de supervisión y de estándares de desempeño Las PYMES carecen de sistemas de planeación, organización, administración y control eficientes Falta de capacitación, excesiva rotación de personal, falta de seguridad e higiene Falta de conocimiento real de su competencia, falta de utilización de técnicas mercadológicas para dar a conocer su producto y adecuarlo a las necesidades del consumidor Escasez de registros contables, costos mal determinados y precios que no cubren los costos totales

Ventajas de las medianas empresas

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 grande empresa 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 Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

Desventajas de las medianas empresas

Mantienen altos costos de operación No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción Falta de capacitación, excesiva rotación de personal, falta de seguridad e higiene Sus ganancias no son elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y

con muchas posibilidades de abandonar el mercado Algunos otros problemas como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno Falta de apoyo y financiamiento por parte de las instituciones financieras nacionales y más aún las internacionales Para el caso de las medianas empresas, podemos darnos cuenta que padecen casi los mismos problemas que las pequeñas empresas, pero, a niveles más complicados. Todo lo antes mencionado, también se aplica a las PYMES que se dedican a exportar, ya que, el hecho de que estas empresas exporten, no cambia su entorno general, sólo cambia su entorno en los procesos productivos, derivada de la exigencia de ciertas normas para la exportación de mercancías, como lo es la calidad, pero, en cuestión de características generales, ventajas y desventajas, son aplicables a todo tipo de empresas

3.2 IMPORTANCIA DE LAS PYMES

Las pequeñas y medianas empresas, PYMES, son relevantes para las economías de los países, no solo porque aportan a los procesos productivos y de comercialización, sino por la gran cantidad de empleos que generan y su flexibilidad de adaptación a las nuevas tecnologías.

Las PYMES representan más del 97% de todos los negocios y emplean a más de la mitad de la fuerza laboral en las economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Contribuyen significativamente al crecimiento económico, con una proporción del Producto Interno Bruto (PIB) que oscila entre el 20% y el 50% en la mayoría de las economías de APEC. Sin embargo, solo representan el 35% o menos de las exportaciones directas

De acuerdo con información de la Organización Mundial del Comercio (OMC), la participación en el comercio de las PYMES de los países en desarrollo es baja: las exportaciones representan 7.6% de las ventas de productos manufacturados, frente al 14.1% en el caso de las empresas de mayor tamaño.

Por su parte, en los países desarrollados las PYMES representan en promedio 34% de las exportaciones. Hay una relación positiva entre el tamaño de las empresas y su participación en las exportaciones, con tasas más bajas de participación en el caso de las microempresas (9%) y las pequeñas empresas (38%) comparado con las medianas (59%) y las grandes (66%).

Por lo anterior, México, Estados Unidos y Canadá desarrollaron e impulsaron un capítulo sobre PYMES, en el marco de la modernización del TLCAN, con el propósito de ofrecerles nuevas oportunidades de expansión y de participación en los mercados internacionales.

Importancia de las PyMES en Latinoamérica y Europa

Las PyMES cobran notable relevancia para las economías de los países en los que se desempeñan, no solamente porque favorecen los procesos de producción y comerciales, sino también debido al gran volumen de empleos generados a partir de ellas y a la flexibilidad de adaptación que presentan al momento de adoptar nuevas tecnologías (Secretaría de Economía, 2020).

Con respecto a las PyMES en México, la Secretaría de Economía señala que:

Existen poco más de 5 millones de unidades económicas, de las cuales el 99.8% son consideradas PYMES. Este segmento empresarial es el más importante del país en términos económicos, pues de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) aportan el 42% del PIB y generan el 73.8% de los empleos remunerados en el país. Se trata de proporciones considerablemente más altas que las observadas en la mayoría de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

La importancia de las mipymes en la producción, la distribución y los servicios en México

La apertura económica representó un entorno extremadamente desfavorable para la actividad empresarial nacional, y en particular para el sector manufacturero, ya que significó el desplazamiento de grandes sectores de las mipymes y la subordinación al capital trasnacional. La desconcentración empresarial toma la subcontratación como mecanismo de traslado de diversas funciones o actividades –de un proceso productivo integrado– a otras unidades económicas (personas físicas o jurídicas) real o ficticiamente ajenas a la empresa que organiza el trabajo. Esto es una forma de delegar tareas específicas asociadas con una empresa particular, la que va a desempeñar la función o funciones de los departamentos dentro de su organización para reducir costos de producción, como los de dirección, de vigilancia y supervisión, de seguridad laboral (accidentes y equipo). De igual forma se hace con la disposición, el mantenimiento y el almacenamiento de insumos y equipos, así como con los gastos de circulación –que tienen que ver con la contabilidad en nóminas–, los materiales de oficina, el personal y su respectivo equipo, y se les traslada del corporativo a las mipymes [Martínez, 1998: 307-308]. Las mipymes, desde

principios del siglo xxi, desempeñan un papel estratégico y prioritario en la reactivación y consolidación del crecimiento económico competitivo de México, y –como lo indica René Villarreal– para que la industria se constituyera verdaderamente en la base del crecimiento económico, era necesario fortalecer el desarrollo de este tipo de empresas hasta conformar unidades económicas de clase mundial, comprometidas con la competitividad. Ahora bien, ante la hipercompetencia global a la que se enfrentan este tipo de empresas, su capacidad para madurar los vínculos de cooperación –con otras empresas, con el Estado, con centros de investigación y de desarrollo, con instituciones financieras y con otros organismos e instituciones de apoyo locales, regionales, nacionales o incluso internacionales– desempeña un papel medular en la mejora de sus niveles de competitividad [Villarreal, 2005: XX, 808]. Estos cambios no se dieron en la política de desarrollo y se dejó competir a estas empresas en condiciones muy desventajosas. Se engarzaron a las cadenas de valor de las grandes empresas, al lado de sus trabajadores y de los gobiernos que entienden y atienden la problemática de la producción nacional. Se encuentran en todas las regiones, en las grandes ciudades y en los pueblos, apuntalando el verdadero desarrollo sustentable y federal. Son empresas que están en todo el mundo, con características y problemas comunes, independientemente del desarrollo de cada país [Fernández, 2014: 31-32]. El patrón de acumulación neoliberal le da prioridad a las empresas que exportan y que son más competitivas en el mercado internacional. El sector más dinámico en México ha sido la industria automotriz. La producción está dividida en dos partes, de las cuales la más sofisticada de la cadena de valor está a cargo de la gran empresa, intensiva en capital, con alta tecnología, organización científica del trabajo y una alta calificación laboral (alta composición orgánica de capital), 36 por lo que la productividad es enorme y genera ganancias extraordinarias obtenidas con la plusvalía relativa. Por el contrario, al analizar la composición del capital de las mipymes, encontramos que son intensivas en fuerza de trabajo –ya que se destina un porcentaje muy grande en el pago de sueldos y salarios y pequeño en la modernización y la compra de equipos–, con salarios menores (sin prestaciones) y jornadas de trabajo más

largas, entre otros elementos, lo que les permite mantenerse en el mercado mediante la obtención de plusvalía absoluta (que se la traslada, en los precios, a la gran empresa). Aquí se da una mayor concentración del empleo, aunque ambos mecanismos le sirven a la gran empresa para incrementar su competitividad en el mercado mundial y para obtener una tasa de ganancia más elevada.

3.3 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL T-MEC.

El Capítulo 25 del T-MEC reconoce el papel fundamental que tienen las PYMES en mantener el dinamismo y competitividad comercial de las Partes, enfatizando el rol del sector privado en la cooperación en esta materia

- Se establece al igual que en el TLCAN (Artículo 1021), un Comité de PYMES integrado por representantes gubernamentales de cada una de las Partes que se encargará de identificar áreas de oportunidad, formas de promover la cooperación, analizar las mejores prácticas, asistir a PYMES exportadoras, así como desarrollar y promover seminarios, explorar oportunidades para mejorar el asesoramiento a la exportación, entre otras actividades

Este Comité deberá convocar a un Diálogo Trilateral sobre las PYMES buscando intercambiar puntos de vista. Se deberá incluir al sector público, privado, académicos involucrados en el tema, organizaciones no gubernamentales, propietarios de PYMES y aquellas personas que estén interesadas.

- El T-MEC buscará fomentar un intercambio constante de información, obligando a las Partes a mantener un sitio web de acceso público que contenga información relativa a todo el texto del Tratado que para el caso de este capítulo se concentrará en el financiamiento a PYMES.

- Las partes reconocen la existencia de disposiciones en otros capítulos del Tratado que buscan mejorar la cooperación entre las Partes en materia de PYMES.

Ninguna de las Partes podrá recurrir a la solución de controversias previsto en el Capítulo 31 del Tratado, para cualquier asunto derivado de este capítulo.

El T-MEC beneficiará a las PYMES debido a que coadyuvará a generar las condiciones necesarias para que tengan una cancha más pareja y oportunidades similares de participación en el comercio internacional que las empresas multinacionales, a través de incrementar su participación en el valor agregado en la región.

La Secretaría de Economía y las Micro, Pequeña y Medianas Empresas

Dentro del decálogo de la “estrategia de desarrollo” del gobierno del Presidente López Obrador se contempla el alentar el crecimiento de las PYMES y el contenido nacional en bienes y servicios como palanca de desarrollo.

En México, existen poco más de 5 millones de unidades económicas, de las cuales el 99.8% son consideradas PYMES. Este segmento empresarial es el más importante del país en términos económicos, pues de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) aportan el 42% del PIB y generan el 73.8% de los empleos remunerados en el país. Se trata de proporciones considerablemente más altas que las observadas en la mayoría de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Con el objetivo de mejorar la política del gobierno federal para el fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) se realizaron las siguientes acciones:

a. Se incorporaron las atribuciones del Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) a la recién creada Unidad de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía y se integró con las de la Coordinación General del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario con el fin de contribuir a construir una economía más incluyente, diversa e innovadora.

Los ejes fundamentales de esta estrategia son:

- I. Proveer capacitación, acompañamiento, asistencia técnica e incentivos a la formalización en los casos que sea útil, para que las MIPYMES puedan hacer un uso más efectivo de los recursos públicos y privados a su alcance, fortaleciendo así sus niveles de desarrollo empresarial y por tanto su competitividad y perspectivas de crecimiento.

II. Generar oferta de productos crediticios focalizados, a partir de esquemas de garantías, para el financiamiento de MIPYMES en regiones tradicionalmente excluidas de estos flujos de recursos vía banca de desarrollo, así como generación de proyectos específicos para impulsar sectores de alto potencial dado su grado de complejidad económica y su capacidad para generar alto valor agregado.

III. Gestión y vinculación a cadenas de proveeduría para que las MIPYMES encuentren acceso a mercados internos, y a cadenas globales de valor a partir de la identificación de fuentes de demanda externa

b. El cambio de la política de apoyo a PYMES de esta estrategia incluirá:

- I. Una distribución regional de los recursos que propicie un desarrollo más equitativo, y el aprovechamiento de oportunidades estratégicas de inserción en mercados con el objetivo explícito de promover un crecimiento económico más incluyente.
 - II. Asignación de recursos basado en análisis técnicos cuantitativos y cualitativos, con menor discrecionalidad y mayor transparencia.
- III. Ausencia de intermediación de entidades públicas estatales y municipales y contacto más directo y constante con las personas beneficiarias.
- IV. Un número de convocatorias reducido para concretar dichos ejes de acción, con el fin de optimizar los recursos públicos y enfocarlos de manera estratégica.

Rol de las PyMEs en la economía actual

En el mercado actual no compiten las empresas, sino cadenas de valor que enhebran desde el insumo más básico hasta el bien o servicio que es finalmente consumido.

En la actual economía mundial, se observan claras tendencias hacia la internacionalización de los negocios y de los mercados, la liberalización del comercio, el intercambio entre grandes bloques económicos regionales. Dentro de este proceso, las Pymes deben cumplir un papel destacado ya que las nuevas reglas de juego que plantea la economía actual hace especialmente relevante la “especialización flexible” que contempla la capacidad de las empresas para responder en la forma adecuada a los cambios en el mercado internacional, adaptándose a los tipos de bienes producidos, cantidad y calidad de mano de obra, insumos, etc. Hasta el mismo proceso productivo debe replantearse.

las Pymes en este contexto encuentran su razón de ser, ya que constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.

Las PyMEs son, de este modo, un factor clave de estabilidad económica por su fácil adaptación a las circunstancias cambiantes del mercado y a los ciclos económicos, dada su especial sensibilización a los procesos de recuperación de la inversión; desde un punto de vista dinámico, la entrada y salida constante de

estas empresas del mercado es lo que contribuye a mantener un entorno de competencia, con niveles de precios y rentabilidad que tienden a los de un mercado competitivo.

Con lo antedicho se refleja una de sus particularidades más importantes: la flexibilidad. Su organización pequeña y dinámica les otorga elasticidad para amoldarse al actual ambiente incierto y cambiante. De este modo, los países con un sólido entramado de empresas pequeñas tienen mayor capacidad para avenirse a los cambios del entorno, es por esto que en los últimos tiempos crecieron más que las grandes.

Las empresa grandes aportan a la sociedad a partir de su evolución tecnológica, pero esta reemplaza mano de obra y materias primas críticas. La destrucción paulatina de empleo por parte de las grandes corporaciones es el producto de la lógica competitiva que estas empresas manejan. La subsistencia de la gran empresa, entonces, depende de la incorporación de tecnología.

Según lo antes mencionado, la lógica excluyente de las mega corporaciones implica que la expulsión de mano de obra irá deteriorando paulatinamente la demanda, y de ahí que habría menos consumidores el mercado se debilitaría, la producción sería excesiva y los negocios desaparecerían.

Por esto algunos promueven la existencia paralela de una lógica complementaria. La que hace que la mayor parte de la población del mundo tenga empleo. La que sustenta las micro, pequeñas y medianas empresas.

La relevancia de las micro, pequeñas y medianas empresas es ampliamente reconocida dado su rol fundamental en la dinámica económica y social, su importancia se asocia frecuentemente a su contribución en materia de generación de empleo y generación de riqueza, a su agilidad para incursionar en nuevos negocios y a su incidencia potencial sobre la competitividad sistémica - ya sea como proveedores de empresas 'grandes' (sector automotriz, de agroalimentos, etc.) o como exportador de bienes y servicios en los que las 'series cortas' o el trabajo a pedido constituyen una modalidad sobresaliente del modelo de organización de la producción-.

Según nos indica el estudio sobre Pymes realizado por la fundación F.I.E.L., la experiencia nacional e internacional de distintos países sugiere que durante el ciclo de expansión económica la generación de empleo es liderada por las empresas grandes, mientras que en las fases decrecientes del ciclo económico, son las Pymes las que contratan más personal. De este modo se puede decir que, además de generar empleo, este grupo de empresas son las principales impulsoras de la economía en tiempos de crisis.

3.4 LA EVOLUCION HISTORICA DE LA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) han sido una parte integral del desarrollo económico a lo largo de la historia. Estas empresas, caracterizadas por su tamaño moderado, flexibilidad y capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial, han experimentado una evolución significativa a lo largo del tiempo. A continuación, se describen los hitos clave en la trayectoria histórica de las MIPYMES (Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado de la República, 2002):

Desarrollo en el Siglo XX: A lo largo del siglo XX, las MIPYMES experimentaron un crecimiento significativo, especialmente después de la Segunda Guerra

Mundial. En muchos países, la reconstrucción económica se basó en gran medida en pequeñas empresas, que se convirtieron en motores de innovación y empleo. La globalización en las últimas décadas del siglo también influyó en la expansión de las MIPYMES, ya que las tecnologías emergentes facilitaron la conectividad y el acceso a nuevos mercados.

La Revolución Tecnológica: La llegada de la era digital en las últimas décadas del siglo XX y principios del XXI transformó radicalmente la forma en que las MIPYMES operan. La tecnología de la información permitió a estas empresas competir a nivel global, facilitando la comunicación, automatizando procesos y mejorando la eficiencia operativa. Las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico brindaron oportunidades sin precedentes para llegar a nuevos clientes y expandir los negocios.

Es interesante notar cómo las MIPYMES han evolucionado y se han adaptado a los cambios en el entorno empresarial a lo largo del tiempo. Su capacidad para innovar y crear empleo las ha convertido en un motor clave del crecimiento económico en todo el mundo

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en el Siglo XXI: Desafíos y Oportunidades

En el siglo XXI, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) han experimentado una transformación significativa, impulsada por la globalización, la revolución digital y los desafíos económicos y sociales. Estas empresas, que constituyen una parte vital del tejido económico, se han enfrentado a una serie de desafíos, pero también han encontrado nuevas oportunidades en un entorno empresarial dinámico y cambiante (Sordo, 2024):

1. La Revolución Digital:

La llegada de la era digital ha impactado de manera profunda en la forma en que las MIPYMES operan. La tecnología de la información ha permitido la automatización de procesos, la mejora poderosas para la promoción y la

interacción directa con los clientes, nivelando el campo de juego para empresas de diversos tamaños. de la eficiencia operativa y el acceso a mercados

. **Desafíos Económicos y Sociales:** A pesar de las oportunidades ofrecidas por la globalización, las MIPYMES también se han enfrentado a desafíos significativos en el siglo XXI. Crisis económicas, como la recesión de 2008 y la pandemia de COVID-19, han destacado la importancia de la resiliencia empresarial. Las restricciones financieras, la competencia intensificada y la necesidad de adaptarse a nuevas formas de trabajo han sido retos cruciales para estas empresas. globales a través de plataformas de comercio electrónico.

Innovación y Adaptación:

En respuesta a estos desafíos, muchas MIPYMES han demostrado una notable capacidad de innovación y adaptación. Aquellas que han integrado tecnologías emergentes, como inteligencia artificial y análisis de datos, han mejorado su eficiencia y capacidad para tomar decisiones informadas. La flexibilidad inherente a las MIPYMES les ha permitido pivotar hacia nuevos modelos de negocio y encontrar nichos de mercado en constante evolución.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: En el siglo XXI, la sostenibilidad y la responsabilidad social se han vuelto imperativos comerciales. Las MIPYMES han comenzado a reconocer la importancia de operar de manera sostenible, respondiendo a las preocupaciones ambientales y sociales. Estas empresas, al adoptar prácticas empresariales éticas y sostenibles, no solo cumplen con las expectativas de los consumidores, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible a largo plazo.

Desafíos Financieros y Acceso a Recursos:

A pesar de los avances tecnológicos, muchas MIPYMES aún enfrentan desafíos financieros, incluido el acceso limitado a recursos y financiamiento. La brecha financiera ha destacado la necesidad de políticas que fomenten el acceso a crédito y recursos, permitiendo un crecimiento más sostenible y equitativo para estas empresas (Sordo, 2024).

En el siglo XXI, las MIPYMES se encuentran en una encrucijada donde la innovación, la adaptabilidad y la sostenibilidad son claves para su supervivencia y crecimiento. La revolución digital ha brindado oportunidades sin precedentes, pero también ha intensificado la competencia. Aquellas empresas que abracen la tecnología, adopten prácticas sostenibles y sean capaces de sortear los desafíos económicos emergentes estarán mejor posicionadas para prosperar en este nuevo paradigma empresarial. El siglo XXI presenta un escenario donde las MIPYMES pueden no solo sobrevivir, sino también liderar el camino hacia un futuro empresarial más inclusivo y sostenible (Sordo, 2024)

TITULO 4. EL IMPULSO DE LAS TECNOLOGIAS EN LAS PYMES

4.1 TIC Y SU IMPORTANCIA ESTRATEGICA PARA LAS PYMES EN LA GLOBALIZACION

Las TIC representan un área de oportunidad para las PYMES. El desafío consiste en que necesariamente estas empresas tendrán que adoptar e incorporar de manera estratégica esta tecnología a su organización (Coté & Vecina, 2005; Joyce & Winch, 2005; Owens, 2006).

Dentro de las TIC, Internet se convierte en la espina dorsal del comercio global (Jim, 1995). Internet ha experimentado un crecimiento rápido en cuanto a su uso y exploración rápida, convirtiéndose en un recurso comercial global que da lugar a nuevas industrias numerosas y a la reconfiguración de industrias establecidas (Christensen, Schmidt & Larsen, 2003).

Por lo que para tener éxito en el siglo XXI, las empresas tienen que aprovechar la tecnología de la información, especialmente la Internet^[2] (Koontz & Weihrich,

2003, p. 12). Con Internet y World Wide Web (www), surge una herramienta para forjar una relación más cercana con el cliente (Jim, 1995).

En relación a la importancia de Internet, se comenta, de acuerdo con una encuesta realizada por Taylor Nelson Sofres Interactives, aplicada a 150 directivos de empresas españolas, el 45 % se muestra convencido de que Internet tendrá un impacto significativo en su empresa. El 55 % opina que con Internet se mejoró la gestión con sus clientes, el 67 % señaló que le permitió reforzar la imagen de su marca. Señalando además un dato interesante en esta encuesta, pues el 77 % de los empresarios manifestó su creencia de que prevalece una importante barrera psicológica y cultural relacionada con la seguridad y confidencialidad de los datos, para estar en condiciones de generalizar las transacciones a través de Internet (Negocios en Internet y el comercio electrónico, 2002).

Dentro de las ventajas específicas que se generan con las TIC, se mencionan los aumentos a la productividad como resultado de la mejora de procesos, la creación de valor para clientes y empleados de la organización y la creación de ventaja sobre la competencia (Slywotzky & Morrison, p. 2001).

Durante la década pasada las TIC como Internet y el *e-commerce* han presentado un crecimiento significativo, sin embargo, la investigación demuestra que las pequeñas empresas han sido lentas para adoptar e implementar TIC como el *e-commerce* en sus negocios (MacGregor & Vrazalic, 2006).

Para Reboloso (2000, p. 66), hablar de tecnología de información es referirse a los medios colectivos para reunir y luego almacenar, transmitir, procesar y recuperar electrónicamente palabras, números, imágenes y sonidos, así como a

los medios electrónicos para controlar máquinas de toda especie, desde los aparatos de uso cotidiano hasta las vastas fábricas automatizadas.

Sobre la concepción de TIC, Barragán (2002, p. 188) sostiene que las tecnologías de información cubren cualquier tipo de equipo (hardware) o técnicas utilizadas para la obtención, procesamiento y presentación de datos utilizados por cualquier empresa que manipula información como tal. Además, señala que para que exista un manejo adecuado de la información (Barragán, 2002, p. 189), la tecnología en uso deberá contar con los siguientes elementos:

- *Hardware*. El equipo que hace el trabajo físico de capturar, procesar, guardar y desplegar la información (por ejemplo: computadoras, discos duros, discos compactos, monitores, impresoras, lectores de códigos de barras, etc.).
- *Software*. Estas son las partes “invisibles” que existen dentro del hardware y que lo hacen funcionar de forma adecuada. El software son instrucciones o algoritmos específicos que controlan la operación del hardware (por ejemplo: sistemas operativos como el Windows 95 o Windows 98, y paquetes productivos como el Word, WordPerfect, Excel o Lotus 1-2-3 que ejecutan acciones predefinidas).
- *Intervención humana*. La intervención humana puede dividirse en dos partes: primero, la parte humana encargada de la programación y mantenimiento del sistema; y segundo, la parte humana encargada de leer, analizar y tomar decisiones acerca de la información generada por dicho sistema.

Es importante considerar los costes que se generan cuando no se cuenta con el apoyo de la tecnología. Un ejemplo de ello, asociado a la falta de sistemas de

información en el manejo de inventarios, es reflejado en los resultados de una encuesta realizada por WhereNet (PYMES y la vanguardia tecnológica en sistemas de información, 2004):

1. El 84 % de los encuestados usan métodos manuales para localizar y rastrear inventarios.
2. El 100 % acepta que su captura de datos es inexacto debido a la intervención humana (captura errónea, escaneo equivocado, ausencia de éste).
3. El 64 % de los encuestados aseguran que el promedio de búsqueda para localizar un artículo en bodega es de alrededor de 30 minutos o más.
4. El 10 % afirma que como resultado de la pérdida de inventarios la compañía tiene que tomar pérdidas financieras de por lo menos \$500,000 usd.
5. El 59 % de los encuestados afirma que los costes de hora-hombre en la búsqueda de inventarios perdidos es de un promedio de \$25,000 usd.
6. El 60 % afirma que su compañía gasta \$50,000 usd en promedio anualmente como previsión de dichas pérdidas de inventarios.
7. El 49 % comenta que la falta de conectividad entre sus inventario/activos, la gente y los sistemas de información que manejan esos activos, es la principal barrera para la buena administración de la cadena de valor.

Es conveniente diferenciar entre *e-commerce* y *e-business*. De acuerdo con Owens (2006) el *e-commerce* es una parte de *e-business*.

El *e-commerce* se define como el medio para comprar y vender mercancías y servicios usando una red de comunicaciones de datos en vez de un sistema del papel o del teléfono, consiste en el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones y se basa en la transmisión electrónica

de datos, incluyendo textos, sonidos e imágenes (Owens, 2006; Del Aguila, 2001, p. 35).

El comercio electrónico incluye actividades muy diversas como el intercambio de bienes y servicios, el suministro *online* de contenido digital, la transferencia electrónica de fondos, las compras públicas, los servicios postventa, actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, campañas de imagen de las organizaciones, marketing en general, facilitación de los contactos entre los agentes de comercio, seguimiento e investigación de mercados, concursos electrónicos y soporte para la compartición de negocios (Del Aguila, 2001, p. 35).

Según Owens (2006), el *e-business* incluye las conexiones de ventas electrónicas a otras partes de una organización que se relacionen internamente con las finanzas, provisión de personal, la comercialización, el servicio de cliente, y externamente a los clientes, a los proveedores y a la gerencia en última instancia.

Por tanto, se hablará de *e-commerce* como la transacción en sí a través de medios electrónicos (Internet, Intranet, dispositivos móviles), y se hará referencia a *e-business* como todas las posibilidades para mejorar los resultados empresariales incorporando Internet y las TIC en los procesos organizacionales (Negocios en Internet y el comercio electrónico, 2002).

Para McKie (2002, p. 12), el término "negocio electrónico (*e-business*)" se define como la descripción de un tipo de negocio, lo mismo que como una forma de hacer éstos. En el primer contexto, se acepta que un negocio electrónico es una empresa dirigida a proporcionar bienes y/o servicios a través de Internet; una de las llamadas empresa punto-com. Como forma de hacer negocios, se refiere

al uso de procesos que se apoyan en la tecnología, en especial en Internet, para mantener o crear una ventaja competitiva. McKie (2002, p. 17) asegura, que convertirse en un negocio electrónico demanda que una organización debe aprovechar la tecnología y para mantener o generar una ventaja competitiva con base en el aprovechamiento de ésta, los gerentes necesitan usar las prácticas óptimas[3].

Según McLeod (2000, p. 57), las empresas adoptan el comercio electrónico con el fin de mejorar su organización, esperando que tales mejoras produzcan tres beneficios principalmente:

- Mejor servicio a clientes;
- Mejores relaciones con los proveedores y la comunidad financiera; y
- Mayor rendimiento de las inversiones de los accionistas y dueños.

Sin embargo, lo interesante es identificar en qué medida las PYMES en este país han logrado incorporar la tecnología en su visión estratégica y generar una ventaja competitiva para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

La ventaja competitiva para las organizaciones puede lograrse de muchas maneras; por ejemplo, al proporcionar bienes o servicios a un precio bajo, mejores que la competencia y al satisfacer necesidades especiales de ciertos segmentos del mercado. En el campo de la informática, la ventaja competitiva se refiere al uso de la información para adquirir peso en el mercado. La idea es que la compañía no tiene que depender únicamente de recursos físicos superiores para competir; también puede usar recursos conceptuales superiores tales como datos e información (McLeod, 2000, p. 36).

Es importante considerar la contribución significativa que la tecnología de información (Internet, *e-commerce*, *e-business*) puede brindar a las PYMES, como una oportunidad de desarrollo, expansión y diversificación como respuesta al mercado en constante cambio (Czuchry, Yasin & Sallmann, 2004). Sin embargo, el solo hecho de poseer la tecnología, no asegura el éxito de una empresa, por otro lado, el no tenerla implicaría un seguro fracaso. ¿Qué empresa podría sobrevivir hoy en día sin una computadora? (Barragán, 2002, p. 188).

El cambio tecnológico puede afectar a una empresa en dos sentidos importantes: puede proporcionarle la oportunidad de producir nuevos productos o adoptar nuevos procesos o puede alterar el entorno en el que la empresa opera, por ejemplo, liderando a los competidores de productos nuevos, creando nuevos mercados o afectando los costes de aprovisionamiento. De este modo, la empresa tiene que interesarse por el desarrollo tecnológico en dos niveles de intensidad: el primero es con los desarrollos dentro de su propia industria; el segundo es con los desarrollos en cualquier otra parte que la afecte (Garrido, 2003, p. 114).

Las tecnologías de información representan oportunidades y amenazas importantes para las PYMES, por lo que es recomendable que se tomen en cuenta al formularse las estrategias de la empresa (David, 2003; Dubelaar, C. Sohal, A. & Savi, V., 2005). Los adelantos tecnológicos afectan en forma drástica los productos, servicios, mercados, proveedores, distribuidores, competidores, clientes, procesos de manufactura, prácticas de mercadotecnia y la posición competitiva de las empresas (David, 2003, p. 93).

Para la adopción adecuada de tecnología de información en las PYMES, es importante analizar los flujos de liquidez futuros y los costes de oportunidad asociados a la adopción (Chang & Hung, 2006). Ante esta importante decisión, Garrido (2003, p. 115) sostiene, que el factor clave consistirá en determinar la tecnología apropiada, económica y culturalmente, con relación a los recursos disponibles de la empresa. Para ello propone las siguientes variables tecnológicas clave:

1. ¿Cuáles son las tecnologías de la organización?
2. ¿Es la tecnología un factor básico de la actividad?
3. ¿Cuál es la evolución previsible de las tecnologías?
4. ¿Es la tecnología diferente en otras organizaciones cuya actividad sea la misma?
5. ¿Qué recursos tecnológicos se requieren para lograr los objetivos de la organización?
6. ¿Cuál será el nivel y la tasa de inversiones en tecnología de la organización?
7. ¿Qué inversiones tecnológicas deberían eliminarse o reducirse?
8. ¿Cuáles son las fuentes de información acerca de los avances tecnológicos que afectan a la organización?

Ante la apertura de los mercados mundiales muchas organizaciones se ven afectadas, lo que genera una reestructuración masiva en cada sector de negocios. Por tanto, con el mercado en constante cambio, no existe la seguridad de que las empresas establezcan una ventaja competitiva de forma permanente. En los tiempos actuales ninguna empresa puede estancarse y vivir del éxito del pasado, cada día debe emprender una investigación acerca de su nuevo ambiente para competir sobre bases sólidas (Bernal, 2000, p. 6).

La globalización implica para las PYMES retos a corto y largo plazo. Para Beck (1998, p. 30) la globalización es un proceso que crea vínculos y espacios sociales transnacionales. Mientras que Barragán (2002, p. 215) define la globalización, como el hecho de que un producto puede estar formado por partes que son producidas en cualquier lugar del mundo y vendido también en cualquier parte del mundo. La implicación que se encuentra detrás del concepto se entiende, en el sentido que los factores de producción que intervienen en la elaboración del producto, presentan una movilidad extrafronteras.

De allí la importancia por aceptar y comprender el efecto de la globalización en las PYMES a fin de que desarrollen un mejor desempeño en el entorno global. Eaton (2001, p. 21) menciona, que la globalización involucra la inexorable integración de los mercados, de los países y de las tecnologías a un grado nunca antes visto, de una manera que permite a los individuos, organizaciones y países llegar más lejos en el mundo, más rápida, profunda y económicamente.

Plantear el uso de la tecnología como factor clave en la estrategia de una PYMES, requiere en primera instancia hacer mención del concepto de estrategia.

De acuerdo con Stoner (1996, p. 292), el término estrategia incluye tanto un componente de planificación como un componente de toma de decisiones o de acción. Para Porter (1996, p. 19) la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial.

La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial. Por tanto, se propone en este ensayo explorar la cultura y factores que favorecen u obstaculizan la adopción de la tecnología en las PYMES como estrategia competitiva para incursionar exitosamente en el entorno global. Según Porter (1996, p. 181), el cambio tecnológico es una de las principales guías para la competencia. Juega un importante papel en el cambio estructural de los

sectores industriales, así como en la creación de nuevas industrias. Muchas de las grandes empresas de hoy se originan en los cambios tecnológicos que fueron capaces de explotar. De todos los fenómenos que pueden cambiar las reglas de la competencia, el cambio tecnológico está entre las más prominentes.

4.2 LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN LAS PYMES

La aplicación de la tecnología en las empresas está modificando los modelos de los negocios. Sin embargo, el ritmo de evolución es distinto según el tipo de organización. Y es que muchas de ellas todavía no han iniciado el tan inminente camino hacia la transformación digital y esto puede poner en juego la supervivencia del negocio. El éxito, consiste en la capacidad de adaptación a un mundo tan cambiante como el actual.

La innovación e inclusión de la tecnología en las empresas se traduce en mejores resultados del negocio. La razón reside en la capacidad de la transformación digital para la aceleración de las actividades, los procesos, las competencias y los modelos. De esta forma, se aprovechan los cambios, el impacto y las oportunidades de dichas tecnologías de manera estratégica dentro de la compañía.

La transformación digital no trata únicamente de las innovaciones tecnológicas y su interrupción en el negocio, sino también de cómo se adoptan y utilizan estas innovaciones tecnológicas en las empresas.

Ventajas de la tecnología en las empresas

1. Tendrá mayor proyección de crecimiento para poder competir a nivel nacional e internacional.
2. Una buena herramienta tecnológica, hace que disminuya las probabilidades de errores en los procesos de una empresa.
3. Posicionará mejor su compañía y mayor visibilidad en el mercado.

4. Brindará un mejor servicio y soporte a los usuarios.
5. Garantizará la reducción de costos y el aumento de ingresos.
6. Acceder a la información desde cualquier lugar.
7. Podrá diseñar estrategias claras que le permitirá crear rápidamente modelos de información.
8. Optimizará la productividad de su empresa.
9. Será una compañía diferente que logrará concentrarse en sus objetivos implementando nuevas ideas y dando soluciones más efectivas.
10. El poder de una buena herramienta de trabajo le hará la vida más fácil, permitiéndole dedicar más tiempo a su foco de negocio y a sus asuntos personales.

Pasos para implementar una nueva tecnología en tu empresa:

1. Encontrar la verdadera necesidad

Cuando se plantea incorporar una nueva herramienta tecnológica en la empresa es necesario destacar los beneficios que ofrecerá a los colaboradores y aún más importante se debe dar a conocer. Comunicar los beneficios y las bondades que en el futuro podrán disfrutar tus colaboradores ayudará a cambiar su mentalidad ante nuevas herramientas de trabajo.

2. La innovación es para todos

Uno de los mayores temores al momento de actualizarnos son los cambios que estas nuevas herramientas traerán a nuestro ritmo de trabajo, la mejor forma de enfrentar esta problemática es trabajar en equipo, incorporar la solución entre uno de tus equipos de trabajo ayudará a medir la efectividad de la innovación dentro de tu empresa, evaluar los tiempos de adaptación y recopilar

las inquietudes más relevantes a resolver antes de aplicar el sistema en toda la compañía. Hacer estas pruebas entre grupos de trabajo específicos ayudará a mejorar la experiencia de uso y posteriormente servirá de apoyo al expandir el nuevo modelo de trabajo entre todo el personal.

3. Todo a su tiempo y medida

La capacitación es la fase crucial donde la empresa dedica mayor tiempo y esfuerzo para incorporar estas nuevas tecnologías al ritmo de trabajo actual, lamentablemente la adopción y aprendizaje de nuevos sistemas o métodos de trabajo no sigue una misma curva de aprendizaje, es necesario idear esquemas de capacitación flexibles que tomen en cuenta las capacidades de las diferentes áreas de trabajo y colaboradores que harán uso de la solución en tu empresa.

4. Hábitos y habilidad

En muchas ocasiones el enfrentarte a lo desconocido genera miedo e incertidumbre, es necesario establecer procesos claros y definidos que permitan la creación de rutinas simples, estas a su vez, facilitarán el uso correcto de las nuevas aplicaciones sin importar el nivel de conocimientos previos que posean tus colaboradores, mientras mejor se comunique más rápido se podrá adoptar una rutina que incluya el uso de la nueva tecnología creando hábitos que integren los nuevos procesos en la vida cotidiana de tu empresa, dejando a un lado las metodologías obsoletas.

Referencias

(s.f.). Obtenido de

<http://www.ptolomeo.unam.mx/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/89/A4.pdf>

(2022). Obtenido de <https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2022/la-evolucion-de-las-pymes-en-america-latina/>

Calzada, M. A. (s.f.). *ANTIGÜEDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/mendoza_moheno_jessica/la_antiguedad_de_las_pymes_y_su_relacion_con_la_competitivid.pdf

ciano, I. M. (s.f.). Obtenido de <https://aduba.org.ar/wp-content/uploads/2016/07/Pymes>.

ESPINOZA, C. (24 de ABRIL de 2023). Obtenido de <https://blog.parrotfy.com/es/blog/la-historia-de-la-creaci%C3%B3n-del-t%C3%A9rmino-pyme>

GARCIA, F. (28 de AGOSTO de 2022). *HISTORIA DE LAS PYMES Y SU IMPACTO EN LA APROBACION DE CREDITO*. Obtenido de <https://blog.socasesores.com/historia-de-las-pymes-impacto-en-aprobacion-de-credito/>

importancia de las pymes. (2020). Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/536695/Reporte-TMEC_n34-esp_20200224_

ptolomeo. (s.f.). Obtenido de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/89/A4>

RIOS, A. (8 de MARZO de 2024). Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/del-nacimiento-al-progreso-historias-de-pymes-y-el-mundo-adri%C3%A1n-r%C3%ADos-3lrx>

secretaria de economia. (30 de junio de 2009). Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/536695/Reporte-TMEC_n34-esp_20200224_

UNAM, p. (s.f.). *Generalidades de la PYMES*. Obtenido de <http://www.ptolomeo.unam.mx/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/89/A4.pdf>

Xiadany Ivette Peraza Dominguez, J. L. (2020). *ANALISIS DE LA EVOLUCION DE LAS PYMES EN MEXICO*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/39-analisis-de-la-evolucion-de-las-pymes-en-mexico.pdf>

