



COLPAREMEX®

Revista Administración
Contemporánea. *Revista de Investigación*
ISSN: 1665-9066

Septiembre 2019

Año 15 No. 38

RESERVA 04-2013-100210421200-102

<http://colpamex.com/revista-administracion-contemporanea/>

Revista del Colegio de Posgraduados en Administración de la República Mexicana, A. C.

Comité Editorial:

Dr. José Vili Martínez González

M.A. Alma Cecilia Juárez García

Dr. Juan Danilo Díaz Ruíz

Dr. Heberto Romeo Priego Álvarez

Dra. María Elena Quero Corzo

Dra. Ruby A. González Ascencio

M.A. Francisco Javier Moyado Bahena

M.A. Lucía Beltrán Castillo

Administración Contemporánea. Revista de Investigación. Año 15, No. 38, septiembre del 2019, es una publicación cuatrimestral editada por el COLEGIO DE POSGRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN DE LA REPÚBLICA MEXICANA, ASOCIACIÓN CIVIL, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Distrito Federal, Teléfono: (55) 55 25 02 45, www.colpamex.com, congresocolpamex@hotmail.com, Editor responsable: Dr. José Vili Martínez González, Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2013-100210421200-102 otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número Dr. José Vili Martínez González, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Distrito Federal, Fecha de última modificación: 31 de agosto del 2019. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Administración Contemporánea es una publicación financiada y editada desde el año 2013 por el COLPAREMEX, A.C. Publica artículos en inglés y español sobre temas relacionados con las Ciencias de la Administración y Ciencias relacionadas a Administración en formato de editoriales, ensayos, artículos de revisión y originales (productos de investigación científica). La revista de libre acceso y no cobra a los autores por envío o publicación. El proceso de arbitraje se realiza por medio de un doble ciego.

Tabla de Contenido

Artículos originales

T-MEC: Reto de competitividad para las Pymes mexicanas Beatriz Cortez Rodríguez, Michell Ivonne Jiménez Dorantes, Lucía Beltrán Castillo	4
--	---

Ensayos

Expectativas de emprendimiento y observatorio laboral de estudiantes universitarios Francisco Javier Moyado Bahena	28
--	----

T-MEC: Reto de competitividad para las Pymes mexicanas

Beatriz Cortez Rodríguez

Tecnológico de Estudios Superiores de Chimalhuacán

licenciadacortez@gmail.com

Michell Ivonne Jiménez Dorantes

Tecnológico de Estudios Superiores de Chimalhuacán

michelljoplin93@gmail.com

Lucía Beltrán Castillo

Tecnológico de Estudios Superiores de Chimalhuacán

Autor de correspondencia: luzfe13@yahoo.com.mx

Resumen

Cuando se habla de actividad comercial de un país, es imposible dejar de pensar en los mercados internacionales, con el paso natural hacia la globalización y la caída de las fronteras en este sentido, es ingenuo afirmar que con un mercado interno bien consolidado sea suficiente.

Hoy día es innegable el hecho de que los mercados internacionales deben ser explorados y explotados por las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) para ampliar sus horizontes comerciales y los tratados se han convertido en esa llave que abra las puertas a un mundo que a pesar de ser tan difícil de complacer sea cobijado por las condiciones especiales que un acuerdo o tratado comercial brinda a los países involucrados.

Para tal fin se hace una investigación exploratoria que nos habla de la situación actual de las pymes en México, que es el Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), y en materia de competitividad que es lo que demanda este importante tratado, el más importante de nuestro país por su relevancia económica, política y social.

Palabras clave: Comercio Internacional, T-MEC, Competitividad, Pymes.

Abstract

To talk about the commercial activity of a country, it is impossible to stop thinking about international markets, with the natural step towards globalization and the fall of borders in this sense, it is naive to say that with a well-established internal market is sufficient.

Today it is undeniable that the fact of international markets should be explored and exploited by SMEs to expand their commercial horizons and treaties have become in the key that opens the doors to a world that despite of being so difficult to please is sheltered by the special conditions that a trade agreement or treaty provides to the countries involved.

To this end, a descriptive investigation is made to speak to us of the current situation of SMEs in our country, which is the T-MEC, and in terms of competitiveness, which is this important treaty demands, the most important one in our country because of its economic, political and social relevance.

Keywords: International Trade, T-MEC, Competitiveness, SMEs.

Introducción

Desde que el hombre existe, surge con él la necesidad de contar con satisfactores que permitieran su supervivencia y que no siempre fueron encontrados en el mismo lugar en el que habitaba, obligándolo a migrar hacia condiciones más propicias para la vida y cambiando conforme fuera necesario hacerlo. Con la aparición de la agricultura y el sedentarismo se hizo presente, florecieron asentamientos humanos con características y necesidades específicas, que no siempre podían ser satisfechas con la producción de los integrantes de las tribus, hubo que recurrir primero a otros grupos, después a otras aldeas y feudos, posteriormente a otras ciudades y países, lo que inició un intercambio de bienes que satisfacían las carencias existentes o que no fueran capaces de autogenerar.

Menciona Huesca (2012) que el estudio del Comercio internacional tiene un origen antiguo que se remonta a las primeras civilizaciones organizadas, aquellas que florecieron junto al mediterráneo y aprovecharon su situación geográfica, para comercializar sus excedentes con otros pueblos. Los fenicios destacaron entre estos pueblos ya que ellos fueron los más desarrollados de su tiempo, al comenzar el estudio de la náutica y la cartografía, cuestión que les valió en su tiempo para crear rutas marítimas comerciales.

Desde el fin de la segunda guerra mundial, los avances científico-tecnológicos han profundizado y transformado los vínculos entre los países. La globalización no es un hecho nuevo pero adquiere ahora dimensiones distintas y más complejas que en el pasado. El crecimiento del comercio mundial se concentra actualmente en los bienes de mayor valor agregado y contenido tecnológico. Segmentos importantes de la producción mundial se realizan dentro de las matrices de las corporaciones transnacionales y sus filiales en el resto del mundo. El comercio y las inversiones privadas directas han adquirido un mayor peso en la actividad económica de los países. (Ferrer, 1999)

Hace más de 20 años, México tomó la decisión de basar su desarrollo económico en el comercio y la apertura de mercados. Esta decisión implicó un proceso de cambio profundo. Actualmente, el país es una de las economías más abiertas a nivel global y se ha consolidado como un excelente destino para los negocios. Gracias a su compromiso con la estabilidad económica y el libre comercio, México se ha convertido en una plataforma estratégica para acceder a los principales mercados del mundo. (Ramírez, Rubio y Calderón, 2016)

México es la principal nación exportadora de América Latina y la decimo-quinta a nivel global. El futuro es aún más promisorio, ya que se espera que para 2050 el país será el sexto exportador más importante del mundo. El incremento en los intercambios comerciales refuerza claramente la visión de México y sus empresas como excelentes socios de negocios. Derivado de su amplia red de tratados de libre comercio —que se extiende a 46 países—, México se ha consolidado como una plataforma exportadora, brindando a las empresas establecidas en el país acceso preferencial a un mercado potencial de más de 1,200 millones de consumidores. (Lara, 2016)

Y es entonces cuando nos preguntamos si las Pymes mexicanas son capaces no solo de competir en esos mercados, sino de entender la magnitud de la oportunidad que se les brinda, si después de 12 tratados que nuestro país tiene firmados alrededor del mundo se han informado y preparado para aprovecharlos y con ello establecer estrategias al interior de su organización que desarrollen esa mentalidad exportadora, enfocándose en resaltar sus ventajas competitivas, lo que hará que las oportunidades de proveer mercados extranjeros ya sea directa o indirectamente se transformen en negocios sólidos que les permitan continuar con su crecimiento.

Surge la inquietud de explorar cual es la situación actual de las Pymes en materia de competitividad, si el Tratado Comercial más importante en la actualidad TLCAN las ha preparado para el renovado T-MEC y si son competitivas para ser integradas en cadenas productivas y de valor con empresas exportadoras nacionales y extranjeras.

Antecedentes

Hablar de los orígenes del Comercio Internacional, es hablar de la historia de los Pueblos del Mediterráneo, donde al final del Neolítico, los primeros pueblos agrícolas comenzaron a tener excedentes de producción, debido a la utilización de nuevas tecnologías que fueron incorporando, como fue el uso de animales y arados rudimentarios, esto les permitió intercambiar dichos excedentes por otros productos. (Huesca, 2012)

La Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith, así como la de la ventaja comparativa de David Ricardo, sostienen que el comercio internacional podría ser mutuamente benéfico para los países que realizan intercambio en presencia de ventaja absoluta en la producción de algún bien, o por lo menos si existe ventaja comparativa. (Zavala, 2016)

Adam Smith creía que la razón por la cual el comercio entre naciones produce un aumento en la producción, es que, permite que cada país se especialice en la producción en la cual dispone de una ventaja absoluta sobre otro, y dado que ninguna nación tiene recursos ilimitados, la economía debe dejar de producir el bien en que se tiene un mayor costo de producción con respecto a los demás países. (Buendía, 2013)

Menciona Buendía (2013) que poco tiempo después de Smith, a principios del siglo XIX, David Ricardo perfeccionó la teoría de la ventaja absoluta, desarrolló nuevas propuestas orientadas a la teoría del comercio internacional para demostrar que todos los países pueden beneficiarse con el comercio si se especializan en producir aquéllos bienes en los que son más eficientes. Aunque Ricardo (1817) formuló tal principio sólo para el comercio internacional, destacó también que el mismo es claramente aplicable a todas las formas de división del trabajo e intercambio, ya sea entre personas, empresas o naciones.

En el capítulo 5 de su libro *On the principles of political economy and taxation*, escrito en 1817 David Ricardo nos habla sobre la Ventaja Comparativa: “Cada país produce aquellas mercancías para las que está especialmente capacitado por su situación, clima u otras ventajas naturales o artificiales, mercancías que cambia por las producidas en otros países” (Benlloch, 2016),

El término “comercio exterior” hace referencia al intercambio comercial de un país con relación a los demás, es decir, si tomamos como referencia a México, el comercio exterior de México es aquel que este país realiza con las diferentes naciones. (Witker, 2011)

Cualquier país que hoy desee sobrevivir en los mercados existentes, deberá conocer, analizar y aprovechar el comercio exterior, establecer dentro de la empresa una cultura de exportación para prepararse e iniciar la búsqueda de mercados más allá de las fronteras.

Las funciones del comercio exterior son: dar salida a la producción que no se puede vender internamente por estar abastecido el mercado nacional; generar divisas al país; generar empleos; generar inversión en nuevas plantas; adquirir productos y servicios que no se producen internamente, etcétera, favorecen y fomentan el desarrollo económico de un Estado. (Witker, 2011)

Es verdad que la presencia de empresas extranjeras en todos los países data de muchas décadas atrás y que éstas han desarrollado una mercadotecnia internacional. Empresas como Toshiba, Nestlé, Bayer, Shell, Mac Donals, Starbucks y muchas multinacionales son conocidas y reconocidas por la mayoría de los consumidores de todo el mundo, pero con el nacimiento de la “aldea global” la competencia se intensifica y se vuelve una lucha de estrategias, ya que en muchos casos las empresas nacionales que nunca pensaron en los competidores extranjeros, de pronto se encuentran a éstos en su patio trasero. (Quiñones, 2012)

En los ámbitos locales, estas nuevas reglas del juego global se han traducido en cambios importantes en la estructura y organización de distintos sectores. En el caso específico de México, el nuevo escenario global y las condiciones de competencia que impone, están transformando el rostro de la planta productiva nacional y plantean importantes desafíos a los que el país y sus corporaciones estamos obligados a responder aprovechando las ventajas competitivas que tenemos. (Ramírez, Rubio, y Calderón, 2016)

El Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México (TLCAN) entró en vigor el 1 de enero de 1994 y fue uno de los acuerdos comerciales más innovadores del siglo XX que buscó explícitamente integrar aspectos comerciales y de inversión, incluyendo rubros de compras de gobiernos, laborales y de medio ambiente, entre otros. Por otro lado, el TLCAN respondió a un proceso de integración ya existente en la región, particularmente en cadenas de valor como la de autopartes-automotriz y la electrónica. (Dussel et al, 2018)

Tratados y Acuerdos Comerciales de nuestro país

Los tratados de libre comercio con que cuenta México, constituyen uno de los elementos de mayor importancia en el proceso de internacionalización. Así, las empresas de la región deben aprovechar plenamente las ventajas de la apertura comercial y asegurar su presencia en otros países. El establecimiento de diversos tratados puede servir como un detonante de las operaciones de la empresa en los mercados exteriores, y es un factor expreso que incide directamente en el desarrollo continuo del proceso de internacionalización. Por ello, es necesario impulsar y dar difusión a todos los tratados comerciales. (Jiménez, 2007).

México cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 46 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). (Secretaría de Economía, 2015)

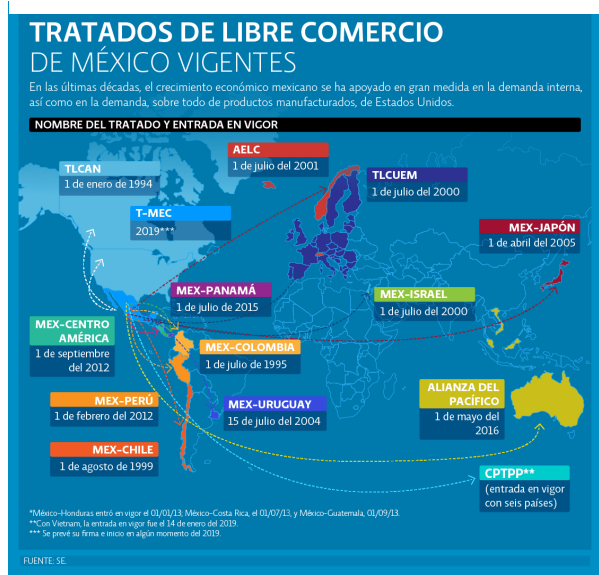
Tabla 1 *Tratados de Libre Comercio de México*

Tratado	Firmado desde
TLCAN (USA y Canadá)	1994
México-Colombia	1995
México-Chile	1999
TLECUEM	2000
México-Israel	2000
AELC	2001
México-Uruguay	2004
México-Japón	2005
Alianza del Pacífico	2006
México- CPTPP (Vietnam)	2009
México-Centro América	2012
México-Perú	2012
México-Panamá	2015
T-MEC	2019*

Nota: *Pendiente de firma

Creación propia con datos de Secretaría de Economía, extraídos de elfinanciero.com.mx

Ilustración 1 *Tratados de México actuales*



Fuente: www.eleconomista.com.mx

El trabajo de investigación que aquí se presenta tiene como principal objetivo, analizar la situación actual de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) mexicanas en materia de competitividad respecto a lo que el T-MEC plantea.

Las Pymes mexicanas y el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá T-MEC

En la República Mexicana el marco normativo y regulatorio de las Pymes ha sido establecido por la Secretaría de Economía.

En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo. Las PyMEs se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes (Sánchez J. , S.F.)

Actualmente México forma parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Canadá y Estados Unidos desde 1994 y fue en el último trimestre del 2016 que el presidente de los EUA Donald Trump, anunció como parte de su política comercial, la necesidad de renegociarlo, o en su caso denunciar este si no se cumplían sus exigencias, bajo el argumento de que el tratado resultaba dañino para su economía y los empleos de su país. (Ruiz, 2018)

Los principales objetivos de TLCAN son:

- Eliminar barreras en el comercio y facilitar el movimiento de bienes y servicios a través de la frontera entre los territorios de los países signatarios.
- Promover condiciones de justa competencia en el área de libre comercio.
- Aumentar las oportunidades de inversión en los territorios de los países signatarios.
- Crear procedimientos efectivos para la implementación y aplicación de este tratado, para su administración solidaria y para la resolución de disputas
- Establecer una estructura para una cooperación trilateral, regional y multilateral adicional para expandir y realzar los beneficios de este tratado.

México es el tercer país proveedor de bienes a la economía de los Estados Unidos y también el tercero hacia donde esa economía dirige sus productos, intercambio que equivale a cerca de 500 mil millones de dólares al año. En México, el marco normativo y regulatorio de las mipymes ha sido establecido por la Secretaría de Economía. Tras varias taxonomías previas, la clasificación establecida en 2009 es la primera estratificación de empresas que combina la diferenciación por actividad económica, personal ocupado y monto de ventas anuales. Esta estratificación es la utilizada actualmente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (Dini y Stumpo, 2018)

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), en los países en desarrollo como México, la participación de las pymes en el comercio es baja: las exportaciones representan solo el 7.6% de las ventas totales de productos manufacturados. (Deloitte, 2017)

Así mismo Deloitte (2017) menciona que en México, un país que recibe mucha inversión pero que exporta poco, es imprescindible impulsar el papel de las pymes en el comercio exterior, es necesario otorgarles algún tipo de beneficio por atreverse a tomar el riesgo y convertirse en exportadoras.

Para lograr una integración eficaz de la cadena productiva se requiere reforzar los apoyos y estímulos a los exportadores indirectos, o proveedores nacionales de los exportadores finales. Mediante estos apoyos se les debe colocar en condiciones de igualdad con sus competidores en el extranjero. Al tiempo que se protege a la planta productiva del país, se apoya a la pequeña y mediana industrias y se contribuye a elevar el valor agregado de las exportaciones mexicanas. Es indispensable cimentar la vocación del país por el comercio exterior, forjando una mentalidad, una actitud, y una mística exportadoras. La base del

esfuerzo radica en formar "empresarios exportadores" que persigan y consoliden oportunidades en el mercado internacional en forma permanente. (Olmedo, 1988)

Agrega Olmedo (1988) que la apertura comercial exige concebir el mercado interno y el externo como un solo mercado al que la empresa nacional debe atender con igual eficiencia y oportunidad. Quien no logre producir con niveles internacionales de competitividad, pone en riesgo su participación en el mercado interno. Debemos ampliar la oferta exportable mediante una adecuada selección y diversificación de productos y la incorporación de más empresas como exportadoras directas o indirectas.

Estadísticas de la Secretaría de Economía (SE) y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) indican que el sector de las Pymes representa 72% de los empleos y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) de nuestro país. Sin embargo, en el caso del comercio exterior, existe otra realidad: según cifras del Consejo Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE), hasta 90% de las exportaciones mexicanas están concentradas en tan solo 300 grandes empresas. Es decir, no hemos sido exitosos en integrar a nuestras Pymes en las cadenas productivas y en los procesos de apertura económica que han caracterizado a nuestra economía durante las últimas dos décadas. (Ramírez C. A., 2014)

En estadísticas oficiales nacionales, los datos disponibles de empresas exportadoras que consideren al subgrupo de mipymes remiten solo al sector manufacturero. Es fuerte la tendencia a la exportación de las grandes empresas manufactureras (más del 62% de ellas exportan) y una escasa incidencia de las mipymes. Esta incidencia es menor conforme disminuye el tamaño de la empresa. De forma que solo el 0,06% de las microempresas manufactureras son exportadoras, cifra que alcanza a más del 30% de las medianas. (Dini y Stumpo, 2018)

Oportunidad para las Pymes mexicanas en el TMEC

89% de las exportaciones mexicanas corresponden al sector manufacturero, lo cual requiere una cadena de suministro robusta, formada principalmente por pymes.

Actualmente, en México existen cerca de seis millones de pymes, las cuales generan alrededor de 36% del producto interno bruto y 74% del empleo nacional. Sin embargo, sólo 12% de las exportaciones nacionales proviene de estas empresas. Así, uno de los principales desafíos para el futuro de México es vincular a las pymes con las cadenas globales de valor para fortalecer el liderazgo del país en los mercados globales. (Ramírez, Rubio y Calderón, 2016)

Es importante resaltar que en el TLCAN firmado en el 94, solamente se hacía referencia en uno de los artículos del documento, mencionando hacer programas de participación conjunta.

El Acuerdo Estados Unidos, México y Canadá (USMCA, por sus siglas en inglés) tiene entre sus objetivos que las pequeñas y medianas empresas (pymes) participen en las cadenas de suministro de las empresas regionales y globales, y para ello estableció una serie de medidas para los gobiernos de cada país. (Patiño, 2018)

En 2018, como resultado de la modernización del acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá, denominado Tratado México-Estados Unidos-Canadá, se incluyó un capítulo específico para regular las Pequeñas y Medianas Empresas (Deloitte, 2018)

Por otro lado en un informe del Senado de la República se comenta entre otros puntos, que este nuevo tratado incluye un capítulo sobre Pymes que, con base en lo que se ha construido en los 25 años de vigencia del tratado original. Busca que las Pymes se incorporen a las cadenas globales de valor para beneficiarse de las ventajas y oportunidades que hay en este tratado. Sin embargo, para ello se necesita orientar a los emprendedores y establecer políticas que faciliten estos procesos. Destacan, en ese sentido, otras disciplinas que no estaban en el TLCAN como las que tienen que ver con el comercio electrónico, una gran herramienta para que las Pymes pueden desarrollarse de manera más ágil y más expedita, aprovechando las plataformas de comercio digital que están en constante evolución. Por tanto, este tratado permite ver hacia adelante y brinda alternativas ante una nueva realidad internacional. (Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques, 2018)

El capítulo 25 del T-MEC, establece los principios generales, reconociendo el papel fundamental que tienen las Pymes en el mantenimiento del dinamismo y la competitividad de las economías de las partes y recordando el rol del sector privado en la cooperación en materia de Pymes. (Deloitte, 2018)

De acuerdo con Alquicira (2019) el T-MEC puede convertirse en una gran oportunidad de desarrollo para las pequeñas y medianas empresas, que podrían ser las más beneficiadas si este acuerdo comercial es ratificado por los congresos de los tres países socios. (Alquicira, 2019), constituyendo la plataforma ideal para el impulso integral de estos entes económicos y preparándolos para incursionar en los mercados internacionales.

Aunque el T-MEC continúa sobre las bases del TLCAN, se añadieron capítulos y disposiciones en diversos rubros, como el aumento del porcentaje del contenido regional en la industria automotriz, combate a la corrupción y sobornos, mayores reglas para que ciertos componentes manufacturados sean hechos en zonas de altos salarios, mayor protección a la propiedad intelectual, nuevas reglas para el comercio electrónico, entre otras. (Price Water House Co. S.C., 2018).

Al igual que el TLCAN el Tratado establece un Comité de pymes integrado por representantes gubernamentales de cada parte y que se encargará de identificar áreas de oportunidad, formas de promover la cooperación, analizar las mejores prácticas, asistir a pymes exportadoras, así como desarrollar y promover seminarios, explorar oportunidades para mejorar el asesoramiento a la exportación, entre otras cosas (Deloitte, 2018)

El objetivo es crear una red internacional para compartir mejores prácticas, intercambiar estudios de mercado, además de acercar a las pymes a las cadenas de suministro regionales y globales”, refiere el que ahora será el capítulo 25 de la nueva versión del TLCAN. (Patiño, 2018)

En la siguiente tabla podemos apreciar las principales diferencias entre el actual TLCAN y el nuevo T-MEC, resaltando aquellas que afectan de manera directa a las Pymes mexicanas:

Tabla 2 Diferencias entre el TLCAN y el T-MEC

Tema	TLCAN	T-MEC
Capítulos	Cuenta con 22 capítulos, cuyo objetivo es eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y de servicios entre los territorios de las Partes; promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; etc.	Se compone por 34 capítulos, en donde las adiciones y modificaciones a los capítulos que constituyen el T-MEC implican importantes cambios con respecto al TLCAN.
Reglas de Origen	La regla actual es del 62.5 por ciento.	Requiere que el 75 por ciento de las piezas se realicen en Canadá, México o los Estados Unidos
Laboral	Los temas laborales no estuvieron incorporados en el TLCAN original.	En el Tratado, los países reafirman sus obligaciones como miembros de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y reconocen que deben enfocarse en comerciar bienes producidos bajo el cumplimiento de las reglas de este capítulo.
Medio Ambiente	No se trató el tema en particular, solo era un conjunto de buenas intenciones.	Los países del TMEC reconocen que un medio ambiente saludable es necesario para lograr un desarrollo sostenible, y buscan que las políticas ambientales y de comercio se apoyen entre sí, promoviendo mayores niveles de protección ambiental.

Competencia	La competencia estaba presente en las relaciones comerciales de los tres países desde el Tratado de Libre Comercio (TLCAN) original. México debió crear una autoridad de competencia, con la cual nació la Comisión Federal de Competencia (Cofeco),	Hace alusión al hecho que las actividades comerciales fraudulentas trascienden fronteras, se comprometen que las autoridades de los tres países miembros a trabajar juntos en la aplicación de las leyes que protejan a los consumidores. En México regula la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece).
Competitividad	No existe un capítulo en particular	Busca promover la integración económica de los países de manera que se mejore la competitividad de la región de América del Norte, y establece un Comité de Competitividad para lograr ese fin.
Pymes	En su capítulo 1021 solo se habla de la integración del Comité de la Micro y Pequeña Empresa, integrado por representantes de cada una de las Partes y solamente pedía informar sobre los esfuerzos de las Partes para promover oportunidades en compras del sector público para sus micro y pequeñas empresas	Los países miembros del T-MEC desarrollarán distintas herramientas para promover y hacer crecer a las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Por ejemplo, trabajarán entre ellos para que las PYMES puedan tener acceso a infraestructura para su desarrollo, como incubadoras y aceleradoras, e incluso promoverán en mayor medida las PYMES cuyos dueños sean miembros de algún grupo minoritario.
Anti Corrupción	No es tratado de manera particular	Es de especial relevancia para México por el alto nivel de percepción de corrupción en los funcionarios públicos y el bajo desempeño del país en los índices internacionales.
Comercio Digital	No existía un capítulo sobre comercio digital, dado los limitados avances tecnológicos de la época.	Dado el crecimiento del comercio digital en los últimos años, los países deberán implementar leyes de protección al consumidor para evitar fraudes por realizar compras a través de internet

Nota: Elaboración propia con información de Observatorio Económico México cómo vamos A.C., y Diario Oficial de la Federación del 20 de diciembre de 1993

De acuerdo a artículo publicado por Expansión (2018) respecto al T-MEC, cada uno de los países tendrá que trabajar con sus socios, con el objetivo de que las pequeñas y medianas empresas puedan tener acceso a infraestructura para su consolidación y crecimiento, como incubadoras y aceleradoras, centros de asistencia para la exportación. “El objetivo es crear una red internacional para compartir mejores prácticas, intercambiar estudios de mercado, además de acercar a las pymes a las cadenas de suministro regionales y globales”, refiere el que ahora será el capítulo 25 de la nueva versión del TLCAN.

A pesar de los beneficios evidentes de la apertura comercial, todavía hay muchas empresas que no están suficientemente preparadas para participar en el comercio internacional. En algunos casos, persiste una brecha de productividad que limita la participación de algunas empresas, especialmente pymes, en las exportaciones del país. Si bien, por el alto impacto que tienen en la generación de empleos y en la producción nacional, las pymes constituyen la columna vertebral de la economía mexicana, su participación en el valor de las exportaciones del país es limitado. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2013 existían poco más de 4 millones de unidades empresariales en México; de ellas, 99% eran pymes, que aportaban 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. (Lara, 2016)

Para México resulta fundamental poner atención en dos rubros: el primero, fortalecer la cadena de proveeduría nacional en sectores estratégicos; el segundo, fortalecer la participación de las pymes —nueve de cada diez empresas en México— en la plataforma exportadora del país. El objetivo final es consolidar la cadena de proveeduría e incrementar el valor agregado nacional en los bienes y servicios que se venden en los principales mercado internacionales. Las estadísticas de exportaciones versus importaciones pierden relevancia; lo importante es ser el país que más valor agregue a los productos, en especial en uso intensivo del conocimiento y en procesos complejos de manufactura. (Ramírez, Rubio y Calderón, 2016)

El nuevo tratado comercial, entre otras cosas, pide un mayor grado de integración nacional de los productos que se van a compartir, entonces el poder vincular a las Pymes que maduren, que ofrezcan producto de calidad y que sirvan de proveeduría a la grandes empresas para que sean parte integral de sus productos, es uno de los retos más importantes que tenemos”, (Coronado, 2018), es decir más que esperar que las pymes hagan el trabajo solas ante los competidores a nivel mundial, lo que se busca es integrarlos en la cadena productiva en un sistema de integración vertical: ya sea como proveedores de alguna o algunas materias primas o como distribuidor o intermediario de los productos o servicios.

Behar comenta en su discurso, que las empresas mexicanas deben aprovechar las ventajas de los fondos de inversión, porque son el capital semilla que ayuda a las Pymes a crecer, incubarse o acelerarse; este famoso procedimiento, donde por la tecnología o por la invención, precisamente, hay un fondo que la respalda y que la puede ayudar a proyectarse, tanto a nivel nacional como internacional. (Sureste Informa, 2019)

Refiere Sánchez que durante ponencia magistral en el 9º Foro de Inversionistas de América Latina y China, organizado por la consultora Latin Finance en Beijing, Jesús Sade subsecretario para América del Norte de la Secretaría de Relaciones Exteriores, señaló que el T-MEC incorpora las mejores prácticas entre los socios de América del Norte para la protección del medio ambiente, los derechos laborales y la identidad cultural; la promoción de las pequeñas y medianas empresas; y la lucha contra la corrupción alineada a una agenda social justa y equitativa. (Sánchez E. , 2019)

Pymes Mexicanas ¿competitivas para exportar?

En el Capítulo 26 del T-MEC, referente a Competitividad, se busca promover la integración económica de los países de manera que se mejore la competitividad de la región de América del Norte, y establece un Comité de Competitividad para lograr ese fin. El Comité estará compuesto por representantes gubernamentales de los tres países y discutirá medidas efectivas para desarrollar métodos de intercambio de información, consejos y recomendaciones en materia de competitividad; deberá haber reuniones anuales, a menos que los tres países miembros decidan algo diferente. (Observatorio Económico México cómo vamos A.C., 2018)

Las Pymes mexicanas sólo participan con 6.7% del total de exportaciones de México, incluidas las ventas externas indirectas (incorporadas a los productos terminados), mientras en otras naciones este porcentaje asciende a 40% o más. (Beltrán, 2003)

Entre las áreas de oportunidad de estas empresas están: la innovación y tecnología del artículo, el diseño del empaque, logística y distribución, relación con la cadena comercial, precios y planes con descuentos y promociones y certificaciones de calidad. (González E. O., 2019)

La competitividad en las Pymes no proviene solamente de la difusión de las nuevas tecnologías de gestión y de productos, que en muchos casos no sólo dependen de la inversión material, sino también de nuevas formas complejas de gestión y de organización, y de este modo de una inversión inmaterial en investigación y desarrollo, y en una vigilancia importante de la información. La inversión inmaterial permite a las Pymes, a largo plazo, la renovación sistemática de sus productos y de la organización de su producción; implica, pues, innovación en todos los niveles, y ésta implica tener en cuenta el ambiente (“la escucha del ambiente”) y, por consiguiente, no sólo la presencia de una vigilancia tecnológica, competitiva y comercial implícita, sino relativamente organizada. (Sánchez, Salazar y Soto, 2014)

Michael Porter desarrolló una teoría de la competitividad nacional basada en las causas de la productividad, porque sólo es ésta la única variable que puede explicar la competitividad de una nación, en lugar de lo que explicaba la teoría clásica (ventajas comparativas tradicionales); de ahí que una frase importante desprendida de esta teoría es que la prosperidad nacional no se hereda, sino que es creada por las oportunidades que brinda un país a sus empresas, porque son las únicas responsables de crear ventaja competitiva a través de actos de innovación. (Buendía, 2013)

Una ventaja competitiva se refiere a las decisiones estratégicas que deben tomar las empresas para defenderse de sus competidores en un mercado:

Al encarar las cinco fuerzas o factores de la competencia disponemos de tres estrategias de gran eficacia para lograr un mejor desempeño que los contrincantes en una industria: Liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración. (Porter, 2008).

Las Pymes deberán establecer en que son más eficientes, dado que es poco probable poder abarcar más de una de estas estrategias, lo más conveniente será realizar un análisis de todas las variables que afectan su mercado, producto, país, etc. y elegir aquella estrategia en la que logren destacar.

En relación con la cadena de suministro, identificamos varios aspectos dentro del nuevo tratado, que pueden generar un impacto relevante en la misma dependiendo del sector; específicamente, en lo que se refiere a los requisitos sobre reglas de origen, el valor del contenido de la mano de obra y la cláusula que impide tener acuerdos comerciales con economías que no son consideradas “de mercado”, como es el caso de China. Con base en lo anterior, mencionamos cinco dimensiones dentro de la cadena de suministro a las que, consideramos, se debe prestar mayor atención bajo el contexto del tratado.

Estas son:

1) Abastecimiento: El nuevo acuerdo cambia los requisitos en cuanto a reglas de origen para la industria manufacturera(...) Esto genera la necesidad de analizar la procedencia de los componentes y materiales que se utilizan en el proceso de fabricación, con el objeto de definir fuentes diferentes de abastecimiento a través de nuevos proveedores que permitan adecuarse a los requerimientos.

2) Ingeniería y diseño de productos: Este proceso deberá realizarse con el objetivo de determinar materiales diferentes que se requieran para los productos que se comercializan en la región del T-MEC.

3) Desarrollo de proveedores: abre una ventana de oportunidades para empresas locales en México que desean ampliar sus líneas de negocio/operación para proveer componentes e insumos que las empresas productoras requieran.

4) Estrategia de operación: en el caso de contar con plantas en diferentes regiones o países, será necesario evaluar dónde se están produciendo los componentes de los productos, y entender si se debe reestructurar el mapa (ubicación) de producción actual, así como la red logística.

5) Valor de contenido de mano de obra: Será necesario observar si se llevarán a cabo modificaciones a las regulaciones laborales actuales para dar cumplimiento a esta disposición del nuevo tratado. (Price Water House Co. S.C., 2018)

Los tratados de libre comercio con que cuenta México, constituyen uno de los elementos de mayor importancia en el proceso de internacionalización. Así, las empresas de la región deben aprovechar plenamente las ventajas de la apertura comercial y asegurar su presencia en otros países. El establecimiento de diversos tratados puede servir como un detonante de las operaciones de la empresa en los mercados exteriores, y es un factor expreso que incide directamente en el desarrollo continuo del proceso de internacionalización. Por ello, es necesario impulsar y dar difusión a todos los tratados comerciales. (Jiménez, 2007)

La integración vertical se define como un proceso mediante el cual la firma desarrolla diferentes actividades, que demandan insumos, factores y tecnologías complementarias en la producción de bienes o servicios. Este proceso puede ser upstream, es decir, en fases anteriores o downstream fases posteriores a su principal actividad productiva y las realizaron con el fin de mejorar la eficiencia productiva para reducir los costos de producción y de coordinación. En la definición convencional, la integración vertical ocurre cuando una empresa produce sus propios factores de producción o posee su canal de distribución. En esta definición también deben incluirse la tecnología, entendida como el conjunto de instrucciones que permiten la producción de bienes y servicios. (González O. A., 2013, pág. 6),

Las Pymes mexicanas cuentan con apoyos por parte de instituciones gubernamentales como el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (Bancomext) y la Secretaría de Economía que brindan asesoría especializada en materia de exportaciones e importaciones a través de programas como:

Tabla 3 Apoyos de Bancomext para Pymes exportadoras

Financiamiento y asistencia técnica para mejorarla competitividad global de tu empresa.

Credito PyMEx

A través de alianzas con la Banca Comercial ofrece:

- Financiamiento flexible acorde a las necesidades.
- Productos especializados en comercio exterior.
- Crédito revolvente para capital de trabajo.
- Crédito para equipamiento a largo plazo.
- Acceso a crédito en pesos o dólares americanos.
- Factoraje Internacional

Disponibilidad de recursos de forma oportuna bajo estándares internacionales y de manera electrónica,

- Financiamiento hasta por el 90% del valor de la factura.
- Cobertura contra el riesgo de no pago del comprador.
- Administración de cuentas por cobrar.

Gestión de cobranza en el extranjero a través de contrapartes financieras ubicadas en el país del comprador.

- Cartas de Crédito
- La forma más confiable de realizar tus exportaciones y/o importaciones de bienes y servicios, con el respaldo internacional y experiencia de Bancomext y sus aliados.
- Otorga certeza al exportar sobre los términos y condiciones a cumplir para obtener su pago.
- Reduce la necesidad del exportador mexicano de verificar el crédito del importador. Instituto de Formación Financiera para el Comercio Exterior (IFFCE)
- Brindan información necesaria para desarrollar las competencias de pequeños negocios.
- Capacitación. Cursos en línea, cápsulas de educación financiera y talleres presenciales.
- Información. Artículos de interés, indicadores económico-financieros, fichas sectoriales e información de comercio exterior.
- Asesoría personalizada para evaluar y mejorar la competitividad y productividad de las empresas.
- Herramientas financieras de fácil manejo.
- Una oferta de valor diseñada para las pequeñas y medianas empresas exportadoras e importadoras.

Nota: Elaboración propia con información extraída de
<https://www.bancomext.com/empresas-que-apoyamos/pymex>

La Secretaría de Economía cuenta también con programas que ayudan a la Pymes a desarrollarse e integrarse a los mercados internacionales a través de la Coordinación de Competitividad Exportadora, Dirección General de Acceso a Mercados:

Tabla 4 *Apoyos de Secretaría de Economía para la exportación*

Centros pyme exporta	Apoyar integralmente a las micro, pequeñas y medianas empresas con el fin de incorporarlas, consolidarlas y/o diversificarlas en el mercado internacional
Exportaciones: capacitación, consultoría y estudios en materia de comercio exterior	Que las Mipymes cuenten con servicios especializados de consultoría, capacitación, estudios de mercado, planes de negocios y guías empresariales, en materia de comercio exterior, a fin de desarrollar sus capacidades y competitividad necesaria para acceder al mercado internacional.
Organismos de comercio exterior	Identificar la oferta exportable de las micro, pequeñas y medianas empresas nacionales con el fin de apoyarlas con un servicio integral para iniciarse y/o consolidarse en el mercado internacional.
Exportaciones: centro de atención empresarial, Puntos de venta en el extranjero y comercializadoras	Apoyar la instalación de los siguientes espacios físicos: i) Centros de Atención Empresarial; ii) Puntos de Venta en el extranjero; y, iii) Comercializadoras, para otorgar servicios a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas(Mipymes) a fin de desarrollar su Oferta Exportable
Empresas integradoras	Promover la integración de Mipymes con el fin de fortalecerse para producir y comercializar sus productos y/o servicios en mercados de alta competitividad

Nota: Creación propia con información de www.economia.gob.mx

Se puede observar que en México si se cuenta con programas en materia de exportación especialmente diseñados para Pymes, lo que las hace menos vulnerables al competir en esos mercados externos que exigen empresas bien preparadas y respaldadas por sus programas de desarrollo.

Metodología

El enfoque en esta investigación es exploratorio y está basada en la recopilación de estudios y posturas relativas al tema, solo se incluye discusión de la información obtenida con puntos de vista personales, dado que no se pretende la experimentación de las variables y se utilizó el método deductivo que va de lo general a lo particular, centrándonos en un sector específico en un tiempo determinado. Se analiza la oportunidad de las Pymes Mexicanas de incursionar en mercados internacionales, a través del T-MEC.

Discusiones

Todos los tratados y acuerdos firmados por México son importantes y constituyen una oportunidad para los diferentes sectores productivos de las Pymes mexicanas, pero no cabe la menor duda de que el más importante por el volumen de ventas generadas y la ubicación geográfica que tiene México es el TLCAN o T-MEC por sus nuevas siglas.

El T-MEC debe considerarse como la puerta de entrada no solo para aventurarse de manera “segura” en el mercado de las exportaciones, sino para expandir sus horizontes aprovechando cada una de las ventajas que esta negociación trae a las empresas con estas características.

En México las pequeñas y medianas empresas representan más del 90% del total de organismos empresariales existentes, carentes de una estructura organizacional sólida que permita su incursión en mercados globales en los que es primordial contar con modelos de negocio adaptados a las necesidades de los mercados actuales, que incluyan tecnologías, sistemas de comunicación actuales y herramientas digitales que las pongan en la mira de los grandes consorcios como proveedores o distribuidores de sus mercancías y/o servicios o más aún como socios-colaboradores con los que puedan atender esos mercados derivados de los acuerdos internacionales celebrados por nuestros representantes.

Es vital el que cuenten con el apoyo por parte del gobierno y organismos privados nacionales e internacionales que impulsen su crecimiento y desarrollo para aprovechar esas ventajas comparativas en el intercambio de bienes y servicios con el país que compartimos una frontera tan amplia y que en más de 20 años de tener ese tratado las Pymes aprendan de los errores del pasado y logren esta vez beneficiarse lo más posible de las bondades de un Tratado recién renovado.

La Competitividad es un término que nos permite distinguir entre aquellas naciones más preparadas, separándolas de las que se encuentran en rezago.

Brindando la oportunidad de convertirse en exportadoras indirectas y participantes activas en el proceso de internacionalización de las grandes empresas, contribuyendo a la creación de empleos directos e indirectos, desarrollo de proveedores y teniendo una mayor presencia en el PIB Nacional.

Menciona un dicho “zapatero a tus zapatos, refiriéndose a determinado producto o servicio elaborado en algún país de una manera eficiente que lo convierte en la ventaja competitiva que necesita para salir a los mercados globales, y es ahí donde las Pymes deben buscar las oportunidades para crear productos y servicios en las que otras naciones no tengan las ventajas competitivas que por ubicación geográfica y circunstancias fortuitas las nacionales si tienen, buscar profesionalizarse en la medida de lo posible, trabajando en busca de tener mayor calidad.

El haber dedicado un capítulo específico en el T-MEC, nos habla de la importancia que tienen estas empresas no solo en nuestro país sino en cualquier parte del mundo como factor preponderante para el desarrollo económico de una nación.

Por primera vez se toma en cuenta al protagonista: “el empresario” que con el riesgo de un capital privado, le apuesta a la aventura de crear productos a pesar de los obstáculos que se le lleguen a presentar pero con un fin más de permanencia de largo plazo en el mercado, evitando la desaparición de su empresa por falta de conocimiento y oportunidades de incursión en otros mercados.

No es ajeno a las pymes el que cada día haya más exigencia para los productos en los diferentes mercados, sobre todo en los internacionales y cuando se trata de Estados Unidos, cuyo presidente ha optado por establecer medidas proteccionistas para su industria, la situación se complica aún más, por lo que si realmente estas empresas desean desempeñar un papel trascendental en materia de proveeduría y exportación directa o indirecta deberán conocer a fondo que es lo que aquí se trata, verificar que es lo que le falta y trabajar en las áreas de oportunidad detectadas para que en un mediano plazo puedan aspirar a formar parte del mercado internacional más grande e importante del mundo.

Es momento entonces de empoderar a las Pymes, integrarlas a las grandes ligas a través del desarrollo óptimo de sus capacidades y crear conciencia en los empresarios de que esta sea tal vez la única oportunidad de sobrevivir ante la situación difícil que viven los mercados internos, voltear a ver que las hace fuertes e impulsarlas a desarrollar esquemas de negocios eficientes que sustituyan los viejos modelos que nos pintaban como ventaja comparativa la mano de obra barata o insumos a un costo moderado.

Referencias

- Beltrán, M. L. (2003). El NAFTA, México una experiencia para tener en cuenta. *Revista Escuela de Administración de Negocios No. 49*.
- Buendía, R. E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico XXVIII No. 69, 55-78*.
- Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. (2018). *Conclusiones del Foro Informativo relativo al Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá T-MEC*. México.
- Deloitte. (13 de Noviembre de 2018). Tratado México - Estados Unidos - Canadá (T-MEC) Serie de Boletines. *Boletín Comercio Exterior T-MEC 1/201*.
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*”, *Documento de proyectos (LC/TS.2018/75)*. Santiago: Comisión Económica para América Latina.
- Ferrer, A. (1999). La Globalización, la crisis financiera y América Latina. *Comercio Exterior Vol. 49 Núm. 6 Bancomext, 527-536*.
- González, O. A. (2013). Integración vertical e integración horizontal en un escenario de acelerada innovación tecnológica: Evidencia Empírica y Modelo teórico. *XVIII Congreso Internacional de Administración, Contaduría e Informática, 6*.
- Huesca, R. C. (2012). *Comercio Internacional*. México: Red Tercer Milenio.
- Jiménez, M. J. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico, XXII (49)*, , 111-131.
- Lara, S. S. (2016). *Hacer Sinergia para Competir Redexporta: Un programa para crear y consolidar*. Ciudad de México: PROMEXICO.
- Olmedo, A. P. (1988). El comercio exterior de México, evolución reciente y perspectivas. *Comercio Exterior vol. 38 num. 5 Bancomext*.
- Porter, M. E. (2008). *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Price Water House Co. S.C. (2018). *Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá*. México.
- Quiñones, N. R. (2012). *Mercadotecnia Internacional*. Red Tercer Milenio.

- Ramírez, E. C., Rubio, C. J., & Calderón, O. V. (2016). *Cadenas Globales de Valor, un modelo para la integración de empresas mexicanas*. Ciudad de México: Proméxico.
- Ruiz, A. d. (2018). TLCAN, un recuento hasta el TMEC. *Del TLCAN al TME-C*, 2-3.
- Sánchez, R. M., Salazar, A. L., & Soto, R. C. (2014). El emprendimiento y crecimiento en las pymes. *Acta Universitaria No. 24*, 59-72.
- Witker, V. J. (2011). *Derecho del Comercio Exterior*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM en coedición con Asociación de Agentes Aduanales del Aeropuerto de México A.C.
- Zavala, D. I. (marzo-abril de 2016). Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. *Economía Informa num. 397*.

Referencias Electrónicas

- Alquicira, D. H. (21 de Marzo de 2019). *El T-MEC, la puerta de entrada para las pymes al comercio global*. Obtenido de El Semanario:
<https://elsemanario.com/negocios/306716/t-mec-puerta-entrada-para-pymes-proveeduria-grandes-empresas/>
- Benlloch, R. (24 de Agosto de 2016). *Ricardo Benlloch*. Obtenido de Teorías Económicas:
<http://ricardobenlloch.com/principios-de-economia-politica-y-tributacion-david-ricardo/>
- Coronado, S. (22 de Octubre de 2018). *Tienen Pymes retos con T-MEC: Russildi*. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/tienen-pymes-retos-con-t-mec-russildi>
- Deloitte. (26 de julio de 2017). *El impulso que las pymes necesitan para exportar*. Obtenido de Deloitte:
<https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/exportacion-para-pymes.html>
- Dussel, P. E., et al. (2018). *Scielo*. Obtenido de La renegociación del TLCAN. Efectos arancelarios y el caso de la cadena del calzado:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672018000100003#aff1
- Expansión. (18 de Octubre de 2018). *Pymes globales, un deseo del USMCA*. Obtenido de Expansión: <https://expansion.mx/economia/2018/10/03/el-usmca-busca-que-las-pymes-sean-globales>
- González, E. O. (27 de Febrero de 2019). *El 72% de las Pymes en México proyecta un mejor futuro*. Obtenido de Mundo Ejecutivo:
<http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/pymes/2019/02/27/el-72-de-pymes-proyecta-un-mejor-futuro/>
- González, O. A. (2013). Integración vertical e integración horizontal en un escenario de acelerada innovación tecnológica: Evidencia Empírica y Modelo teórico. *XVIII Congreso Internacional de Administración, Contaduría e Informática*, 6.
- LVM. (11 de noviembre de 2018). *Milenio*. Obtenido de Ventajas y Obstáculos de un Tratado como el T-MEC: <https://www.milenio.com/negocios/ventajas-y-obstaculos-de-un-tratado-como-el-t-mec>
- Observatorio Económico México cómo vamos A.C. (30 de Noviembre de 2018). *México ¿cómo vamos?* Obtenido de Del TLCAN al T-MEC Todo lo que debes saber sobre el nuevo tratado: <http://mexicocomovamos.mx/new/?s=contenido&id=1157>
- Administración Contemporánea Septiembre 2019 Año 15 No. 38 COLPAREMEX

- Patiño, D. (3 de Octubre de 2018). *Expansión*. Obtenido de Pymes Globales, un deseo del USMCA: <https://expansion.mx/economia/2018/10/03/el-usmca-busca-que-las-pymes-sean-globales>.
- Ramírez, C. A. (31 de Octubre de 2014). *A 20 años del TLCAN, Retos y oportunidades*. Obtenido de Contaduría pública: <http://contaduriapublica.org.mx/2014/10/31/a-veinte-anos-del-tlcan-retos-y-oportunidades/>
- Sánchez, E. (26 de Marzo de 2019). *Excelsior*. Obtenido de Destaca Seade beneficios del T-MEC para la economía nacional. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/destaca-seade-beneficios-del-t-mec-para-la-economia-nacional/1303928>
- Sánchez, J. (S.F.). *CONDUSEF*. Obtenido de Proteja su dinero: <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. (20 de Diciembre de 1993). *Secretaría de Economía*. Obtenido de Decreto de promulgación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte: <http://www.economia-snci.gob.mx/sicait/5.0/doctos/TLCAN.pdf>
- Secretaría de Economía. (10 de Mayo de 2015). *gob.mx*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-contratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>
- Sureste Informa. (18 de enero de 2019). *Sureste Informa*. Obtenido de El T-MEC abre grandes oportunidades para las Pymes: Recuperado de: <http://suresteinforma.com/noticias/el-t-mec-abre-grandes-oportunidades-para-las-pymes-144077/>

EXPECTATIVAS DE EMPRENDIMIENTO Y OBSERVATORIO LABORAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Francisco Javier Moyado Bahena

Universidad Tecnológica de Acapulco

Autor de correspondencia: francisco.moyado@utacapulco.edu.mx

RESUMÉN

El presente estudio se llevó a cabo en un total de 15 Universidades, donde se considerando estudiantes que cursan el último grado de estudios de distintos programas educativos, con un total de 1271 universitarios encuestados.

Como objetivos específicos se consideran identificar el porcentaje de alumnos emprendedores por programa educativo, de igual manera identificar aquellos alumnos que desean emprender un negocio, conocer el desarrollo de más empresas de los estudiantes que actualmente emprenden y conocer las razones por la cuales no están interesados en emprender. Por su naturaleza la investigación el diseño, tipo y alcance de la investigación fue realizada de manera cuantitativa, descriptiva y transversal. De los resultados obtenidos se resalta que el 26% del total de estudiantes han escuchado sobre la existencia de empresas que apoyan la gestión y/o financiamiento de proyectos emprendedores, lo que indica que es un área de oportunidad enorme para las unidades de estudio; un porcentaje mínimo (12.4 %) ya ha iniciado su propio negocio; el 36.1 % indicó que el motivo principal para emprender su propio negocio es ser libre laboral y financieramente; el 60.8 % Factor principal que consideran los estudiantes que ha impedido el crecimiento y desarrollo de su empresa es el factor económico; el 70.9 % que actualmente no ha emprendido un negocio ha considerado hacerlo en un futuro.

Palabras claves: Universidad, estudiantes, expectativas, emprendimiento.

INTRODUCCIÓN

Es factible considerar al emprendimiento como un factor que coadyuva en la generación de empresas y, por tanto, a la generación de bienes y servicios que pueden incidir desde el ámbito local hasta llegar a trascender fronteras y, cuando estas empresas se dan en el marco de las spin-off regularmente fomentan la competitividad de manera importante. En el rubro de beneficios sociales las organizaciones creadas resultan ser generadoras de empleo tanto en la modalidad de tiempo completo, como de medio tiempo, siendo posible el beneficiar a quienes se encuentren en etapa de formación profesional.

Debido a la importancia de este tipo de empresas el Gobierno Mexicano ha generado programas que promueven el emprendimiento a través de distintas convocatorias donde se proporcionan recursos para el inicio, desarrollo o, en su caso, expansión de negocios que puedan traer beneficios a la sociedad y puedan lograr el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Algunas instituciones públicas que promueven el emprendimiento son:

- La Secretaría de Economía a través de su programa Contacto Pyme el cual ofrece diferentes herramientas de asesoría, así como de capacitación entre otros para aquellos que buscan un financiamiento.
- Nacional Financiera (NAFIN) quien ofrece la capacitación sobre la estructuración de un negocio desde su inicio, su contabilidad y sus finanzas.
- El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) que es un organismo público creado para fomentar y apoyar a los emprendedores, así como también a micro, pequeñas y medianas empresas.

En este orden de ideas es importante el conceptualizar para este trabajo al emprendedor como una persona con una visión al logro de una meta, capaz de asumir riesgos y generar sus propios ingresos. En contraste, es factible mencionar que en el mercado laboral también se encuentra integrado por personas que prefieren un sueldo el cual consideran como un recurso seguro, sin embargo, en el actual entorno laboral esta condición resulta cada vez menos frecuente ya que, no siempre existen oportunidades para quienes egresan de una carrera, en este sentido, es factible mencionar que el Observatorio Laboral (OLA, 2018) del Servicio Nacional del Empleo (SNE) menciona que existen profesiones saturadas en el mercado laboral lo que hace que los recién egresados no encuentren oportunidades laborales por lo que el emprendimiento se presenta como una alternativa para brindar opciones de ocupación y auto generación de empleos.

Ahora bien, si existen falta de empleos y programas para fomentar el emprendimiento, ¿por qué no florecen las empresas en nuestro país? Parte del problema radica en la difusión de estos programas de financiamiento para la generación de nuevos negocios.

CONTENIDO

Marco teórico

El impacto del emprendimiento en nuestro país en los últimos años ha resultado considerable en la economía (Pérez 2018), sin embargo, el crecimiento económico del país ha sido menor a las estimaciones oficiales, y la economía ha perdido dinamismo en forma dramática (condición acentuada en el sexenio de Peña Nieto). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCED, 2014) menciona que es difícil medir con precisión la actividad en la economía mexicana, esto debido a la falta de registro en fuentes estadísticas oficiales y a la imprecisa distinción entre las empresas formales y las empresas informales. Considerando el Índice Global de Emprendedurismo y Desarrollo, (Aguirre 2013) México se encuentra en el lugar número 62, dentro de un total de 118 países.

¿Qué problemas enfrentan los emprendedores al iniciar sus organizaciones? Una condición que resulta muy común para ellos es que (Casas, 2003) cuando decide iniciar un negocio las cosas no resulten tal como esperaba y se encuentran con diversas situaciones a las que debe adaptarse para reducir el riesgo del tal forma que (Thompsen, 2009) si bien, una buena idea de negocio puede generar una oportunidad para elevar la condición económica de vida de las personas, es importante el tener en cuenta que deberá realizar los ajustes necesarios para llevarla a cabo y pueda ser convertido en un concepto de negocio, de lo contrario no es recomendable iniciar la idea debido a la posibilidad de su fracaso, por ello, es importante (Varela, 2002) el considerar que una oportunidad de negocio aparece cuando la idea es acorde a las necesidades y expectativas de los clientes, cuenta con ventajas comparativas, está en el lugar adecuado, se contemplan tanto los recursos humanos, físicos y materiales y cuando se cuenta con el impulso vital de aquellos empresarios que la hagan realidad y recordar que es altamente recomendable que cada negocio (Cyr, 2009) cuente con un plan de negocios (algo similar a una hoja de ruta), para abordar las oportunidades y retos esperados e inesperados para el futuro y para navegar de manera exitosa a través del entorno competitivo particular de ese negocio.

Es importante ahondar en el concepto de emprendimiento mencionando que algunos autores (Gordon, et al., 2019, Schnarch, 2014;) consideran que el concepto hace referencia a personas que afrontan retos como parte de la competitividad y liderazgo frente a otros, considerando el incluir la palabra innovación que va de la mano con la palabra emprendimiento (Drucker, 1985) siendo la innovación un sello característico de todo empresario, de tal forma que la aplicación de la palabra (Zapata, 2013) emprendimiento ha tenido distintas variantes que al final se centran en el mismo enfoque de innovación y gestión, añadiendo que (Shane & Venkataraman, 2000) una idea de negocios no dará frutos sin la percepción, las perspectivas y las interpretaciones de los emprendedores y sin la capacidad de organizar e implementar una organización para explotar esta oportunidad.

Debido a la importancia del emprendimiento han surgido diferentes constructos que buscan identificar los elementos que lo conforman y diferentes autores (Freire, 2015; Schumpeter, 1946, Stevenson, Gibb, 1988, McClelland, 1965, 1989; Timmons, 2003) presentan un

enfoque donde se mencionan que el emprendimiento es un conjunto donde existe una idea de negocios, un emprendedor, capital, el empeño en la gestión que de alguna manera las personas eclécticas y, a través de su contexto se adaptan a una realidad. También se ha buscado su clasificación donde (Caro 2019) menciona que el emprendimiento se ha diversificado en diversas áreas tales como: pequeños, escalables, grandes, social, innovador, oportunista, incubador, individual, en masa, entre otros. Anexo a lo anterior también se han buscado constructos para comprender la dinámica del emprendimiento, considerando que son cruciales los conceptos de conocimiento y experiencia. En esta forma, al tener el conocimiento y la experiencia (Bianchi y Henkerson, 2005), el emprendedor puede aprovechar una oportunidad que percibe en el entorno y comenzar un nuevo negocio. Idealmente, este emprendedor combina el ser innovador y talentoso y tiene la capacidad de asumir los riesgos propios de su actividad.

Si bien, en México se han realizado investigaciones sobre el emprendimiento los enfoques se han centrado en organizaciones sociales así como investigaciones sobre los rasgos de liderazgo que ejercen los emprendedores sociales, por ello, la importancia que reviste la presente investigación es crear una red de cooperación interinstitucional, al buscar comprender los factores que promueven o inhiben el espíritu emprendedor logrando con ello un aporte al cuerpo del conocimiento ya que, hasta donde los autores conocen, no existen estudios previos que han considerado una variable que parecería obvia, pero de la cual no se han realizado estudios específicos, siendo esta;

¿La falta de recursos económicos es la principal variable que impide el desarrollo de los estudiantes que actualmente emprenden?

Metodología.

La presente investigación tiene como punto de partida el conocer los factores que impulsa el emprendimiento de una empresa, negocio u organización en jóvenes universitarios considerando preguntas como, ¿qué factores impulsan o inhiben el emprendimiento?, e identificar si ¿en un futuro los participantes de la muestra están dispuestos a emprender un negocio? En un segundo apartado se realizó un estudio de aquellos estudiantes que actualmente se encuentran en el campo laboral con la finalidad de conocer el desarrollo actual de sus habilidades (Para fines prácticos se englobaran los términos; empresa, negocio u organización en el término negocio).

El tipo de investigación es exploratoria, cuantitativa, descriptiva, transversal, con una muestra de sujetos tipo considerando a estudiantes que cursaban su último periodo de estudio en el aula siendo las unidades de estudio 17 planteles educativos de nivel superior de los Estados de Guerrero, Baja California y Campeche, en donde se encuestaron un total de 1271 durante el año 2018.

Recolección de información.

Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario ramificado que consta de 22 ítems

El cuestionario está constituido de la siguiente manera:

- Datos de identificación.
- Reconocimiento de instituciones financieras.
- Información laboral.
- Información de la empresa y/o institución en la que labora el estudiante.
- Apartado ‘A’ (información de emprendimiento).
- Apartado ‘B’ (información de emprendedores y sus negocios y/o empresas).

Resultados

Bloque 1 Resultados Generales

Tabla 5. Total de estudiantes que han escuchado sobre la existencia de empresas que apoyan la gestión y/o financiamiento de proyectos emprendedores

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	<i>331</i>	<i>26,0</i>	<i>26,0</i>	<i>26,0</i>
<i>No</i>	<i>940</i>	<i>74,0</i>	<i>74,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Total</i>	<i>1271</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	

En la tabla número uno se observa que la mayoría de los estudiantes encuestados no han escuchado ni conocen empresas que apoyan la gestión y/o financiamiento de proyectos emprendedores.

Tabla 6. Instituciones de gestión y/o financiamiento a proyectos, con las cuales los estudiantes están familiarizados

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje</i>
	<i>a</i>		<i>válido</i>	<i>acumulado</i>
<i>Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)</i>	194	15,3	58,6	58,6
<i>Secretaría de Economía</i>	35	2,8	10,6	69,2
<i>Nacional Financiera (NAFIN)</i>	14	1,1	4,2	73,4
<i>Jóvenes Emprendedores por México (JEMAC)</i>	30	2,4	9,1	82,5
<i>Instituto Guerrerense del Emprendedor (INGE)</i>	36	2,8	10,9	93,4
<i>Otros</i>	22	1,7	6,6	100,0
<i>Total</i>	321	26,0	100,0	

De los estudiantes que si han escuchado sobre aquellas instituciones de gestión y/o financiamiento a proyectos, la más popular es el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor).

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	158	12,4	12,4	12,4
<i>No</i>	1113	87,6	87,6	100,0
<i>Total</i>	1271	100,0	100,0	

Estudiantes Emprendedores

En la presente tabla se muestra que solamente el 12.4% de los universitarios encuestados emprende actualmente.

Tabla 8. Giro de la empresa de estudiantes que actualmente emprenden un negocio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Servicios</i>	63	5,0	39,9	39,9
<i>Comercio</i>	87	6,8	55,1	94,9
<i>Transformación</i>	8	,6	5,1	100,0
<i>Total</i>	158	12,4	100,0	

De los estudiantes encuestados que actualmente emprenden se encuentra que el giro que predomina dentro de estos negocios es el comercio.

Tabla 9. Razón principal que motivó a los estudiantes a emprender su propio negocio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>No contestó</i>	5	,4	3,2	3,2
<i>Para ejercer mi profesión</i>	31	2,4	19,6	22,8
<i>Para ser libre laboral y financieramente</i>	57	4,5	36,1	58,9
<i>Porque tengo espíritu emprendedor</i>	30	2,4	19,0	77,8
<i>Por el apoyo familiar</i>	21	1,7	13,3	91,1
<i>Porque tuve una oportunidad de financiamiento</i>	14	1,1	8,9	100,0
<i>Total</i>	158	12,4	100,0	

En la tabla número cinco se encuentra que la razón principal que motivó a los estudiantes a emprender su negocio la que más resalta es el ser libre laboral y financieramente.

Se identificó que el factor principal que consideran los estudiantes que ha impedido el crecimiento y desarrollo de la empresa son los económicos.

Tabla 10. Factor principal que consideran los estudiantes que ha impedido el crecimiento y desarrollo de su empresa

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Trámites gubernamentales</i>	8	,6	5,1	5,1
<i>Falta de capacitación</i>	12	,9	7,6	12,7
<i>Falta de demanda</i>	9	,7	5,7	18,4
<i>Exceso de competencia</i>	20	1,6	12,7	31,0
<i>Factores sociales</i>	13	1,0	8,2	39,2
<i>Factores económicos</i>	96	7,6	60,8	100,0
<i>Total</i>	158	12,4	100,0	

Tabla 11. Estudiantes que actualmente no emprenden un negocio, pero consideran hacerlo en un futuro

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	901	70,9	81,0	81,0
<i>No</i>	212	16,7	19,0	100,0
<i>Total</i>	1113	87,6	100,0	

Bloque 2.2

Estudiantes No Emprendedores

En la tabla se observa que el un gran número de estudiantes considera emprender su negocio en el futuro.

Tabla 12. Factor principal que ha impedido a los alumnos emprender su propio negocio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>No contestó</i>	3	,2	,3	,3
<i>Falta de capital</i>	565	45,5	62,7	63,0
<i>Falta de apoyo familiar</i>	10	,8	1,1	64,2
<i>Falta de orientación / capacitación para emprender un negocio</i>	180	14,2	20,0	84,1
<i>Falta de tiempo</i>	143	11,3	15,9	100,0
<i>Total</i>	901	70,9	100,0	

En la tabla número ocho se identificó que el factor principal que ha impedido a los alumnos emprender su propio negocio es la falta de capital.

Tabla 13. Factor principal por el cual los estudiantes no han considerado emprender su propio negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>No tengo la necesidad económica</i>	20	1,6	9,4	9,4
<i>Falta de motivación / interés</i>	25	2,0	11,8	21,2
<i>Me siento satisfecho con mi trabajo actual</i>	14	1,1	6,6	27,8
<i>Prefiero dedicarme totalmente a mis estudios</i>	80	6,3	37,7	65,6
<i>No me gusta asumir riesgos</i>	11	,9	5,2	70,8
<i>Falta de conocimiento / asesoría para asumir riesgos</i>	44	3,5	20,8	91,5
<i>Falta de tiempo</i>	18	1,4	8,5	100,0
<i>Total</i>	212	16,7	100,0	

Se observa que el factor principal por el cual los estudiantes no han considerado emprender su propio negocio es que prefieren dedicarse a los estudios, seguido por la falta de conocimiento.

Tabla 14. Estudiantes que han considerado emprender su propio negocio al concluir su carrera

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	539	42,4	59,8	59,8
<i>Definitivamente no</i>	4	,3	,4	60,3
<i>Tal vez</i>	358	28,2	39,7	100,0
<i>Total</i>	901	70,9	100,0	

En esta tabla se identifica que la mayoría de los estudiantes encuestados han considerado emprender al concluir su carrera.

Bloque 4 Contexto Laboral

Tabla 15. Estudiantes que trabajan actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	528	41,5	41,5	41,5
<i>No</i>	743	58,5	58,5	100,0
<i>Total</i>	1271	100,0	100,0	

De los estudiantes encuestados se observa que arriba del 40% trabajan actualmente.

Tabla 16. Razón principal por la cual no se encuentran laborando actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>No encuentro empleo</i>	146	11,5	19,7	19,7
<i>No tengo la necesidad de trabajar</i>	21	1,7	2,8	22,5
<i>No me interesa</i>	13	1,0	1,7	24,2
<i>Por cuestiones familiares</i>	97	7,6	13,1	37,3
<i>Porque me dedico plenamente al estudio</i>	466	36,7	62,7	100,0
<i>Total</i>	743	58,5	100,0	

En la tabla número doce se encuentra que de los estudiantes encuestados mencionan como razón principal por la que no están laborando actualmente es porque se dedican plenamente al estudio.

Tabla 17. Tipo de empresa en la que laboran actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Pública</i>	137	10,8	25,9	25,9
<i>Privada</i>	391	30,8	74,1	100,0
<i>Total</i>	528	41,5	100,0	

En esta tabla se observa que el principal tipo de empresa en el que laboran los estudiantes encuestados es privado.

Tabla 18. Giro de la empresa en la que laboran actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Servicios</i>	373	29,3	70,6	70,6
<i>Comercio</i>	132	10,4	25,0	95,6
<i>Transformación</i>	23	1,8	4,4	100,0
<i>Total</i>	528	41,5	100,0	

Dentro de la tabla número catorce se observa que el giro de servicio es el que predomina en las empresas en las que laboran los jóvenes encuestados.

Tabla 19. Nivel que ocupan dentro de la empresa en la que laboran actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Operativo</i>	429	33,8	81,3	81,3
<i>Supervisión</i>	60	4,7	11,4	92,6
<i>Jefatura de departamento</i>	12	,9	2,3	94,9
<i>Jefatura de área</i>	17	1,3	3,2	98,1
<i>Director</i>	10	,8	1,9	100,0
<i>Total</i>	528	41,5	100,0	

De los estudiantes encuestados que se encuentran trabajando se observa que la mayoría ocupa un puesto operativo dentro de las empresas en las que laboran.

Tabla 20. Antigüedad laboral dentro de la empresa en la que laboran actualmente

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Menor a 6 meses</i>	178	14,0	33,7	33,7
<i>6 meses a 1 año</i>	152	12,0	28,8	62,5
<i>2 años o más</i>	198	15,6	37,5	100,0
<i>Total</i>	528	41,5	100,0	

En esta tabla se destaca que la mayoría de los estudiantes que laboran tienen una antigüedad de dos años o más, seguido de menor a 6 meses a 1 año.

Tabla 21. Las actividades que realizan son acordes a su carrera

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
<i>Si</i>	292	23,0	55,3	55,3
<i>No</i>	236	18,6	44,7	100,0
<i>Total</i>	528	41,5	100,0	

En la tabla número diecisiete se encontró que de aquellos estudiantes que se encuentran laborando más del 50% realizan actividades acordes a su carrera

CONCLUSIONES

Es importante el resaltar que se identificó con un 62.7 % que la falta de recursos económicos es la principal variable que impide el desarrollo de los estudiantes que actualmente emprenden, lo que permitió cumplir con el objetivo de la investigación responde a la pregunta principal que se planteó. Anexo a lo anterior Falta de orientación / capacitación para emprender un negocio es la segunda causa con un 20.0 %.

Se recomienda fomentar el espíritu emprendedor al interior de la Universidad a través de la exposición de casos de éxito no solo de la misma universidad sino del sector social en el municipio y en el Estado de tal manera que se puedan elevar los indicadores de estudiantes emprendedores inscritos en la Universidad. Por su parte se recomienda mayor reforzamiento en el tema, así como estimular a los estudiantes del programa educativo Desarrollo de Negocios para despertar el interés en el emprendimiento de negocios. También es necesario lograr el acercamiento con las instituciones que fomentan el emprendimiento para dar a conocer su funcionamiento, las fechas de convocatorias, los recursos destinados al apoyo al financiamiento de proyectos emprendedores con la finalidad de incrementar la educación y conocimiento en el tema.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, L. (03 de Agosto de 2013). *Revista Forbes. Potencializando el emprendedurismo y su impacto en México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/potencializando-el-emprendedurismo-y-su-impacto-economico/>
- Bianchi, M., & Henrekson, M. (15 de Mayo de 2019). *Is neoclassical economics still entrepreneurless?* Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=996899
- Casas, R. (2003). *Las oportunidades del negocio y del mercado*. Paraguay: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- CONCANACO. (19 de Mayo de 2019). *Confederación de Camaras de Comercio, Servicios y Turismo. Centros México Emprende*. Obtenido de <http://www.concanaco.com.mx/centro-mexico-emprende/>
- Cyr, L. A. (2009). *Crear un plan de negocios*. Santiago, Chile: Impact Media Commercial. S.A. .
- Drucker, P. (1985). *El espíritu emprendedor como un sistema*. . París. Francia: Hachette.
- Emprendimiento exitoso. Cómo mejorar su proceso de gestión. (2014). En A. Schnarch Kirberg. Bogotá Colombia: Ecoe Ediciones.
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender*. Bogotá Colombia: Norma.
- Gibbs, A. (2000). *Corporante Restructuring and Entrepreneurship. "What can large organizations learn from small"*. *Enterprise & Innovation management Studies*.
- Gordon Domínguez, D., Marimon Cantillo, M., Cogollo Espinosa, C., Téllez Mora, M., & Rico Isaza, I. (s.f.).
- Hurst, E. y Lusardi, A., (2004). Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 112, 2, 319-47.
- McClelland, D. (1989). *El estudio de la motivación humana*. Madrid España: Narcea Ediciones.
- OCED. (2013). *Temas y Políticas clave sobre PYMEs y emprendimiento en México, OECD publishing*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204591-es>
- Pérez, S. (8 de 05 de 2019). *Fortune en Español*. Obtenido de <https://www.fortuneenespanol.com/leadership/emprendedores-emprendimiento-mexico/>
- Schumpeter, J. (1961). En E. P. development. Cambridge: Harvard University Press.

- SE. (17 de Mayo de 2019). *Secretaría de Economía. Modelo de Jóvenes Emprendedores*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/casos-de-exito/19-mexico-emprende/282-modelo-jovenes-emprendedores>
- SE. (19 de Mayo de 2019). *Secretaría de Economía. Programa Nacional de Microempresas*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexicoemprende/empresas/microempresario/231-programa-nacional-de-microempresas>
- SE. (19 de Mayo de 2019). *Secretaría de Economía. Red Nacional de Asesores Financieros*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario/340-programa-asesoria-financiera-pyme>
- SE. (19 de Mayo de 2019). *Secretaría de Economía. Sistema Nacional de Incubación de Empresas*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/casos-de-exito/19-mexico-emprende/281-sistema-nacional-de-incubacion-de-empresas>
- Shane, A., & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Thompsen, M. (2009). *Plan de negocios dinámico. Cómo iniciar un negocio*. DK, Escandinavia: Thomsen Business Information.
- Varela, R. (2002). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Prentice Hall.
- Von Mises, L. (2009). *The theory of money & credit*. Alabama Estados Unidos: Yale University Press.
- Zapata, J. (07 de 11 de 2013). *Fundé. BBVA*. Obtenido de <https://www.fundeu.es/recomendacion/emprendimiento-no-emprendurismo-ni-emprendedurismo-729/>