

FACTORES COMPETITIVOS ENDÓGENOS DE LAS EMPRESAS DE RECIENTE CREACIÓN INCUBADAS EN YUCATÁN. UN PANORAMA CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL

Lic. Níger Braianuar de Jesús Bianchi Rosado¹

Dra. Ana María Canto Esquivel²

RESUMEN

El gran dinamismo del entorno ha marcado una realidad complicada para las empresas, incluso para aquellas que han recibido apoyo especializado en alguna incubadora; y claro está, las empresas yucatecas no se quedan fuera. Se sabe que los negocios incubados incrementan sus posibilidades de permanencia, aún así, se desconoce cuáles son aquellos factores que permiten a algunas empresas permanecer, y a otras desaparecer. Frente a esta situación, el objetivo general del presente análisis consiste en conocer las generalidades conceptuales y contextuales sobre los factores competitivos internos de las empresas de reciente creación que han sido incubadas en Yucatán.

A este respecto, se sabe que la competitividad es un concepto sumamente complejo de definir, ya que involucra diferentes variables, factores y condiciones. Una perspectiva que cobra bastante fuerza es la de enfocarse en los factores que la determinan para poder fortalecerla, en este punto, los factores endógenos, aquellos que se generan en la empresa, juegan un papel preponderante en la supervivencia de dicha entidad. Para poder comprender la situación, vale la pena mencionar que la tasa de desaparición de las nuevas empresas es muy elevada. En México se estima que de cada 100 empresas nuevas, solo 10 logran tener posibilidades de consolidarse en el mercado formal al décimo año de operación.

¹ Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Estudiante de la Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Instituto Tecnológico de Mérida. Tel: 9992712764. Correo: nigerbianchi@gmail.com

² Doctora, y profesora investigadora de la Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Instituto Tecnológico de Mérida. Tel: 9999448104 ext. 173 y 149. Correo: amc.esquivel@gmail.com

Ante el hecho de que aproximadamente el 99% de las empresas en el país son micro o pequeñas; que éstas generan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 72% del empleo en el país (Vargas, 2012), y la alta tasa de desaparición de los nuevos negocios; resulta de suma importancia mejorar la competitividad de los mismos, para fomentar su permanencia. A nivel nacional, desde el 2004, se ha destinado una gran cantidad de recursos para el apoyo a negocios de reciente creación por medio del Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas (SNIE). En Yucatán existen inscritas siete incubadoras de negocios que cada año reciben y acompañan a proyectos empresariales de diferentes giros; que al concluir el proceso se enfrentan a la complicada tarea de permanecer y ser competitivas en el medio global tan complicado.

Conceptos clave:

1) Competitividad empresarial 2) Empresas de reciente creación 3) Incubación de empresas.

INTRODUCCIÓN

La competencia gradualmente se torna más extrema, lo que obliga a los negocios a desarrollar su capacidad competitiva, en un proceso de generación de ventajas que pueda hacer la diferencia al momento de enfrentar a sus oponentes, o mejor aún, ni siquiera tener que enfrentarlos, sino simplemente ocupar un lugar al que difícilmente aspiren, basado en una oferta de valor superior y única.

Así pues, la realidad competitiva en la que se desenvuelve una empresa, está compuesta por varios factores, mismos que como menciona Acosta (1998), se pueden estructurar en un sistema en el que tradicionalmente se considera tres niveles; los factores macro, los factores de la industria o sector, y los factores internos de la empresa. Se puede observar que los dos

primeros tipos son externos a la organización, por lo tanto no se tiene control sobre ellos; mientras que los internos dependen de ella misma.

Planteado lo anterior, cabe destacar que en un ambiente en el que la incertidumbre de los factores externos juega un papel fundamental en la configuración de la realidad competitiva; a las unidades empresariales les queda hacer un uso inteligente de todo aquello que tienen bajo su control, esos elementos que dependen de sí mismas, y sobre los cuales pueden decidir; es decir, los factores internos compuestos por sus recursos, conocimientos, habilidades, y capacidades.

A este respecto, en un intento por fomentar el fortalecimiento de las nuevas empresas, y con la intención de incrementar sus posibilidades de éxito, en los últimos años, diferentes instituciones, principalmente públicas y académicas, han puesto en marcha procesos de incubación de negocios. Mismos que entre la comunidad emprendedora han tenido una aceptación y uso considerables. Toda esta situación ha originado que las empresas de reciente creación, que han completado su proceso en alguna incubadora de negocios, se conviertan en un grupo de especial interés, pues constituyen una fuente potencial y virtualmente factible de desarrollo económico. Se sabe que las empresas juegan un papel sumamente importante en el sistema económico y social, son un excelente medio para generar empleos, incrementar la producción, desarrollar las capacidades de las personas que participan en ellas, y de las comunidades en las que se instalan y con las que interactúan. Ante esta realidad, es fundamental incrementar el periodo de subsistencia de los negocios, principalmente de los nuevos, ya que se encuentran en una situación vulnerable en el entorno áspero y complejo de la competencia; para poder aspirar a este aumento en la esperanza de supervivencia, resulta importante encontrar información útil que permita fortalecer la competitividad de las empresas de reciente creación, y por supuesto si esta información puede complementar un esfuerzo de

política pública como lo es el Sistema Nacional de Incubación de Empresas, el impacto puede ser más visible y eficiente.

MARCO TEÓRICO: COMPETITIVIDAD, CREACIÓN E INCUBACIÓN DE EMPRESAS

ANTECEDENTES DE LA COMPETITIVIDAD

El concepto de competitividad resulta bastante complejo al momento de ser definido, y esto es porque se trata de la consecuencia de una complicada interacción de factores que a su vez, de manera particular, requieren un gran esfuerzo para ser entendidos. En este sentido, Müller (1994), ha mencionado que “existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y Perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de estas palabras es competitividad”.

En términos generales, e independientemente del enfoque, hay ciertas coincidencias entre las conceptualizaciones; tales como el hecho de hablar de una capacidad o habilidad, la manera de ubicar la actividad en un contexto de competencia en donde la comparación con el desempeño de los homólogos es fundamental; o incluso, la manera en la que se incluye la idea de una mejora en la calidad de vida. Con todos los elementos anteriores, y para fines del presente estudio, se propone el siguiente concepto como eje rector para desarrollar el análisis: la competitividad es la capacidad para lograr resultados superiores a los de los competidores en términos de permanencia o participación en el mercado, rentabilidad, crecimiento o algún otro indicador que pueda favorecer a alcanzar una posición privilegiada; orientando siempre la acción hacia el aumento de la calidad de vida de la sociedad.

VENTAJA COMPETITIVA Y COMPETENCIAS CENTRALES

Uno de los temas de mayor relevancia en este contexto es el de la ventaja competitiva, Hill y Jones (2005) comentan que una empresa cuenta con una ella cuando tiene una rentabilidad superior a la que en promedio tienen los competidores; y que esta ventaja se vuelve sostenida, cuando se logra mantener por varios años. Por otro lado, Barney (2001) menciona que para alcanzar una ventaja competitiva basta con que la empresa realice actividades que aumenten su eficacia o eficiencia en comparación con sus competidores. En este punto, otro concepto sale a relucir, el de las competencias centrales o esenciales; mismas que según Harrison, Hitt, Hoskisson y Ireland (2008), son las capacidades valiosas, insustituibles, costosas de imitar, y que además generan alguna ventaja competitiva ante sus rivales. En el mismo sentido, Hill y Jones (2005) comentan que las competencias centrales son las fortalezas que permiten diferenciar su oferta y lograr costos sustancialmente menores que los competidores, alcanzando así, una ventaja competitiva. De lo anterior se observa que las competencias centrales son el sustento competitivo de una organización, y que de ellas y de su aprovechamiento depende el alcanzar y permanecer en una posición privilegiada en el tiempo con respecto a los competidores.

CLASIFICACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD

Si bien es cierto que hay varias maneras de clasificar la competitividad, uno de los métodos más comunes y más utilizados es la clasificación país o región, sector o industria, y empresa (Flores, 2012); o también conocido como firma-industria-nación; y se refiere al nivel de competitividad al que se haga alusión (Ministerio de Economía del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, 2006).

La competitividad a nivel nacional se relaciona con la capacidad de mejorar la calidad de vida, la productividad, y claro, también con el ingreso a mercados internacionales. En otro sentido, el

siguiente nivel de competitividad, el sectorial o industrial, con la capacidad de un sector, representado por sus empresas como conjunto, para poder sostener su operación de manera exitosa en comparación con el desempeño de sus homólogos de otros países. Pasando al tema de la competitividad a nivel de la firma o de la empresa, se puede encontrar conceptos tan simplificados como considerar que se trata sencillamente de obtener un rendimiento superior al de los competidores, o enfoques en los que se habla de una capacidad de la organización para llegar a una posición competitiva sólida. La competitividad, aún siendo clasificada, mantiene una estrecha relación entre cada uno de sus niveles; la competitividad del sistema nacional se ve determinada en gran medida por el desempeño de sus empresas y sectores, pero a su vez, este desempeño depende de las condiciones que el mismo país o industria como conjunto ofrecen. La competitividad en general es el resultado de una compleja red de interacciones entre factores de los diferentes niveles.

FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD

Cuando se habla sobre competitividad, es inevitable considerar que hay una serie de elementos que la determinan, dichos elementos son conocidos como factores determinantes del éxito competitivo (Estrada, García, y Sánchez, 2009), factores determinantes de la competitividad (Rearte, 1993) o factores explicativos del éxito competitivo (Rubio y Aragón, 2002). Se puede resaltar de manera general que hay dos tipos de factores competitivos; los internos o endógenos, que se generan dentro de la empresa; y los externos o exógenos, que tienen lugar fuera de ella. En la figura 1 se presenta un esquema que sintetiza la interacción de los factores competitivos tanto endógenos como exógenos de la empresa, considerando el origen de los mismos desde el ambiente.

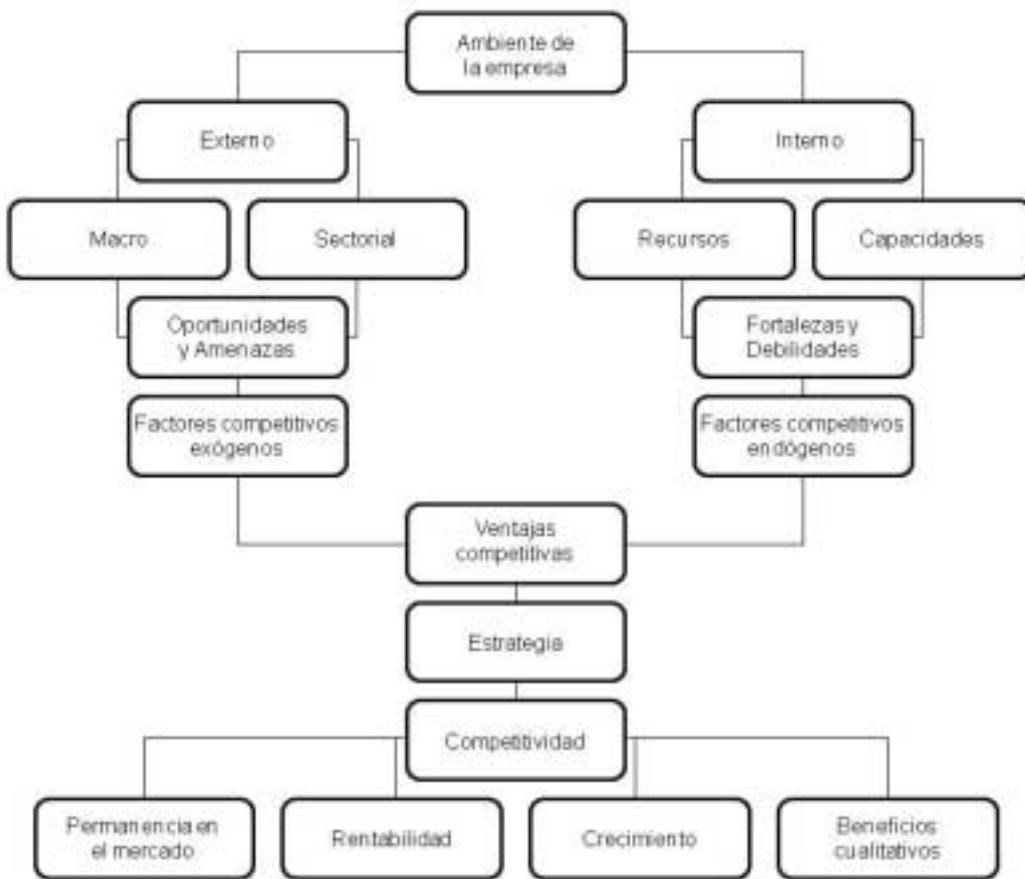


Figura 1. Esquema de la interacción de factores competitivos en la empresa

Fuente: Elaboración propia.

MODELOS DE ANÁLISIS E INDICADORES DE LA COMPETITIVIDAD

Existen varios modelos que tratan de explicar la competitividad, cada uno suele basarse en algún enfoque o cierto nivel del término. Algunos presentan una perspectiva integradora del sistema competitivo como un todo. En el ámbito nacional Porter (1990) intenta explicar la competitividad con un modelo que contempla cuatro elementos determinantes de la ventaja competitiva de un país. Esta representación se conoce comúnmente como el “Diamante de Porter”, y considera entre los factores de análisis: las condiciones de la demanda doméstica; las condiciones de los factores, haciendo alusión a la disponibilidad y características de los factores de producción; los sectores auxiliares y afines, que contempla a las industrias relacionadas e

indispensables para la operación, tales como los proveedores, intermediarios, financieros, entre otros; y por último, la estrategia, estructura, y rivalidad de la empresa, consistente en la manera en que las unidades económicas operan, se organizan y compiten entre sí.

De la misma manera, Porter (2008) propone un modelo que sirve para explicar la competitividad de alguna industria en específico; a este nivel también se le conoce como entorno de la competencia. La propuesta del autor se basa en la explicación de cinco fuerzas competitivas que moldean el contexto a nivel sectorial. Las fuerzas consideradas son: la rivalidad entre los competidores, la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de productos sustitutos, el poder de negociación de los proveedores; y el poder de negociación de los clientes.

Uno de los modelos que integran más elementos se trata del conocido como competitividad sistémica, a este respecto Eßer, et al. (1994) expone el concepto como el resultado de una compleja interacción entre cuatro niveles, mismos que mientras más desarrollados se encuentren, conllevan a una nación más competitiva. Los niveles en cuestión son: el meta, que considera cuestiones relacionadas con la sociedad e idiosincrasia; el macro, que implica la labor e influencia del gobierno; el meso, que hace alusión a la colaboración y redes entre empresas; y el micro, asociado al esfuerzo individual de cada una de las empresas. De manera alternativa, Villareal y Ramos (2001) proponen un esquema de competitividad sistémica que involucra seis elementos, representados por círculos en diferentes niveles; a saber: el microeconómico, relacionado con la empresa; el mesoeconómico, asociado al modelo industrial; el macroeconómico, que implica el modelo de crecimiento; el internacional, con implicaciones de apertura al mundo; el institucional, traducido en el modelo de gobierno y Estado de Derecho; y el político-social, determinado por el capital social.

En otro sentido, con una propuesta de esquema que integra diferentes niveles del entorno, Bueno y Morcillo (1993) plantean el modelo de análisis de la competitividad de la empresa; que traduce a cinco niveles la competitividad, mismos que corresponden a las dimensiones interna y externa de la competitividad, los factores de la competitividad clasificados en tangibles e intangibles, las fuentes directas o indirectas de la ventaja competitiva, el tipo de sustento de la ventaja competitiva, y los agentes externos e internos que pueden influir en la empresa.

Es importante señalar, que como dicen Padilla y Juárez (2007), la competitividad implica un concepto tan complejo que no se ha llegado a un consenso sobre algún indicador único que la cuantifique. Según el Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires (2006), partiendo de la idea de que existen diferentes enfoques para comprender la competitividad, también se ha recurrido a varios métodos para intentar medirla. En el mismo sentido, se puede observar que esta variedad de criterios se puede agrupar en categorías de indicadores, entre las que destacan las relacionadas con el precio, los costos, la productividad, tecnología, participación en el mercado, y los indicadores sistémicos que involucran combinaciones de diferentes elementos. En cada una de las categorías se parte de la idea de que los elementos son medibles y pueden servir como punto de comparación con la competencia, y así determinar la posición relativa en la que se encuentra la entidad analizada, desde el nivel empresarial hasta el nacional; mientras mejor calificado sea un ítem, más se aproxima a una lugar de éxito competitivo.

Con una orientación más hacia a la empresa como unidad independiente, Sallenave (1994) hace alusión a tres objetivos generales que se mantienen constantes en cada organización, indistintamente de las intenciones subjetivas que los dirigentes puedan tener. Estos objetivos son la supervivencia, la rentabilidad y el crecimiento, mismos que desde cierta óptica se entienden como condiciones medibles asociadas al éxito competitivo, y que a su vez brindan la

posibilidad de fungir como indicadores de la competitividad. Chauca (2000) por otro lado, considera un índice de competitividad empresarial que incluye las variables de estilo de dirección, tipo de organización, producción, mercadotecnia, finanzas y tecnología; con esto trata de explicar la competitividad como una combinación de factores.

FACTORES COMPETITIVOS ENDÓGENOS SELECCIONADOS PARA EL ESTUDIO

Para fines del estudio, se han seleccionado cuatro categorías de factores competitivos endógenos; la capacidad directiva, la innovación, la propuesta de valor, y la calidad; estos bloques han sido conformados y seleccionados porque han servido como base para estudios similares previos de diferentes autores. Para profundizar en tales categorías se puede mencionar que la capacidad directiva, es importante según Martínez, Charterina, y Araujo (2010) porque si bien es cierto que el núcleo del conjunto de activos intangibles se concentra en el personal, también es cierto que no todos los empleados tienen la misma relevancia a nivel estratégico; es por ello que este factor cobra especial importancia en la gente que tiene el poder de decisión y de marcar el rumbo de la compañía.

Por otro lado, la innovación aparece como uno de los factores más populares en los estudios relacionados con la competitividad; y es que como Aragón y Rubio (2005) mencionan, este elemento suele estar muy relacionado con la diferencia en los resultados en términos de rentabilidad y en general de desempeño de una empresa comparada con sus competidores. Cuando una empresa mantiene procesos de innovación bien gestionados, se acerca a la generación de ventajas competitivas.

En otro sentido, la propuesta de valor como categoría sirve para englobar a todos aquellos factores relacionados con la capacidad de satisfacer a los consumidores, y al manejo de la percepción que se puede tener sobre el producto o la empresa. Algunos autores como Flores

(2012) incluyen criterios como el prestigio o la reputación; otros como Aragón y Rubio (2005) hacen énfasis en los recursos comerciales como la posibilidad de contar con información suficiente sobre el entorno; y en el mismo sentido otras perspectivas como la de Martínez, Charterina, y Araujo (2010) hacen alusión a la capacidad de satisfacer a la demanda de los clientes pudiendo siempre ofrecerles soluciones adecuadas a lo que necesitan.

Por último, la calidad se presenta como una categoría que ha demostrado ser crítica cuando se habla de éxito competitivo; según Flores (2012) las empresas que tienen capacidades de calidad desarrolladas aspiran a lograr una calidad objetiva superior a la de la competencia, y la diferencia se hace evidente cuando esa calidad además de percibida, también es valorada por los clientes.

CREACIÓN DE EMPRESAS

El término empresa suele ser muy cotidiano, pero a la vez muy amplio en sus aplicaciones. Por ejemplo, el Diccionario de la Real Academia Española (2001) define empresa como la “Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”. En otro sentido, para Gaviria (2006), una empresa implica iniciativa y voluntad, mismas que acarrean un esfuerzo, y que a su vez buscan la consecución de un propósito basado en la constante transformación, todo este proceso motivado por el empresario. Cuando todo esto comienza a gestarse e inicia la operación de un proyecto de negocio, se puede observar entonces, que el concepto de creación de empresas tiene cabida.

Partiendo de la idea de la relevancia de la generación de empresas, resulta importante comprender lo que esto implica. Una de las corrientes más adecuadas para el análisis es la Teoría Económica Institucional, desarrollada por Douglass North (1990). Este esquema ofrece una perspectiva que permite comprender y manejar las distintas maneras en que los humanos

interactúan; la aportación de este autor se materializa en el supuesto de que en el actuar de las personas hay una serie de “reglas de juego” que influyen en general, y por lo tanto también pueden moldear favorablemente o no tanto al desarrollo económico, y a la creación de empresas. La Teoría Económica Institucional, alude a la manera en que el comportamiento y las relaciones humanas adquieren su forma como resultado de una serie de factores que la sociedad construye y que rigen de una u otra manera el desenvolvimiento de la gente. Cuando esto se comprende, North (1990) explica entonces el concepto de institución como el conjunto de normas, reglas, constructos o criterios que restringen y orientan a los individuos en particular, y a la sociedad como conjunto, condicionando la manera en que la interacción se presenta. A este respecto, Veciana (1999, p. 25) indica que la Teoría Económica Institucional es “sin duda, la teoría que actualmente proporciona un marco conceptual más consistente y apropiado para el estudio de la influencia de los factores del entorno en la función empresarial la creación de empresas...”.

Visto de otro modo, las instituciones influyen de manera directa también en la creación de empresas, en tanto que las decisiones de los empresarios y emprendedores se ven sujetas al esquema; basta con pensar en el marco regulatorio fiscal, laboral, mercantil, y todos los paradigmas sociales que se relacionen con la empresa, tales como la percepción sobre los empresarios, postura ante ciertos negocios, entre otros. Se puede apreciar entonces que la decisión de crear una empresa, así como sus características, modelo de operación y evolución, dependen en gran medida de las influencias del entorno sobre el comportamiento de empresario (Wilken, 1979). Según Stevenson (2002), entre los criterios de una persona al momento de optar por emprender un negocio se encuentran el hecho de que sea un proyecto deseado y atractivo, viable desde el punto de vista financiero, y que implique un reconocimiento social o cierto prestigio. Es sencillo, las empresas y los empresarios han de adaptarse a su

entorno, definiendo sus metas, explotando sus competencias para reforzarse a sí mismas, y así poder incrementar sus posibilidades de permanencia (Díaz, Urbano y Hernández, 2005).

INCUBACIÓN DE EMPRESAS

El funcionamiento de las incubadoras de empresas se posiciona entre la iniciativa privada, y los sectores público y social, como un instrumento que favorece a la consecución de diversos objetivos tales como la generación de empleos, el desarrollo regional, la transferencia de conocimientos, entre otros; y si bien es cierto que las incubadoras han sido creadas por motivación de alguno o varios de estos elementos, también es un hecho que el funcionamiento de cada una de ellas puede ser diferente (Hoeser y Versino, 2006).

La incubación, fase en la que se presta un asesoramiento y seguimiento continuo a la operación de las funciones de la empresa, para implementar lo que se ha trazado previamente. Y la post-incubación, que va después de que el negocio se ha puesto en marcha, la intención es mejorar sus prácticas, y detectar adaptaciones estratégicas convenientes. En México, según el Sistema Nacional de Incubación de empresas contempla ciclos que pueden durar desde tres meses, para negocios tradicionales, hasta dos años para negocios de alta tecnología, pasando por el periodo más común de un año para empresas de tecnología intermedia (Secretaría de Economía, 2013).

En la figura 2 se presenta un esquema de interacción de las incubadoras de negocios con el medio.

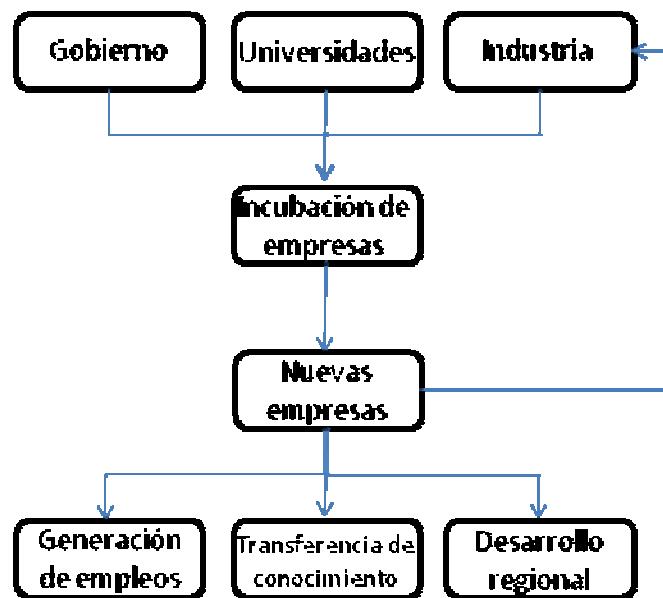


Figura 2. Interacción de las incubadoras con el medio

Fuente: Elaboración propia.

Una vez expuestas las bases teóricas, se procede a proponer un modelo conceptual de estudio de los factores competitivos endógenos de las empresas de reciente creación; este modelo es tomado como base para el presente estudio, y se presenta en la figura 3.

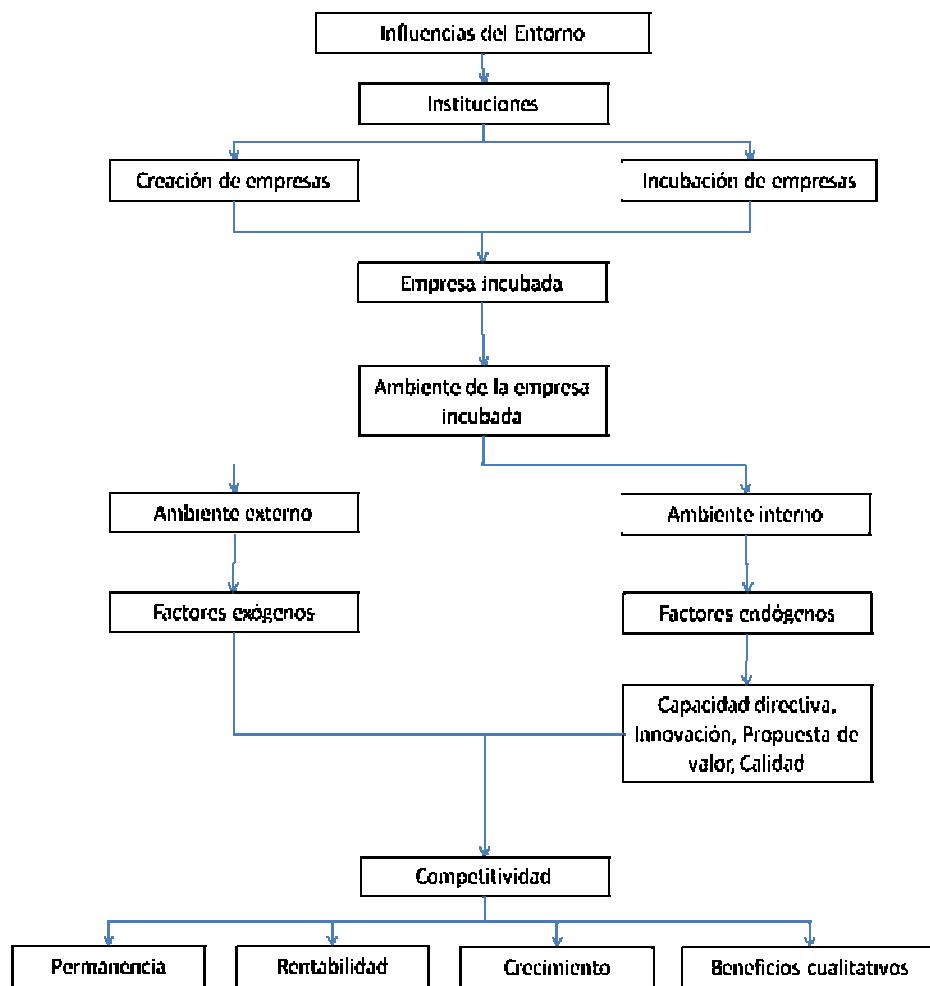


Figura 3. Modelo conceptual del estudio de los factores competitivos endógenos de las empresas de incubadas

Fuente: Elaboración propia.

MARCO CONTEXTUAL: CONTEXTO GENERAL DE MÉXICO, SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO Y YUCATÁN, PANORAMA NACIONAL Y ESTATAL DE LAS EMPRESAS INCUBADAS

México vive una etapa de relativa estabilidad macroeconómica; por un lado se aprecian indicadores sólidos, pero esto no es suficiente, hay un riesgo de estancamiento del crecimiento; el gran reto es poder crecer, y hacerlo a tasas más altas y de manera sostenida (Mayoral, 2012). La inflación ha pasado de tener un nivel de más del 50% en 1995, a un 3.8% en 2011. Con esta

cifra, y acercándose al objetivo del 3% (+/- un punto porcentual), propuesto por el Banco de México, el país se ubica con un comportamiento inflacionario bajo en comparación con países emergentes y desarrollados. Dicha estabilidad inflacionaria, y el comportamiento estable de los precios permiten también una reducción en el costo del dinero, esto es, unas tasas de interés más accesibles. En el mismo sentido, si bien es cierto que debido a la volatilidad financiera internacional actual, el tipo de cambio ha desfavorecido al peso mexicano en comparación con monedas como el dólar, en términos generales, la tendencia de los últimos años muestra cierto fortalecimiento; y esto se ve reflejado en que las exportaciones de México han mantenido un comportamiento a la alza, lo que hace pensar que la competitividad del país se sustenta en la productividad de sus empresas y no en el tipo de cambio con otras divisas (Secretaría de Economía, 2011).

Gran parte de la estabilidad macroeconómica actual se relaciona con el comportamiento de algunos indicadores que hacen de México un país confiable para los inversionistas. Al día de hoy, el nivel de deuda pública y su comparación con las reservas internacionales hace de la nación una economía que se compara favorablemente con países incluso con grado de desarrollo económico superior (Secretaría de Economía, 2011). De acuerdo con datos del Banco de México, a principios de mayo del 2013, se tenía 168,145 mdd en reservas internacionales, logrando así máximos históricos en el rubro (Notimex, 2013). México es la economía número 14 a nivel mundial, y la segunda en América Latina (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2013). El Producto Interno Bruto tuvo un incremento del 3.9% al cierre de 2011, al igual que al cierre de 2012; alcanzando las proyecciones de diferentes instituciones. Según la Secretaría de Economía (2011), en 2011, los servicios, las manufacturas, el comercio y la construcción fueron los sectores con mayor participación económica dentro del PIB. Así también, el crecimiento en el PIB se ha debido principalmente a la expansión del comercio, que registró un incremento del 7.6% en 2011. Aunque en 2009 se vivió una época difícil a nivel

internacional, y México tuvo que enfrentar un panorama económico muy volátil (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2013), para el 2011 gracias a la reactivación de la inversión, incluyendo la extranjera, el país ha logrado recuperarse superando ya los niveles previos a la crisis (Secretaría de Economía, 2011). La Secretaría de Economía (2011) afirma que según la Organización Internacional del Trabajo y los Centros Estadísticos de Estados Unidos, Canadá y la OCDE, la tasa de desempleo de México en 2011 ha sido la menor de todo el continente americano, incluso siendo una de las más bajas entre los miembros de la OCDE. Durante ese año, los sectores de la transformación, el comercio y los servicios fueron donde se generó el mayor número de empleos. Esto se relaciona directamente con el Índice de Confianza del Consumidor, que se refleja en el fortalecimiento del mercado local gracias al incremento del consumo. En el mismo sentido, ese incremento se ha visto respaldado por las facilidades de acceso al financiamiento, principalmente al consumo, y a la adquisición de vivienda.

Todo lo anterior es importante porque al fortalecer el mercado interno, se reduce la dependencia y se minimiza el impacto que pudiese venir de las condiciones externas.

En el caso del mercado externo, dada la apertura al mercado global que México ha tenido en las últimas dos décadas, las condiciones han marcado la pauta para adecuar la estrategia y poder subsistir en un entorno internacional tan dinámico. Según información de la Organización Mundial del Comercio, México se convirtió en 2010 en el décimo país con potencial de exportación; además de ser una de las naciones con mayor apertura al intercambio comercial internacional. Ésta apertura ha hecho que el nivel de exportaciones haya crecido casi siete veces de 1993 a 2011 (Secretaría de Economía, 2011). México se ha posicionado como una plataforma para el mundo, esto gracias a las características internas en materia de manufactura, y logística. Entre las ventajas comparativas se pueden mencionar los tres mil kilómetros de frontera con Estados Unidos; así como los 11 mil kilómetros de litoral, abriendo

contacto con los océanos Atlántico y Pacífico. Además, México presume 12 convenios comerciales que le facilita el contacto con 44 países de todo el mundo, abriendo la posibilidad para acceder a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores y aproximadamente al 75% del PIB mundial (Secretaría de Economía, 2011). En 2011, según el gobierno federal, en el país se contaba con 76 aeropuertos, 114 puertos marítimos, 27 mil kilómetros de vías férreas y 133 mil kilómetros de carreteras; lo que respalda a nivel de infraestructura el esfuerzo de comercio internacional.

Existe una gran variedad de índices para medir la competitividad nacional, y que difieren en las variables consideradas o la metodología para calcularlos. Aún así han demostrado presentar aproximaciones sobre la realidad competitiva de las naciones evaluadas. En la tabla 1 se muestra la posición de México según cinco de los índices de competitividad más populares.

Tabla 1. Posición de México según índices de competitividad internacional

Índice	Posición de México		Número de países evaluados (2011)
	2010	2011	
IMD	47	38	59
WEF	66	58	142
Doing Business	54	53	183
IMCO	32	32	46
Harvard	N/A	20	128

Fuente: Adaptado de Secretaría de Economía.

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO Y YUCATÁN

El tamaño es uno de los criterios para desarrollar una caracterización de las empresas. En la tabla 2 se detalla la clasificación de las empresas en México según esta cualidad.

Tabla 2. Clasificación por tamaño de las empresas en México

Clasificación de empresas				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%

Fuente: Adaptado del Diario Oficial de la Federación, 30 de junio de 2009.

Según el INEGI (2012), la tipificación de las empresas en el país según el censo económico de 2009 se puede describir en función de las características descritas a continuación: En el país hay 5,144,056 unidades económicas, que ocupan a 27,727,406 trabajadores; y aunque en estas cifras se incluye tanto empresas del sector privado como paraestatales, entidades del sector público y organizaciones religiosas; las empresas forman más del 94% de los sujetos estudiados en el censo económico. Planteado lo anterior, se tiene que a nivel empresarial, en México se mantiene una tendencia de concentración de personal y producción en el Distrito Federal, y Nuevo León. De la misma manera, el 99% de las empresas en México son uniestablecimiento, y solamente el 1% son multiestablecimiento. En otro sentido, las microempresas representan el 95.7% del total, son la fuente de empleo del 40.4% del personal ocupado total y generan aproximadamente el 6.9% de la producción bruta del país. Por otro lado, las grandes empresas representan el 0.2% del total, y el 35.2% del empleo; estas mismas son las causantes de casi el 74% de la producción. Se puede notar como muchas empresas generan poco, y pocas empresas generan mucho. Según Flores (2013), el 99.7% de las empresas son MiPyMEs; mientras que solamente el 0.3% son grandes empresas. En el mismo sentido son las primeras las que generan alrededor del 72% de los empleos formales del país.

Hernández (2009) encontró que esas mismas MiPyMEs contribuyen aproximadamente con el 52% del Producto Interno Bruto Nacional.

CONDICIONES GENERALES PARA HACER EMPRESA EN MÉXICO

México cuenta con ciertas ventajas en cuanto a la facilidad para iniciar proyectos de negocio; entre ellas se puede encontrar el acceso a costos relativamente bajos tanto para adquirir insumos y transporte, como para mano de obra, o incluso financiamiento; otra característica que facilita el proceso son los trámites, las formalidades, y el tiempo para arrancar con la idea; a este respecto, el país se encuentra entre los que menos días lleva dar comienzo a un negocio. El sistema tributario presenta beneficios comparativos con respecto a otros países, la carga impositiva suele ser uno de los principales retos para una nueva empresa, en México además se puede acceder a diferentes estímulos fiscales que benefician cierto tipo de sectores y prácticas como la contratación de personas con alguna capacidad especial, y recién egresados. Otra gran ventaja es que los procesos de exportación e importación son más eficientes que por ejemplo los integrantes de los BRIC, países latinoamericanos como Chile y Costa Rica, y europeos como Hungría, Turquía o Grecia (Secretaría de Economía, 2011).

PANORAMA NACIONAL Y ESTATAL DE LAS EMPRESAS INCUBADAS

Las incubadoras de empresas son centros que apoyan a los emprendedores a desarrollar sus ideas de negocio mediante un acompañamiento, asesoría, y capacitación. Según González, López, y Nereida (2013) entre el 20 y el 40% de las empresas que no se incuban logran sobrevivir, mientras que el 85% de los proyectos incubados se mantienen como negocios en el mercado. Las incubadoras de empresas aparentemente son un mecanismo que promueve la permanencia de empresas, y la generación de empleos. El 90% de las nuevas empresas que surgen de algún proceso de incubación en México tienen éxito (El Economista, 2009).

En cuanto al rango de edades de los responsables de las empresas incubadas en México, se observa que un 26% tiene entre 20 y 29 años de edad, otro 26% entre 30 y 39; un 23% entre 40 y 49; y los grupos de edad minoritarios son los de 14 a 19 años con un 8%, y los de 50 a 59 con un 17%. Más de la mitad de los emprendedores que llevan el proceso de incubación se encuentran en un rango de 20 a 39 años. En el mismo sentido, el 60% de las empresas incubadas en el país pertenecen a hombres, y el 40% a mujeres (Secretaría de Economía, 2013). El perfil de las empresas incubadas se constituye por un 58% de proyectos tradicionales, 37% de tecnología intermedia, y un 5% de alta tecnología. Entre los criterios más utilizados para seleccionar proyectos que sean incubados se encuentran las habilidades, conocimientos, y experiencia del emprendedor; el potencial innovador, y el tipo de producto. En el mismo sentido, los criterios más comunes para que una empresa egrese de un programa de incubación son el que sea un negocio constituido y operando, que cuente con un modelo o plan de negocios, y que se encuentre generando ingresos (Secretaría de Economía, 2013). Actualmente no se cuenta con un programa de seguimiento a las empresas que han pasado por algún proceso de incubación. Esto hace que la evaluación tanto de la empresa como del sistema de incubación quede incompleta.

La Secretaría de Economía expone que existen tres tipos de incubadoras; las de negocios tradicionales, de tecnología intermedia, y de alta tecnología. En la tabla 3 se presenta una descripción de las características de cada una.

Tabla 3. Clasificación de incubadoras de negocios

Tipo de incubadora	Funciones	Tiempo de incubación
Incubadora de Negocios Tradicionales	Apoya la creación de empresas en sectores tradicionales, cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica y mecanismos de operación son básicos.	Generalmente tres meses
Incubadora de Negocios de Tecnología Intermedia	Apoya la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica y mecanismos de operación son semi-especializados e incorporan elementos de innovación.	Aproximadamente 12 meses
Incubadora de Negocios de Alta Tecnología	Apoya la constitución de empresas en sectores avanzados, tales como Tecnologías de la Información y Comunicación, microelectrónica, sistemas micro-electromecánicos (MEM'S), biotecnología, alimentos y farmacéutico, entre otros.	Hasta dos años

Fuente: Adaptado de Secretaría de Economía, 2013.

La operación de las incubadoras de empresas, es independiente a la Secretaría de Economía, y si bien cada una puede fijar sus propias tarifas, cabe señalar que cuentan con un subsidio federal, que al final puede trasladarse como beneficio directo a las empresas incubadas para reducir las cuotas; y aunque no ofrecen financiamientos, pueden apoyar con orientación sobre los mismos. En el país, la Red de Incubadoras del Sistema Nacional de Incubación de Empresas está formada por 502 unidades, de las cuales 208 son de negocios tradicionales, 270 de tecnología intermedia, y 24 de alta tecnología.

En Yucatán se encuentran siete incubadoras; una de negocios tradicionales, y 6 de tecnología intermedia. En la tabla 4 se presentan las incubadoras ubicadas en el estado.

Tabla 4. Incubadoras en Yucatán pertenecientes al Sistema Nacional de Incubación de Empresas

Incubadora	Tipo de incubadora
Incubadora Juvenil Del Mayab INJUMAYAB	Negocios tradicionales
Centro de Incubación y Desarrollo Empresarial	Negocios de tecnología intermedia
Centro para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Instituto Tecnológico de Mérida	Negocios de tecnología intermedia
Incubadora de Empresas de la Universidad Tecnológica Metropolitana de Mérida (UNIDE)	Negocios de tecnología intermedia
Incubadora de Empresas de Tecnología Intermedia de la Universidad Anáhuac Mayab	Negocios de tecnología intermedia
Incubadora de Negocios de la Zona Costera de Yucatán del Instituto Tecnológico Superior Progreso	Negocios de tecnología intermedia
Incubadora de Negocios del ITSVA	Negocios de tecnología intermedia

Fuente: Adaptado del Sistema de Información Empresarial Mexicano, 2013.

Para participar como empresa incubada, es necesario seleccionar de la Red de Incubadoras la más cercana a la localidad, para ponerse en contacto con ella; de esta manera se procede a explicar los requisitos específicos.

CONCLUSIONES

El entorno actual se torna bastante complicado para la supervivencia de las empresas, las más vulnerables son aquellas de menor tamaño y de reciente creación; por lo tanto, fortalecer la competitividad de estas unidades parece ser un medio factible para que sigan operando de manera rentable. Ante la relevancia de este perfil de negocios para la economía y el desarrollo del país, se ha venido desarrollando una serie de esfuerzos relacionados con la intención de fomentar su permanencia, uno de ellos es la participación de las incubadoras de negocios.

Para que el ciclo pueda completarse, es importante que las empresas incubadas identifiquen sus factores competitivos, fundamentalmente los endógenos, para que posteriormente, a partir de ellos puedan construir ventajas sostenibles sobre la competencia. El conocimiento de los factores competitivos endógenos que representan una base común para la permanencia en el mercado puede ser una vía razonable para que más empresas incubadas incrementen sus posibilidades de éxito.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS, REVISTAS, Y ARTÍCULOS

- Acosta, M.** (1998). *Factores financieros internos y competitividad empresarial*. San Cristóbal de la Laguna, Tenerife: Universidad de la Laguna.
- Aragón, A., & Rubio, A.** (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en españa. *Universia Business Review*, núm. 8, cuarto trimestre, 38-51.
- Barney, J.** (2001). Is the resource-based view a useful perspective for strategyc managenent research? Yes. *Academy of Management Review*.
- Bueno, E., & Morcillo, P.** (1993). *Aspectos estratégicos de la competitividad empresarial: un modelo de análisis*. Victoria-Gasteiz: Comunicaciones, VII Congreso AECA.
- Chauca, M.** Administración Estratégica para la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa: El caso de las empresas manufactureras de la Ciudad de Morelia Michoacán. Escuela Superior de Comercio y Administración, IPN. Tesis de Doctor en Ciencias.
- Díaz, J., Urbano, D., & Hernández, R.** (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 11, núm. 3, 209-230.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messne, D., & Meyer-Stamer, J.** (1994). *Competitividad Sistémica. Competitividad Internacional*. Instituto Alemán de Desarrollo.
- Estrada, R., García, D., & Sánchez, V.** (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio empírico en México. *Revista Venezonala de Gerencia*, vol. 14, núm. 46, 169-182.
- Flores, E..** Factores competitivos endogenos de las pymes de confección de prendas textiles en Yucatán. Mérida, Yucatán, México: Instituto Tecnológico de Mérida.
- Gaviria, J.** (2006). DE EMPRESAS Y EMPRESARIOS: Reflexión en torno al sentido y significado de estos conceptos desde la etimología y desde la teoría económica. *Semestre Económico*, vol. 9, núm. 17, 127-137.

Harrison, J., Hitt, M., Hoskisson, R., & Ireland, D. (2008). *Competing for advantage*. The Thompson Corporation.

Hernández, J. (2009). *Políticas de Apoyo a la Internacionalización de las PYMES Mexicanas*. Cholula, Puebla: Universidad de las Américas.

Hill, C., & Jones, G. (2005). *Administración Estratégica: Un enfoque integrado*. Mc Graw Hill.

Hoeser, U., & Versino, M. (2006). A diez años del inicio de la incubación de "empresas de base tecnológica" en Argentina: balance de la evolución del fenómeno y análisis de experiencias recientes. *Redes*, vol. 12, núm. 24, 15-41.

INEGI. (2012). *Las empresas en los Estados Unidos Mexicanos*. Aguascalientes: INEGI.

Martínez, R., Charterina, J., & Araujo, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 16, núm. 2, 165-188.

Ministerio de Economía del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (Junio de 2006). Competitividad: Marco conceptual y análisissectorial para la provincia de Buenos Aires. La Plata, Argentina.

Müller, G. (1994). The Kaleidoscope of Competitiveness. *Espacios*.

North, D. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. *Cambridge University Press*.

Notimex. (7 de Mayo de 2013). Reservas internacionales suman 168,145 mdd. *El Economista*.

Padilla, R., & Juárez, M. (2007). Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera. *Revista de la CEPAL*, 45-60.

Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Bisiness Review*.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas . *Harvard Business Review América Latina*, 2-15.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: ESPASA.

Rearte, A. (1993). *Factores determinantes de la competitividad de las firmas. El caso de la industria textil marplatense*. Buenos Aires: CEPAL.

Rubio, A., & Aragón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. *Cuadernos de Gestión*, 49-63.

Sallenave, J. (1994). *La gerencia integral*. Bogotá, Colombia: Norma.

Secretaría de Economía. (2010). *Monitoreo y evaluación de incubadoras de empresas. Resumen de los resultados obtenidos*. México.

Secretaría de Economía. (2011). Análisis de la Competitividad de México Cierre 2011. México.

Stevenson, L. (2002). Políticas de desarrollo empresarial en el mundo. *XV Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. "Las Pymes como Alternativa de Desarrollo para América Latina*. Bogotá, Colombia.

Veciana, J. (1999). Creación de Empresas como programa de investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, No. 3, 11-36.

Versino, M. (2000). Las incubadoras universitarias de empresas en la Argentina: reflexiones a partir de algunas experiencias recientes. *Redes*, vol. 7, núm. 15, 151-181.

Villarreal, R., & Ramos, R. (2001). La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. *Revista Bancomext, septiembre*, 772-788.

Wilken, P. (1979). *Entrepreneurship. A Comparative and Historical Study*. Ablex Publishing Corporation.

FUENTES CONSULTADAS EN PÁGINAS DE INTERNET

Flores, J. (20 de Marzo de 2013). *México necesita menos Pymes*. Obtenido de Forbes México: <http://www.forbes.com.mx/sites/mexico-necesita-menos-pymes/>

González, N., López, M., & Nereida, J. (17 de Abril de 2013). *Incubación de negocios, apoyo para las pequeñas y medianas empresas en México*. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no58/modelo.pdf>

Mayoral, I. (Febrero de 2012). México y el espejismo de la estabilidad. *CNNEXPANSIÓN*. Obtenido de CNNEXPANSIÓN: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/02/02/fmi-pide-reforzar-medidas-contra-crisis>

Secretaría de Economía. (15 de Mayo de 2013). *Sistema Nacional de Incubación de Empresas*. Obtenido de Secretaría de Economía: http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/files/33scfi_apb04.pdf

Secretaría de Relaciones Exteriores. (26 de Mayo de 2013). www.sre.gob.mx. Obtenido de <http://www.sre.gob.mx/index.php/relacioneseconomicas/>

Sistema de Información Empresarial Mexicano. (15 de Mayo de 2013). *SIEM*. Obtenido de <http://www.siem.gob.mx/SNIE/CoberturaSNIE.asp>

Vargas, I. (28 de Marzo de 2012). *Pymes, el eje de la economía mexicana*. Obtenido de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2012/03/12/pymes-el-eje-de-la-economia-mexicana>