

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
RELACIONES INTERNACIONALES



TESIS

**Factores que inciden en la competitividad empresarial de
la industria de equipo de transporte en Nuevo León**

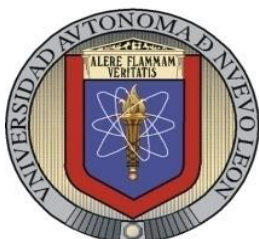
QUE PRESENTA

Alejandro Raisuli Pámanes Durán

PARA OBTENER EL GRADO DE

DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN
EN RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA

Monterrey, Nuevo León, México a 1 Noviembre de 2021



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
RELACIONES INTERNACIONALES



TESIS

**Factores que inciden en la competitividad empresarial de
la industria de equipo de transporte en Nuevo León**

QUE PRESENTA

Alejandro Raisuli Pámanes Durán

PARA OBTENER EL GRADO DE

DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN
EN RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA

DIRECTOR DE TESIS

David Horacio Garcia Waldman

Monterrey, Nuevo León, México a 1 Noviembre de 2021

Índice General

CAPITULO I: Metodología	4
1.1. Introducción	4
1.2 Antecedentes de la Investigación	8
1.3 Planteamiento del problema	13
1.3.1 Pregunta de investigación	16
1.4 Justificación	17
1.5 Objetivos	19
1.5.1 Objetivos específicos	19
1.6. Hipótesis.....	20
1.7 Marco conceptual	21
1.8 Modelo de la investigación	27
1.9 Diseño de la investigación	29
1.10 Matriz de Congruencia	35
CAPITULO II: Teorías del Comercio Internacional.....	37
Balanza Comercial	
Teorías Competitividad	
CAPITULO III: Industria Manufacturera sector Automotriz	42
CAPITULO IV: Factores de competitividad empresarial	68
CAPÍTULO V. COMPROBACIÓN CUALITATIVA	96
5.1. Introducción	96
5.2. Metodología Cualitativa	97
5.3. Análisis Cualitativo	101
5.4. Aporte Cualitativo	107
CAPÍTULO VI. COMPROBACIÓN CUANTITATIVA	108
6.1. Introducción	108
6.2. Metodología Cuantitativa	108
6.3. Validación del Instrumento Cuantitativo	110
CAPÍTULO VII. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	129
6.1. Introducción	129
6.2. Análisis y discusión de la revisión conceptual	129
6.3. Análisis y discusión de resultados cualitativos	129
6.4. Análisis y discusión de resultados cuantitativos	133
6.4.1. Análisis y discusión de resultados descriptivos	134
6.4.2. Análisis y discusión de resultados inferenciales	135
6.7. Análisis de diferencias y semejanzas de los resultados cualitativos y cuantitativos...	135
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	137
<i>Limitaciones de la investigación</i>	140
<i>Futuras líneas de investigación</i>	141
<i>Referencias</i>	142

Índice de Tablas

Tabla 1: Balanza Comercial de México 2013 – 2018	14
Tabla 2: Balanza Comercial Industria Manufacturera de México.....	14
Tabla 3. Exportación Anual de Nuevo Leon hacia Estados Unidos 2013-2019	15

Índice de Figuras

Figura 1: El circulo Virtuoso de la Innovación	57
--	----

Factores de Éxito que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León

Capítulo 1. Metodología

1.1 Introducción

La competitividad se considera un criterio clave para evaluar el éxito de países, industrias y empresas. El Foro Económico Mundial define la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad. Así mismo se puede definir como la adquisición de mayor cuota de mercado, rentabilidad, estabilidad y crecimiento a largo plazo, de esta manera se obtiene mejores índices de bienestar y calidad de vida de la población.

Ahora bien, las empresas y las industrias deben ser competitivas en los mercados nacionales e internacionales para poder sobrevivir. En la actualidad las empresas compiten en un entorno dinámico, por tanto, el éxito empresarial dependerá de aquellas que logren obtener una ventaja competitiva sobre sus competidores lo que significa crear y mantener un desempeño superior. (Mehralian y Shabaninejad, 2014).

El presente estudio se realiza con el propósito de explicar las variables que inciden en la competitividad empresarial de las industrias de equipo de transporte de Nuevo León en México, de esta manera el conocimiento expreso permitirá tanto a la academia como al sector empresarial contar con información que les permita a los decisores de las empresas tomar mejores decisiones a la hora de competir en los mercados internacionales.

La presente investigación tiene como objetivo el analizar los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León. El estudio fue llevado a cabo a través del análisis de las variables endógenas de la empresa, Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización(I).

Se tomó como base del estudio el Modelo de competitividad empresarial elaborado por Manuel Humberto Jimenez Ramirez (2006). Con el objetivo de contestar la pregunta de investigación ¿Cómo se explican los factores de éxito que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León?

Resulta importante estudiar la competitividad empresarial en el estado de Nuevo León ya que representa un 34% de las exportaciones del País (INEGI, 2018). Así mismo el sector de las industrias de equipos de transporte es el que más aporta a la balanza comercial del país, con un superávit de 102 millones 035 mil dólares en el año 2018(INEGI), representa la tercera parte de las exportaciones del estado con un valor aproximado de 12 mil millones de dólares anuales, siendo este sector uno de los de mayor ocupación y presencia en el estado de Nuevo León.

Para desarrollar esta investigación, se plantea desde una metodología mixta, que inicia con una fase cualitativa a través de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a investigadores y directivos empresariales expertos en Negocios Internacionales, con el fin de conocer su percepción acerca del fenómeno en el contexto regional y nacional, cuyo resultado sirvió de base para la confirmación de las variables del instrumento cuantitativo. Después se realiza la fase cuantitativa, donde se aplica un cuestionario tipo Likert sobre la percepción que tienen los encuestados de los factores que influyen en la competitividad empresarial de la industria de equipos de transporte en Nuevo León.

1.2 Antecedentes de la Investigación

La competitividad es un factor fundamental en las empresas ya que permiten mejorar su posición frente al mercado global, logrando que tomen buenas decisiones ante las amenazas y riesgos que puedan presentar. Además, permite que aumenten sus ingresos económicos gracias al rendimiento ofrecido a los inversores. De acuerdo con Ibarra et al 2018, es importante que las empresas incluyan la competitividad en su cultura empresarial, para que finalmente logren ser competitivas a escala nacional e internacional y puedan aprovechar el conocimiento y los recursos para obtener una mayor productividad en el mercado.

En el estudio de competitividad empresarial en Costa Rica, Lafuente et al (2019) determinan la competitividad mediante el resultado de conjuntar un total de diez pilares mutuamente dependientes que le permiten a la empresa competir eficazmente con otros agentes en el mercado, a la vez que permite ofrecer a sus clientes bienes y servicios de valor. Pilares. Capital Humano, Producto, Redes de Negocio, Tecnología, Procesos de Toma de Decisiones, Estrategias Competitivas, Marketing, Mercado Interno, Internacionalización, Presencia Online.

El estudio de “competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California” Ibarra et al (2017) toma como base 8 dimensiones para la determinación de competitividad empresarial planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de calidad, comercialización, finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información.

En este orden de ideas, Saavedra (2012) diseñó una metodología para la determinación de la competitividad en las PYMES Latinoamericanas, con la finalidad de determinar el nivel de competitividad de éstas, fundamentadas en el mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Martínez, Charterina y Araujo (2010), quienes desarrollaron un modelo explicativo de la competitividad empresarial a partir de factores internos a la empresa, desde la visión de la empresa basada en recursos (VBR-España).

Estas metodologías incluyen factores de competitividad tales como: Planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, capacidades directivas, marketing, calidad, sistemas de información e innovación, complementando con los indicadores de gestión tanto internos como externos basados en el enfoque de competitividad sistémica. Sin embargo, este trabajo tomará como base el estudio realizado por Manuel Jimenez Ramirez (2006) que engloba los pilares comentados en los estudios anteriores para definir 6 variables principales en la medición de competitividad empresarial.

El estudio de factores de competitividad empresarial elaborado por Ramirez Molina (2018). Estable que los principales factores de la competitividad empresarial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología. Se recomienda diseñar estrategias gerenciales para fortalecer los recursos técnicos y procedimientos empleados para el sector productivo, donde se promueva en la organización actitudes a favor de la visión estratégica, dirigidas a implementar las mejores prácticas específicas de gestión humana, generando efectos positivos en el desempeño del talento humano.

Flores y González (2009) al analizar las pymes de Morelia determinaron que la competitividad se asocia principalmente con los factores de relaciones con el exterior y la calidad de los productos; mientras que los factores recursos humanos y tecnología tienen menor grado de influencia. Martínez, Palos, León y Ramos (2013), señalan que los factores más importantes para la competitividad de las pymes en San Luis Potosí son la mercadotecnia, capital humano, política de costos y relación con proveedores. De igual manera se suman los estudios de Vázquez, Guerrero y Núñez (2014), para los estados de Aguascalientes, Colima, Jalisco y Querétaro, destacando el factor de tecnologías de la información. Mientras que los factores de planeación estratégica, innovación en productos, procesos y gestión, así como la tecnología presentaron una correlación positiva con respecto al éxito competitivo en las pymes del estado de Hidalgo (Estrada et al., 2009).

Adicionalmente, la investigación de Saavedra y Milla (2012) sobre la competitividad a nivel micro de las mipymes del estado de Querétaro, arrojó que en las ocho dimensiones se presentan bajos niveles de competitividad en las empresas del sector industrial; sin embargo, logran destacar los subsectores de industria química, de plástico y hule, así como el de industria metálica básica; en contraste, el de industria alimentaria fue el menos competitivo.

De esta manera, se puede apreciar cómo los aspectos tecnológicos, la innovación, la calidad de los productos, el capital humano y la comercialización juegan un papel trascendental en el nivel de competitividad y éxito en las empresas de este país.

Analizado lo anterior, y con el propósito de determinar qué dimensiones de las ya mencionadas influyen sobre la competitividad empresarial de las pymes manufactureras, en esta investigación determine las siguientes variables: Gestión Gerencial(GG), Gestión Comercial(GC), Gestión Financiera(GF), Gestión de Producción(GP), Ciencia y Tecnología(CT), Internacionalización(I).

1.3 Planteamiento del Problema

Actualmente las empresas se encuentran en entornos cada vez más dinámico y competitivos, por tanto, exigen de mayores niveles de eficiencia y competitividad.

Tabla 1. Balanza Comercial de México 2013 – 2018(millones de dólares)

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones	\$380,015.10	\$396,911.70	\$380,549.70	\$373,939.20	\$409,494.20	\$450,684.50
Importaciones	\$381,210.20	\$399,977.30	\$395,232.20	\$387,064.50	\$420,369.20	\$464,302.40
Total	-\$1,195.10	-\$3,065.60	-\$14,682.50	-\$13,125.30	-\$10,875.00	-\$13,617.80

Nota. Elaboración propia. Datos tomados de “Balanza Comercial”, por INEGI(2019).

En la tabla 1 se observa que del 2013 al 2018 México ha tenido déficit en la balanza comercial.

Tabla 2 Balanza Comercial – Industria Manufactureras. Cifras acumuladas (millones de dólares).

Año 2018 Miles de Dolares	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
31-33 Industrias manufactureras	711,636,125	631,288,878	80,347,247
311 Industria alimentaria	19,008,875	22,774,916	-3,766,041
312 Industria de las bebidas y del tabaco	11,393,241	4,262,554	7,130,687
313 Fabricación de insumos textiles y acabado de textiles	1,455,371	2,538,695	-1,083,324
314 Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir	805,053	809,199	-4,146
315 Fabricación de prendas de vestir	6,428,907	3,782,761	2,646,146
316 Curtido y acabado de cuero	1,563,691	1,349,770	213,921
321 Industria de la madera	468,421	855,178	-386,757
322 Industria del papel	3,287,874	8,952,458	-5,664,584
323 Impresión e industrias conexas	1,620,759	1,829,521	-208,762
324 Fabricación de productos derivados del petróleo y del carbón	4,737,621	55,524,780	-50,787,159
325 Industria química	23,124,003	44,106,461	-20,982,458
326 Industria del plástico y del hule	18,690,137	22,092,756	-3,402,619
327 Fabricación de productos a base de minerales no metálicos	6,444,247	5,387,717	1,056,530
331 Industrias metálicas básicas	20,698,737	13,332,438	7,366,299
332 Fabricación de productos metálicos	16,783,799	21,776,196	-4,992,397
333 Fabricación de maquinaria y equipo	33,415,089	20,429,196	12,985,893
334 Fabricación de equipo de computación, comunicación.	129,065,948	119,801,593	9,264,355
335 Fabricación de accesorios, aparatos eléctricos y equipo de generación de energía eléctrica	45,927,016	27,146,149	18,780,867
336 Fabricación de equipo de transporte	329,479,080	227,443,620	102,035,460
337 Fabricación de muebles, colchones y persianas	5,078,919	3,321,654	1,757,265
339 Otras industrias manufactureras	32,159,333	23,771,268	8,388,065

Nota. Elaboración propia. Datos tomados de “Balanza Comercial”, por INEGI(2019).

Con la información ilustrada en las tablas 1 y 2 se observa que la balanza comercial en México los últimos años ha sido negativa, sin embargo, el sector manufacturero ha tenido balances positivos siendo la industria de equipo de transporte la que más ha aportado a este comportamiento positivo, convirtiéndola en una industria competitiva a nivel internacional.

Este estudio encuentra su núcleo y fundamento en que existe en Nuevo León una asimetría en la balanza comercial de la industria manufacturera generada por la disparidad en las ventajas competitivas de las industrias de dicho sector.

El propósito del estudio es identificar y explicar los factores que inciden en la competitividad empresarial de las industrias de equipo de transporte en Nuevo León (México). Para poner en contexto la percepción de expertos y ejecutivos-; de esta manera determinar la relación entre estos factores.

1.3.1 Pregunta de Investigación

Es así que la pregunta de investigación es: ¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León?

1.4 Justificación

Como se ha descrito en los antecedentes de este estudio, México en los últimos años ha tenido déficit en su balanza comercial, siendo la industria manufacturera y en específico la industria de equipo de transporte la que ha apoyado a la balanza comercial de manera positiva. Hay carencia de industrias competitivas en el país.

Existen estudios previos del análisis de competitividad empresarial que aportaran a nuestra investigación, sin embargo, falta seguimiento a estudios descriptivos que aporten al incremento de esta información en el estado de Nuevo Leon.

Es así como la importancia del presente estudio reside en la aportación específica de información que enriquecerá a los dueños de empresas, ejecutivos y sector gobierno a conocer los factores que influyen en la competitividad empresarial y los apoye en la toma de decisiones para el bien de las empresas y del país con Políticas Publicas. Les dará la oportunidad de poder enfocar sus esfuerzos en los valores agregados para lograr la competitividad empresarial.

Asimismo, este estudio representa un incremento sustancial en la construcción de un conjunto de literatura científica que se enfoca específicamente en los factores que benefician la competitividad empresarial de la industria en Nuevo Leon.

El tener industrias competitivas además de fortalecer sus capacidades y su competitividad, permitirá avanzar en modelos de producción y negocio que tengan una aportación más grande de valor social para tener la capacidad de hacer frente a retos globales como el cambio climático, el uso de los recursos naturales, la mejora de las capacidades tecnológicas y de innovación, la formación o los nuevos puestos de trabajo en beneficio del estado de Nuevo Leon y del País.

1.5 Objetivos

Identificar y explicar los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

1.5.1 Objetivos Específicos

Del Objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos para esta investigación:

Determinar la relación de la Gestión Gerencial(GG) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

Determinar la relación de la Gestión Comercial (GC) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

Determinar la relación la Gestión Financiera (GF) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

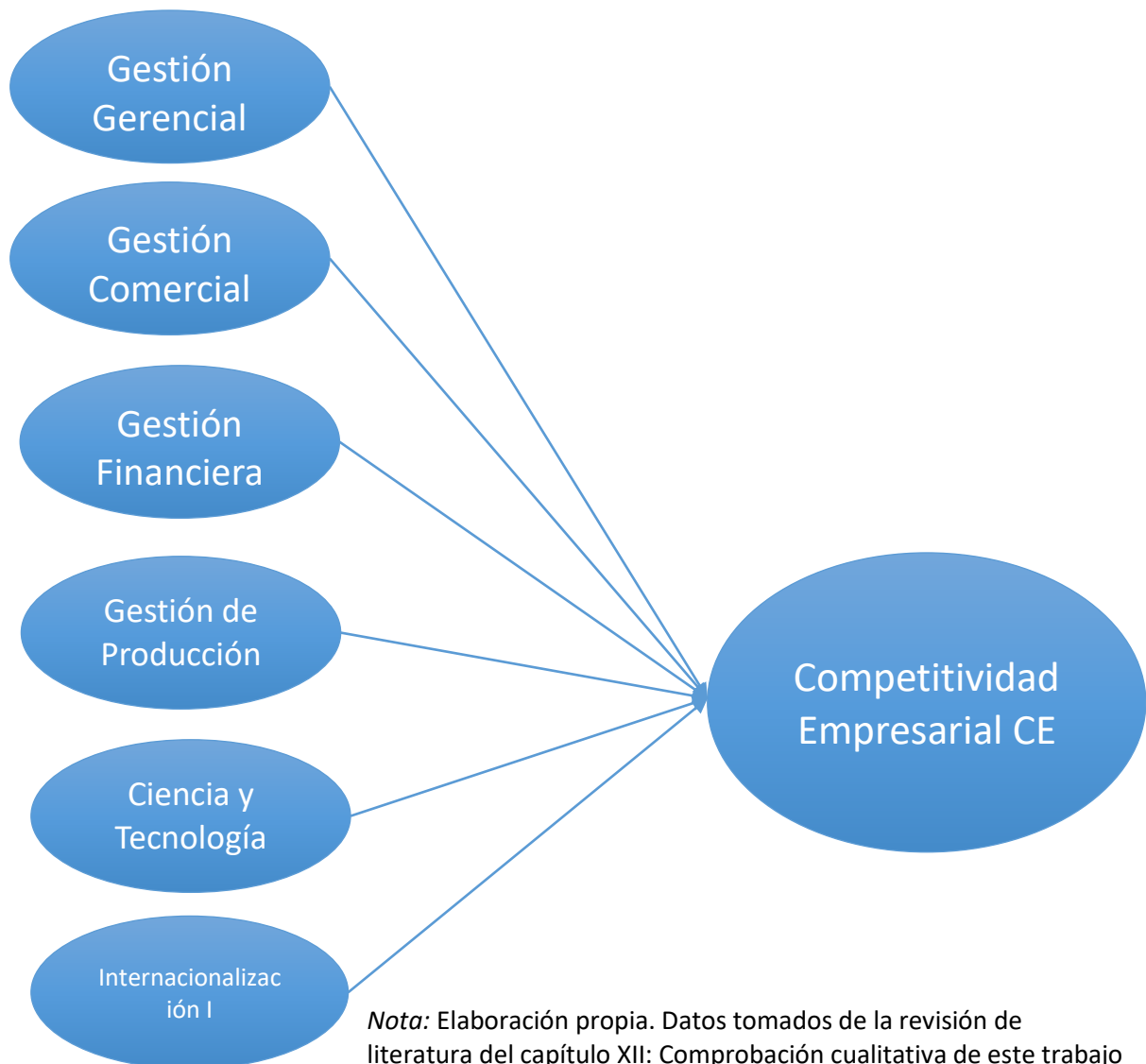
Determinar la relación de la Gestión de Producción(GP) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

Determinar la relación de la Ciencia y Tecnología(CT) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

Determinar la relación de la internacionalización(I) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.

1.6 Hipótesis

La Hipótesis principal del trabajo busca responder a la pregunta de investigación, es decir Los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León son: Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización (I).



Nota: Elaboración propia. Datos tomados de la revisión de literatura del capítulo XII: Comprobación cualitativa de este trabajo de tesis.

1.7 Marco Conceptual

Toda investigación debe realizarse dentro de un marco de referencia el cual se explica mediante un conocimiento previo, se identifica la investigación dentro de una teoría, investigación, enfoque.

Los continuos déficits que México tiene en su balanza comercial han restringido su tasa de crecimiento económico. El incremento de la competitividad afecta de manera positiva a las exportaciones y a las importaciones les permite reducir el volumen importado ya que hay buena oferta interna. En una balanza comercial se reflejan sus exportaciones e importaciones de mercancías que se realizaron durante un periodo determinado. Los primeros registros de que se conocen sobre la medición de la balanza comercial, datan de la Época Colonial y respondían a la necesidad de llevar un control sobre las exportaciones e importaciones, con el fin de establecer las tasas impositivas al comercio exterior.

Competitividad

La competitividad puede definirse como el grado de efectividad y la capacidad de la empresa para enfrentarse a sus competidores gracias a su “competencia” interna para procesar información y producir bienes o prestar servicios. Existen autores que asocian la competitividad con la productividad y la usan como sinónimo, esto se debe a que la competitividad es efectiva en la generación de beneficios en términos productivos y económicos para la organización al igual que la productividad. La competitividad también se define como la capacidad que tienen las empresas para permanecer como tales en un mercado libre, lo que implica su posición relativa en el mercado (Chauca Malásquez, 2003).

Revisando modelos para la medición de la competitividad, se encontraron tres trabajos que se adaptan a las necesidades de la región: El primero el modelo Manuel Humberto Jiménez Ramírez (Jiménez Ramírez, 2006) quien presenta un modelo micro para las empresas en Bogotá y Cundibamarca, el segundo se refiere a el libro compilado por la Dra. María Luisa Saavedra García denominado “Hacia la determinación de la competitividad de la Pyme Latinoamericana” (Saavedra García) donde se revisaron los factores que determinarían para medirla en algunas regiones de Latinoamérica, y el tercero el de “Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera moreliana” del Dr. Pablo Manuel Chauca Malásquez (Chauca Malásquez, 2003).

Solleiro y Castañón (2005) consideran que la competitividad es un concepto complejo y puede ser estudiado desde diferentes enfoques y disciplinas; por lo cual no es posible establecer una definición única; en parte debido a que su utilidad reside en identificar vías para fomentar empresas que contribuyan a elevar los niveles reales de bienestar. Sin embargo, a continuación, presentamos algunos conceptos:

La *competitividad* es definida como el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda (Dussel, 2001).

La competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros (Padilla, 2006).

La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su población a largo plazo (OCDE, 1996).

El concepto de *competitividad* involucra componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad de un país está claramente determinada por la habilidad de sostener sus

niveles de ingreso, también es uno de los determinantes centrales de los rendimientos de la inversión, el cual es uno de los factores clave para explicar una economía en crecimiento (World Economic Forum, 2009).

Es necesario establecer que *competitividad* y *productividad* no tienen el mismo significado, se puede decir que son complementarios, ya que para que exista competitividad se requieren bases sólidas de productividad en una economía (Suárez, 2005). Así también, de acuerdo con lo expresado en los conceptos anteriores, la competitividad es un elemento necesario para el desarrollo de una nación.

De acuerdo con Abdel y Romo (2004), existe un conjunto de estudios iniciales sobre la competitividad que estuvieron enfocados al análisis del débil desempeño de las empresas estadounidenses con respecto a las de otros países, en especial Japón, en sectores dominados tradicionalmente por los norteamericanos. Estudios más recientes se concentran en el uso de políticas gubernamentales en el nivel microeconómico para fomentar el desarrollo de las empresas que pertenecen a un sector en particular; así es entonces como surge la preocupación por la competitividad empresarial, cuyos aspectos veremos a continuación.

Competitividad empresarial

Porter (1990) y Krugman (1994) han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones; a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en este; por lo tanto, son estas la base de la competitividad. A continuación, revisaremos algunos conceptos de competitividad empresarial.

"Es la capacidad de una empresa para, rivalizando con otras, alcanzar una posición competitiva favorable que permita la obtención de un desempeño superior a las empresas de la competencia" (Rubio & Aragón, 2006). Para Lall, Albadalejo y Mesquita (2005), el concepto de competitividad proviene de la bibliografía sobre administración de empresas, y viene a ser la base para el análisis estratégico empresarial;

"Las compañías compiten para captar mercados y recursos, miden la competitividad según su participación relativa en el mercado o su rentabilidad y utilizan la estrategia de la competitividad para mejorar su desempeño".

Respecto a la rentabilidad, este requisito para ser competitiva lo señala también la Industry Canadá, como vemos a continuación:

Una empresa es competitiva si es rentable. Lo cual implica que su costo promedio no excede del precio de mercado de su producto. Así también, su costo no excede del costo promedio de sus competidores. Si no es así, entonces implica que tiene una productividad más baja o paga precios más elevados por sus insumos, o por ambas razones (Industry Canadá 1995, citado en Solleiro & Castañón, 2005).

Solleiro y Castañón (2005) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.

La competitividad de las empresas depende de factores en tres niveles: el primer nivel es la competitividad del país, que incluye variables como la estabilidad macroeconómica, la apertura y acceso a mercados internacionales o la complejidad de la regulación para el sector empresarial; el segundo nivel se refiere a la infraestructura regional; un tercer nivel que explica la competitividad de las empresas tiene que ver con lo que ocurre dentro de la propia empresa (Cervantes, 2005).

La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico (Abdel & Romo, 2004).

Recurriendo los conceptos anteriores tenemos que la competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional.

Cuando nos referimos a "competitividad" no podemos dejar de lado el trabajo de Porter (1990), quien se refiere a la "Ventaja competitiva" como la clave de la competitividad. Porter (1990) marcó la separación de los enfoques tradicionales basados en el concepto de ventajas comparativas haciendo énfasis en que mientras que las ventajas comparativas se heredan, las ventajas competitivas se crean. A este respecto, estudios empíricos (Cepal, 2001) señalan que rara vez se ha generado un crecimiento sostenido basado puramente en factores heredados; este se ha generado más bien por: la vinculación de factores y actividades tales como las estrategias empresariales y la estructura del rival; la existencia o inexistencia de industrias de apoyo; las condiciones de los factores mismos, como la disponibilidad de mano de obra calificada o infraestructura adecuada y las condiciones de la demanda.

Sin embargo, el diamante de Porter (1990) sigue vigente y es usado hoy en día por corporaciones y organismos internacionales, más cuando se refuerza con su nueva extensión de competencia ambiental, el cual ha sido incluso estilizado por quienes forjan las políticas de la pyme (Paz, 2002).

De este modo, hemos pasado de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva (aunque estos no se excluyen, sino que se complementan), a la cadena productiva y la revisión del entorno, a la noción de competitividad sistémica, de regionalización, *clusters* y territorios competitivos.

Esta evolución nos permite enfrentar nuevos retos: globalización, internacionalización y desregulación de mercados; aplicar nuevas estrategias basadas en la gestión tecnológica, la gestión del conocimiento, la cooperación; a ver el mercado no solo como local sino también aventurarse al mercado internacional y sus exigencias (Martínez & Álvarez, 2006).

Al respecto Krugman ha mencionado que no es válido tratar a una empresa y a una nación en forma indistinta, en especial en lo referente al tema de la competitividad. La obsesión por la competitividad lleva a posturas equivocadas y peligrosas y a resultados simplistas (Krugman, 1994). Entonces surge la necesidad de involucrar a todos los actores que tienen influencia en la competitividad; de este modo desarrollaremos más adelante el enfoque de competitividad sistémica.

Innovación

Así, un factor de innovación necesario en el modelo para el desarrollo sustentable, es lograr el trabajo creativo de manera sistemática en las organizaciones, y esto como lo dice Humberto Jiménez (Jiménez Ramírez, 2006), se refiere al mejoramiento en los procesos de negocios, y se refiere a mejorar o en algunas organizaciones a introducirse en procesos para mejorar su gestión con sustentabilidad. Desde esta perspectiva El Desarrollo sustentable significa buscar progreso y el progreso se logra en forma muy significativa, generando riqueza, multiplicando el capital y logrando una buena distribución del mismo. Por lo tanto, buscar el progreso de forma responsable, preservando los recursos naturales y el medio ambiente para generaciones futuras, y generando la suficiente riqueza para que estas empresas sean sostenibles económicamente y puedan generar empleo y un beneficio social en su entorno directo (socios, accionistas, proveedores, empleados, en general los Stakeholders) debe ser la meta de las Organizaciones y desde las IES se debe influir en este concepto.

Modelo de Investigación

Epistemología del Método Mixto

La utilización de métodos mixtos satisface los requisitos del rigor sistemático, en consonancia con los interpretativistas existen múltiples realidades, y que los individuos perciben, entienden, experimentan y dan sentido a la realidad de maneras diferentes según la formación y las experiencias únicas de cada individuo. La metodología mixta utiliza la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos en los métodos que forman parte del estudio, puede responder a preguntas que otros paradigmas no pueden, al combinar enfoques se verifican los descubrimientos del otro enfoque, permite responder simultáneamente preguntas explicativas y confirmativas, y proveer inferencias más sólidas ya que los datos son observados desde múltiples perspectivas (Pole, 2009).

Hernández, Fernández y Baptista (Citados en Pereira 2011) argumentan que la complejidad aumenta en este diseño de estudio; pero incluye todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

Agrega Mertens (2007), considera que una misión del investigador es la comprensión del mundo complejo, por lo que ello requiere recurrir a quienes experimentan o viven el fenómeno, así como las diversas construcciones sociales sobre el significado de los hechos y significados.

Cuadro 1.
Clasificación del Método Mixto

Autor	Clasificación	Descripción
Pereira (2011)	cual→ CUAN	La simbología utilizada, ha de interpretarse de la siguiente manera: +: Significa que el método secundario se está utilizando simultánea o concomitantemente en el mismo período de recolección de datos. →: Indica que el método secundario se utilizó posterior

			a la recolección de los datos primarios. Mayúscula: señala el método o enfoque que tiene priorización en el diseño. Cual: se refiere al enfoque o métodos cualitativos. Cuan: se refiere al enfoque o métodos cuantitativos.
Johnson y Onwuegbuzie (2004), Onwuegbuzie y Leech (2006)	Método mixto Secuencial: Cual→CUAN		Al utilizarse en una etapa o fase de la investigación los métodos cuantitativos y los cualitativos en otra.
Rocco et al. (2003)	Tipo I: Investigación confirmatoria, con datos cualitativos y análisis estadístico.		
Creswell (2008)	Estrategia secuencial exploratoria		Los resultados cuantitativos los usa para explicar los cualitativos, el orden es cualitativo con análisis, seguido de cuantitativo con análisis, el énfasis es explorar un fenómeno.

Fuente: Elaboración propia (2021) con base en Pereira (2011); Johnson y Onwuegbuzie (2004), Onwuegbuzie y Leech (2006); Rocco et al. (2003); Creswell (2008).

Cuadro 2.

Operacionalización del método mixto

Elemento	Cuestionamiento	Posibilidades
Temporalidad	¿En qué momento intervienen los métodos?	Secuencialidad. Existen herramientas que hacen intervenir primero el método cualitativo para dar paso a la construcción del cuestionario cuantitativo.
Ángulo prioritario	¿Existe un método dominante?	Cual/CUANT: dominante cuantitativa.

Función	¿Cuáles son los objetivos de cada uno de los métodos empleados?	Informar al otro método.
Fases de intervención	¿En qué fase intervienen los dos métodos?	Análisis de los resultados.
Datos	¿Cuántos tipos de datos genera el método mixto?	Bi-dato: hay dos tipos de datos comparables los cualitativos en Nvivo y los cuantitativos en PLS y SPSS.

Fuente: Elaboración propia (2021) con base en Nuñez Moscoso (2017).

Desde la necesidad los métodos cualitativos y cuantitativos para la explicación del fenómeno de la competitividad empresarial. Con respecto a la operacionalización del método se destaca la utilización del método Cuantitativo (cual/CUAN) que es complementado con la técnica cualitativa.

En una primera etapa presencial (cualitativa) y una segunda etapa a distancia (cuantitativa), se operaron de forma secuencial; primero la cualitativa para dar paso a la cuantitativa, de modo que la parte cualitativa informa a la parte cuantitativa las dimensiones de las variables que se diseminan en el cuestionario cuantitativo así como se establece un contexto del panorama del fenómeno en la región de Nuevo Leon y por complementariedad ambas participan de la interpretación y teorización de los datos.

En términos de desarrollo de la investigación, el estudio empírico comprende las siguientes fases:

Fase 1, parte cualitativa (F1): fue ideada para la contextualización del fenómeno las particularidades que notaban los expertos en comercio internacional acerca de la competitividad empresarial en Nuevo Leon pensada para la lograr la confirmación de variables y sus respectivas dimensiones.

Fase 2, parte cuantitativa (F2): su objetivo era obtener contacto directo con los ejecutivos de empresas de transporte quienes son los que viven el fenómeno de competitividad empresarial estudiando el nivel de influencia de las variables asociadas por los expertos consultados en la fase cualitativa.

Fase 3, modalidad de desarrollo (F3); Su objetivo es realizar el análisis estadístico con base en los datos obtenidos en la fase 2 (regresión lineal) realizada para obtener el modelo de correlación entre las variables.

Fase 4, modalidad de complementariedad (F4); el objetivo de esta fase era la confrontación de los datos obtenidos en las fases anteriores, entendiendo la diferencia entre los datos de las fases cualitativa y cuantitativa (bi-dato) que retratan desde perspectivas específicas la diversificación de exportaciones.

Fase 5, interpretación y teorización (F5); en esta última fase se pasó a la interpretación de los datos con el objetivo de comprobar la hipótesis de investigación, para realizar un modelo teórico que integre lo descrito cualitativamente como lo descrito cuantitativamente.

Cuadro 2.

Fases de la parte empírica

Entrevista Presencial (Cualitativa)			Encuesta a distancia (cuantitativa)		
Expertos	Objetivo	Herramienta	Dispositivo restringido	Objetivo	Herramienta
	Dar cuenta del contexto de la competitividad empresarial Primera aproximación al contexto	Entrevistas semiestructuradas		Pensar la pertinencia de las herramientas de recolección de datos.	Cuestionario likert a distancia dirigido a ejecutivos de comercio exterior
Ejecutivos de empresas de transporte	Confirmar las variables estudiadas	Entrevistas semiestructuradas	Dispositivo extenso	Construir una muestra representativa Primera aproximación al fenómeno en la empresa	Cuestionario Likert a distancia dirigido a ejecutivos de comercio exterior

Fuente: Elaboración propia (2021) con base en Nuñez Moscoso (2017).

La primera parte busca identificar factores comerciales, financieros, tecnológicos, gerenciales y de producción que inciden en la competitividad empresarial de industrias de transporte en Nuevo Leon, aportando la identificación y confirmación de las variables y sus dimensiones y contribuyendo a preparar las herramientas de recolección de datos para la fase cuantitativa.

La segunda parte se concentra en los ejecutivos de empresas de transporte y tiene por objetivo el levantamiento de una muestra representativa de este tipo de empresas. Por otra parte, la encuesta a distancia es de carácter cuantitativo y busca la profundización del objeto de investigación, permitiendo una descripción fina y una comprensión de la competitividad empresarial.

En cuanto a las herramientas de recolección de datos empleadas pertenecen a dos tipos deferentes:

- Cuestionarios, tipo Likert: Es una escala socio-métrica, forma especial de cuestionario caracterizado porque las respuestas a las preguntas tienen asignado un valor numérico, permitiendo codificar la información obtenida y medir las respuestas obtenidas. La escala tipo Likert, es aditiva con un nivel ordinal, la componen ítems ante los cuales se solicita la reacción del encuestado con el objetivo es situar la favorabilidad, proposición o afirmación ante una actitud relacionada al asunto estudiado (Fabila et al, 2012, p.33).

- Entrevistas semi estructuradas: La entrevista es un instrumento técnico cualitativo que toma la forma de un dialogo coloquial entre el investigador y el sujeto estudiado. Las semiestructuradas parten de preguntas planeadas, que se ajustan a los entrevistados permiten motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos (Díaz-Bravo et al, 2013, p. 163).

Estas herramientas fueron seleccionadas y empleadas de acuerdo con la afinidad con los objetivos y principios de cada método, reservando los cuestionarios para la entrada cuantitativa y las entrevistas para la entrada cualitativa.

1.9 Diseño de la investigación

Enfoque

El enfoque investigativo del presente estudio es mixto, ya que en el se hace recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos en el mismo estudio, los cuales permiten responder los objetivos y pregunta de investigación.

En este se triangula la información proveniente de ambos métodos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, 534). Su bondad radica en que a través de este se puede explicar de manera más completa un fenómeno social estudiándolo desde más de un punto de vista al utilizar datos cualitativos y cuantitativos (Cohen, Manion y Morrison, 2007).

El alcance de la investigación es correlacional consiste en relacionar y describir los factores que influyen en la competitividad de la industria de Equipos de Transporte en Nuevo Leon. La investigación busca entender a través de las variables el porqué de la competitividad de esta Industria equipos de transporte.

Hace un análisis de varianza de las variables para conocer que variables influyen en la competitividad de la industria de Equipos de Transporte de Nuevo Leon.

Se plantea una investigación empírica con el fin de responder a la pregunta de investigación para lo cual se plantean la hipótesis. Dicha hipótesis tiene como propósito identificar las variables que inciden en la competitividad de la industria de equipos de transporte en Nuevo Leon.

Mediante un estudio explicativo se trata de entender el comportamiento de la variable endógena o dependiente que es la competitividad empresarial, en función de un conjunto de variables independientes.

El objetivo de este análisis es la obtención de un modelo que ayude a comprender la influencia de este conjunto de variables en la competitividad empresarial.

El diseño de la investigación es no experimental, se carece de control de las variables, es decir no se manipularán deliberadamente variables independientes para ver su efecto sobre otras variables, sino que se observara el comportamiento como se da en su contexto natural para su análisis, es de transaccional ya que el propósito del diseño es comenzar a conocer las variables, es decir es una exploración inicial en un momento específico.

Las variables que serán parte de la investigación para entender el comportamiento de la competitividad empresarial son:

- Competitividad Empresarial(v1)
- Gestión Gerencial (v2)
- Gestión Comercial(v3)
- Gestión Financiera(v4)
- Gestión de Productividad(v5)
- Ciencia y Tecnología(v6)
- Internacionalización(v7)

El modelo por generar trata de entender el comportamiento de la competitividad empresarial(v1) en función de las variables independientes.

El muestreo es no probabilístico, ya que la elección de los elementos no depende la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación (Johnson, 2014, Hernandez-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b).

La investigación se realizará mediante la explicación de las variables antes mencionadas y la revisión de teorías señaladas en el marco teórico.

En primer lugar, se realizará un estudio cualitativo, es decir se sentarán las bases teóricas con el objetivo de dar una explicación más específica sobre la competitividad empresarial, para esto se utiliza una metodología cualitativa, con alcance analítico, de corte transversal, no experimental, utilizando como instrumento el cuestionario estructurado y guión no estructurado y la técnica cualitativa y cuantitativa. La población de referencia serán empresas y entidades gubernamentales de la política comercial.

Cualitativas

Entrevista a profundidad, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (Sampieri, 2014).

Se aplicaron entrevistas abiertas a expertos de negocios internacionales y se codificaron utilizando la herramienta N-Vivo en lista de nubes.

Cuantitativas

Encuestas por ser una técnica ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (Sampieri, 2014).

Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual.

En términos generales, estos métodos utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí (Grinnell, 1997): 1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos. 2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas. 3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento. 4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis. 5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

Con base a los resultados de las entrevistas y a estudios previos se construyó el cuestionario que será aplicado como muestra al Claut automotriz de Nuevo Leon, con la finalidad de capturar la información y determinar las correlaciones entre las variables con el uso de la herramienta PLS.

Fuentes de información Primarias

Es fundamental el uso de un guion semiestructurado a expertos de negocios internacionales, industria automotriz y empresa, así como un cuestionario estructurado aplicado a los ejecutivos de comercio exterior del Claut automotriz de Nuevo León como medio de recolección de información directa y contractual.

Fuentes de información Secundarias

Con el objeto de entender el problema se realiza una recopilación de fuentes secundarias principalmente de bases de datos como trade map, observatorio de complejidad económica, Claut automotriz, data Nuevo León. De igual forma se consideraron informes nacionales, organizaciones multinacionales, artículos de investigación científica.

Matriz de Congruencia

Problemas de Investigación	Preguntas de Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Marco Teórico	Hipotesis	Variables	Método	Instrumentos de Medición
El problema de investigación es que tenemos un déficit a nivel nacional en la balanza comercial, siendo la industria manufacturera la única que tiene superávit. Dentro del sector de manufactura es la industria de transporte la que más aporta para tener superávit en esta industria. La industria manufacturera tiene un superávit sin embargo al interior hay una inconsistencia entre las mismas industrias manufactureras ya que algunas tienen un déficit comercial	¿Cuales son los factores de que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León?	Identificar y explicar los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.	<p>Determinar la relación de la Gestión Gerencial(GG) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.</p> <p>Determinar la relación de la Gestión Comercial(GC) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.</p> <p>Determinar la relación la Gestión Financiera(GF) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.</p> <p>Determinar la relación de la Gestión de Producción(GP) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.</p> <p>Determinar la relación de la Ciencia y Tecnología(CT) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.</p>	<p>Competitividad(CE): Sollerio y Castañon(2005). Dussel(2001). Padilla(2006). Abdel y Romo(2004). Chauca Malásquez(2003). Jimenez Ramirez(2006). Porter(1990). Krugman(1994).Rubio & Aragon(2006).Lall et all(2005). Cervantes(2005). Paz(2002). Martinez y Alvarez(2006). McFetriidge(1995). Flores(2009).</p> <p>Gestion Gerencial(GG): Leyva et all(2017). De mause(2011). Emonet(2015). Einsman(2012). Spendlove(2007). Hudson(2007). Garrido(2003). Thompson(2004). Lloyd(2002). Longenecker(2009). Moya(2015). Jimenez(2011). Calderon(2010). Barney(1998).</p> <p>Gestión Comercial(GC): Castañon(2011). Palmar(2014). Koots(2012). Moya(2014).</p> <p>Gestión Financiera(GF): Castañon(2011). Lawrence(1991)</p> <p>Gestión de Producción(GP): Diaz(2007). Martinez(2010). Ruiz(2013). Torres(2005). Deymor(2011). Kotler(2009).</p> <p>Ciencia y Tecnología(CT): Dosi(1990). Kreitner(2007). Sepulveda(2019).</p> <p>Internacionalización(I): Welch(1999). Hit(2016).</p>	Los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León son: Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización (I).	1. Gestión Gerencial (GG); 2. Gestión Comercial (GC); 3. Gestión Financiera (GF); 4. Gestión de Producción (GP); 5. Ciencia y Tecnología (CT); 6. Internacionalización (I). 7- Competitividad Empresarial(CE)	Método Mixto: (Entrevistas y Encuestas)	<p>Técnicas Cualitativas (Revisión Documental y Entrevista): Fichas bibliográficas y Cuestionario Semi-estructurado.</p> <p>Técnicas Cuantitativas (Encuesta): Cuestionario estructurado.</p>

			Determinar la relación de la internacionalización(I) con la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León.					
--	--	--	---	--	--	--	--	--

Capítulo II: Teorías del Comercio Internacional

2.1 Introducción

El presente capítulo tuvo como objetivo ilustrar las principales teorías que soportan el comercio internacional. Permite el entendimiento de las bases fundamentales del comercio entre países y empresas.

Existen varias teorías sobre el comercio internacional que han tratado de explicar su comportamiento de acuerdo con las características del contexto en cuestión. Dentro de las principales se encuentran:

1. Teoría económica
2. Teorías sobre Comercio Exterior
3. Teoría Mercantilista
4. Ventaja Absoluta
5. Ventaja comparativa
6. Modelo Hecksched – Ohlin
7. Teoría del ciclo de vida del producto
8. Teoría del equilibrio y comercio internacional
9. Teoría de la localización
10. Nuevas Teorías. (Olivares, 2014).

Proteccionismo

El proteccionismo, teoría económica utilizada por los mercantilistas tenía por objetivo lograr una balanza comercial favorable. Es decir, una balanza comercial positiva, que se expresa mediante el excedente de las exportaciones sobre las importaciones. Se obtenía, pagos netos recibidos del resto del mundo en forma de oro y plata, mismos ingresos, contribuían a un mayor gasto, y a un aumento en la producción nacional y el empleo.

Con el objeto de promover una balanza comercial favorable los mercantilistas abogaron por una regulación gubernamental del comercio tales como aranceles, cuotas y otras políticas comerciales; fueron propuestas por ellos para minimizar las importaciones con el fin de proteger la posición comercial de una nación (Carbaugh, 2009).

Aperturismo

La corriente mercantilista sufrió varias críticas, principalmente porque basaba sus ganancias en los juegos suma cero esto implica que unos países ganan mientras otros pierden. Adam Smith, principal exponente de la teoría clásica, y defensor del libre comercio en su libro la riqueza de las naciones en 1776 señala que el comercio internacional permite a las naciones aprovechar la especialización y la división del trabajo, que aumenta el nivel general de productividad dentro de un país y, por tanto, incrementa la producción mundial (riqueza). El punto de vista de Smith acerca del comercio sugirió que ambos socios comerciales podrían disfrutar al mismo tiempo de mayores niveles de producción y consumo gracias al “free trade” (Carbaugh, 2009). Smith, abordó el principio de la ventaja absoluta; es decir, utilizar menos trabajo para fabricar una unidad de producción, donde explicaba que en un mundo de dos naciones y dos productos, la especialización internacional y el comercio serían beneficiosos aun cuando una nación tenga una ventaja de costo absoluta en un producto, y la otra nación tenga una ventaja comparativa en el otro producto.

Modelo Ricardiano

Por otro lado, el modelo clásico ricardiano basado en la productividad del trabajo y ventaja comparativa asume que las ganancias del comercio exterior aumentan cuando cada país se especializa en la producción del bien en que tiene una ventaja comparativa. “Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que lo es en otros países”.(Krugman , Obstfeld , & Melitz, 2012). Para ilustrar, esta teoría ponemos de

referente a Colombia y Estados Unidos; el primero conocido por tener una ventaja comparativa en la producción de rosas de invierno, y segundo en la producción de PC. Según el modelo ricardiano, el nivel de vida puede aumentar en estos dos países si Colombia produce rosas para el mercado Estadounidense mientras que Estados Unidos produce PC para el mercado Colombiano.

Incluso si un país se encontraba frente a una desventaja absoluta el comercio sería aun mutuamente beneficioso para los dos países debido a que la nación menos productiva debía especializarse en la producción y exportación de un producto en el que tenga ventaja comparativa. Quienes están a favor del libre comercio citan ejemplos de éxito gracias al libre comercio, como es el caso General Motors donde la falta de una competencia efectiva le permitió aletargarse en términos de innovación y desarrollo; y a la llegada de la competencia extranjera en las décadas subsecuentes forzó a General Motors a aumentar su productividad y a reducir sus costos unitarios ocasionando precios más bajos, y una mayor diversidad de vehículos que los Estadounidenses pueden comprar (Krugman , Obstfeld , & Melitz, 2012). El Modelo Heckscher-Ohlin. Posteriormente, la teoría desarrollada por los dos economistas suecos Eli Heckscher y Berlín Ohlin más conocido como teoría Heckscher-Ohlin señala que el comercio internacional se debe en gran medida a las diferencias de recursos de los países. Es así, que la ventaja comparativa en un determinado bien corresponde a un país o región donde abundan más los factores de producción necesarios para la producción de dicho bien. “Así el modelo señala que el país que es abundante en todo; definiendo la abundancia en términos relativos, mediante la comparación del ratio entre trabajo y capital de los dos países, exporta el bien cuya producción es intensiva en ese factor”.(Krugman , Obstfeld , & Melitz, 2012).

Sin embargo, esta evidencia es ambigua, porque no puede explicar por sí sola el patrón de comercio global tal como lo demostró Wassily Leontief con la paradoja de Leontief, donde pone al descubierto a países desarrollados como Estados Unidos con exportaciones intensivas en fuerza de trabajo calificada y no en capital (Krugman , Obstfeld , & Melitz, 2012). El debate entre el Proteccionismo o el Aperturismo. La liberalización por sí mismo no asegura el crecimiento. “Hay todavía quienes en la derecha presionarían a los países en vías de desarrollo para cambiarse inmediatamente hacia el libre comercio, y hay todavía en la izquierda quienes creen que la manera de ayudar a los países en vías de desarrollo es escudarlos vigorosamente de las fuerzas de reforma y liberalización.

La prueba teórica y empírica no puede ser clara en todos los asuntos, pero ciertamente descarta las posiciones extremas por ambos lados”. (Stiglitz & Charlton, 2006).

El argumento de libre comercio es persuasivo y afirma que, si cada nación produce lo que hace mejor, a largo plazo todos disfrutarán de precios más bajos, niveles de producción, ingresos y consumo más altos de los que se podrían alcanzar en aislamiento. Sin embargo, en la práctica las teorías distan mucho del mundo real, aunque por supuesto siempre han servido de guía a la hora de formular políticas comerciales, tal es así que a pesar del poder del argumento del libre comercio, las políticas de este encuentran una fuerte resistencia de las empresas y los trabajadores que enfrentan pérdidas en ingresos y empleos debido a la competencia en las importaciones. Los costos del libre comercio son inmediatos y recaen en grupos específicos y vulnerables mientras que los beneficios del libre comercio se evidencian en el largo plazo. Una de las medidas más utilizadas por el Proteccionismo son los aranceles, mismas medidas se justifican porque protegen el empleo y los salarios nacionales, ayudando a crear un campo nivelado para el comercio internacional, igualando el costo de los productos importados con el costo de los productos nacionales que compiten con las importaciones, permitiendo a las industrias nacionales ser protegidas en forma temporal de la competencia extranjera hasta que se pueda crear y desarrollarse la industria nacional (Carbaugh, 2009).

Los aranceles se los debe analizar desde dos perspectivas: primero considerar que al ser un arancel un impuesto para las importaciones el primer efecto lo sienten los importadores quienes deberán pagar impuestos al gobierno nacional, y también experimentarán una reducción en la venta de sus productos; segundo resaltar que los costos son inmediatamente transferidos a los compradores. Para ilustrar, esto señalamos que los exportadores nacionales que compran insumos importados sujetos a aranceles enfrentan costos más altos, y una reducción en la competitividad. La visión sesgada de la estrategia de desarrollo, ha llevado generalmente a que se subsidien actividades, se restrinjan importaciones, y se pongan aranceles sin surtir efectos positivos (Prado, 2010).

Recordando que las relaciones exteriores son actividades realizadas entre los Estados con otros países u organizaciones internacionales con el fin de dirimir controversias y fomentar la cooperación internacional entre naciones, es la manera que los países utilizan para llegar acuerdos.

Para el análisis entre el comercio exterior y el crecimiento económico existen una serie de canales que se encuentran correlacionados con alguno de estos dos fenómenos y afectan su relación. El propósito de los canales es determinar el efecto del comercio sobre el crecimiento económico, midiéndolo a través de la tasa de crecimiento del ingreso per cápita o del PIB per cápita. Entre los canales se encuentran la tecnología, la inversión, los retornos de escala, el comercio, la especialización, las políticas comerciales y los factores geográficos incluyendo al tamaño del país. (Sanchez, 2010).

Balanza Comercial

Para (Lafuente, 2010) :“La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al o en el extranjero por un país durante un período determinado o ejercicio, normalmente un año” (p.127). PRO ECUADOR(2013), define a la balanza comercial como: 49 Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e

importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. Para (BCU, 2010) define a la balanza comercial como: “Aquella que registra las exportaciones y las importaciones de bienes y servicios no factoriales de una economía”, por convección las exportaciones se registra con signo positivo y las importaciones con signo negativo. En efecto la balanza comercial se puede decir que es uno de los registros más importantes donde están plasmados todas y cada una de las transacciones tanto de importaciones como exportaciones que se realiza dentro del país y en un periodo determinado.

2.6.1. Importancia de la Balanza Comercial La importancia de la balanza comercial se centra en determinar el funcionamiento de las políticas comerciales aplicadas en un determinado país; también logra identificar si el país está aplicando correctamente los instrumentos de política comercial, los resultados de la balanza comercial evalúan el desempeño de un gobierno. Es por eso, que el gobierno de turno siempre busca y pretende equilibrar el mercado de bienes y servicios, con el objetivo de equilibrar los sectores productivos y que cada día se siga impulsando a la producción agrícola con la finalidad de que los habitantes cambien su manera de pensar y sientan que la productividad primaria da mayor movimiento a la economía de un país. Además la balanza comercial se utiliza para ayudar a los economistas y analistas a entender la fuerza de la economía de un país en relación con otros países. Un país con déficit monetario es deudor de préstamos para comprar bienes o servicios y un país con gran superávit comercial presta dinero al déficit de otros países. 50 En algunos casos la balanza comercial se correlaciona con la estabilidad política de un país porque es indicativo del nivel de inversión extranjera en esa nación, no solo muestra números sino más bien nos ayuda a poder tener una idea para evitar y poder controlar el déficit de nuestra balanza comercial.

2.6.2. Exportaciones Las exportaciones son las transacciones de bienes y/o servicios que tiene un país con otro, son transmisiones de corte macroeconómica y se registran vía venta en la balanza comercial, es decir, es el destino que se le da a una determinada mercancía con el objetivo que sea comercializada y consumida por otro país (Villa, 2011).

Son el mecanismo que buscan las naciones para lograr el equilibrio necesario para asegurar una estabilidad que les permita determinar los gastos, proyectos e inversiones que necesitan sus ciudadanos.

Es decir las exportaciones son aquellas transacciones con fines comerciales realizadas entre países, dichas transacciones son el intercambio de mercancía y/o servicio por dinero, reflejadas como negocios macroeconómicas; y las importaciones son manifestadas como compras a nivel macroeconómico, asimismo, se basa en el intercambio de mercancía y/o servicio por dinero.

2.6.3. Importaciones Son las transacciones de bienes y/o servicios que realiza un país con otro, vía compra. Estas transferencias se registran también en la balanza comercial, con el objetivo de cuantificar las importaciones que ha tenido el país y determinar si ha tenido un efecto positivo las políticas comerciales implementadas (Villa, 2011).

2.6.4. Saldo comercial Si se considera a la balanza comercial a la diferencia de importaciones y exportaciones realizadas en un país y las exportaciones hechas por este mismo país. 51 El saldo de la balanza comercial depende del signo que arroja su resultado es decir puedes ser positiva que nos da como un superávit o negativa que significa que existe un déficit es así como cuando las importaciones son mayores que las exportaciones tenemos una balanza con saldo deficitario que es característica de una economía en vías de desarrollo, por el contrario si las importaciones son menores a las exportaciones entonces tenemos nos indican una balanza comercial superavitario. Las economías que poseen superávit en su balanza comercial son aquellas en las que el movimiento industrial es permanente, son países sumamente industrializados que requieren materias primas para la elaboración de un proceso productivo, sin embargo al elaborar el bien final para poner valor agregado es decir conocimiento tecnología, su precio es mayor a la materia prima importada desde los países subdesarrollados. En este contexto el comercio internacional se basa en la lucha de las negociaciones comerciales, en aplicar políticas acorde a cada país y a cada región

Eso es porque sus negocios sostendrán una ventaja competitiva adquiriendo la experiencia en la producción en todo lo que exportan. Contrataran a más trabajadores, reducirán el desempleo y generaran más empleos. Para mantener esta balanza comercial favorable los líderes a menudo recurren al proteccionismo comercial. Se protege a las industrias nacionales para que a través del cobro de tarifas, cuotas o subsidios sobre las importaciones. Generalmente esto trata de dar un funcionamiento muy bueno hasta que otros países toman represalias y ponen sus propios aranceles.

Balanza comercial desfavorable

Los déficits comerciales generalmente son considerados como los resultados de una balanza comercial desfavorable, un país que importa mucho en productos de consumo y que exporta materias primas, no es comercialmente factible. Ya que no cuenta con la experiencia necesaria para darle a esa materia prima un mayor valor agregado o lo que se considera como un producto totalmente industrializado y así pueda generar mejores fuentes de trabajo y elevar el precio a su producto. Además podrían agotar sus recursos naturales y es dependiente al nivel mundial de los precios de los commodities. Un superávit comercial no es siempre una balanza comercial próspera. China y Japón ambos se ha vuelto dependientes de las exportaciones para impulsar el crecimiento económico. Para mantener ese excedente compran grandes cantidades de bonos al tesoro d Estados Unidos para de esta manera mantener el valor del dólar el alza y el valor de sus monedas bajos, logrando que sus exportaciones tengan precios competitivos.

2.6.7. Políticas de ajuste de la balanza comercial

Las políticas de ajuste de la balanza comercial son las distintas medidas que generalmente son tomadas por el gobierno que influyen en las tendencias de las exportaciones e importaciones y tiene como objetivo corregir los desequilibrios de la balanza comercial. Entre los modelos tenemos lo siguiente:

2.6.7.1. Enfoque clásico

Considera que los desequilibrios de la balanza comercial se explican por las diferencias de precios entre países y que el resultado externo se recompensa a través de entrada y salidas de oro entre los demás países.

Teorías de competitividad

Teoría de la Ventaja Competitiva

En su estudio Porter (1990) estudió 100 sectores industriales de 10 países para explicar el por qué una economía resulta ser próspera a nivel internacional en un sector determinado, pues este aseguraba que las teorías tradicionales del comercio internacional sólo explicaban una dimensión de la situación. A partir de su estudio encontró cuatro elementos que promueven o impiden la creación de una ventaja competitiva, así como definen el entorno competitivo de las empresas locales de un país: dotación de factores, condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Destacando que las empresas que se encuentran en sectores con los factores antes mencionados tienden a surgir de una forma más competitiva. De modo que en sectores industriales donde el diamante es más favorable las empresas tienden a ser más prosperas, así el efecto de un atributo depende del efecto de los demás ejerciendo un refuerzo recíproco (Porter, 1990). Ahora bien, otros dos elementos que pueden impactar el diamante son los acontecimientos fortuitos y el gobierno. Los primeros son innovaciones que pueden trastornar el perfil de la estructura de una industria y abrir la posibilidad para que las empresas de un país sustituyan a las de otra. El segundo elemento fomenta o desalienta la ventaja nacional al seleccionar sus políticas, por ejemplo, las regulaciones comerciales pueden impactar la demanda interna, las inversiones en educación pueden afectar la dotación de factores y regulación antimonopolio puede influir en la rivalidad en un sector económico (Hill, 2011, p. 173). Aporte Teórico. La dotación de factores explicada por Porter menciona trabajadores capacitados o la infraestructura necesaria para competir en una industria, por tanto, sustenta la dimensión formación en la variable factores humanos y la dimensión infraestructura.

Lineamientos generales para la competitividad El modelo de competitividad para el desarrollo según Villarreal y Ramos (2001) considera los siguientes aspectos:

Parte de la globalización como una realidad y no como una ideología, pero reconoce que el mercado y la apertura por sí solos no conducen a un desarrollo con competitividad. Por ello plantea una nueva estrategia de inserción activa a la globalización basada en un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo que permita enfrentar el nuevo juego de la hipercompetencia global en el mercado nacional, de tal manera que la apertura ante la globalización se acompaña de una articulación productiva interna y de cohesión social.

Asimismo, es un enfoque integral en los niveles de los sistemas económicos, políticos y sociales.

Es un enfoque concreto en tanto que considera la formación de las diez (10) capitales de la competitividad.

Es un enfoque con orientación de políticas públicas. El modelo mide el índice de competitividad, define y analiza los obstáculos a la competitividad y define las políticas públicas para mejorar la misma.

Es un enfoque con visión-acción, visión de largo plazo, pues los problemas estructurales de competitividad requieren de un horizonte de 20 años, pero exigen acción en el corto plazo y evaluación y seguimiento anual con base en una planeación adaptativa dado los nuevos entornos y los cambios discontinuos de una economía global y nacional todavía en transición.

El objetivo es el desarrollo, esto es, el crecimiento sustentable con empleo y equidad. Ello requiere cerrar la brecha de la competitividad y apoyarse en la nueva tecnología para potenciar el desarrollo humano. Finalmente, plantea que el reto de la instrumentación requiere reformas y un cambio institucional que solo pueden alcanzarse en consensos políticos, de aquí la necesidad de un proyecto de nación con visión de futuro. En este último aspecto, según Kelly (1996) para las economías de América Latina representa un reto lograr alcanzar no solo la viabilidad económica, sino también la política y social que permita canalizar esfuerzos en pro de un proyecto de país.

Condiciones para el logro de la competitividad Se parte de los elementos conceptuales, aplicados al enfoque sistémico de la competitividad. En él se considera según Eissa y Ferro (2001) que existen cuatro esferas que condicionan y modelan su desempeño: en primer lugar, el nivel micro-económico (en la planta y dentro de las empresas, para crear ventajas competitivas); en segundo lugar, el nivel mesoeconómico (eficiencia del entorno, mercados de factores, infraestructura física e institucional y, en general, las políticas específicas para la creación de ventajas competitivas); en tercer lugar, el nivel macroeconómico (política fiscal, monetaria, comercial, cambiaria, presupuestaria, competencia) y, finalmente, el nivel meta económico o estratégico (estructura política y económica orientada al desarrollo, estructura competitiva de la economía, visiones estratégicas, planes nacionales de desarrollo). En este sentido, el enfoque sistémico adquiere relevancia si se tiene en cuenta el desafío de la industria en su constante proceso de adaptación experimentado desde mediados de los años ochenta y resumido en un modelo sustentado, en su forma más general, en los preceptos que subyacen en el consenso de Washington. Ante una realidad cambiante y un entorno más competitivo y abierto, el enfoque sistémico de la competitividad ofrece nuevas alternativas de análisis y de formulación de política pública para la industria de los países en vías de desarrollo. Sin embargo, es importante según Guerrero (2005) considerar que los países en vías de desarrollo cuentan con estructuras productivas muy endeble lo cual es una gran debilidad para la búsqueda de mejorar los niveles de competitividad.

Capítulo III: Industria Manufacturera sector Automotriz

3.1 Introducción

La industria automotriz es considerada un sector estratégico para la actividad económica por el dinamismo que imprime tanto a la manufactura como a muchas otras actividades productivas de las zonas donde se ubica. Por ello, ha sido materia de análisis en un considerable número de trabajos tanto a nivel internacional como nacional.

Entre los resultados reportados en la literatura destaca que el surgimiento de sistemas regionales de producción ha propiciado la integración vertical de esta industria, con actividades tanto en países en desarrollo como desarrollados (Sturgeon et al., 2009) analizado el papel de los proveedores regionales (Sturgeon y Florida, 2000) y la forma en la que ha cambiado la geografía de la producción a partir de que esta industria se concentra en unas pocas grandes empresas (Sturgeon et al., 2009).

Por otro lado, se pueden mencionar los estudios de (Dussel 2012), quien realiza un análisis comparativo de la cadena de autopartes en China y en México, destacando la transformación del primero en líder mundial, y (Alvarez 2010), que enfatiza las estrategias instrumentadas por el gobierno de Brasil, las cuales han permitido el desarrollo de un importante número de productores locales de autobuses y chasis y la diversificación de las exportaciones. En el caso de México, por el contrario, (Alvarez 2010) refiere que la crisis de 2008 generó una severa contracción en el sector como consecuencia del elevado nivel de importaciones de autopartes y componentes, de la escasa diversificación de sus exportaciones y de la ausencia de procesos de innovación tecnológica.

Finalmente, algunos autores han destacado la evolución de esta industria en México desde sus inicios, con la instalación de las primeras armadoras, hasta su etapa exportadora en la fase de apertura económica (Camarena, 1981; Moreno-Brid, 1996; Vieyra, 1999; 2000; Vicencio, 2007); otros la han analizado desde una perspectiva regional o de conglomerado (Unger, 2004; Carbajal, 2012; 2013; 2015; Carbajal y De Jesús, 2013) o se han centrado en el estudio de la producción de autopartes (Juárez, 2005; Lara, Trujano y García, 2005; Álvarez y Cuadros, 2012) y algunos más la han abordado en el marco de periodos o hechos específicos que han marcado a este sector (Dombois, 1990; Carrillo y Ramírez, 1997).

Aun cuando en casi todos estos trabajos se hace referencia a la importancia de la industria automotriz como generadora de encadenamientos productivos con otras industrias, la evidencia específica existente de un fuerte vínculo con la manufactura es escasa. Destaca la investigación de Galicia-Bretón y Sánchez-Juárez (2011), quienes exponen las fallas de los organismos gubernamentales y privados para conformar una cadena productiva a partir de la instalación de la Ford Motors Company en Hermosillo, Sonora, dado que a partir de los años ochenta el enfoque de las políticas federales y estatales de fomento industrial se dirigió exclusivamente a apoyar a la gran industria transnacional, dejando fuera a las empresas locales.

Se ha argumentado, además, que los encadenamientos del sector automotriz con otras industrias le permiten participar de forma directa e indirecta en gran cantidad de actividades económicas e influir sobre el resto de los sectores (Chamarro, 2013), dado que al mismo tiempo que genera empleos, transfiere tecnología y atrae inversiones. Más aún, por su naturaleza, puede revolucionar los procesos organizacionales y productivos para después difundirlos a las demás actividades económicas, como sugiere Maldonado (1995).

En México, esta industria ha desarrollado importantes encadenamientos productivos con las industrias del vidrio, el acero, el hierro, el hule, el plástico, el aluminio y la textil (Secretaría de Economía, 2012), con lo que ha llegado a convertirse en un importante dinamizador de la manufactura y de la actividad económica en los municipios y regiones donde se localiza.

Como se observa, la importancia del sector es evidente. En México, contribuye con 2.9% del producto interno bruto (PIB) total nacional y con 17.1% del manufacturero (INEGI, 2014a). Genera 3.3% del empleo total nacional y 14.2% del manufacturero, concentra 17.5% del total de las remuneraciones monetarias (INEGI, 2014b) y, en 2013, las ventas automotrices al exterior representaron 25.2% del total de las exportaciones mexicanas, superando a las petroleras y a las de equipo y aparatos eléctricos y electrónicos (Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, 2014). Este sector también es uno de los mayores receptores de inversión extranjera directa (IED): de 1999 al segundo trimestre de 2016 captó USD 45 687.5 millones, lo que representa 10.2% del total de la IED en México durante dicho periodo y 21% del total de la recibida por el sector manufacturero (Secretaría de Economía, 2016).

El planteamiento central de este artículo es que las entidades federativas de México y las regiones en las que se localiza la industria automotriz son también aquellas en las que la actividad económica muestra un mayor dinamismo y, particularmente, donde el sector manufacturero se ha consolidado como uno de los más importantes. Con este enfoque, el objetivo es identificar las regularidades más significativas de la relación entre industria automotriz y manufactura. Se parte de evidenciar la concentración paulatina del sector en cuatro regiones específicas de México, para después analizar, a partir de una analogía de la primera ley de Kaldor, si la industria automotriz puede ser considerada como un motor de crecimiento manufacturero en las entidades federativas y, de forma agregada, en las regiones donde se ubica.

Se busca destacar la importancia de la relación industria automotriz-manufactura con el argumento de que no todos los sectores económicos tienen un mismo peso, sino que existen unos más importantes que otros y, en la práctica, el crecimiento agregado de una economía está relacionado con el sector cuya actividad presenta características más favorables (Thirlwall, 2003). El estudio se enfoca en el periodo 1980-2014 y en el análisis de las entidades federativas que integran las siguientes regiones: 1) Centro, integrada por la Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Morelos. 2) Norte, formada por Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas, 3) Centro-Norte, compuesta por San Luis Potosí, Querétaro y Guanajuato. 4) Occidente, que incluye Jalisco y Aguascalientes.

El trabajo se divide en cuatro apartados, además de la introducción y las conclusiones. En el primero se presentan algunas consideraciones teóricas relacionadas con la primera ley de Kaldor, que destaca la fuerte relación de causalidad entre el crecimiento del producto manufacturero y el del PIB. En el segundo, se analiza la concentración del sector automotriz en México y se identifican cuatro regiones en las que se concentra la mayoría de las plantas armadoras y las productoras de partes. En el tercero, se destaca la relación entre el sector automotriz y la expansión de la manufactura en las regiones identificadas y se argumenta que en las entidades federativas con mayor crecimiento automotriz también son en las que la manufactura ha presentado incrementos más importantes. Finalmente, se estima un modelo de panel para el crecimiento manufacturero: se hace una analogía con la primera ley de Kaldor y se extiende el análisis a otras variables explicativas de la expansión de la manufactura, sobre todo, el papel del avance automotriz como impulsor del sector manufacturero.

I. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

El análisis del crecimiento económico generalmente se aborda a partir de modelos teóricos agregados y se asume que la economía es homogénea, tanto sectorial como regionalmente. Estos enfoques no consideran de forma explícita a un sector más importante que a otro (Thirlwall, 2003). Sin embargo, en la práctica, el crecimiento agregado puede estar condicionado por sectores específicos cuya actividad económica impulsa la expansión de los demás.

A decir de Thirlwall (2003), Nicholas Kaldor fue de los primeros que abordaron el tema del crecimiento a partir del comportamiento de los sectores, específicamente, la manufactura. Argumentaba que es imposible entender el proceso de crecimiento y desarrollo sin tener un enfoque sectorial que distinga entre actividades con rendimientos crecientes, por un lado (que se asocian con la industria), y actividades con rendimientos decrecientes (asociadas con actividades agrícolas y mineras).

Para Kaldor (1966; 1970), son esenciales las actividades en las que un país o una región se especializa, sobre todo, porque determinarán su nivel de desarrollo. En este sentido, considera a la manufactura como motor del crecimiento económico y sostiene que la especialización en la producción de bienes finales con alto contenido tecnológico permite desarrollar economías de escala relacionadas con el aprendizaje, lo que aumenta la productividad y, con ello, la producción.

Así, una región o país especializado en manufacturas tenderá a crecer y divergir respecto de los que se especializan en actividades agropecuarias y/o de servicios. Es decir, los países o regiones que posean una mayor demanda manufacturera tendrán mayores posibilidades de incrementar su producción.

Estos argumentos se basan en tres regularidades empíricas (Kaldor, 1966; 1970) que dieron lugar a las tres leyes de Kaldor.

En específico, la primera ley dicta que existe una fuerte relación de causalidad entre el crecimiento del producto manufacturero y el crecimiento del PIB (Kaldor, 1966). En esta relación, la existencia de rendimientos crecientes a escala, estáticos y dinámicos, en la industria manufacturera son esenciales porque su carácter macroeconómico convierte al sector industrial en motor del crecimiento (Moreno, 2008). De manera formal, la primera ley supone la siguiente relación:

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 y_{mt}, y_t = \alpha_0 + \alpha_1 y_{tm},$$

donde y_t es la tasa de crecimiento del PIB total y y_{mt} es la tasa de crecimiento de la producción manufacturera; α_0 es el intercepto y α_1 es el coeficiente que indica cuánto varía el producto total a medida que el producto manufacturero se incrementa en 1%.

Aun cuando la literatura reciente da cuenta de aplicaciones de las leyes de Kaldor a la economía mexicana (Sánchez y Campos, 2010; Sánchez, 2012), Rendón-Rojas y Mejía (2015) han realizado una analogía de dichas leyes para explicar el crecimiento del sector manufacturero del Estado de México. La hipótesis que plantean es que los subsectores (de la Clasificación Mexicana de Actividades y Productos) 35 Sustancias químicas, productos derivados del petróleo y del carbón, hule y plásticos, y 38 Productos metálicos, maquinaria y equipo son fundamentales en la explicación del crecimiento manufacturero total, debido a que se caracterizan por ser modernos, dinámicos, con procesos tecnológicos avanzados e innovación constante.

Con esa lógica, dadas las características de la industria automotriz, en este artículo se busca determinar si la industria automotriz es un sector que dinamiza e impulsa la manufactura y, en consecuencia, el crecimiento de las regiones en las que se localiza. Más aún, se busca determinar si existe una relación de causalidad entre el incremento de la producción automotriz y el de la rama manufacturera.

Para tal efecto, se hace una analogía de la primera de ley de Kaldor, como en Rendón-Rojas y Mejía (2015), y se estima un modelo con datos de panel para explicar la importancia relativa de la producción automotriz en el crecimiento manufacturero de cuatro regiones de México.

Definición de manufactura

Para tener mejor comprensión de la manufactura en el mundo se analizan las definiciones de autores, (Kalpakjan & Groover, 2008) indican que:

La palabra manufactura se deriva del latín (manus=mano, factus=hacer), en los diccionarios se define como “la fabricación de bienes y artículos a mano, o especialmente por maquinaria, frecuentemente en gran escala y con división del trabajo” de manera que la manufactura es una actividad compleja que involucra una gran variedad de recursos y actividades.

Otra definición dada por (Groover, 1990) , se refiere a la manufactura como el campo de estudio en el contexto moderno puede definirse de dos maneras tecnológica y económica. Tecnológicamente es la aplicación de procesos químicos y físicos que alteran la geometría las propiedades o el aspecto de un determinado material para elaborar partes o productos acabados.

Económicamente según Mikell Groover (1990) indica que “La manufactura es la transformación de materiales en artículos de mayor valor, a través de una o más operaciones o procesos de empalme” (p.3).

Así también la manufactura ya no se trata simplemente de fabricar productos físicos, según (Hagel & Kulasooriya, 2015), los cambios en la demanda de los consumidores, la naturaleza de los productos, la economía de la producción y la economía de la cadena de suministro, han llevado a un cambio fundamental en la forma en la que las empresas hacen negocios. Los clientes exigen personalización y adaptación, conforme la línea entre el consumidor y el creador.

Conforme la tecnología continúa avanzando, las barreras de entrada, la comercialización y el aprendizaje se erosionan. Nuevos colaboradores en el mercado, con acceso a nuevas herramientas, pueden operar a una escala mucho más pequeña, lo que les permite crear ofertas que alguna vez sólo estuvieron en el campo de las empresas dominantes.

Teorías de la manufactura

Economistas clásicos Los economistas clásicos Adam Smith y David Ricardo son los primeros en construir un cuerpo analítico sólido para explicar el funcionamiento de la economía capitalista industrializada. Es por eso que el nacimiento de la economía moderna se asocia a sus obras más importantes: *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (1776) y *Principios de economía política y tributación* (1817), respectivamente (PUCP, 2012).

En esa época, el sistema monetario vigente era el patrón oro³ y en el mercado internacional se comerciaban tan solo mercancías e insumos para la producción. Adam Smith es considerado el padre de la economía. Su preocupación principal era el estudio del desarrollo económico, en particular, las fuentes del crecimiento de la riqueza de las naciones a largo plazo. La economía que estudió se encontraba en plena Revolución Industrial (segunda mitad del siglo XVIII), caracterizada por el «progreso de las artes mecánicas» (PUCP, 2012). Estableció los fundamentos de la teoría clásica del valor y los precios, y de la primera teoría del crecimiento económico. Para él, el principal factor del crecimiento de la riqueza de un país era el mejoramiento de la productividad del trabajo, la misma que dependía del grado de especialización y división social del trabajo (PUCP, 2012). David Ricardo, por su parte, desarrolló la teoría de la renta, de la distribución y de los efectos de sus cambios sobre el crecimiento, bajo el supuesto de rendimientos marginales decrecientes de la tierra. A diferencia de Smith, que pensaba que el aumento de la productividad y, por lo tanto, el incremento de la riqueza, estaba limitado por el tamaño del mercado, Ricardo para quien la clase capitalista era la portadora del progreso y el motor de la economía consideraba que el límite al crecimiento lo constituía la presencia de una clase rentista improductiva: la clase terrateniente (PUCP, 2012). En ausencia de cambios tecnológicos en la producción, esta clase podía conducir a la economía a una situación de estado estacionario; es decir, de ausencia de beneficios para el capitalista y, por lo tanto, de crecimiento económico o acumulación del capital.

Los propietarios de la tierra, a medida que aumentaba la acumulación de capital, percibían una mayor parte del producto en forma de renta de la tierra y, dada la masa de salarios, ello conducía a una disminución de los beneficios. Cuando estos se hacían cero, se llegaba, según Ricardo, al estado estacionario (PUCP, 2012).

Economistas neoclásicos A fines del siglo XIX, entre los años 1870 y 1914, surge la teoría neoclásica en el contexto de una economía capitalista mucho más desarrollada: hay una creciente concentración de la producción y, además, en el mercado internacional se exportan ya no solo mercancías e insumos para la producción, sino también bienes manufactureros, capital y bienes de capital en forma de inversión extranjera directa en actividades como la agricultura y la minería. Esta última es asociada con la aparición del llamado fenómeno imperialista o capitalismo de las corporaciones.

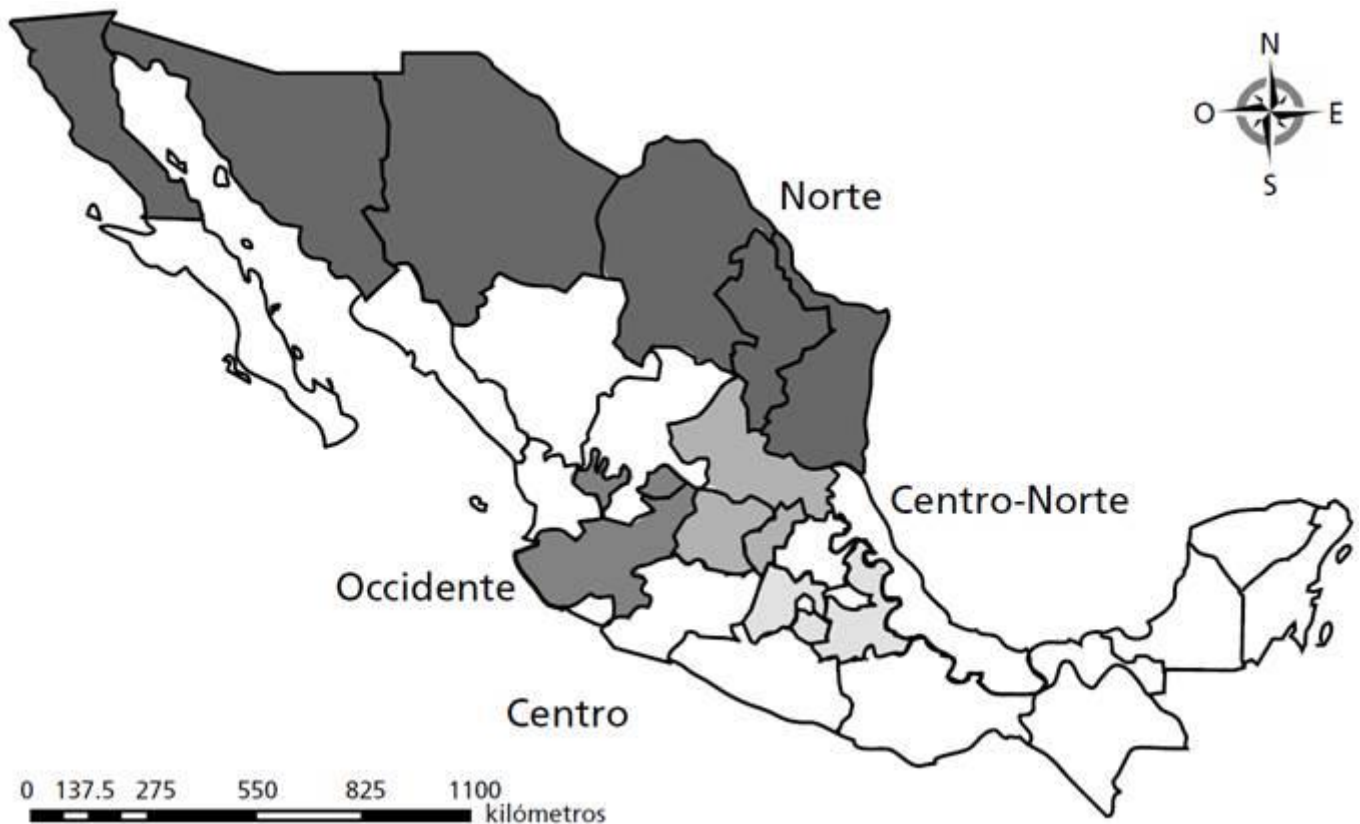
La teoría neoclásica de los precios determinados por las curvas de oferta y demanda surge en respuesta a los clásicos, específicamente a Smith, quien se refería al proceso de competencia que continuamente establecía el precio «natural» como la ley de la oferta y la demanda o la mano invisible del mercado.

La teoría neoclásica de las curvas de demanda y oferta establece la recapitulaciones de las teorías de la utilidad marginal y la productividad marginal desarrolladas por W. S. Jevons, C. Menger, F. Von Wieser, E. Bohm-Bawerk, L. Walras y A. Marshall, entre otros, durante la primera gran crisis del capitalismo y coincidentemente durante los años de surgimiento del capitalismo monopolístico y oligopolístico. Esta síntesis la realiza K. Wicksell en su libro *Lectures on political economy*, publicado en 1901, donde se muestra la teoría microeconómica (PUCP, 2012). En materia de crecimiento económico, R. Solow inaugura en 1956 la teoría neoclásica del crecimiento con la publicación de su libro *A contribution to the theory of economic growth*. Esta teoría, a diferencia de la teoría keynesiana del crecimiento, cuyo desarrollo se debe a los trabajos de R. Harrod (1939) y E. Domar (1946), muestra que es posible el crecimiento económico con pleno empleo y estabilidad (PUCP, 2012).

Por último, T. Koopmans publica *On the concept of optimal economic growth* en 1963 y, luego, D. Cass publica *Optimum growth in an aggregate model of capital accumulation*, en 1965, con lo cual retoman y mejoran el modelo de F. Ramsey que fue publicado en 1928 en su artículo *A mathematical theory of saving*. Este modelo endogeniza la tasa de ahorro, con lo cual se logra perfeccionar el modelo de Solow. Todos estos modelos neoclásicos parten del supuesto de la existencia de un agente representativo (PUCP, 2012).

II. LA CONCENTRACIÓN DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN CUATRO REGIONES DE MÉXICO

Aun cuando la industria automotriz está presente en gran parte del territorio mexicano, es posible delimitar cuatro regiones predominantes donde actualmente se concentra la mayoría de las armadoras y las productoras de partes (mapa 1). El arribo y el posterior crecimiento de esta industria en las diferentes entidades federativas que integran estas regiones han respondido a lógicas diferentes; sin embargo, en todas y cada una de ellas ha llegado a convertirse en una de las actividades más dinámicas y representativas como resultado de su aportación al PIB total, pero sobre todo al manufacturero, así como por los empleos directos e indirectos que ha creado y, desde luego, por los encadenamientos productivos hacia atrás y hacia adelante que mantiene con otras actividades de la manufactura.



Fuente: Elaborado con ArcMap 10.1.

Mapa 1. México: concentración del sector automotriz por regiones

En principio, se encuentra la región Centro, donde se localiza la parte tradicional y más antigua del sector. Las entidades que la conforman son Puebla, Morelos, Estado de México y Ciudad de México. Estas dos últimas son representativas del inicio de la industrialización del país; en ellas se asentaron las primeras armadoras que se establecieron en México, con el propósito principal de abastecer el mercado interno en un periodo caracterizado por una economía cerrada y altamente protegida. Hasta antes de los ochenta representaba la región de mayor crecimiento para el sector, favorecida entonces por las medidas del gobierno federal para promover el desarrollo industrial (Villarreal y Villegas, 2005).

Sin embargo, la política de desconcentración que se dio a principios de los setenta y la competencia mundial con las armadoras japonesas obligaron a las empresas localizadas en

México, básicamente las estadounidenses Chrysler, Ford y General Motors, a ubicarse en otras zonas y entidades. De esta forma, gran parte del impulso del sector se transfirió a otras regiones, de inicio a la Norte, en detrimento de la Centro. No obstante, el sector automotriz continúa siendo clave para la actividad económica de esta última.

Otro factor importante que contribuyó a la pérdida de dinamismo del sector automotriz en la región Centro fue la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Éste significó un nuevo orden económico y comercial a partir de que las grandes trasnacionales fijaron sus expectativas de crecimiento en los mercados externos, lo que convirtió en una ventaja la cercanía con los mercados estadounidense y canadiense; así, las entidades federativas de la franja fronteriza con Estados Unidos se convirtieron en receptores naturales de las nuevas inversiones automotrices.

En el cuadro 1 se hace evidente que la participación de la industria automotriz de la región Centro, con respecto a la nacional, ha disminuido considerablemente de 1980 a 2014. La proporción de unidades económicas pasó de 48.6% a 26.6%, aunque las caídas más dramáticas se han presentado en la generación del valor agregado censal bruto (VACB) y en la población ocupada (PO), pues estas variables redujeron su participación hasta en casi cincuenta puntos porcentuales en este periodo.

	Unidades económicas					Valor agregado censal bruto					Población ocupada				
	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014
Región Centro	48.6	43.1	34.5	24.9	26.6	78.7	47.6	25.3	27.3	28.8	63.7	37.7	21.0	19.0	14.4
Ciudad de México	31.9	23.9	16.2	8.9	7.1	29.7	6.1	-4.3	0.9	0.1	23.2	11.0	3.4	2.4	1.8
Estado de México	12.2	15.0	15.4	11.5	10.0	32.9	19.0	15.9	10.3	9.8	28.2	18.4	10.6	8.7	6.2
Morelos	0.9	0.9	0.6	0.0	0.4	3.6	16.3	2.7	1.5	2.5	2.5	2.1	0.6	0.8	1.0
Puebla	3.6	3.3	2.3	4.6	9.0	12.5	6.3	11.0	14.7	16.4	9.9	6.2	6.3	7.2	5.5

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (1980, 1989, 1999, 2009, 2014b).

Cuadro 1. *México: región Centro, sector automotriz, principales variables, 1980-2014* (participación porcentual)

Por entidad federativa, las reducciones más importantes se han presentado en el Estado de México y la Ciudad de México (cuadro 1), entidades en las que en algún momento se concentró la mayor parte de la industria automotriz, pero que, como ya se mencionó, se vieron desplazadas como destinos de los flujos de inversión del sector ante las políticas de descentralización, el contexto internacional y el proceso de apertura comercial.

No obstante, la pérdida de dinamismo en esta región, el sector continúa como uno de los más importantes para las cuatro entidades federativas. En el Estado de México aún se encuentra un número muy importante de unidades económicas automotrices, 10% del total nacional, que generan 9.8% del valor agregado y emplean a 6.2% de la población nacional ocupada en el sector. Más que de ensambladoras, se destaca la presencia de empresas productoras de partes de primer, segundo y tercer nivel.

Todo indica que en esta entidad se ha iniciado un proceso de reconversión de la industria automotriz ante el agotamiento de procesos productivos. En 2010, la planta de Ford, en Cuautitlán, Estado de México, fue desmantelada en su totalidad y reconstruida con todos los requerimientos tecnológicos actuales, lo que le permite manufacturar el modelo Ford Fiesta híbrido para todo el mundo. La planta de Chrysler localizada en Toluca, por su parte, ha tomado un nuevo auge en el ensamble de vehículos derivado de la fusión con Fiat, en 2014, para conformar lo que ahora se llama Fiat Chrysler Automóviles.

En el caso de la Ciudad de México, prácticamente han desaparecido las actividades de ensamble de vehículos; lo que destaca es la presencia de las oficinas de los grandes corporativos del sector y de algunas productoras de partes y componentes que han sobrevivido a este proceso. Además, en estas dos entidades se encuentran importantes instalaciones de investigación y desarrollo (ID), incluido el diseño de partes, como es el caso de Chrysler y Ford, en la Ciudad de México, y de General Motors, en Toluca, Estado de México.

La situación ha sido diferente para las otras dos entidades que conforman esta región. En el caso de Puebla, se ha incrementado de manera significativa su participación dentro del sector automotriz, principalmente porque en esta entidad se localiza una planta de Volkswagen, que es hoy la segunda más importante del mundo y que ha servido para dinamizar de manera significativa la actividad económica de la región.

La participación de Puebla dentro del sector se ha consolidado y es evidente el incremento en las variables de análisis a lo largo del periodo de estudio. En 2014, concentró 9.0% de las unidades económicas, 16.4% del VACB y 5.5% de la PO en el sector (cuadro 1). Además, la próxima apertura de la planta de Audi en San José Chiapa, Puebla, sin duda, dinamizará aún más al sector en esta entidad y en la región. El estado de Morelos, por su parte, cuenta con la presencia de Nissan en la ciudad de Cuautla, donde se producen vehículos tipo *pick up*, como el Frontier L4, así como los modelos Tsuru y Tidda, y que, de igual forma, ha venido a impulsar de manera importante la actividad económica de la zona.

Por otro lado se encuentra la región Norte o fronteriza, conformada por Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas. En estas entidades federativas, desde finales de los setenta y principios de los ochenta, se empezaron a establecer importantes complejos automotrices conformados por ensambladoras y, posteriormente, empresas proveedoras de partes, como resultado de los factores externos e internos ya comentados. Actualmente se ha convertido en la región más dinámica y competitiva del sector, llegando a conformar un importante conglomerado regional (Unger, 2003; 2010; Unger y Chico, 2004).

La participación porcentual de estas entidades en la industria automotriz nacional ha crecido sustancialmente, al igual que la de la región en su conjunto. El incremento más importante se ha dado en VACB y PO, pues tuvieron en este periodo un aumento superior a 42%. En 2014, las entidades federativas que conforman esta región generaron 50.8% del total del valor agregado del ramo automotriz a nivel nacional y emplearon a 58.8% del total de la PO; además, en esta región se concentra 33.0% de las unidades económicas del sector (cuadro 2).

	Unidades económicas					Valor agregado censal bruto					Población ocupada				
	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014
Región Norte	25.2	26.4	27.7	31.0	33.0	8.2	43.7	42.8	47.7	50.8	16.5	49.3	65.8	57.7	58.8
Baja California	3.3	1.8	2.1	1.7	2.5	0.4	0.4	1.9	2.5	3.3	1.2	1.6	2.4	2.0	3.0
Chihuahua	1.9	6.3	7.1	7.5	7.6	0.7	10.6	10.6	10.6	8.2	2.7	24.0	31.1	21.1	17.1
Coahuila	3.0	3.7	4.1	5.3	7.1	0.8	25.7	12.6	16.3	15.1	2.2	6.9	11.7	11.6	17.3
Nuevo León	12.3	10.4	8.8	8.9	8.6	5.7	3.3	6.4	7.6	10.1	9.2	6.9	7.2	8.0	8.1
Sonora	1.7	1.5	2.1	2.8	2.7	0.2	1.2	7.8	6.6	11.7	0.3	2.4	4.9	6.4	5.5
Tamaulipas	3.0	2.7	3.4	4.9	4.5	0.3	2.7	3.6	4.2	2.3	1.0	7.5	8.5	8.5	7.9

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (1980, 1989, 1999, 2009 y 2014b).

Cuadro 2. México: región Norte, sector automotriz, principales variables, 1980-2014 (participación porcentual)

En este crecimiento tan importante ha sido fundamental el rol de Chihuahua, Coahuila y Sonora. Sólo por mencionar algunos datos, de 1980 a 2014, la PO en la industria automotriz en Chihuahua pasó de 3 200 a 123 283 personas; en Coahuila, de 2 635 a 124 634, y en Sonora, de 401 a 39 523, lo que representa participaciones en el total nacional de 17.1%, 17.3% y 5.5%, en 2014, respectivamente. Las entidades que integran esta región se caracterizan, además, por haber recibido durante el periodo estudiado un importante número de empresas de autopartes, que, siguiendo a las armadoras, han llegado a establecerse en la región, conformando un importante conglomerado automotriz.

Otra región en la que el sector ha tenido un crecimiento muy destacado, sobre todo en los años más recientes, es la Centro-Norte, integrada por San Luis Potosí, Querétaro y Guanajuato. La presencia de armadoras como General Motors y Volkswagen, en Silao, Guanajuato, y General Motors, en San Luis Potosí, ha generado una importante dinámica regional, con un incremento sustancial de productoras de partes tanto de primer nivel, como de segundo y tercero.

Es el caso de Querétaro, donde se localizan sesenta proveedores de partes de primer nivel y más de doscientas de segundo y tercero, con lo que se ha convertido en un importante centro de proveeduría a nivel nacional (Becerril, 2013).

La participación de esta región en la industria automotriz nacional se ha incrementado notablemente. Para 2014 concentró 13.2% del total de las unidades económicas, las cuales generaron 12.2% del VACB y emplearon 14.6% de la PO del sector nacional (cuadro 3). Sin duda, esta región continuará en ascenso por el efecto de la instalación de dos nuevas plantas armadoras: Mazda, con una inversión de USD 500 millones, en Salamanca, y Honda, con USD 800 millones invertidos en una planta de ensamble en Celaya, Guanajuato.

	Unidades económicas					Valor agregado censal bruto					Población ocupada				
	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014
Región Centro-Norte	3.2	6.3	6.3	10.1	13.2	0.3	5.5	23.8	13.6	12.2	0.8	6.2	5.4	12.6	14.6
Guanajuato	1.6	2.2	1.5	2.1	5.6	0.2	1.8	18.3	6.3	6.2	0.4	1.8	2.5	3.8	5.6
Querétaro	0.3	2.1	2.4	4.3	4.7	0.0	2.9	4.2	4.6	2.3	0.1	3.2	2.2	4.6	4.7
San Luis Potosí	1.3	2.0	2.3	3.7	2.8	0.1	0.8	1.3	2.6	3.7	0.3	1.2	0.8	4.2	4.3

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (1980, 1989, 1999, 2009 y 2014b).

Cuadro 3. México: región Centro-Norte, sector automotriz, principales variables, 1980-2014 (participación porcentual)

Finalmente, la industria automotriz en la región Occidente, conformada por los estados de Jalisco y Aguascalientes, a pesar de que no ha tenido crecimientos espectaculares, sí ha tenido una evolución constante y progresiva, sobre todo a partir del establecimiento de la planta de ensamble de Honda en El Salto, Jalisco, y una de motores y otra de ensamble, de Nissan, en Aguascalientes. A partir de ello se ha estimulado también el establecimiento de proveedores de partes de primer y segundo nivel. La aportación que esta región hace al sector automotriz nacional actualmente es de 8.8% en unidades económicas, 6.0% del VACB y 4.9% de la PO (cuadro 4).

	Unidades económicas					Valor agregado censal bruto					Población ocupada				
	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014
Región Occidente	9.7	11.1	11.0	9.7	8.8	1.5	1.5	6.5	9.6	6.0	3.4	3.3	4.9	5.2	4.9
Aguascalientes	1.0	1.4	1.6	2.2	2.2	0.1	0.9	5.3	7.7	4.1	0.2	1.6	2.7	3.0	3.3
Jalisco	8.7	9.7	9.4	7.4	6.6	1.5	0.6	1.2	1.9	1.9	3.1	1.7	2.2	2.2	1.6

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (1980, 1989, 1999, 2009 y 2014b).

Cuadro 4. México: región Occidente, sector automotriz, principales variables, 1980-2014 (participación porcentual)

Es importante hacer notar que esta región tiene un gran potencial para crecer en términos del sector, sobre todo por la cercanía que tiene con los estados de Guanajuato, Querétaro y San Luis Potosí. Se están realizando esfuerzos importantes por parte de las autoridades y del sector empresarial para atraer inversiones que permitan consolidar la participación de Jalisco en el corredor automotriz del Bajío.

En Aguascalientes, sin duda, el sector automotriz es uno de los más representativos de su economía. Genera 35.3% del PIB estatal, 80.4% de la IED se ha destinado a ese sector y participa con 75.9% de las exportaciones totales de la entidad. Entre las inversiones recientes destaca la construcción del Parque Industrial de Logística Automotriz (PILA), que ya se encuentra en operación, y cuyo fin es el establecimiento de empresas proveedoras del sector automotriz (Secretaría del Desarrollo Económico, 2016). También, el inicio de operaciones, en septiembre de 2014, de la segunda planta en México de Jatco Limited, compañía dedicada a la fabricación de autopartes, con una inversión de más de USD 220 millones (González, 2014).

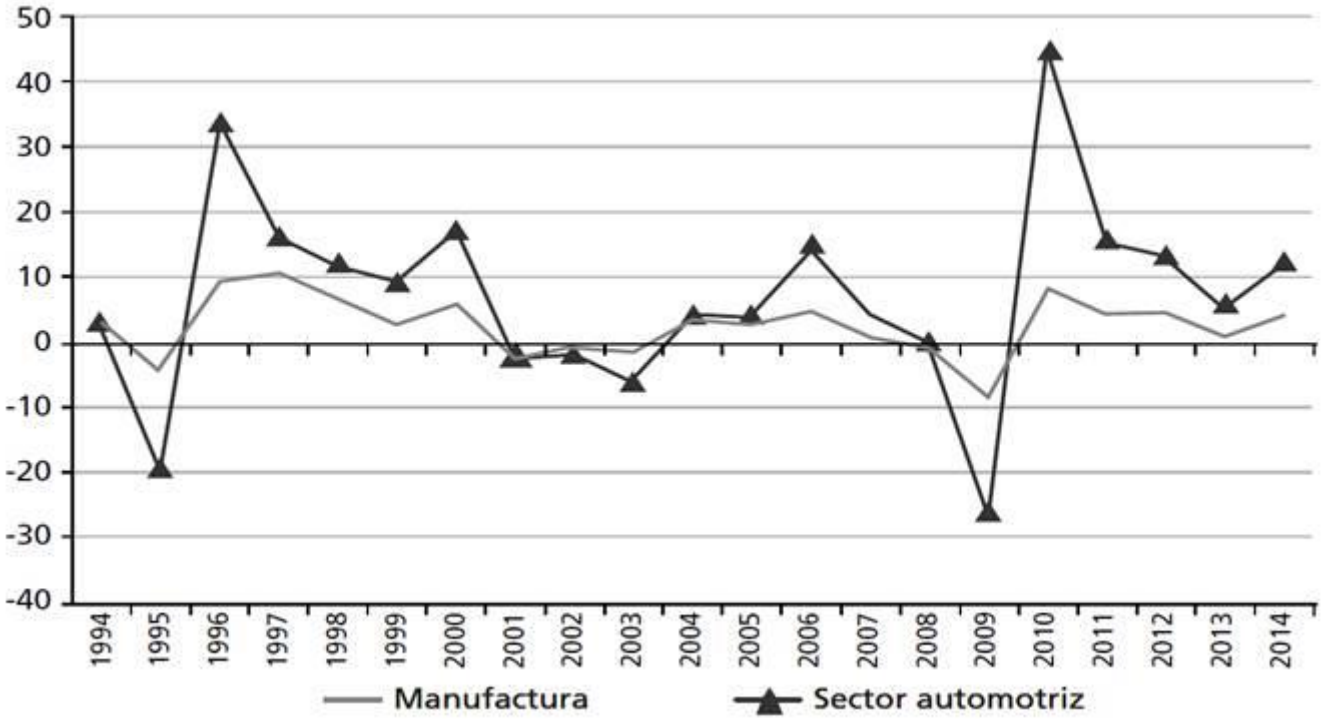
III. EL SECTOR AUTOMOTRIZ Y EL CRECIMIENTO DE LA MANUFACTURA EN CUATRO REGIONES DE MÉXICO

Como señala Thirlwall (2003), no todos los sectores económicos son iguales, existen unos más importantes que otros y el crecimiento agregado está relacionado con aquel cuya actividad posee características más favorables para su expansión. En este sentido, la manufactura puede ser el motor del crecimiento económico de un país o región por las posibilidades de desarrollar encadenamientos productivos hacia atrás y hacia delante en las diferentes ramas de actividad. Sobre todo, si dentro del sector hay una participación destacada de algunos subsectores que tienen mayor dinamismo que otros y, por ello, pueden ser estratégicos para el crecimiento de la manufactura y de la actividad económica, en general, de las regiones donde se localizan. Este es el caso de la industria automotriz, dadas sus características de producción, contenido tecnológico y productividad.

El propósito de este apartado es presentar evidencia de que la industria automotriz ha jugado un papel muy importante en el florecimiento de la manufactura de las entidades federativas de México y, en general, de las regiones donde se localiza. Se trata de demostrar que las entidades con un mayor crecimiento de este sector también son las que han experimentado incrementos manufactureros más significativos y que existe una relación de causalidad importante entre ambos ramos.

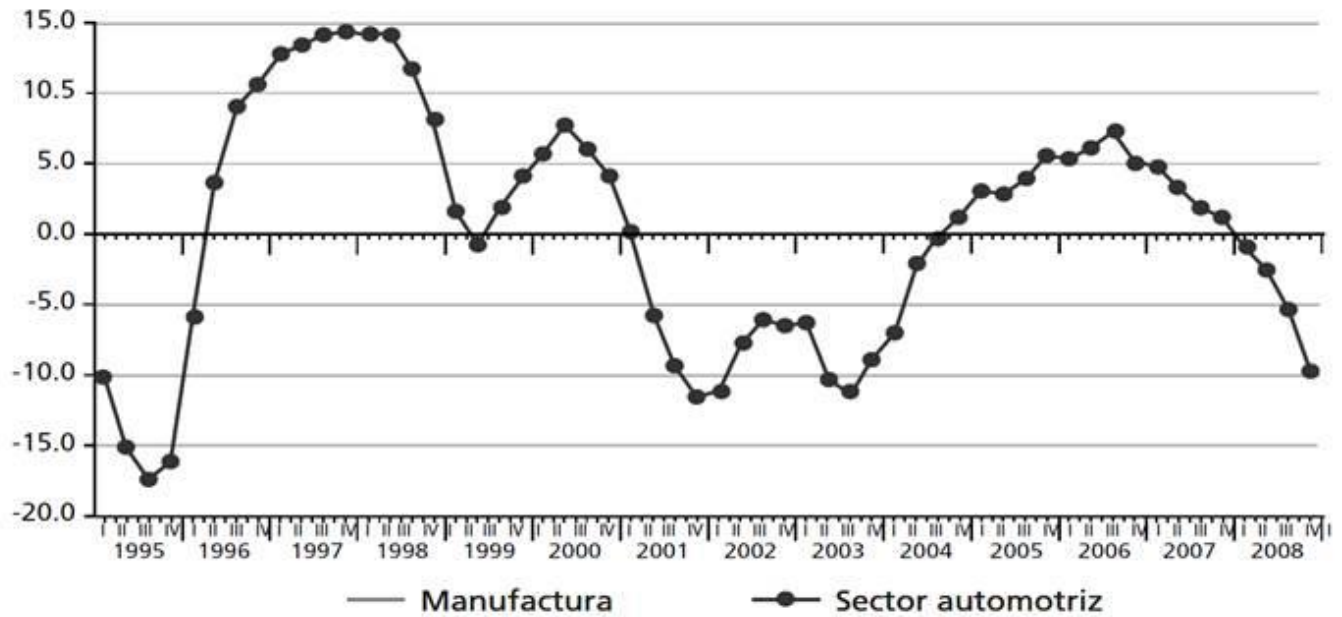
En un acercamiento diagnóstico a esta relación se observan algunas regularidades importantes. Al comparar las tasas de crecimiento del PIB real del sector automotriz y del manufacturero durante 1994-2014 (gráfica 1) y las de la respectiva PO durante 1994-2008 (gráfica 2), se observa que el automotriz presenta fluctuaciones mayores. Sus tasas de crecimiento han sido superiores a las de la manufactura y deja ver un sector más sensible a los impactos que experimenta la economía, de modo que en periodos de crisis sus caídas son más pronunciadas y en los de recuperación su expansión es más intensa. Este comportamiento se explica por su elevada sensibilidad a la demanda, dado el carácter duradero de los bienes de esta industria.

Más aún, se puede observar una correlación importante entre el crecimiento de la producción de ambos sectores y el del empleo, lo que permite suponer que el sector automotriz está impulsando el crecimiento de la manufactura.



Fuente: INEGI (2014a).

Gráfica 1. México: PIB de la manufactura y del sector automotriz, 1994-2014 (tasas de crecimiento porcentual)



Fuente: INEGI (2014a).

Gráfica 2. México: población ocupada en la manufactura y en el sector automotriz, 1995-2008 (tasas anualizadas de crecimiento porcentual)

De acuerdo con las gráficas 1 y, se podría argumentar que hay una relación muy importante entre la evolución de la manufactura y la de la industria automotriz, lo que permitiría suponer que la producción de ésta incide en el crecimiento manufacturero. Aun cuando esta relación causal pueda ser cuestionable, este trabajo abona a favor de tal hipótesis, ya que al menos las pruebas de causalidad en el sentido de Granger dejan ver esta posibilidad. Los datos agregados de la producción manufacturera y del sector automotriz en México durante el periodo 1994-2014 (cuadro 5) aportan evidencia de que el PIB del sector automotriz causa, en el sentido de Granger, al PIB manufacturero.

	Rezagos	Estadístico <i>F</i>	Probabilidad
Δy_{man} no causa a Δy_{auto}	1	0.080	0.777
Δy_{auto} no causa a Δy_{man}	1	3.983	0.049
Δy_{man} no causa a Δy_{auto}	2	0.132	0.876
Δy_{auto} no causa a Δy_{man}	2	2.403	0.096
Δy_{man} no causa a Δy_{auto}	3	0.007	0.999
Δy_{auto} no causa a Δy_{man}	3	2.338	0.080
Δy_{man} no causa a Δy_{auto}	4	0.051	0.994
Δy_{auto} no causa a Δy_{man}	4	3.208	0.017

Nota: Se aplicaron las pruebas de causalidad en el sentido de Granger con datos trimestrales para el periodo 1994.I-2014.IV. Son datos reales del producto interno bruto de la manufactura (PIB_{man}) y de la industria automotriz (y_{auto}), a precios de 2008. Para evitar algún efecto de composición de la serie, al pib manufacturero (PIB_{man}) se le restó, primero, el valor del PIB de la industria automotriz, por lo que al producto manufacturero, sin el valor del PIB del sector automotriz, se le denomina $y_{man} = PIB_{man} - y_{auto}$. Siguiendo la metodología estándar, se evaluó causalidad de uno a cuatro rezagos, en primeras diferencias del logaritmo.

Fuente: Estimaciones realizadas con datos del INEGI (2015).

Cuadro 5. México: PIB real de la manufactura y del sector automotriz. Pruebas de causalidad, 1994.I-2014.IV (primeras diferencias)

En el caso de las regiones, y de acuerdo con la información del cuadro 6, se puede observar que la participación de la industria automotriz en la manufactura se ha incrementado de manera notable en los últimos treinta años. En 1980, la industria automotriz aportaba 9.5% del VACB total de la manufactura nacional, participación que se incrementó a 20.9% para 2014; la aportación del sector a la PO en la manufactura aumentó de 5.6% a 14.2% en el mismo periodo. El crecimiento regional y el experimentado por entidad federativa han sido diferenciados, como se evidenció en el apartado anterior, sin embargo, es claro que la aportación que hace el sector automotriz a la manufactura en ambos casos es cada vez más importante.

	Unidades económicas					Valor agregado censal bruto					Población ocupada				
	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014	1980	1989	1999	2009	2014
Nacional	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	9.5	13.6	14.3	14.4	20.9	5.6	7.9	10.0	11.0	14.2
Región Centro	0.9	0.9	0.7	0.4	0.4	13.0	14.6	10.9	14.1	24.1	7.2	7.7	7.2	8.0	8.8
Distrito Federal	1.1	1.1	1.1	0.6	0.5	9.6	4.1	-5.9	1.5	0.3	4.7	4.6	3.0	3.0	3.5
Estado de México	1.1	1.2	0.9	0.5	0.4	13.7	14.2	13.4	11.0	17.5	9.5	10.1	9.2	8.4	8.3
Morelos	0.5	0.5	0.2	0.0	0.1	28.0	69.7	25.0	17.9	43.4	14.0	14.9	6.7	7.8	13.2
Puebla	0.4	0.3	0.2	0.2	0.5	29.2	28.2	37.2	47.7	63.2	13.7	11.9	11.8	15.6	16.7
Región Centro-Norte	0.3	0.5	0.4	0.5	0.6	0.7	8.3	28.9	17.8	21.7	0.7	5.9	5.8	13.0	16.6
Guanajuato	0.3	0.3	0.1	0.2	0.4	3.3	5.4	46.3	17.8	22.3	0.8	3.2	4.5	7.3	11.7
Querétaro	0.3	1.5	1.2	1.4	1.5	0.2	17.9	17.2	20.2	15.8	0.3	13.7	10.3	19.6	20.6
San Luis Potosí	0.5	0.6	0.7	0.9	0.7	0.5	4.9	7.1	14.7	26.4	1.2	4.7	4.4	20.1	24.8
Región Norte	1.5	1.3	1.2	1.2	1.3	4.2	22.8	19.8	20.9	29.9	4.4	14.1	19.3	18.7	23.3
Baja California	1.6	0.9	0.9	0.6	0.7	2.5	3.4	6.6	8.7	18.0	3.2	4.3	4.0	3.7	6.7
Chihuahua	0.7	1.7	1.7	1.9	1.9	4.0	40.5	31.2	30.3	40.7	5.1	29.2	37.1	31.3	32.9
Coahuila	1.4	1.2	1.2	1.3	1.9	2.6	54.5	30.2	36.7	39.1	4.4	13.3	26.0	29.4	42.6
Nuevo León	2.2	1.7	1.4	1.4	1.4	5.1	4.4	9.6	11.1	20.5	5.7	7.0	9.4	11.5	13.8
Sonora	0.8	0.6	0.7	0.6	0.5	1.6	8.6	33.6	26.5	48.3	1.0	7.6	15.3	20.6	22.5
Tamaulipas	1.3	0.9	1.0	1.1	1.2	6.8	14.5	16.0	15.2	12.2	2.6	15.8	18.9	18.6	24.5
Región Occidente	0.9	0.9	0.7	0.6	0.5	2.1	3.1	9.4	15.9	14.1	2.4	3.3	5.3	5.9	7.4
Aguascalientes	0.8	0.9	0.9	1.1	1.0	1.4	20.5	47.2	61.9	57.3	1.5	9.6	16.6	21.1	27.0
Jalisco	0.9	1.0	0.7	0.5	0.4	2.1	1.3	2.1	4.0	5.3	2.5	2.0	2.8	3.0	3.0

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (1980, 1989, 1999, 2009 y 2014b).

Cuadro 6. México: Participación porcentual del sector automotriz en el total de la manufactura nacional, por región y por entidad federativa, 1980-2014

La región Centro es donde el sector automotriz ha presentado los incrementos más moderados en su aportación a la manufactura, mientras que las otras tres regiones han tenido crecimientos mucho más significativos. En la región Centro-Norte, esta industria aportaba sólo 0.7% del VACB de la manufactura y 0.7% del PO en 1980, pero en 2014 su aportación llegó a 21.7% y 16.6%, respectivamente. Por otra parte, en la región Norte también ha incrementado sustancialmente sus aportaciones a la manufactura, hasta llegar

a contribuir con 29.9% del VACB y 23.3% del total de la PO en manufactura, en 2014. No obstante, el incremento más importante ha sido la aportación del sector automotriz al VACB manufacturero de la región Occidente (cuadro 6).

El análisis por entidad federativa arroja datos reveladores. Por ejemplo, el hecho de que en Aguascalientes (región Occidente) y Puebla (región Centro), el sector automotriz se ha convertido en el más dinámico no sólo de la manufactura, sino de la actividad económica global de esas entidades. En Aguascalientes, la industria automotriz aporta 57.3% del VACB manufacturero del estado y emplea a 27.0% del total de la PO. En Puebla, el sector automotriz aporta a la manufactura 63.2% del VACB y 16.7% de la PO. Como se puede observar, la contribución al sector manufacturero es muy relevante en prácticamente todos los estados analizados, lo que sin duda respalda el planteamiento del que partió este trabajo, en el sentido de que el sector automotriz ha impulsado a la manufactura en las cuatro diferentes regiones donde se concentra.

Como se ha explicado, hay una relación muy estrecha entre el crecimiento de la producción de la manufactura y el de la industria automotriz, por lo que no resulta extraño que en las entidades federativas en las que se ha instalado el sector automotriz también ha crecido de manera importante la industria manufacturera. Con el propósito de aportar evidencia empírica que respalde esta descripción, en el siguiente apartado se estima un modelo de panel del crecimiento de la producción de la manufactura en el que se incluye el incremento de la producción de la industria automotriz como una variable exógena importante, de acuerdo con lo que se ha discutido.

Se identificaron algunas regularidades significativas, que se puntualizan a continuación:

- a. El sector automotriz en México se ha concentrado en cuatro regiones principalmente, las que han respondido a una lógica económica diferenciada. En principio, la región Centro del país fue prioritaria para abastecer al mercado interno en el marco de una economía cerrada y altamente protegida. Posteriormente, el proceso de apertura económica -y, de manera específica, el inicio del TLCAN-

propició el desplazamiento del sector hacia otras regiones, debido a la necesidad de abastecer a un creciente mercado externo y de responder a un nuevo modelo de características flexibles y mayores vínculos con el exterior.

- b. La ubicación con respecto a la frontera norte se ha convertido en una ventaja muy importante por la cercanía con los mercados estadounidense y canadiense, de manera que las entidades federativas de esta franja fronteriza se convierten en destinos naturales para las nuevas inversiones automotrices. En estas entidades, a partir de finales de los setenta y principios de los ochenta, se empezaron a establecer importantes complejos automotrices conformados por ensambladoras y proveedoras de partes. Por ello, la región Norte se ha convertido en la más dinámica y competitiva del sector, llegando a conformar un importante conglomerado.
- c. Con respecto a la región Centro-Norte, la presencia de armadoras como General Motors y Volkswagen, en Guanajuato, y General Motors, en San Luis Potosí, ha generado una importante dinámica local, con la que se ha incrementado sustancialmente la presencia de productoras de partes de primero, segundo y tercer niveles.
- d. La región Occidente, conformada por los estados de Jalisco y Aguascalientes, aun sin crecimientos espectaculares de su industria automotriz, sí ha presentado una evolución constante y progresiva, sobre todo a partir del establecimiento de la planta de Honda en El Salto, Jalisco, y dos más de Nissan en Aguascalientes. A partir de ello se ha estimulado también el establecimiento de proveedores de partes de primer y segundo nivel.
- e. Con relación a la dinámica de crecimiento a partir de las tasas de crecimiento del PIB real y la población ocupada en la manufactura y en el sector automotriz, se observa que éste es más dinámico. Sus tasas de crecimiento han sido superiores a las de la manufactura y muestra mayor sensibilidad a los impactos externos, tanto en los periodos de crisis como en los de recuperación. Además, se observa una correlación importante entre el crecimiento de la producción de ambos sectores y el del empleo,

así como en la evolución de la producción de la manufactura y de la automotriz, lo que permitiría suponer que ésta incide en el crecimiento de aquélla.

- f. Se observó que la participación de la industria automotriz en la manufactura se ha incrementado de manera notable en los últimos treinta años: de 9.5% del VACB total de la manufactura nacional, en 1980, a 14.4%, en 2009. El sector automotriz de la región Centro es el que ha presentado un incremento más moderado en sus aportaciones a la manufactura, mientras que en las otras tres regiones han sido mucho más significativos.
- g. Los resultados de la estimación, hecha a partir una analogía con la primera ley de Kaldor, revelan una correlación positiva entre el crecimiento de la producción de la industria automotriz (y^{auto}) y el de la manufactura (y^m), con lo que se puede plantear que la industria automotriz puede convertirse en un sector de impulso a la manufactura. Además, se reporta una correlación importante entre la economía mexicana, específicamente la manufactura, y la de Estados Unidos (y_{EU}), sobre todo, por el peso que tiene la productividad (y/man).

Capítulo IV: Factores de Competitividad Empresarial

En estudios previos encontramos que los principales factores que influyen en la competitividad empresarial se determinan por pilares o dimensiones catalogadas en producción, gestión, innovación, calidad. Son estos pilares base de esta investigación.

- a) **Estudio de competitividad empresarial en Costa Rica** Lafuente, E., Leiva, J.C., & Mora-Esquivel, R. (2019). Determinan la competitividad mediante el resultado de conjuntar un total de diez pilares mutuamente dependientes que le permiten a la empresa competir eficazmente con otros agentes en el mercado, a la vez que permite ofrecer a sus clientes bienes y servicios de valor.
- b) **Estudio de “competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”** Ibarra, M. A., González, L. A. y Demuner, M. del R. (2017). toma como base 8 dimensiones para la determinación de competitividad empresarial planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de calidad, comercialización, finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información.
- c) En este orden de ideas, Saavedra (2012) **diseñó una metodología para la determinación de la competitividad en las PYMES Latinoamericanas**, con la finalidad de determinar el nivel de competitividad de éstas, fundamentadas en el mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Martínez, Charterina y Araujo (2010), quienes desarrollaron un modelo explicativo de la competitividad empresarial a partir de factores internos a la empresa, desde la visión de la empresa basada en recursos (VBR-España).

Estas metodologías incluyen factores de competitividad tales como: planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, capacidades directivas, marketing, calidad, sistemas de información e innovación, complementando con los indicadores de gestión tanto internos como externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

d) **Manuel Jimenez Ramirez(2006) que engloba los pilares comentados en los** estudios anteriores para definir 6 variables principales en la medición de competitividad empresarial. El estudio de factores de competitividad empresarial elaborado por Ramirez Molina(2018). Estable que los principales factores de la competitividad empresarial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología. Se recomienda diseñar estrategias gerenciales para fortalecer los recursos técnicos y procedimientos empleados para el sector productivo, donde se promueva en la organización actitudes a favor de la visión estratégica, dirigidas a implementar las mejores prácticas específicas de gestión humana, generando efectos positivos en el desempeño del talento humano.

e) **Desde el enfoque sistémico a nivel micro, se puede destacar el estudio de Aragón et al. (2010) donde se establece que los principales elementos de competitividad de las mipymes de Tabasco** son: la aplicación de recursos tecnológicos, la innovación, la calidad de los productos y los recursos humanos. Asimismo, se encontró que aquellas empresas con un perfil exportador tienden a un mayor nivel de competitividad.

f) Flores y González (2009) al analizar las pymes de Morelia determinaron que la competitividad se asocia principalmente con los factores de relaciones con el exterior y la calidad de los productos; mientras que los factores recursos humanos y tecnología tienen menor grado de influencia.

g) Martínez, Palos, León y Ramos (2013), señalan que los

factores más importantes para la competitividad de las pymes en San Luis Potosí son la mercadotecnia, capital humano, política de costos y relación con proveedores. De igual manera se suman los estudios de Vázquez, Guerrero y Núñez (2014), para los estados de Aguascalientes, Colima, Jalisco y Querétaro, destacando el factor de tecnologías de la información. Mientras que los factores de planeación estratégica, innovación en productos, procesos y gestión, así como la tecnología presentaron una correlación positiva con respecto al éxito competitivo en las pymes del estado de Hidalgo (Estrada et al., 2009).

Competitividad Empresarial

Solleiro y Castañón (2005) consideran que la competitividad es un concepto complejo y puede ser estudiado desde diferentes enfoques y disciplinas; por lo cual no es posible establecer una definición única; en parte debido a que su utilidad reside en identificar vías para fomentar empresas que contribuyan a elevar los niveles reales de bienestar.

La competitividad es definida como el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda. Dussel (2001).

La competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros (Padilla, 2006).

La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su población a largo plazo (OCDE, 1996).

El concepto de competitividad involucra componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad de un país está claramente determinada por la habilidad de sostener sus niveles de ingreso, también es uno de los determinantes centrales de los rendimientos de

la inversión, el cual es uno de los factores clave para explicar una economía en crecimiento (World Economic Forum, 2009).

Es necesario establecer que competitividad y productividad no tienen el mismo significado, se puede decir que son complementarios, ya que para que exista competitividad se requieren bases sólidas de productividad en una economía (Suárez, 2005). Así también, de acuerdo con lo expresado en los conceptos anteriores, la competitividad es un elemento necesario para el desarrollo de una nación.

De acuerdo con Abdel y Romo (2004), existe un conjunto de estudios iniciales sobre la competitividad que estuvieron enfocados al análisis del débil desempeño de las empresas estadounidenses con respecto a las de otros países, en especial Japón, en sectores dominados tradicionalmente por los norteamericanos. Estudios más recientes se concentran en el uso de políticas gubernamentales en el nivel microeconómico para fomentar el desarrollo de las empresas que pertenecen a un sector en particular; así es entonces como surge la preocupación por la competitividad empresarial, cuyos aspectos veremos a continuación.

La competitividad puede definirse como el grado de efectividad y la capacidad de la empresa para enfrentarse a sus competidores gracias a su “competencia” interna para procesar información y producir bienes o prestar servicios. Existen autores que asocian la competitividad con la productividad y la usan como sinónimo, esto se debe a que la competitividad es efectiva en la generación de beneficios en términos productivos y económicos para la organización al igual que la productividad. La competitividad también se define como la capacidad que tienen las empresas para permanecer como tales en un mercado libre, lo que implica su posición relativa en el mercado. Chauca Malásquez(2003).

Revisando modelos para la medición de la competitividad, encuentre tres investigaciones que se adaptan a las necesidades de la región: el primero, el modelo Manuel Humberto Jiménez Ramírez. (Jiménez Ramírez, 2006) quien presenta un modelo micro para las empresas en Bogotá y Cundibamarca, el segundo se refiere a el libro compilado por la Dra.

María Luisa Saavedra García denominado "Hacia la determinación de la competitividad de la Pyme Latinoamericana" (Saavedra García) donde se revisaron los factores que determinarían para medirla en algunas regiones de Latinoamérica, y el tercero el de "Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera moreliana" del Dr. Pablo Manuel Chauca Malásquez (Chauca Malásquez, 2003).

Porter (1990) y Krugman (1994) han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones; a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en este; por lo tanto, son estas la base de la competitividad.

"Es la capacidad de una empresa para, rivalizando con otras, alcanzar una posición competitiva favorable que permita la obtención de un desempeño superior a las empresas de la competencia" (Rubio & Aragón, 2006). Para Lall, Albadalejo y Mesquita (2005), el concepto de competitividad proviene de la bibliografía sobre administración de empresas, y viene a ser la base para el análisis estratégico empresarial; "Las compañías compiten para captar mercados y recursos, miden la competitividad según su participación relativa en el mercado o su rentabilidad y utilizan la estrategia de la competitividad para mejorar su desempeño".

Respecto a la rentabilidad, este requisito para ser competitiva lo señala también la Industry Canadá, como vemos a continuación:

Una empresa es competitiva si es rentable. Lo cual implica que su costo promedio no excede del precio de mercado de su producto. Así también, su costo no excede del costo promedio de sus competidores. Si no es así, entonces implica que tiene una productividad más baja o paga precios más elevados por sus insumos, o por ambas razones (Industry Canadá 1995, citado en Solleiro & Castañón, 2005).

Solleiro y Castañón (2005) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.

La competitividad de las empresas depende de factores en tres niveles: el primer nivel es la competitividad del país, que incluye variables como la estabilidad macroeconómica, la apertura y acceso a mercados internacionales o la complejidad de la regulación para el sector empresarial; el segundo nivel se refiere a la infraestructura regional; un tercer nivel que explica la competitividad de las empresas tiene que ver con lo que ocurre dentro de la propia empresa (Cervantes, 2005).

La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico (Abdel & Romo, 2004).

Recurriendo los conceptos anteriores tenemos que la competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional.

Cuando nos referimos a "competitividad" no podemos dejar de lado el trabajo de Porter (1990), quien se refiere a la "Ventaja competitiva" como la clave de la competitividad. Porter (1990) marcó la separación de los enfoques tradicionales basados en el concepto de ventajas comparativas haciendo énfasis en que mientras que las ventajas comparativas se heredan, las ventajas competitivas se crean. A este respecto, estudios empíricos (Cepal, 2001) señalan que rara vez se ha generado un crecimiento sostenido basado puramente en factores heredados; este se ha generado más bien por: la vinculación de factores y

actividades tales como las estrategias empresariales y la estructura del rival; la existencia o inexistencia de industrias de apoyo; las condiciones de los factores mismos, como la disponibilidad de mano de obra calificada o infraestructura adecuada y las condiciones de la demanda.

Sin embargo, el diamante de Porter (1990) sigue vigente y es usado hoy en día por corporaciones y organismos internacionales, más cuando se refuerza con su nueva extensión de competencia ambiental, el cual ha sido incluso estilizado por quienes forjan las políticas de la pyme (Paz, 2002).

De este modo, hemos pasado de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva (aunque estos no se excluyen sino que se complementan), a la cadena productiva y la revisión del entorno, a la noción de competitividad sistémica, de regionalización, clusters y territorios competitivos. Esta evolución nos permite enfrentar nuevos retos: globalización, internacionalización y desregulación de mercados; aplicar nuevas estrategias basadas en la gestión tecnológica, la gestión del conocimiento, la cooperación; a ver el mercado no solo como local sino también aventurarse al mercado internacional y sus exigencias (Martínez & Álvarez, 2006).

Al respecto Krugman ha mencionado que no es válido tratar a una empresa y a una nación en forma indistinta, en especial en lo referente al tema de la competitividad. La obsesión por la competitividad lleva a posturas equivocadas y peligrosas y a resultados simplistas (Krugman, 1994). Entonces surge la necesidad de involucrar a todos los actores que tienen influencia en la competitividad, de este modo desarrollaremos más adelante el enfoque de competitividad sistemática.

Para la OCDE (citado en Cabrera-Martínez et al., 2011, pp. 23-24) los indicadores de la competitividad empresarial se basan en los siguientes aspectos:

a) La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes.

b) La integración exitosa de planeación de mercado, actividades de investigación y desarrollo —i+d—, diseño, ingeniería y manufactura; el proceso de innovación es uno de los principales pilares para sustentar competitividad y el desarrollo económico, las patentes y otras formas de protección industrial e intelectual, juegan un papel decisivo para el crecimiento.

c) La capacidad de combinar i+d interna con i+d realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas.

d) La capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados así como la generación de un ambiente propicio para los negocios es un factor importante para la prosperidad económica, la competitividad y el crecimiento.

e) Fomento de los programas productivos mediante esquemas que facilitan una mayor integración y asociaciones entre las empresas. Establecimiento de esquemas en los cuales se permita el desarrollo entre proveedores y distribuidores dentro de la cadena de valor.

Berumen (2006) agrupa los determinantes de la competitividad de la empresa en dos tipos. Los primeros son los relacionados con los precios y los costos; mientras que los segundos están relacionados con la calidad de los productos, la incorporación de mejoras

La competitividad se asocia con la rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación del mercado, exportación, innovaciones tecnológicas, entre otros (McFetridge, 1995).

Dentro de las diversas definiciones de competitividad, se identifica la denominada *competitividad empresarial*. De igual manera que en el punto anterior, existe la imposibilidad de establecer una sola concepción; sin embargo, las definiciones vertidas por diversos autores tienden a desagregar el tema de la competitividad internacional y focalizarlo al plano nacional-local al interpretar que la competitividad empresarial es una parte integrante de la competitividad de los países y por tanto, no son excluyentes.

Al respecto, Abdel y Romo (2004, p. 9) enfatizan que:

La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico. A lo que otros autores agregan: La factibilidad de que una empresa alcance y mantenga sus niveles de competitividad se concentra en las competencias distintivas o ventajas competitivas que desarrolle internamente y en los condicionamientos externos que le brindan tanto la industria o sector al que pertenece, como la región-país en la que se encuentra ubicada (Cabrera-Martínez, López-López y Ramírez, 2011, p. 25). Se concuerda con el punto de vista de Flores y González (2009, p. 88): El éxito empresarial descansa en la capacidad organizativa de anticiparse y reaccionar a las exigencias de los mercados, [por lo que] un factor clave de dicho éxito es la flexibilidad, [entendida como] la capacidad del empresario de adaptarse de manera rápida a los cambios que demanda el mercado.

Competitividad Empresarial

El concepto de competitividad se ejemplifica de mejor manera en la empresa. La competitividad de ésta puede juzgarse por su rentabilidad, costos de producción, productividad y cuota de mercado. En principio, puede decirse que una empresa no es competitiva si no es rentable. Esto último si el costo promedio de sus productos excede el precio de mercado, lo cual puede suceder por varias razones. La más obvia es que la empresa pague altos precios por sus insumos. En tal caso, ésta con frecuencia es incapaz de cambiar la situación, dado que esos precios se determinan en los mercados de los productos. La segunda razón puede ser que la productividad de la empresa sea baja, es decir, que no sea tan eficiente como debería. Éste es esencialmente un problema de gestión y puede corregirse, ya sea con un aumento de la escala de producción o bien cambiando las técnicas de producción.

En una economía de mercado la competitividad de una empresa debe compararse a la de sus competidores. Es menos rentable (y por tanto menos competitiva) que sus competidores si sus productos son menos atractivos que los de ellos, es decir, si su cuota de mercado es menor. De nuevo éste es un asunto de gestión que se puede corregir gracias a la mejora de la calidad de la entrega, de los servicios pos venta o mediante la publicidad. La rentabilidad actual o a corto plazo, sin embargo, no puede siempre tomarse como un indicador suficiente de competitividad pues es posible que para un período corto una empresa pueda decidir rebajar sus precios de ventas y sacrificar ganancias con la esperanza de mantener o aumentar su cuota de mercado.

El patrimonio de la empresa está claramente influido por las ganancias previstas, las cuales dependen de su estrategia para el desarrollo de nuevos y diferenciados productos, la inversión en investigación y desarrollo y el entrenamiento vocacional de trabajadores y empleados, la reacción frente a los cambios del mercado, la cooperación y la alianza con otras empresas.

Gestión Gerencial

Las habilidades gerenciales son un factor interno de las empresas que influyen considerablemente en su competitividad empresarial. (Leyva-Carreras, A.B., Espejel-Blanco, J.E. & Cavazos-Arroyo, 2017).

las competencias gerenciales se convierten en fuente de estrategia competitiva, impulsando la toma de decisiones y potenciando la diferenciación en el mercado (De Meuse, Dai & Wu, 2011).

Se considera de suma importancia el rol que desempeñan sus dirigentes, quienes en sus funciones gerenciales deben fortalecer los procesos que se desarrollan y las competencias de sus colaboradores (Prieto, Emonet, García y González, 2015).

La necesidad de hacer bien nuevas cosas y en forma proactiva se convierte en el gran reto para la empresa que compite en ese mercado global. Ya no se trata de mantener ventaja en el pasado; es necesario generar resultados que pongan a la organización con ventaja en un espacio incierto (Eisenman, 2012). En tal sentido, se presume que la gerencia de una organización puede, a través de estrategias competitivas, desarrollar una gran gama de alternativas que le permitan aprovechar sus fortalezas y oportunidades para generar ventajas competitivas (Spendlove, 2007).

La estrategia es una herramienta gerencial vital para determinar la orientación de la empresa, de tal forma que facilite la transformación y adecuación de la organización a las realidades del entorno competitivo (Hudson & Smith, 2007). Autores como Garrido (2003) y Thompson & Strickland (2004) consideran la estrategia como un proceso administrativo de entender a la organización, para visualizar su futuro a través de la innovación y la creatividad, lo cual implica la utilización de instrumentos conceptuales y herramientas prácticas que conlleven a crear ventajas para el éxito y seguir de cerca su entorno.

Con el fin de centrarse en el concepto de estrategia como fuente de ventaja competitiva, Lloyd-Reason & Mughan (2002) sugieren que los gerentes deben asumir conductas sobre pensamiento conceptual, visto como una herramienta esencial para administrar y entender a la organización; visión estratégica, para entender la influencia del entorno en la organización, y sobre todo habilidades gerenciales para la toma de decisiones asertivas, con base en la información y las condiciones del entorno.

Las habilidades gerenciales, según Longenecker, Moore, Petty & Palich (2009), están conformadas por el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, comportamientos y aptitudes que necesita una persona para ser eficiente en una amplia gama de labores gerenciales y en diversas organizaciones.

Las organizaciones para generar ventaja competitiva deben centrar su atención en factores que permitan el desarrollo de capacidades organizacionales, indispensables para la creación del capital intelectual, lo que a su vez exige el desarrollo de estrategias fundamentadas en la gestión del talento humano, con el fin de acrecentarlo a partir de sus tres pilares: el capital humano, en aspectos tales como innovación, talentos y habilidades; el estructural, referente a patentes, servicios, entre otros; y el relacional referente a servicio, satisfacción y atención al cliente (Moya y Mancilla, 2015, p. 91).

El conocimiento se convierte, entonces, en el valor más importante de la organización para generar ventaja competitiva, y el individuo es la fuente donde se origina. Por tanto, los esfuerzos deben centrarse en crear, generar y consolidar, nuevas y mejores estrategias, empleando procesos permanentes orientados a identificar, evaluar, desarrollar y optimizar tanto el capital tangible como el intangible que interactúa dentro y fuera de sus propias estructuras organizacionales. (Moya y Ochoa, 2012, citado en Moya y Mancilla, 2015, p. 91).

La gestión del conocimiento (aplicación del conocimiento en los procesos productivos como generador de valor) y la generación de capital intelectual (humano, estructural y relacional), han puesto de manifiesto la necesidad de replantear las estrategias organizacionales, en las cuales el área de talento humano juega un papel primordial, al gestionar el activo más importante. Por tal motivo, esta evolución conlleva mayores exigencias y las ha obligado a modernizar sus estructuras, roles y prácticas, a fin de convertirse en generadoras de valor para sus compañías (Boston Consulting Group, 2008, citado en Calderón, Naranjo y Álvarez, 2010).

Jiménez (2011), afirma que la gestión de personas¹ es un factor clave de competitividad empresarial, porque tiene impacto en ingresos y en gastos, y es inseparable de la gestión del negocio; sostiene además, que problemas como la baja productividad, la escasa creatividad e innovación, y la carencia de espíritu emprendedor, se solucionarían, si se mejorara la capacidad de gestionar el talento humano (GTH), con un plan claro, objetivos que establezcan prioridades, una estructura de responsabilidad, unos sistemas de información, es decir, desde su estrategia hasta su concreción. Esta depende de tres factores, la situación de la empresa y su estrategia, la cultura corporativa, y las circunstancias del mercado laboral donde se opera.

Calderón, Naranjo y Álvarez (2010) respecto a la concepción de gestión humana, indican que se percibe una dinámica de desarrollo relacionada con la vinculación de sus procesos internos a los aspectos estratégicos del negocio, esto es, se empieza a percibir un trabajo más fuerte y focalizado para generar la cultura propicia y adecuada que sostenga la estrategia y la competitividad de las organizaciones. (p.23).

Calderón (2008, citado en Calderón, Naranjo y Álvarez, 2010) concluyó que “las áreas de gestión humana sí generan valor para las empresas en cinco dimensiones: proyección organizacional (orientación estratégica), gestión del cambio, infraestructura organizacional (eficiencia y eficacia), liderazgo de las personas y responsabilidad social” (p. 16).

En otras palabras, la gestión humana está estrechamente relacionada con la estrategia, la cultura organizacional, la gestión del conocimiento, la calidad, la productividad y la innovación; por consiguiente, tanto el capital humano como el área que los dirige, desempeñan un papel fundamental, el primero como fuente de talentos y la segunda como capacidad de soporte (Barney y Wright, 1998; Becker, Huselid, Pickus y Spratt, 1997; Jiménez y Sanz, 2005; citados en Calderón, Naranjo y Álvarez, 2010, p. 17).

Respecto a los retos que genera la gestión del talento humano desde sus procesos básicos, Calderón, Naranjo y Álvarez (2010, p. 27-29) identifican ocho: atracción y retención del talento, gestión para nuevas generaciones, percepción y análisis del contexto que la afecte, convertirse en un facilitador de la transformación organizacional, cambiar la creencia que las áreas de gestión humana son un centro de costos y no un centro de inversión, desarrollo del compromiso de los colaboradores con la organización, formación de directivos y formulación y gestión de indicadores. Respecto a la contribución a la competitividad identificaron seis aspectos en los que se agrega valor: atraer, desarrollar y retener el mejor capital humano, la creación de un ambiente y una cultura adecuados, alineamiento estratégico, rol de formador de líderes, articulación con las demás áreas y por último el ajuste o articulación entre los intereses de los individuos (tanto personales como laborales) y los intereses de la organización favorece la competitividad.

Para establecer los estadios de desarrollo de los procesos de gestión del Talento Humano los autores parten de la cadena de valor desarrollada por Moya y Mancilla (2014), la cual se despliega a partir de los cinco procesos básicos a saber: integrar, desarrollar, organizar, retener y auditar el capital humano.

Las habilidades humanas, representan la capacidad para trabajar eficazmente con las personas, y obtener resultados del trabajo en equipo. Es importante para los gerentes, disponer de un alto nivel de habilidades humanas, comunicarse con las personas, proporcionarles instrucción, para conducir la organización con motivación, representando por ello un importante recurso para la gerencia.

En este contexto, Koontz, Weihrich y Cannice (2012) plantean que todo grupo de personas, que llegan a alcanzar el máximo rendimiento posible, tienen a una persona hábil en el arte del liderazgo, tal elemento, al parecer, es una composición de al menos cuatro factores importantes: la destreza de utilizar el poder eficientemente y de manera responsable; comprender las fuerzas de motivación de las personas según las situaciones; inspirar así como actuar en forma tal que desarrolle un clima para conducir a las motivaciones, en este sentido, son las competencias humanas que el gerente utiliza en las organizaciones.

Según Palmar y Valero (2014), para que el desempeño laboral de un gerente se dé con eficiencia y eficacia, éste debe estar capacitado para el desempeño de su trabajo. De igual manera, debe conocer y comprender las expectativas organizacionales antes de iniciar su labor; este conocimiento de prioridades debe ser correcto, de ser posible cuantitativo. Igualmente, debe tener una disposición humana de motivación, autoridad, trabajo en equipo, influencia y empoderamiento sobre los resultados esperados, ante esto, el gerente debe ser un buen comunicador, logrando entender a sus empleados mediante sus relaciones interpersonales, estableciendo sistemas de comunicaciones los cuales permitan a los involucrados sentirse bien en su trabajo.

Por tanto, quien lidera procesos mediante habilidades humanas requiere gestionar escenarios con clima organizacional sano, valorando a sus colaboradores y fortaleciendo sus capacidades. Debe compartir objetivos de actuación, para que se puedan conocer y alcanzar en el futuro; asumir y ayudar a sus compañeros a trabajar para que logren su autodesarrollo; identificar y eliminar obstáculos que afecten el rendimiento; y gestionar adecuadamente los conflictos.

Por consiguiente, para evaluar la función de los gerentes con habilidades humanas en las pymes, es importante basarse en estándares de actuación con comportamientos sociales que midan resultados, tomando en cuenta factores como: interacción laboral, disposición al cambio, cordialidad, cumplimiento de objetivos, disposición de tiempo, atención de conflictos (determinados por socializaciones), comunicación activa y permanente, reuniones, entrevistas, las cuales sirven como base objetiva para establecer acciones compartidas en búsqueda de metas alcanzadas y competitividad.

De igual manera, puede expresarse que el gerente con su habilidad humana en las pyme, gestiona la preparación técnica y profesional, puesto que supone una participación activa, conduce al compromiso, a la dedicación plena para el logro de los grandes objetivos; participa manteniendo la moral de la gente aplicando técnicas, integradas éstas en beneficio de la institución así como de las personas, por lo que este estilo, debe ser asumido por los directivos, los cuales deben gozar de alta moralidad además de conducta intachable, en la organización que dirigen.

Gestión Comercial

También conocida como marketing, es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización.

Asimismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización. Una organización que quiere lograr que los consumidores tengan una visión y opinión positivas de ella y de sus productos, debe gestionar el propio producto, su precio, su relación con los clientes, con los proveedores y con sus propios empleados, la propia publicidad en diversos medios y soportes, la presencia en los medios de comunicación (relaciones públicas), etc. En una empresa, normalmente, el área comercial abarca el área de marketing y el de ventas para brindar satisfacción al cliente. Castaño (2011)

Gestión Financiera

Es el área que se encarga del óptimo control, manejo de recursos económicos y financieros de la empresa, esto incluye la obtención de recursos financieros tanto internos como externos, necesarios para alcanzar los objetivos y metas empresariales y al mismo tiempo velar por que los recursos externos requeridos por la empresa sean adquiridos a plazos e intereses favorables.

Los encargados del área financiera toman una gran relevancia dentro del organigrama de la organización, puesto que son ellos los que elaboran con su gestión el futuro deseable y seleccionan las formas de hacerlo factible, haciendo que las personas que están a su cargo funcionen como un sistema global utilizando las metodologías y herramientas necesarias para formar un grupo estratégica y tácticamente consistente que busque las metas empresariales propuestas por los altos mandos. Castaño (2011).

Gestión de Producción

En cuanto a la calidad Díaz (2007), agrega que no es la perfección de un producto, es la eficiente producción de un producto, el cual se espera siempre cumpla con la necesidad planteada por el consumidor final, satisfaciendo según Martínez, Charterina y Araujo (2010), las necesidades del cliente. Los autores en referencia, afirman que la calidad es lo que un cliente siempre quiere y que una empresa puede ser siempre exitosa si cumple con un estándar que el cliente espera se le brinde siempre que adquiera un producto.

Ruíz, (2013) indica que la gestión de producción es el conjunto de herramientas administrativas, que va a maximizar los niveles de la productividad de una empresa, por lo que, la gestión de producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad. Gestión de Ventas. El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

El sistema de comercialización se ocupa tanto de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como definir un plan de actuación dirigido a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se traduzcan en el cumplimiento de sus objetivos comerciales.

De manera general, hay elementos que deberán tenerse en cuenta en la concepción de un sistema de comercialización, sobre la base de considerar aquellos aspectos que tienen que ver en cómo una empresa ubica sus productos en el mercado y estratégicamente responde a los requerimientos del consumidor en el proceso de compra – venta y para beneficio de ambas partes.

En el contexto microempresarial, Torres (2005) indica que “La Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

Deymor, (2011), nos presenta un trabajo respecto de la inversión en talento humano y la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la región Arequipa – 2011, en donde indica que la competitividad se mide por la productividad que logra la unidad económica de pequeña escala, sector económico o país; siendo la productividad, resultado de realizar las cosas a menor costo, además, de atender los aspectos relacionados con la calidad del producto. El sector de la micro y pequeña empresa en la Región Arequipa, se constituye mayormente por unidades económicas de pequeña escala, conocidas como micro empresas, las cuales son de carácter familiar, mayoritariamente informales y que se mantienen a nivel de economías de subsistencia.

Por tanto, las micro, pequeñas y medianas empresas son de vital importancia para el desarrollo económico de un país. De acuerdo a Kotler (2009) las Pymes manufactureras dada su estructura manejable, tienen potencial para responder rápidamente a oportunidades de negocios porque no tienen una organización complicada o burocrática en la toma de decisiones, a la vez pueden tener cuidadoso control de su crecimiento, lo que les facilita penetrar nuevos mercados, para ello el conocimiento de sus factores de competitividad; es de importancia mayor.

De acuerdo a Ruiz, (2012) en su estudio sobre “La ventaja competitiva y su incidencia en las ventas de la Empresa Krystell Jeans del cantón Pelileo-Ecuador”, concluye determinando algunos factores de competitividad que han incidido para que no se logren los mejores resultados en la empresa. A saber, los siguientes:

- La empresa no tiene procesos controlados, lo que origina una fuga de costos.
- Tiene desventaja por utilizar tecnología en la producción de textiles, no a la par de la competencia.
- No maneja adecuadamente la información requerida de los clientes.
- No cuenta con diseños de moda vigente.
- No ha actualizado el manejo de sus canales de distribución
- Poca capacitación a su personal

Según estos criterios la empresa Krystel Jeans, se encuentra en desventaja debido a factores de competitividad que no han sido gestionados adecuadamente para obtener los mejores resultados y posicionamiento. Factores que tienen que ver con: Manejo de procesos productivos y logísticos, uso de tecnología, Información del mercado, y de talento humano, lo cual evidencia la importancia de atender estos factores de competitividad.

Finalmente, y con el propósito de impulsar y fomentar el desarrollo del sector microempresarial del Ecuador, en el 2004 se constituyó una instancia de alto nivel para establecer las políticas que permitan la organización, fortalecimiento y crecimiento de las microempresas y sus organizaciones gremiales, la cual fue creada según decreto Nº 2086 del Registro Oficial Nº 430 del 28 de septiembre del 2004, bajo el Art 1, 75 denominada “Consejo Nacional de la Microempresa CONMICRO, con sede en la ciudad de Quito, con patrimonio y fondos propios, como organismo coordinador , promotor y facilitador de las actividades de la microempresa del país. (CANTOS, 2006 pág.15).

Ciencia y Tecnología

La implementación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se ha convertido en una excelente herramienta que permite a las empresas generar un valor agregado a las actividades operacionales, buscando ofrecer ventajas empresariales para lograr consolidarse en un mercado global. De igual forma se puede evidenciar, como las empresas han optado por la innovación siendo este un conjunto de herramientas que permiten aplicar de forma correcta la gestión del conocimiento.

En México, la Innovación Tecnológica representa un importante aporte a la competitividad del país ayudando a mejorar los indicadores en la balanza comercial. Según el Índice Global de Innovación (IGI) 2018 que es calculado por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) México ocupa el lugar 56 de 126 países, siendo el tercero en Latinoamérica detrás de Chile y Costa Rica; México invierte \$3.8MUSD al año en Innovación, significando Gasto bruto en I+D, el .3% del PIB. Sin duda la Innovación Tecnológica es parte fundamental para el crecimiento económico no solo a nivel empresarial sino a nivel país.

Si bien el término Innovación Tecnológica abarca muchos significados e infinidad de situaciones, es aceptable definirlo en palabras de Porter (1990):

"La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones"

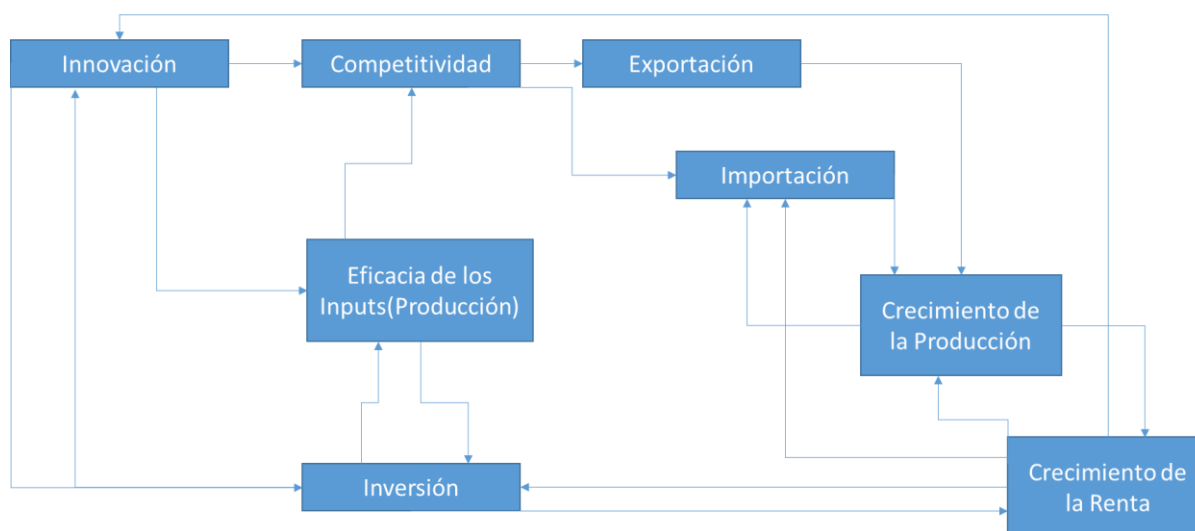
La innovación es el elemento clave que explica la competitividad.

Agrega J.A. Schumpeter: "La innovación es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario".

La innovación incrementa la competitividad, bien a través de los mercados o bien a través de la mayor productividad de los factores, y esto genera un aumento de la producción mejorando el saldo de la balanza comercial. Dosi, Pavit y Soete(1990).

Según Porter(1991), la innovación, ya sea de procesos, de productos u organizativa, determina la competitividad de una nación, ya que la competitividad depende de la capacidad de las empresas de innovar.

Figura 1. El círculo Virtuoso de la Innovación



Fuente: Elaboración propia con datos de Dosi, Pavit y Soete(1991).

Aquellas compañías que no se actualizan constantemente en cuanto a maquinaria, personal, tecnología e infraestructura pueden dejar de ser competitivas, lo cual llevaría a pérdida de clientes o incluso a desaparecer, (Kreitner y Kinicki, 2007).

Las empresas en la actualidad, poseen mayores posibilidades para acceder a información estratégica que les permita tomar acciones concretas frente a necesidades y/o oportunidades, esto les permite ser competitivas y actuar en un mundo globalizado que cada vez es más exigente, agresivo, demandante y fluctuante. Estas características hacen que las empresas, sectores e industrias tengan la apremiante necesidad de mantener condiciones que le generen valor y, que a través de procesos de innovación, puedan permanecer en el mercado. La innovación en este caso debe ser entendida como un proceso que implica cambio, con el propósito de mejorar lo ya existente o la creación de algo inédito, lo cual puede ser un bien, como un servicio, producto o proceso. (Sepulveda. 2019).

Internacionalización

El concepto de internacionalización de las empresas está asociado al conjunto de operaciones que facilita vínculos estables entre los negocios y el mercado internacional a lo largo de procesos que incrementan el compromiso y la proyección internacional (Welch and Loutarinen, 1999).

Según Hitt, Li and Xu (2016), “La internacionalización ha tenido profundos efectos en el desarrollo de las empresas multinacionales, así como en la economía global, generando una creciente interdependencia de los mercados financieros y las economías nacionales”.

Las teorías administrativas han tratado de identificar características comunes de las empresas para definir aquellas que con mayor probabilidad puedan explicar su éxito en el ámbito internacional. En ese mismo sentido, esta caracterización busca establecer una serie de etapas que deben cumplir las organizaciones; un ejemplo de esto puede encontrarse en un artículo divulgado en El País Uruguay.

De acuerdo con El País Uruguay (n.d.), la firma consultora Towers Watson realizó una encuesta entre 2011 y 2012, a 33 empresas con muy buen desempeño de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, República Dominicana y Uruguay. Las empresas encuestadas tenían en promedio 25.000 trabajadores y entre todas tenían un total de 800.000 empleados. El principal motivo para realizar el estudio fue conocer y analizar diferentes estrategias de internacionalización de empresas multilatinas (son empresas cuya casa matriz se encuentra en un país latinoamericano, presta servicios y/o gestiona el negocio en al menos dos países y desarrolla actividades en dos o más continentes). Los países latinoamericanos presentaron una dinámica importante de apertura al comercio internacional, especialmente a partir del año 2010. El contexto económico se caracterizaba por la revaluación y los buenos precios de los *commodities*. Las multilatinas mejoraron su rol en el contexto internacional, sin descuidar su mercado de origen.

El estudio de Towers Watsons identificó algunas etapas por las que pasan las empresas en su proceso de evolución para llegar al nivel de multinacional, las cuales son: Exportadora, aquellas firmas con presencia en otros países a través de unidades locales dedicadas a la venta y distribución de productos; Expansión Inicial, las firmas cuentan con establecimientos en otros países; Multidoméstica, compañías con subsidiarias en otros países que son manejadas localmente; Multinacional, empresas con subsidiarias en diferentes países y un sistema global de distribución con unidades de negocio; y, Global, compañías que usan en forma coordinada la misma imagen y marca en todos los mercados en que actúa para comercializar sus productos .

Según las encuestas realizadas, del total de empresas, el 9% estaba en las primeras etapas del proceso (6% fase exportadora y 3% expansión inicial); el 15% eran multidomésticas, mientras que el 70% eran multinacionales; sólo el 6% pudo considerarse como globales.

Las estrategias utilizadas por las empresas para enfrentarse a un nuevo mercado dejan en evidencia diferentes enfoques y gestiones: el 52% prefirió acceder a los mercados de manera rápida para así aprovechar las oportunidades ofrecidas, mientras que el restante 48% optó por analizar detenidamente el mercado a ingresar y las oportunidades de crecimiento, antes de entrar a un nuevo país. También se resalta que un factor que dificulta la internacionalización, es la falta de personal capacitado para la movilidad hacia otros países, y poco conocedor de la forma de hacer negocios.

Por otra parte, la revista Dinero (2015) reconoce la importancia de las multilatinas en Colombia, tanto así que resalta que aportan cerca del 2,5% del PIB, además de tener reconocimiento por el crecimiento y competitividad a nivel internacional. Al igual que se mencionó previamente, estas empresas tienen una expansión internacional orgánica – crecimiento por exportaciones –, buscando socios o comprando negocios en el exterior. Dentro de dichas empresas se pueden resaltar Argos, Hoteles Estelar, Gerfor, Chocolates Nutresa, Avianca, Corona, Banco de Bogotá, EPM, Davivienda, ISA, entre otras.

La importante internacionalización económica en estas últimas décadas ha ido acompañada de cambios decisivos en la base tecnológica y organizativa de las diferentes economías y de las distintas empresas, planteándose un amplio debate acerca de las nuevas formas de actuación de los respectivos gobiernos (locales, regionales y nacionales) y de las unidades productivas, en escenarios crecientemente abiertos a la pugna competitiva internacional. La internacionalización económica plantea, en suma, nuevos retos en cuanto a la competitividad internacional de las empresas, regiones y naciones, en los diferentes sectores en los que tiene lugar dicha pugna competitiva.

Si hay algo que merece ser destacado cuanto antes, es que el "entorno" de políticas públicas en los ámbitos regional y nacional desempeña un papel fundamental en el logro del éxito competitivo de las empresas situadas en la región. De ahí que debamos ocuparnos de resaltar las circunstancias regionales que pueden fomentar la construcción de ventajas competitivas dinámicas en determinados sectores, y deducir igualmente las implicaciones de todo ello, tanto para las empresas como para los gobiernos regionales.

En otras palabras, esto equivale a señalar los principios de la estrategia competitiva para los sectores específicos en los que la región puede competir. En ello, el énfasis en los sectores es importante, ya que es en ellos donde se dilucidan las pérdidas o ganancias de competitividad. La región puede influir en la capacidad de las empresas situadas en la misma para competir con éxito en determinados sectores, pero son las empresas los agentes competidores directos en los mercados, en los diferentes sectores o segmentos sectoriales específicos.

Pero, antes que nada, es preciso señalar el elevado grado de imprecisión que suele darse en la utilización del término competitividad internacional. De un lado, se encuentran las interpretaciones que contemplan la competitividad como un fenómeno macroeconómico, cuyos elementos más influyentes son el tipo de cambio, el tipo de interés, o el déficit público. Igualmente, están las argumentaciones que hacen depender la competitividad de

la existencia de una abundante o rica dotación de recursos naturales o de mano de obra barata. De otro lado, se señala también que la competitividad depende de la existencia de políticas gubernamentales de carácter global, orientadas hacia la promoción de exportaciones o la protección industrial. Y, asimismo, encontramos otras explicaciones que destacan la importancia en la competitividad de las diferentes prácticas de gestión empresarial, entre las que se incluyen las relaciones entre dirección y trabajadores.

Ninguna de estas explicaciones, por sí solas, resulta plenamente satisfactoria, constatándose la carencia de una teoría y conceptos generalmente aceptados. De igual modo, se da en todo ello una excesiva intromisión de elementos ideológicos provenientes de los planteamientos más simplistas de la economía convencional o de la observación de tan sólo algunos aspectos o un número excesivamente reducido de experiencias concretas. Una cuestión relevante, en la que siempre conviene insistir, es que el objetivo último del desarrollo económico regional no depende de la imprecisa noción de competitividad, sino de la productividad con que se empleen sus recursos de todo tipo (humanos, financieros, físicos, tecnológicos, etc.) para alcanzar un alto y creciente nivel de vida para sus habitantes.

El logro de un mayor nivel de vida no puede ser, desde luego, simplistamente reducido a un mero crecimiento económico cuantitativo, ya que la mejora del nivel de vida debe incluir, entre otras consideraciones, la correspondiente mejora de las relaciones sociales de producción (y entre ellas, las relaciones laborales); la mejora de la calidad medioambiental (es decir, evitar el deterioro del medio ambiente y planificar el uso adecuado de los recursos naturales no renovables), y el respeto y potenciación de la diversidad cultural en las distintas regiones y naciones. Todo ello requiere no únicamente un mayor crecimiento sino, sobre todo, un mejor crecimiento económico y social en la región.

Así, pues, la productividad es el principal determinante, a largo plazo, del nivel de crecimiento económico, siendo por ello la condición necesaria, aunque no suficiente, para incrementar la competitividad, ya que ésta depende adicionalmente de otros aspectos.

El crecimiento sostenido de la productividad requiere que la economía regional se perfeccione continuamente.

Los costes de estos ajustes orientados al perfeccionamiento de una economía regional pueden ser menores si existe una amplia gama de sectores en la misma, en vez de depender excesivamente de tan sólo unos pocos. Así, pues, la existencia de un adecuado tejido económico regional interno resulta decisivo para sustentar todos estos cambios y estrategias de perfeccionamiento de la economía regional. De este modo, aunque pueda parecer paradójico, una de las prioridades fundamentales (posiblemente la más importante) en el logro de ventajas competitivas internacionales descansa precisamente en el reforzamiento de la base productiva regional interna, sin la cual cualquier salida externa puede ser efímera. La presencia de empresas en un amplio conjunto de sectores ofrece, por tanto, mayores posibilidades de éxito para enfrentar los trastornos derivados de los cambios estructurales, ya que de esa forma se facilitan los eslabonamientos entre sectores.

Capítulo V: Comprobación Cualitativa

Introducción

Este capítulo tiene como objetivo comprobar cualitativamente las relaciones entre las variables propuestas de Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización (I). Competitividad Empresarial(CE).

A través de un guión semiestructurado se realiza la técnica de la entrevista a expertos en comercio internacional, sector automotriz, líderes de empresas, los discursos orales son registrados para después ser procesados con la herramienta Nvivo. De esta manera se expresan a través de nubes de palabras y cuadros de frecuencia los datos cualitativos. Los expertos coinciden en las variables expuestas como factores que influyen en la competitividad de la industria de transporte en Nuevo Leon, de esta manera y sumado a los estudios previos se construye el cuestionario cuantitativo.

La investigación cualitativa se interesa por captar la realidad social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto (Bonilla y Rodriguez, 1997:84).

Diseño del estudio

La metodología cualitativa es la que se aplica en el presente estudio. Además, es un estudio exploratorio no probabilístico, de campo; con un diseño transversal no transaccional, ya que se efectuará en un periodo determinado y no se le dará un seguimiento. Es un análisis inductivo que tiene que ver con la teoría del análisis cualitativo, y ésta surgirá al establecer los códigos iniciales, diseñados dentro de temas amplios e incorporados en una teoría fundamentada o una interpretación amplia. La investigación cualitativa es básicamente interpretativa. Creswell, J.W. (2009)

Tiene la característica de la Transferibilidad ya que la presente investigación se contempla la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos en determinado contexto a otro cuyo significado sea similar al del contexto estudiado.

Respecto a la Reflexividad

La presente investigación cualitativa esta revestida de reflexividad ya que concurren las relaciones intersubjetivas que se dan entre los participantes expertos en materia de relaciones internacionales y de empresas manufactureras, Todos ellos participantes del sector público, privado y de la academia. Estos elementos aportan credibilidad a la investigación cualitativa porque permite a toda indagación las relaciones intersubjetivas que se generan entre los participantes.

Justificación de la muestra

En el modelo propositivo o de juicio (Cualitativo) no hay reglas del tamaño de la muestra tal como lo señala Martínez-Salgado, (2012) citando a Patton M, dependerá de contestar la siguiente: “todo depende”. Depende del propósito del estudio, de lo que resulta útil para lograrlo, de lo que está en juego, de lo que lo hace verosímil, y en última instancia, incluso de lo que es posible. (p. 616) - Así que , para efectos de la presente investigación cualitativa se consideraron 5 entrevistas, de las cual es todas se validaron, éstas realizadas a expertos profesionista y académicos en materia de relaciones internacionales y de empresas manufactureras. Estas entrevistas se llevaron a cabo con el objeto de valorar su juicio respecto a los factores que influyen en la competitividad de la industria de transporte en Nuevo Leon. Respecto del tamaño de la muestra, la saturación se materializó al observar que los sujetos entrevistados comenzaron a ser coincidentes y verosímiles en las opiniones respecto del objeto de estudio. Aunado a esto, Morse, citado por Martínez-Salgado (2012) lo que digas deberá de ser trascendente respecto del objeto investigado, y como es el caso, se presentarán las conclusiones con los elementos estudiados .

Expertos a los que se les aplicó la entrevista

Nombre	Puesto	Institución
Leonardo Souza	Economía y Gestión Doctorante Tesis "Innovación Tecnológica"	Universidad Autónoma Metropolitana
Mariela Saldívar	Internacionalista Diputada	Movimiento Ciudadano
Jorge Chavira	Jefe de Servicios de estudios Financieros y Actuariales	Issste – Mexico DF
Fernando Sanchez	Gerente Especializado Innovación	Nemak
Manuel Montoya	Director	Claut Nuevo Leon

Fuente: Elaboración propia, (2019).

Universe	Expertos en Negocios Internacionales
Ambito	Regional, Nuevo Leon(México)
Metodo de Recogida de información	Entrevista semi-estructurada, realizada presencialmente
Unidad Muestral	Expertos en Economía, Innovación, Industria
Tamaño de la Muestra	5
Muestreo	No probabilística de conveniencia
Trabajo de Campo	Septiembre 2018 - Octubre 2020
Número de entrevistas realizadas	5
Respuestas validas	5

Fuente: Elaboración propia, (2019).

Instrumentos

Se diseño un instrumento en conformidad con las variables y sus dimensiones, el cual se aplico a 5 expertos en negocios internacionales en Nuevo Leon. Dicho instrumento ofrece 10 items con respuestas abiertas. El instrumento se construyó con base en las dimensiones evaluadas en la investigación. De modo que se utilizó como técnica la entrevista, la cual estuvo orientada a establecer contacto directo con los expertos a través de la guía del cuestionario semiestructurado obteniendo información abierta. (Bernal,2010, p.177).

#	Pregunta	Variables
1	¿Qué es competitividad empresarial?	Competitividad
2	¿Cómo generar competitividad?	Competitividad
3	¿Comportamiento de la industria de Transporte en Nuevo Leon?	Internacionalización
4	¿Cómo afectan los factores externos la competitividad de una empresa?	Competitividad
5	¿A qué problemas se enfrentan la industria al querer exportar?	Internacionalización
6	¿Cómo influye el liderazgo Gerencial para el éxito de la industria?	Gestión Gerencial
7	¿Cómo afecta la situación financiera del estado a una empresa?	Gestión Financiera
8	¿Qué tanto influye el precio para la adopción de nuevos clientes?	Gerencia Comercial
9	¿En qué nivel de Innovación se encuentra NL vs el resto del mundo?	Ciencia y Tecnología
10	¿Cuál es la importancia de las alianzas estratégicas?	Gestión de producción

Procedimiento

Se levanta la información primaria a través del uso de la técnica de entrevista a expertos realizada de forma presencial y remota inicialmente grabada y luego transcrita mediante un cuestionario semiestructurado. Con la información recolectada se tabuló con el uso de la herramienta Nvivo y se expresó con gráficas de nubes para entendimiento de los resultados.

Análisis Cualitativo

Las categorías analizadas fueron: Competitividad Empresarial, Gestión Gerencial, Gestión Comercial, Gestión Financiera, Gestión de Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización.

Competitividad Empresarial

Ilustración 1 Competitividad Empresarial



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2018.

La percepción de los expertos mostro las siguientes palabras más consideradas:

Productividad, Procesos, Valor, Inventario.

Se hace mención que somos un país con baja productividad, carente de estrategias y procesos que permitan competir con otros países.

Gestión Gerencial

Ilustración 2 Gestión Gerencial



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2020.

Como parte de la revisión de datos, se procedió a identificar cuáles eran las palabras más frecuentes utilizando el programa Nvivo 12 sobre la importancia de conocer el comportamiento de la Gestión Gerencial, la palabra que asociaban con mayor periodicidad en las entrevistas es factos, logística, internacional.

Gestión Comercial

Ilustración 3 Gestión Comercial



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2020.

Como parte de la revisión de datos, se procedió a identificar cuáles eran las palabras más frecuentes utilizando el programa Nvivo 12 sobre la importancia de conocer el comportamiento de la Gestión comercial, la palabra que asociaban con mayor periodicidad en las entrevistas es Productos, además de las palabras Calidad, Balanza, producción.

Gestión de Producción

Ilustración 5 Gestión de Producción



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2020.

La percepción de los expertos mostró las siguientes palabras Productos, Empresas, Efecto, Importaciones, Producción.

Ciencia y Tecnología

Ilustración 6. Ciencia y Tecnología



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2020.

La percepción de los expertos mostro las siguientes palabras Innovación, Desarrollo, Investigación, Empresas.

Internacionalización

Ilustración 7 Internacionalización



Fuente: Elaboración propia a través de Nvivo, 2020.

La percepción de los expertos mostro las siguientes palabras Balanza, Crecimiento, empresas. Se comentó de parte de los expertos que de suma importancia las exportaciones, mantener la calidad de los productos para seguir siendo competitivos y atractivos para las grandes corporaciones internacionales.

Aporte Cualitativo

Las entrevistas a los expertos han permitido comprobar las dimensiones de las variables estudiadas a entender: Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización. Y hacen relación con las teorías expuestas en el marco teórico.

Capítulo VI: Comprobación Cuantitativa

Introducción

Este capítulo tiene por objetivo comprobar cuantitativamente la relación entre las variables propuestas, Competitividad Empresarial, Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización.

“La investigación cuantitativa se inspira en el positivismo. Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que la misma de las ciencias exactas y naturales” (Bonilla y Rodríguez, 1997:83).

Se realiza validación de contenidos del cuestionario cuantitativo, que es construido con base a la literatura de competitividad empresarial. Una vez que se encuentra validado se procede a aplicar el instrumento a una muestra de 32 ejecutivos de las 25 empresas pertenecientes al TIER 1 de empresas de transporte en Nuevo Leon(México). Los datos son tabulados y procesados a través del software SPSS realizando una regresión lineal simple.

Metodología Cuantitativa

Diseño

En esta fase de la investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, con una metodología cuantitativa de tipo analítica de nivel explicativa y un diseño no experimental, transaccional y de campo.

Para efectuar esta investigación, se diseñó un muestreo probabilístico, se utilizará la escala de Likert, que pertenece a la categoría de las ordinales, presenta cinco enunciados positivos y negativos acerca de un objeto de actitud.

Al responder, los individuos indican su reacción asignando un número a cada una:

- Muy Influyente 5
- Influyente 4
- Ni muy influyente, ni poco influyente 3
- Es menos influyente 2
- Es nada influyente 1

Sobre la misma escala Bonales y Sánchez (2003) mencionan que es un conjunto de elementos de actitudes consideradas aproximadamente de igual valor, y a cada una de las cuales los sujetos responden con diversos grados de nada influyente hasta muy influyente. Dicha escala puede acortarse o incrementarse en el número de categorías, pero el peso proporcionado a cada una deberá ser el mismo.

Participantes

Se estimó una muestra representativa de 32 ejecutivos representando las 25 empresas Tier 1 de Nuevo Leon. Tier 1 representa las empresas proveedoras de primer nivel del sector industrial de equipos de transporte en Nuevo Leon, pertenecientes al CLAUT de transporte, entre ellas se encuentran 3M, Accuride, ACS, Brembo, Clarios, DBG, Denso, Draxton, Ficosa, Gonher, Nelson, Howmet, Joyson, Katcon, Meritor, Metalsa, Nematik, Prolamsa, Questum, Rassini, Salaria, SAG, Sisamex, Sogefi, Vitro, Yazaki, ZF.

El 85% de los participantes son hombres el resto son mujeres, todos con puestos de nivel Gerencial a Directivo. Las empresas son del sector industrial de equipos de transporte y pertenecen al clúster automotriz de Nuevo Leon.

Un clúster es una concentración geográfica de empresas e instituciones asociadas en un campo particular, vinculados por características comunes y complementarias, que compiten, pero también cooperan. (Michael Porter).

El tamaño de la muestra es de 32 ejecutivos de empresas de transporte en Nuevo León. El tipo de muestra es no probabilístico, es decir, la muestra se seleccionará de acuerdo con la actividad económica manufactura de transporte, la condición exportadora, ubicación geográfica en el estado de Nuevo León y la accesibilidad a responder el cuestionario.

Instrumentos

Se diseñará un instrumento en conformidad con las variables de estudio, el cual se aplicará a las empresas de transporte representadas como TIER 1 en el CLAUT de Nuevo León. Dicho instrumento corresponde a un cuestionario tipo Likert con N ítems con alternativas de selección múltiple.

Validación del Instrumento

En primer lugar, se realiza la validación de contenido, junto con la recopilación de datos para su posterior análisis, a partir de los autores se enlistan las dimensiones con sus respectivas definiciones y la variable según corresponden en un cuestionario tipo Likert de 5 alternativas, siendo el 5 el número de mayor valor para la calificación de coherencia, relevancia y claridad.

- a) Manuel Humberto Jiménez Ramírez (Jiménez Ramírez, 2006) quien presenta un modelo micro para las empresas en Bogotá y Cundibamarca,
- b) Dra. María Luisa Saavedra García Libro: “Hacia la determinación de la competitividad de la Pyme Latinoamericana” (Saavedra García) donde se revisaron los factores que determinaran para medirla en algunas regiones de Latinoamérica
- c) “Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera moreliana” del Dr. Pablo Manuel Chauca Malásquez (Chauca Malásquez, 2003).
- d) “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”(Ibarra Cisneros, 2017).

El cuestionario consta de 48 preguntas, que nos permite conocer como los ejecutivos de las principales compañías de equipo de transporte de Nuevo Leon consideran relevante la influencia de las variables independientes en la competencia empresarial.

Como variables independientes, se integraron las 6 dimensiones del estudio las cuales están cuantificadas en escala de Likert como se mencionó anteriormente.

Asimismo, se integraron las variables Razón Social, Cargo actual y Tamaño de la empresa, como variable de control, con el objetivo de conocer si las empresas que participan, el cargo actual del encuestado y el tamaño de las empresas incide en el nivel de competitividad de las mismas. Esta variable es de tipo dicotómica donde 0 = chica < 50 empleados, 1 = mediana entre 50 y 250 empleados, 2 = grande > 250. (INEGI).

Se logró encuestar a 32 ejecutivos de las principales empresas de la industria de equipo de transporte en Nuevo Leon, la aplicación del instrumento se realizó entre Febrero y Mayo del año 2020, la encuesta se hizo llegar mediante correo utilizando la herramienta google forms a los dueños o gerentes de las empresas para encuestarlos y obtener resultados.

Por otra parte, se validó el instrumento al realizar la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach mediante el uso de la herramienta SPSS, el resultado general fue muy satisfactorio en cada una de las 6 variables evaluadas, mientras que el análisis por dimensión proporciona un resultado igualmente satisfactorio.

Variables Independientes

1. Gestión Gerencial

- Escolaridad del empresario
- Experiencia
- Conocimiento del negocio

- Manejo de otros idiomas
- Tipo de decisor

“Todas las empresas tienen que ser competitivas. Sin embargo, la mayoría no lo son. Hay abundancia de administradores, pero una preocupante escasez de ejecutivos emprendedores, de verdaderos empresarios. Un ejecutivo que sólo se comporta como administrador invierte su tiempo y enfoca sus esfuerzos en cuidar los recursos y tratar de asegurar el buen funcionamiento de la empresa. Su meta es eficiencia operativa.

En cambio, un ejecutivo emprendedor o un empresario en toda la extensión de la palabra busca crear mercados, servir a nuevos clientes y conseguir fuentes alternativas de ingresos. No se conforma con lo que hay en el presente porque sabe que, para competir en el futuro, la empresa tiene que ser reinventada continuamente”. Luigi Valdes.

Por otra parte, Ramírez y Hugueth (2017) señalan que las organizaciones interesadas en mejorar la efectividad de su gestión, han encontrado en la comunicación una herramienta importante que les permite mantener grupos de trabajo integrados, obteniendo los objetivos planificados mediante de una comunicación productiva.

2. Gestión Comercial

- Tipo de mercado en el que opera
- Tipo de cliente
- Tipo de producto
- Demanda
- Política de precios
- Experiencia en el mercado
- Canales de comercialización
- Participación en el mercado
- Competencia
- Publicidad
- E-commerce

Es la función que, mediante estudios e investigaciones, generará conocimiento al ingeniero diseñador y al personal de producción respecto que es lo que el cliente desea y espera en un producto o bien en específico, cual es el valor que se esté dispuesto a pagar por él, donde y cuando es la necesidad. Gestión de recurso y actividades para analizar, determinar y satisfacer las necesidades de los clientes que adquieren productos y servicios.

En este pilar adhieren variables relacionadas con el producto, canales de distribución usados por la empresa, comunicación y la estrategia de marketing.

3. Gestión Financiera

- Rentabilidad
- Valor patrimonial
- Endeudamiento
- Liquidez
- Fuentes de financiación
- Prueba ácida
- Cambios en la situación financiera
- Flujos de caja
- Sector económico
- Crédito

Cualidad de allegarse del activo necesario para cumplir los objetivos y administrarlo de manera eficiente para el mejor logro de ese propósito. Es la acción que permite mejorar de manera satisfactoria el valor actual de la riqueza, asegurando que se disponga de flujo suficiente para asegurar pagar cuentas a su tiempo y, de esta manera, ayudar a la distribución más eficaz de los recursos disponibles en una organización.

4. Gestión de Producción

- Capacidad instalada
- Antigüedad equipos
- Nivel de personal
- Proveedores materias primas
- Estructura de costos de producción
- Sistema de Inventarios
- Flexibilidad
- Experiencia productiva

Esta gestión es la habilidad de una organización que le permite desplegar y asegurar sus recursos de manera eficiente, esto debido a la respuesta de los cambios en estrategias y objetivos. Cubre la necesidad de las organizaciones de tener consigo fuerza de trabajo; equipo, recurso humano y proveedores, que le permitan adaptarse fácilmente a las fluctuaciones de la demanda, y participar en la mejora de la calidad de producción, en bienes o servicios.

Adecuación o extracción de bienes con el objetivo de hacerlos aptos para satisfacer ciertas necesidades. Control de los recursos de la empresa mediante los que se permite realizar el proceso de producción a cabo actividades estratégicas: Planeación producción, abastecimiento de materiales, y control de calidad de producción.

5. Ciencia y Tecnología

- Inversión en I + D
- Patentes
- Exportaciones de alta tecnología
- Cultura de innovación
- Vinculación universidad - empresa
- Emprendimiento
- Capacitación de personal

La habilidad de los países para competir en la economía global se relaciona con su potencial tecnológico. Es importante que los gobiernos y empresas lo impulsen directamente a través del apoyo financiero, e indirectamente, asegurando un entorno macroeconómico que incentive la innovación, y promoviendo la difusión de tecnología con medidas que aseguren que el progreso tecnológico se encamine desde los centros de infraestructura de investigación hacia las empresas. (Gonzalez Romero, 1990).

De esta manera, un factor de innovación requerido en el modelo de desarrollo sustentable es lograr el trabajo creativo de manera creciente en las organizaciones, y esto como lo dice Humberto Jiménez (Jiménez Ramírez, 2006), se refiere al aprovechamiento y mejora en los procesos de negocios, lo que significa mejorar y adaptar las organizaciones para generar procesos que permitan habilitar su gestión con mayor sustentabilidad.

De esta manera el desarrollo sustentable permite adquirir un progreso y este se obtiene en forma muy significativa, permitiendo incrementar riqueza, asegurando mejorar el capital y ayudando en una buena distribución de este. Tal es que se logre el progreso de forma responsable, manteniendo los recursos naturales y el medio ambiente, y generando la suficiente riqueza para la sostenibilidad económica de las empresas que permiten generar beneficios sociales.

6. Internacionalización

- Exportaciones
- Mercados potenciales
- Infraestructura en otros países
- Adaptación en otras culturas
- Competencia global
- Socio Internacional
- Ventaja Competitiva

ProMéxico explica que el sector de equipo de transporte se encuentra dentro de los sectores que cuentan con mayores oportunidades de internacionalización gracias a su gran competitividad.

Genera mayor valor, apertura a nuevos mercados, eliminación de barreras arancelarias, incrementa competitividad debido a la asimilación de nuevas tecnologías y procesos. Fortalecimiento, reducción de costos, diversificación de riesgos, oportunidades de crecimiento, rentabilidad. Importancia de clientes en el exterior.

Análisis de Resultados

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Gestión Gerencial	32	2.60	5.00	4.2966	.47093
Gestión Comercial	32	3.36	4.91	4.0878	.42812
Gestión Financiera	32	3.00	5.00	4.0069	.61756
Gestión Producción	32	2.38	5.00	3.9612	.75969
Ciencia y Tecnología	32	1.50	5.00	4.0114	1.1498
Internacionalización	32	1.00	5.00	3.6971	1.2845
N válido (por lista)	32				

Gestión Gerencial

Tabla 1. Gestión Gerencial

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Escolaridad del Empresario	32	1.00	5.00	4.1724	.92848
Experiencia	32	3.00	5.00	4.5172	.73779
Conocimiento del Negocio	32	3.00	5.00	4.7586	.57664
Manejo de otros idiomas	32	1.00	5.00	3.6897	.84951
Tipo de decisor	32	3.00	5.00	4.3448	.61388
N válido (por lista)	32				

Esta tabla nos indica que los ejecutivos entrevistados consideran que los indicadores son influyentes en su mayoría lo cual nos deja ver que la Gestión Gerencial influye en la Competitividad Empresarial, siendo el indicador principal el conocimiento del negocio.

Gestion Comercial

Tabla 2. Gestión Comercial

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Tipo de mercado en el que opera	32	3.00	5.00	4.1379	.63943
Tipo de cliente	32	3.00	5.00	4.0000	.70711
Tipo de Producto	32	3.00	5.00	4.3103	.71231
Demanda	32	3.00	5.00	4.2414	.68947
Política de Precios	32	2.00	5.00	4.1379	.83342
Experiencia en el mercado	32	3.00	5.00	4.4483	.63168
Canales de Comercialización	32	2.00	5.00	4.3448	.85673
Participación en el mercado	32	2.00	5.00	3.8966	.85960
Competencia	32	3.00	5.00	4.0345	.68048
Publicidad	32	2.00	5.00	3.6897	.89056
E-Commerce	32	2.00	5.00	3.7586	1.09071
N válido (por lista)	32				

El indicador de Gerencia Comercial se considera como influyente también siendo la experiencia del mercado la que más influye en la competitividad empresarial.

Gestion Financiera

Tabla 3. Gestión Financiera

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Rentabilidad	32	3.00	5.00	4.3448	.61388
Valor Patrimonial	32	2.00	5.00	3.8966	.90019
Endeudamiento	32	1.00	5.00	3.5517	1.12078
Liquidez	32	2.00	5.00	4.1724	.84806
Fuentes de Financiamiento	32	2.00	5.00	4.0690	.96106
Prueba Acida	32	2.00	5.00	3.5862	.82450
Cambios Situación Financiera	32	3.00	5.00	4.0000	.70711
Flujos de Caja	32	3.00	5.00	4.3448	.76885
Sector Económico	32	3.00	5.00	4.1724	.80485
Crédito	32	2.00	5.00	3.9310	.92316
N válido (por lista)	32				

El indicador Gestión Financiera, es influyente, siendo la rentabilidad de la industria la que más influye para la competitividad.

Gestion de Producción

Tabla 4. Gestión Producción

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Capacidad Instalada	32	2.00	5.00	4.1724	.88918
Antigüedad de Equipos	32	1.00	5.00	3.6207	.97884
Nivel de Personal	32	2.00	5.00	4.4483	.78314
Proveedores de Materias Primas	32	1.00	5.00	3.6207	1.20753
Estructuras de Costo de Producción	32	1.00	5.00	3.7241	1.27885
Sistemas de Inventarios	32	1.00	5.00	3.6552	1.26140
Flexibilidad	32	3.00	5.00	4.3448	.72091
Experiencia Productiva	32	1.00	5.00	4.1379	.99010
N válido (por lista)	32				

En la tabla 4, observamos que la gestión de producción se considera influyente, siendo el nivel de personal el de mayor aporte para la competitividad.

Ciencia y Tecnología

Tabla 5. Ciencia y Tecnología

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
inversión en I+D	32	2.00	5.00	3.72	1.054
Patentes	32	1.00	5.00	3.47	1.565
Exportaciones de Alta Tecnología	32	2.00	5.00	4.16	1.139
Cultura de Innovación	32	1.00	5.00	4.22	1.211
Vinculación Universidad-Empresa	32	2.00	5.00	4.22	.870
Emprendimiento	32	1.00	5.00	4.13	1.129
Capacitación Personal	32	2.00	5.00	4.16	1.081
N válido (por lista)	32				

La tabla 5 nos indica que la ciencia y tecnología aportan de manera influyente la competitividad empresarial, siendo la cultura de innovación y la vinculación Universidad-Empresa las de mayor aporte.

Internacionalización

Tabla 6. Internacionalización

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Exportaciones	32	1.00	5.00	3.19	1.469
Mercados Potenciales	32	1.00	5.00	3.97	1.150
Infraestructura propia en otros países	32	2.00	5.00	3.25	1.270
Adaptación en otras culturas	32	2.00	5.00	3.88	1.185
Competencia Global	32	3.00	5.00	3.72	1.276
Socio Internacional	32	3.00	5.00	3.78	1.338
Ventaja competitiva	32	3.00	5.00	4.09	1.304
N válido (por lista)	32				

La tabla 6, indica que la internacionalización aporta de manera positiva en la competitividad empresarial, siendo la ventaja competitiva el indicador que más aporta.

Análisis Fiabilidad

Gestión Gerencial

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.610	5

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Escolaridad del Empresario	4.1724	.92848	32
Experiencia	4.5172	.73779	32
Conocimiento del Negocio	4.7586	.57664	32
Manejo de otros idiomas	3.6897	.84951	32
Tipo de decisor	4.3448	.61388	32

Gestión Comercial

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.758	11

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Tipo de mercado en el que opera	4.1379	.63943	32
Tipo de cliente	4.0000	.70711	32
Tipo de Producto	4.3103	.71231	32
Demanda	4.2414	.68947	32
Política de Precios	4.1379	.83342	32
Experiencia en el mercado	4.4483	.63168	32
Canales de Comercialización	4.3103	.84951	32
Participacion en el mercado	3.8966	.85960	32
Competencia	4.0345	.68048	32
Publicidad	3.6897	.89056	32
E-Commerce	3.7586	1.09071	32

Gestión Financiera

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.898	10

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Rentabilidad	4.3571	.62148	32
Valor Patrimonial	3.8929	.91649	32
Endeudamiento	3.5357	1.13797	32
Liquidez	4.1786	.86297	32
Fuentes de Financiamiento	4.0714	.97861	32
Prueba Acida	3.6071	.83174	32
Cambios Situación Financiera	4.0357	.69293	32
Flujos de Caja	4.3571	.78004	32
Sector Economico	4.1786	.81892	32
Credito	3.9643	.92224	32

Gestión Producción

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.879	8

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Capacidad Instalada	4.1724	.88918	32
Antigüedad de Equipos	3.6207	.97884	32
Nivel de Personal	4.4138	.77998	32
Proveedores de Materias Primas	3.6207	1.20753	32
Estructuras de Costo de Producción	3.7241	1.27885	32
Sistemas de Inventarios	3.6552	1.26140	32
Flexibilidad	4.3448	.72091	32
Experiencia Productiva	4.1379	.99010	32

Ciencia y Tecnología

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.978	7

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Inversion en I+D	3.72	1.054	32
Patentes	3.47	1.565	32
Exportaciones de Alta Tecnología	4.16	1.139	32
Cultura de Innovación	4.22	1.211	32
Vinculación Universidad-Empresa	4.22	.870	32
Emprendimiento	4.13	1.129	32
Capacitación Personal	4.16	1.081	32

Internacionalización

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.981	7

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Exportaciones	3.19	1.469	32
Mercados Potenciales	3.97	1.150	32
Infraestructura propia en otros países	3.25	1.270	32
Adaptación en otras culturas	3.88	1.185	32
Competencia Global	3.72	1.276	32
Socio Internacional	3.78	1.338	32
Ventaja competitiva	4.09	1.304	32

Capítulo VII. Análisis y Discusión de Resultados

Introducción

Este capítulo tiene como propósito mostrar y hacer un análisis de resultados conseguidos en la fase cualitativa y cuantitativa. Se hace un análisis de conceptos de los factores que influyen en la competitividad de las empresas de transporte en Nuevo Leon a partir de la literatura.

Enseguida, se analizan los datos cualitativos resultantes y se compara con la literatura. A continuación, se valoran los resultados cuantitativos para de esta manera triangular los datos de ambos estudios mostrando sus puntos de encuentro y diferencia.

Análisis y discusión de la revisión conceptual

Competitividad Empresarial

Sobre los hallazgos obtenidos en la revisión documental y la minería de datos, el resultado fue:

En primer lugar, hay muchas definiciones de la competitividad empresarial, sin embargo, podemos entender esta como la habilidad de una empresa para elaborar e implementar estrategias competitivas, para de esta manera mantenerse en el mercado e incrementar su catálogo de productos y servicios de manera constante y escalable.

Esas habilidades se relacionan con diversos factores que tienen que ver con nuestras variables y que son mantenidas o no por las empresas, que van desde la capacitación del personal y los procesos gerenciales administrativos, la disposición de infraestructura y las situaciones de la oferta y demanda. La competitividad es relevante debido a que tiene una relación a favor del crecimiento económico a mediano y largo plazo.

Como lo vimos en capítulos anteriores, “un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos” (IMD, 2012).

De acuerdo con una definición estándar de la Unión Europea (2001), la competitividad, a nivel regional y nacional, es la capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible.

En esta investigación analizamos a algunos autores que estudiaron los principales factores que influyen en la competitividad y su influencia en el proceso de crecimiento y desarrollo económico de los países, son entre otros: la división del trabajo, las inversiones, y el comercio, según la teoría clásica; la intensidad de capital, las inversiones y las políticas gubernamentales de subsidios y tasas, , la apertura comercial, la facilidad de cambio estructural y la inversión extranjera directa, desde el punto de vista de la economía del desarrollo; y el nivel educativo, el gasto en capital humano, investigación y desarrollo (I+D) e incentivos a la innovación, en la “nueva teoría del crecimiento”.

Además, los teóricos del crecimiento endógeno destacaron aspectos como el capital humano (Lucas, 1988), la infraestructura (Barro, 1990), las instituciones (Romer, 1986), las innovaciones (Romer, 1990; Aghion y Howitt, 1992) y la competencia y la apertura comercial (Grossman y Helpman, 1991).

Así es como las ventajas competitivas nacen de las variables de relevancia en todos los niveles del ecosistema y de la relación entre ellas. De esta manera, se determina que la competitividad tiene un carácter sistémico (Esser y otros, 1996).

Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización.

Se han realizado diferentes formas de agrupación que en estudios previos los académicos han considerado en los factores que inciden en la competitividad empresarial de la empresa. Tal es el caso de Estudio de competitividad empresarial en Costa Rica Lafuente, E., Leiva, J.C., & Mora-Esquivel, R. (2019), que determinan la competitividad mediante el resultado de juntar diez pilares que son dependientes entre sí que le permiten a la empresa competir de manera eficaz con otros agentes en el mercado global, esto le permite ofrecer bienes y servicios de valor, el estudio de “competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California” Ibarra, M. A., González, L. A. y Demuner, M. del R. (2017). toma como base 8 dimensiones para la determinación de competitividad empresarial planeación estratégica, producción y operaciones, recursos

humanos, aseguramiento de calidad, finanzas, comercialización, gestión ambiental, sistemas de información, mientras que Saavedra (2012) diseñó una metodología para determinar la competitividad en las PYMES de Latinoamérica, con el objetivo de poder conocer el nivel de competitividad de éstas empresas, fundamentadas en el mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Martínez, Charterina y Araujo (2010), desarrollaron un modelo que explica la competitividad empresarial a partir de factores internos de la empresa, desde la visión de la empresa basada en recursos (VBR-España). Estas metodologías incluyen factores de competitividad tales como: planeación estratégica, operaciones, contabilidad, calidad, producción, comercialización, y finanzas, recursos humanos, capacidades directivas gestión ambiental, marketing, calidad, sistemas de información e innovación, sustentado con indicadores de gestión internos y externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

En el presente proyecto se conjuntaron dichos factores en 6 grupos a saber, Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización. Estos elementos se juntaron considerando los elementos propuestos por Manuel Jimenez Ramirez (2006) que engloba los pilares comentados en los estudios anteriores para definir 6 variables principales en la medición de competitividad empresarial.

Gestión Gerencial

“Las habilidades gerenciales son un factor interno de las empresas que influyen considerablemente en su competitividad empresarial”. (Leyva-Carreras, A.B., Espejel-Blanco, J.E. & Cavazos-Arroyo, 2017).

Gestión Comercial

Una organización que tiene objetivo lograr que los consumidores adquieran una visión y opinión aceptable de ella, sus servicios y sus productos, debe aprender a gestionar el propio producto, valor, relación con los clientes, empleados y los proveedores, medios de comunicación. “En una empresa, normalmente, el área comercial abarca el área de marketing y el de ventas para brindar satisfacción al cliente”. Castaño (2011).

Gestión Financiera

Los responsables del área financiera toman una responsabilidad importante dentro del organigrama de la organización, ya que son ellos los que elaboran con su proyección el futuro esperado e implementan los caminos para hacerlo posible, permitiendo que sus grupos funcionen como un sistema global utilizando las metodologías y herramientas que permitirán formar un grupo de estrategia y tácticamente consistente que busque los objetivos empresariales propuestas por las empresas. Castaño (2011).

Gestión de Producción

Ruíz, (2013) menciona que la gestión de producción es el conjunto de herramientas administrativas, que permite maximizar niveles de la productividad de una empresa, de esta manera, la gestión de producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad. Gestión de Ventas. El término ventas en la literatura incluye múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es intercambio de productos y servicios por bienes. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos y/o servicios prestados.

Ciencia y Tecnología

Si bien el término Innovación Tecnológica abarca muchos significados e infinidad de situaciones, es aceptable definirlo en palabras de Porter (1990):

"La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones"

La innovación es el elemento clave que explica la competitividad.

Internacionalización

La importante internacionalización económica en estas últimas décadas ha ido acompañada de cambios decisivos en la base tecnológica y organizativa de las diferentes economías y de las distintas empresas, planteándose un amplio debate acerca de las formas de colaboración de los respectivos gobiernos tanto locales, regionales y nacionales y de las unidades productivas, en escenarios crecientemente abiertos a la competitividad internacional. La internacionalización económica plantea, un conjunto, de nuevos retos en cuanto a la competitividad internacional de las empresas, regiones y naciones, en los diferentes sectores en los que tiene lugar dicha situación competitiva.

Análisis y discusión de resultados cualitativos

Competitividad Empresarial

Los expertos coinciden en que

Los expertos indican que los factores que inciden en la competitividad empresarial son

Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización y se relacionan altamente con la competitividad empresarial

Competitividad Empresarial

Se hace mención que somos un país con baja productividad, carente de estrategias y procesos que permitan competir con otros países. Con relación a las variables estudiadas se encontró que Gestión Gerencial, la palabra que asociaban con mayor periodicidad en las entrevistas es factores, logística, internacional.

Gestión comercial, la palabra que asociaban con mayor periodicidad en las entrevistas es Productos, además de las palabras Calidad, Balanza, producción.

Gestión Financiera, la palabra que asociaban con mayor periodicidad en las entrevistas es Empresas, México, acuerdos.

Gestión de Producción, la percepción de los expertos mostró las siguientes palabras Productos, Empresas, Efecto, Importaciones, Producción.

Ciencia y Tecnología, la percepción de los expertos mostro las siguientes palabras Innovación, Desarrollo, Investigación, Empresas.

Internacionalización, La percepción de los expertos mostro las siguientes palabras Balanza, Crecimiento, empresas. Se comentó de parte de los expertos que de suma importancia las exportaciones, mantener la calidad de los productos para seguir siendo competitivos y atractivos para las grandes corporaciones internacionales.

Análisis y discusión de resultados cuantitativos

Análisis y discusión de resultados descriptivos

Competitividad Empresarial

Los expertos al igual que los estudios previamente realizados coinciden en que las dimensiones estudiadas se relacionan altamente con la competitividad empresarial.

Los expertos indican que los factores que inciden en la competitividad empresarial son *Gestión Gerencial, Comercial, Financiera, Producción, Ciencia y Tecnología, Internacionalización.*

Análisis y discusión de resultados inferenciales

La literatura respecto a la relación entre la competitividad empresarial y las variables expuestas demuestra la inexistencia de un conceso en los resultados. Es debido a esto, que en el principio de esta investigación, se planteó como uno de los objetivos específicos el identificar los factores de competitividad empresarial en la industria de transporte n el Estado Nuevo León (México).

Hipótesis

Hipótesis propuestas y estado

Hipótesis	Incidencia	Fuerza	Estado
HA Los factores que inciden en la competitividad empresarial de la industria de equipo de transporte en Nuevo León son: Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización (I).	+	Fuerte	Aceptada

Fuente propia, (2021). Nota. + representa impacto significativo y positivo

Análisis de diferencias y semejanzas de los resultados cualitativos y cuantitativos

Categoría	Semejanzas	Diferencias
Gestión Gerencial (GG)	La gestión Gerencial incide positivamente en la Competitividad Empresarial	Los ejecutivos le dieron alto valor al conocimiento del negocio, mientras los expertos entrevistados le dieron más valor a la logística
Gestión Comercial (GC)	La gestión Comercial incide positivamente en la Competitividad Empresarial, tanto los ejecutivos como los expertos coincidieron en que los productos es un factor clave en la CE.	Los ejecutivos le dieron alto valor a la experiencia del mercado, mientras los expertos le dieron más valor a la producción.

Gestión Financiera (GF)	La gestión Financiera incide positivamente en la Competitividad Empresarial	Los ejecutivos consideran que la rentabilidad y el flujo de caja es lo que da más peso a esta variable, mientras los expertos consideran que la empresa propia y el sector económico son los que aportan más
Gestión de Producción (GP)	La gestión de Producción incide positivamente en la Competitividad Empresarial	Los ejecutivos le dieron alto valor al nivel de personal, los expertos consideran más importante al producto y las importaciones
Ciencia y Tecnología (CT)	La Ciencia y Tecnología incide positivamente en la Competitividad Empresarial, tanto los ejecutivos como los expertos coincidieron en que la innovación es un factor clave en la CE.	Los ejecutivos le dieron alto valor a la cultura de innovación y la vinculación Universidad-Empresa, los expertos consideran más importante al producto y las importaciones
Internacionalización (I)	La Internacionalización incide positivamente en la Competitividad Empresarial, tanto los ejecutivos como los expertos coinciden que las empresas y mercados potenciales son factores claves en la Internacionalización	Los ejecutivos le dieron alto valor a la ventaja competitiva

Conclusiones y propuestas

En los capítulos anteriores se ha podido comprender los factores que inciden en la competitividad empresarial en la industria de transporte en Nuevo Leon, a partir de las opiniones de los expertos y la percepción de los ejecutivos de las compañías del clúster de transporte en Nuevo Leon.

Como se indicó la balanza comercial en México los últimos años ha sido negativa, sin embargo, el sector manufacturero ha tenido balances positivos siendo la industria de equipo de transporte la que más ha aportado a este comportamiento positivo, convirtiéndola en una industria competitiva a nivel internacional.

Este estudio encuentra su fundamento en que existe en Nuevo León una asimetría en la balanza comercial de la industria manufacturera generada por la disparidad en las ventajas competitivas de las industrias de dicho sector.

El propósito del estudio fue identificar y explicar los factores que inciden en la competitividad empresarial de las industrias de equipo de transporte en Nuevo León (México).

De esta manera se encontró que los factores que inciden en la competitividad empresarial de esta industria son: Gestión Gerencial (GG); Gestión Comercial (GC); Gestión Financiera (GF); Gestión de Producción (GP); Ciencia y Tecnología (CT); Internacionalización (I).

Los expertos entrevistados, los ejecutivos a los que se les aplicó la encuesta, así como los autores de literatura, coinciden que estos factores tienen alta incidencia en la competitividad empresarial. Y que dificultad para la competitividad empresarial en otras industrias se puede deber a la ausencia de conocimiento del empresario del correcto conocimiento y seguimiento de los factores señalados.

La competitividad puede definirse como el grado efectivo y la capacidad de la empresa para enfrentarse a sus competidores gracias a la habilidad interna para procesar información y producir bienes o prestar servicios. En la literatura se asocia la competitividad con la productividad inclusive la valoran como un sinónimo, esto debido a que la competitividad es efectiva en la generación de beneficios en términos productivos y económicos para la organización al igual que la productividad. “La competitividad también se define como la capacidad que tienen las empresas para permanecer como tales en un mercado libre, lo que implica su posición relativa en el mercado” (Chauca Malásquez, 2003).

En relación con los factores de Gestión Gerencial que inciden en la Competitividad Empresarial en la industria de equipos de transporte en Nuevo León, son el manejo de otros idiomas y la escolaridad del empresario los que consideran de mayor aporte para la correcta gestión de la organización.

En relación con la gestión comercial, los ejecutivos encontraron que el e-commerce, la publicidad y la participación del mercado son los que inciden de mayor manera en la Competitividad de la Empresa. Fueron los factores de mayor mención en los estadísticos, por ende, para que una empresa tenga competitividad hay que apoyar la gestión comercial, con lo señalado anteriormente. Cabe señalar que, aunque los expertos y la literatura sugieren que el valor al tipo de producto es significativo en la Competitividad empresarial los empresarios consideran otras dimensiones, se considera que al ser empresas de gran tamaño y estructura oligopólica de mercado no requieren de una intervención en recursos del estado, una de las causas es para evitar el ingreso de nuevo competidores en su ecosistema empresarial.

Respecto a la variable de internacionalización, se considera que este proceso de apertura comercial que ha impulsado México tendrá valor en términos del desarrollo económico si el país y la región de Nuevo León logran agilizar, apuntalar y diversificar las exportaciones (Acosta y Arango, 1994). Y la ventaja competitiva juega parte importante para lograrlo.

Con relación a la gestión Financiera, los ejecutivos acuerdan que la rentabilidad y el flujo de caja son las de mayor aporte en esta variable.

En la variable de Ciencia y Tecnología, encontramos que es importante que las empresas de equipos de transporte de Nuevo León desarrollen su gestión del conocimiento y tecnología para situarse al nivel de las empresas en países desarrollados (Tolentino, 1993; Wells, 1986), de esta manera capitalizar la experiencia y el conocimiento en la expansión internacional que han adquirido en el mundo desarrollado (Khanna y Palepo, 1997; Khanna y Rivkin, 2001), y asumir las nuevas tecnologías para facilitar los procesos de recabar información y generar conocimiento (Knight y Liesch, 2002).

Los resultados obtenidos resultan de gran valor ya que hasta el momento no se cuenta con una metodología fiable que pueda ser aplicable a nivel empresarial para poder determinar qué tan competitiva es una organización. Es importante señalar que uno de los aspectos innovadores en la investigación es el establecer el nivel de competitividad de una empresa u organización en función de los factores analizados dentro de los cuales es relevante la gestión desarrollada por la dirección, enfocados en su capacidad de decisión y estrategia de afrontar el riesgo. Cada decisión conlleva un riesgo, si se buscan resultados se deben correr riesgos, el nivel de riesgo va de la mano con el nivel de resultados. De ahí la importancia de saber evaluar y medir estos aspectos, este es un arte que muy pocos dominan en el mundo empresarial. Este grupo selecto constituyen la elite de los gerentes exitosos que hacen que sus empresas sobresalgan, generen valor y estabilidad.

El enfoque de esta investigación es en la industria de equipos de transporte en Nuevo León, ya que esta es la que más aporta en el superávit de las industrias manufactures en la balanza comercial. Sería conveniente continuar con estudios similares en otras zonas geográficas del país y en otras industrias y sectores económicos completos.

Limitaciones de la investigación

Surgieron diferentes temas que limitaron la investigación,

Recolección de datos. En la fase cualitativa debido a la pandemia se complicó un poco la atención de las citas con los diferentes expertos, ya que el contacto a través de correo electrónico no fue muy efectivo, sin embargo, se logró entrevistar un total de 5 expertos de comercio internacional, innovación, industria de transporte, que fortalecieron la saturación de este.

En la fase cuantitativa la recolección de información llevó meses debido al difícil acceso a las empresas ya que el cluster automotriz se limita a 100 empresas, y el TIER 1 a 25, en muchas ocasiones fue complicado el recibir información ya que se evitaba compartir por temas de confidencialidad y políticas propias de las empresas, sin embargo, se logró obtener los cuestionarios respondidos suficientes de la muestra de empresas del sector estudiado.

Adicionalmente a partir de marzo de 2020 los ejecutivos y las empresas en general estuvieron desarrollando labores de home office debido a la pandemia que todos conocemos, lo cual dificultó el contacto y acceso directo durante este periodo hasta la fecha de cierre del proceso analizado.

Esta investigación tuvo su enfoque en la industria de equipos de transporte en Nuevo León, ya que es la industria que tiene mayor representación en las exportaciones.

Futuras líneas de investigación

Esta investigación permitirá abrir paso a futuras líneas de investigación, que incluyan una investigación empírica enfocada a profundizar en el conocimiento de los factores que influyen en la competitividad empresarial de la industria de transporte en Nuevo León y otras industrias.

De acuerdo con lo expresado se considera importante dar seguimiento y continuidad a este estudio planteando como futuras líneas de trabajo:

Desarrollo de una investigación empírica sobre la innovación empresarial y diferenciación como factores que inciden en la competitividad empresarial.

Debido a la escasez de literatura con relación del vínculo de la competitividad empresarial y el uso de redes empresariales resultaría importante estudiar dicha temática.

Por otro lado, explorar la competitividad empresarial y las variables expuestas una vez que entren las nuevas plantas armadoras en el estado de Nuevo León tal es el caso de Tesla, Kia(sector electricos), entre otras compañías debido al nearshoring.

Analizar la competitividad empresarial y variables mencionadas en otras industrias de manufactura en el estado de Nuevo León.

Asimismo, indagar en estos factores que permiten la competitividad empresarial, en otros estados de México como Ciudad de México, Baja California, Coahuila, y Chihuahua principales estados exportadores.

De esta manera estudiar dichos factores de la competitividad empresarial en economías emergentes similares tal es el caso de las que forman parte de la Alianza del Pacífico.

Es de gran valor, examinar el papel del estado, las empresas, las escuelas y los organismos de promoción comercial en el fenómeno de Competitividad Empresarial.

Llevar a cabo estudios comparativos con los resultados de estudios de competitividad empresarial de países y regiones desarrollados como: Estados Unidos Asia Oriental, China, Canadá, Reino Unido, Francia.

Referencias

- Kreither, R y Kinicki, A. (2007). Comportamientos de las organizaciones. 6ta edición. Madrid, España. Editorial McGraw-Hill Education.
- Martínez-Salgado C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias
- Díaz, A. (2007). Divergencia Regional en los Niveles de la Productividad Sectorial del Trabajo y la Productividad Total Factorial. Revista Comercio Exterior. Extraído de: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/113/2/RCE2.pdf> Volumen 58, número 3, (187-197). México. Consultado: 18/01/2018.
- Welch, L. and Luostarinen, R.(1999) “7. Internationalization: Evolution of a concept”, 83-98. The internationalization of the firm. Peter J. Buckley and Perez Ghauri. Thomson, Second Edition.
- HITT, MICHAEL; LI, DAN; XU, KAY (2016) “INTERNATIONAL STRATEGY: FROM LOCAL TO GLOBAL AND BEYOND”. JOURNAL OF WORLD BUSINESS 51. 58-73.
- Chudnovsky, D. y Porta, F. (1990): La competitividad internacional. Principales cuestiones conceptuales y metodológicas, Centro de Investigaciones para la Transformación (CENIT), Buenos Aires.
- Fajnzylber, F. (1988): “Competitividad internacional. Evolución y lecciones”, Revista de la CEPAL, N 36, Santiago de Chile.
- Michael Porter, The Competitive Advantage of Nations, MacMillan, Nueva York, 1990, y On Competition and Strategy, Harvard Business School Press, Boston, 1991.
- Jiménez Ramírez, Manuel Humberto Modelo de competitividad empresarial Umbral Científico, núm. 9, 2006, pp. 115-125 Universidad Manuela Beltrán Bogotá, Colombia
- Aragón, A., Rubio, A., Serna A. y Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las mipymes de Tabasco. Revista Investigación y Ciencia, (47), 4-12.
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las pymes del estado de Veracruz. Revista Contaduría y Administración, (216), 35-69.
- Flores, B. y González, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas. Cuadernos del cimbage, 11, 85-104.
- Red pymes-Cumex. (2010). Un estudio comparativo del perfil financiero y administrativo de las pequeñas empresas en México: entidades del Estado de México, Hidalgo, Puebla, Sonora y Tamaulipas. Resultados finales. Revista del Centro de Investigación, 9(33), 5-30.
- Molina, V., Armenteros, M., Medina, M., Barquero, J. y Espinoza, J. (2011). Reflexión

sobre la sobrevivencia de las pyme en el estado de Coahuila, México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 4(1), 47-66.

Abdel, G. y Romo, D. (2004). Sobre el concepto de competitividad. Documentos de trabajo en estudios de competitividad. México, Distrito Federal: Centro de estudios de competitividad, itam.

Bonilla Castro, Elsy y Rodriguez Sehk, Penépole. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales. 3ª Edición Santa Fe Bogotá, Ediciones Uniandes, 1997.

Aghion, P. y P. Howitt (1992), "A model of growth through creative destruction", *Econometrica*, vol. 60, N° 2, Hoboken, Wiley. Araujo, J., D. Feitosa y A. da Silva (2014), "América Latina: productividad total de los factores y su descomposición", *Revista CEPAL*, N° 114 (LC/G.2629-P), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Barro, R. (1990), "Government spending in a simple model of economic growth", *The Journal of Political Economy*, vol. 98, N° 5, Chicago, The University of Chicago Press.

Grossman, G. y E. Helpman (1991), "Quality ladders and product cycles", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 106, N° 2, Oxford, Oxford University Press

Cabrera-Martínez, A., López-López, P. y Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. *Administración de Empresas* (Núm. 4). Recuperado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2016597

Flores, B. y González, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas. *Cuadernos del cimbage*, 11, 85-104.

Ibarra, M. A., González, L. A. y Demuner, M. del R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California [Business competitiveness in small and medium-sized enterprises of manufacturing sector in Baja California]. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130, doi:10.21670/ref.2017.35.a06

De Meuse, K. P., Dai, G., & Wu, J. (2011). Leadership competencies across organizational levels: a test of the pipeline model. *Journal of Management Development*, 30(4), 366-380.

Eisenmann, T. (2012). *Business Model Analysis for Entrepreneurs*. Harvard Business School Publishing, 9, 1-25.

Lloyd-Reason, L., & Mughan, T. (2002). Strategies for internationalization within SMEs: key role of the owner-manager. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(2), 120-129.

Spendlove, M. (2007). Competencies for effective leadership in higher education. *International Journal of Educational Management*, 21(5), 407-417.

Hudson, M., & Smith, D. (2007). Implementing strategically aligned performance measurement in small firms. *International Journal Production Economics*, 106, 393-408.

Garrido, S. (2003). *Dirección estratégica*. España: McGraw-Hill.

Thompson, A. & Strickland, A. (2004). *Administración estratégica* (13ª. ed.). México: McGraw-Hill.

Longenecker, J. C., Moore, C. W., Petty, J. W., & Palich, L. E. (2009). *Administración de pequeñas empresas: lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*. México: Cengage Learning.

Porter, M. E. (2008). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. (F. d. UNRC, Ed.) Facetas , 9 (1).

Hernandez Sanchez, A. (2010). *Crecimiento Económico y la Balanza de Pagos en México durante el lapso 1994-2008* (Tesis de Maestría), Instituto Politécnico Nacional, México. D.F.

Leyva-Carreras, A.B., Espejel-Blanco, J.E. & Cavazos-Arroyo, J. (2017). *Habilidades gerenciales*

como estrategia de competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Lafuente, E., Leiva, J.C., & Mora-Esquivel, R. (2019). *Global Competitiveness Project Costa Rica. Informe de Competitividad Empresarial Cartago 2019*. Cartago, CIADEG Escuela de Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Ministerio de Comercio Exterior. Universidad Nacional, Centro de Investigaciones para el Desarrollo CID. *Sistema de indicadores de competitividad departamental (SICD)*. 2002.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. *Agenda ampliada de Competitividad*. 2003.

REULT, Jean Paul. *Introducción a la teoría de las decisiones con aplicaciones a la administración*. Editorial Limusa, 1982.

REVISTA GESTION. *El hombre que sabe por qué*. Revista Gestión, Vol. 8 Número 5, págs.

66-71 Octubre - Noviembre 2005.

VALDES, Luigi. Innovación el arte de inventar el futuro. Editorial Norma, 2005.

Ramírez, Manuel. (2006). Modelo de competitividad empresarial. UMBral Científico, ISSN 1692-3375, N^o. 9, 2006, pags. 115-125.

Moral Santin, J. (1996). Los determinantes Micro y Macroeconómicos del déficit comercial en España: 1954-1994(Tesis de Doctorado), Universidad complutense de Madrid

Sanchez Leon, S. (2010). Crecimiento Económico y Comercio Exterior de México en el Marco del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, TLCAN, 1994-2008(Tesis Maestría), El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana. B.C.

Olivares Sanchez T. (2014). El comercio exterior de México: Oportunidades brindadas a la luz del acuerdo de asociación económica(México-Japón) y el TLC (México-Unión Europea) (Tesis), Universidad Nacional Autónoma de México.

Rincón Clavijo, R.(2015). Influencia del tipo de cambio en la balanza comercial y el PIB en Colombia 2000 a 2013. (Tesis), Universidad Pontificia Bolivariana.

Arámbula Reyes, A. (2008). Tratados Comerciales México. México, D.F.: Cámara de Diputados LX Legislatura y Centro de Documentación, Información y Análisis.

John D. Daniels Lee H. Radebaugh. Negocios Internacionales, (8^a. Ed.). Pearson.

Herrera O. y Santa Cruz A. (2011). Historia de las relaciones internacionales en México, 1821 – 2010. México, D.F. Secretaria de Relaciones Exteriores.

Palacios Treviño, J. (2007). Tratados, legislación y práctica en México. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.

Varilla L. (2013). Reseña Histórica sobre la Política Exterior Mexicana. Mérida, Yucatán, Escuela de Derecho.

Moya, M., & Mancilla, J. (2015). La Gestión de la cadena de valor del Talento Humano como ventaja competitiva. En A. Olivares, J. Ochoa & J.A. Coronado (Coords.), Estudios de Competitividad (pp. 91-110). México: Qartuppi. <http://doi.org/10.29410/QTP.15.02>

Jiménez, A., (2011). Condicionantes de la estrategia de capital humano. En A. Jiménez, S. Marcos, E. Arce & C. Hillier, Gestión del talento y competitividad (pp.11- 118) España: Almuzara.

Calderón G., Naranjo, J., & Álvarez, C. (2010). Gestión humana en la empresa colombiana: sus características, retos y aportes. Una aproximación a un sistema integral. Cuadernos de Administración, 23(41), 13-36. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v23n41/v23n41a02.pdf>

Cuevas V. (2008). The impact of the yuan-dollar exchange rate on Mexican manufacturing exports to the US: A cointegration approach. *World Economic* 0(0), 1-18.

Gallagher, K. Moreno J. y Porzecanski R. (2008) The dynamism of Mexican exports: Lost in (Chinese) translation? *36(8)*, 1365-1380.

Landa, H. y Arriaga, R. (2017). Crecimiento, Competitividad y restricción externa en América Latina. *Investigación Económica*, 76(300), 53-80.

Johnson, 2014, Hernandez-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b Metodología de la Investigación. Sexta Edición.

Hernández Sampieri, Fenández Collado, Baptista Maria. (2010) "Metodología de la Investigación" 5ta Edición

KELLY, J. y GONZÁLEZ, L. (1993). Empresas del Estado. Documento de Base No. 19. Proyecto Venezuela Competitiva. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela. PAREDES, W. (1994). Políticas de Competitividad. En: *Revista de la CEPAL* No. 53. Agosto. Pp. 49-58. PORTER, M. (1985). Ventaja Competitiva (Creación y sostenimiento de un desempeño superior). Editorial CECSA. PORTER, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Vergara. Buenos Aires. Argentina. ROSALES, O. (1990). Competitividad, productividad e inserción externa de América Latina. *Comercio Exterior*. Vol. 4 No. 8. México, D.F. Banco Nacional de Comercio Exterior. VILLARREAL y Ramos. (2001). La apertura de México y la Paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. CEPAL.

KELLY, J. (1996). Tormenta sobre la competitividad. En: *Debates IESA* No. 3. Enero-Marzo. Pp. 3-9.

HERNÁNDEZ, L (1998). Los estudios de competitividad en América Latina y Venezuela. Trabajo de Ascenso para optar a la categoría de Profesor Agregado. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. LUZ. Venezuela

Prieto, R., Emonet, P., García, J., & González, D. (2015). Cambio organizacional como estrategia de gestión en las empresas mixtas del sector petrolero. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3). Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela.

Velazquez, F. (2013). Política Exterior de México, *Foreign Affairs Latinoamerica*, 11(4), 135-139.

Dosi, Pavit y Soete, 1990 "The economics of Technical change and International Trade"

Garay, Luis Jorge (2004). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1966, [en línea], Disponible en : Biblioteca Virtual del Banco de la República

Ramírez, Elbar. Cajigas, Margot. Lozano, Fanor. (2007). La tasa de cambios ¿es gerenciable? estud. [en línea], Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232007000300006&lng=es&nrm=iso. ISSN 0123-5923.

Bettín, Rafael, (2014). Enfoque crítico sobre la evolución de la política industrial en Colombia, Informe final de investigación, Bogotá, Universidad EAN.

Saavedra, G.(2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. Revista pensamiento y gestión.Extraído de:http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005 Volumen 33, (93-124). Barranquilla, Atlántico – Colombia. Consultado: 18/01/2018.

Martínez, Charterina y Araujo. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Extraído de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312601178> Volumen 16, número 2, (165-188). Vigo, España. Consultado: 18/01/2018.

Ramírez Molina, Reynier Israel, Ampudia Sjogreen, Daniel Esteban(2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial

Koontz, H., Weirich, H., & Cannice, M. (2012). Administración una Perspectiva Global y empresarial. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.

Palmar, R.S., & Valero, J.M. (2014). Competencias y desempeño laboral de los gerentes en los institutos autónomos dependientes de la Alcaldía del municipio Mara del estado Zulia. Espacios Públicos, 17(39), 159-188. Universidad Autónoma del Estado de México.

Raúl Vilcarromero Ruíz, (2013): La gestión en la Producción

TORRES, Luis (2005) Marco Teórico 2.1 Microempresa

Castaño Montes Angelica(2011): Tesis “Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente amco”.

Kotler Philip (2009), fundamentos de Marketing, Pearson, Mexico

CANTOS, Enriqueta (2006) (pág.15): Marco teórico. Antecedentes de la microempresa en el Ecuador.

Núñez Ruiz, Cristian Marcelo 2012.

En su estudio “La ventaja competitiva y su incidencia en las ventas de la Empresa Krystell Jeans del cantón Pelileo”.

IMD (Instituto para el Desarrollo Gerencial) (2012), World Competitiveness Yearbook 2012, Lausana.

Lucas, R. (1988), “On the mechanics of economic development”, Journal of Monetary Economics, vol. 22, N° 1, Amsterdam, Elsevier.

Romer, P. (1990), “Endogenous technological change”, The Journal of Political Economy, vol. 98, N° 5, Chicago, The University of Chicago Press.

Khanna, T. y Palepu, K. (1999). Policy shocks, market intermediaries, and corporate strategy: evidence from Chile and India. Journal of Economics and Management, 2 (1), 271–310.

Knight, G.A. y Liesch, P.W. (2002). Information internalisation in internationalising the firm. *Journal of Business Research*, 55 (12), 981-995.

Porter, M(1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza y Janés, Barcelona.

Hernández A. (Abril, 2014). ¿Por qué nos influye el tipo de cambio? *Forbes*

Alonso D. (Agosto, 2018). Los 6 factores que influyen en los tipos de cambio. *Gestión*

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017). *Balanza Comercial de Mercancías de México*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/registros/economicas/comext/>

Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (2017). Recuperado de <http://www.snieg.mx/>

Secretaria de Relaciones Exteriores (2018). Recuperado de <https://www.gob.mx/sre>

The Observatory of Economic Complexity (2016). Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/en/>

Secretaria de Economía (2018). *Comercio Exterior*. Recuperado de <http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>

Banco Mexicano (2018). Recupera de <http://www.banxico.org.mx/>

Secretaria de Economía (2018). Recuperado de <https://www.gob.mx/se/>

Pro México (2018). *Tratados Comerciales*. Recuperado de promexico.mx/es/mx/tratados-comerciales

Peñaloza, M. (2007). *Tecnología e Innovación factores claves para la competitividad*. *Actualidad Contable Faces*, recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701508>

Documentales

El futuro de la Política Exterior de México - Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales

Foro: Política Exterior de México a Debate

Vigencia de los principios de Política Exterior – Senado de la Republica