

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL.

THE PROFILE OF THE LEADER 4.0 IN ENGINEERING STUDENTS AND PROFESSIONALS IN THE DIGITAL ERA.

Patricia Calderón Campos ¹
Rebeca Almanza Jiménez ²
Ma. Sirenia Chávez Becerra ³
Nora Eloísa Herrera Hernández ⁴

RESUMEN

La presente investigación tiene el propósito de obtener información verídica y de interés lo cual permite identificar los factores internos que determinan la competitividad de las pymes en Lázaro Cárdenas, así como describir el impacto de la variable dependiente en relación con la variable independiente, mediante la recolección de datos primarios. La metodología en la presente investigación da inicio con la identificación del tipo de investigación, seguida del diseño de esta, continuando con el constructo, posteriormente se mencionan los instrumentos de investigación. En el siguiente apartado se determina el tamaño de la muestra, seguido del análisis de los datos. La importancia de esta investigación radica en la necesidad de estudiar la influencia de los factores internos de las pymes como son: Recursos humanos, planeación estratégica, innovación y tecnología y certificación de la calidad que contribuyen a la competitividad de las empresas para una inserción adecuada al mercado global

Palabras claves: Competitividad, Pymes, Mercado global.

Fecha de recepción: 26 de julio, 2019.

Fecha de aceptación: 27 de agosto, 2019.

¹ Profesora de Tiempo completo. Ciencias Económicas Administrativas. Doctora en Administración. Tecnológico Nacional de México (TecNM)/IT. Lázaro Cárdenas. Patriciatecmx@gmail.com

² Instituto tecnológico de Lázaro Cárdenas Lázaro Cárdenas, Michoacán México. rebeca_aj@hotmail.com

³ Profesora de 20 horas. Ciencias Económicas Administrativas. Tecnológico Nacional de México (TecNM)/IT. Lázaro Cárdenas. masire2010@yahoo.com.mx

⁴ Profesora de Tiempo completo. Ciencias Económicas Administrativas. Tecnológico Nacional de México (TecNM)/IT. Lázaro Cárdenas. Licenciado en Ciencias de la Comunicación UANL. nor45941@hotmail.com



FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

ABSTRACT.

The present investigation has the purpose of obtaining true and interesting information which allows to identify the internal factors that determine the competitiveness of SMEs in Lazaro Cárdenas, as well as to describe the impact of the dependent variable in relation to the independent variable, through the collection of primary data. The methodology in the present investigation, begins with the identification of the type of investigation, followed by the design of the same, continuing with the construct, later the investigation instruments are mentioned. In the next section, the sample size is determined, followed by data analysis. The importance of this research lies in the need to study the influence of the internal factors of SMEs such as: Human resources, strategic planning, innovation and technology and quality certification that contribute to the competitiveness of companies for an adequate insertion to the global market.

Keywords: Competitiveness, SMEs, Global Market.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en México las pequeñas y medianas empresas funcionan como un importante motor de desarrollo económico del país, ya que poseen una amplia movilidad que les permite ampliar o disminuir su trabajo y cambiar sus procesos técnicos, según les convenga.

La contribución de las pequeñas empresas es la generación de empleos, la generación de ingresos y su papel como generadoras de riqueza es reconocida en todo el mundo. Pero en la actualidad estas empresas tienen serias dificultades para sobrevivir y desarrollarse en un mercado cada vez más competitivo. Adicionalmente, por sus características estructurales suelen encontrarse en desventaja en recursos y capacidades en comparación con las grandes empresas. Por ello es importante estudiar los factores que determinan su competitividad de las pymes.

Este artículo considera la planificación estratégica de una forma genérica de modo que su contenido puede ser aplicado a cualquiera de estas áreas; es su función también la de proporcionar a las organizaciones herramientas de evaluación, seguimiento y medición de resultados, así mismo sienta las bases de la detección de áreas de oportunidad y la mejora continua de procesos.

Los propósitos y objetivos consisten en identificar cómo eliminar las deficiencias, que puedan presentarse en cualquiera de los procesos. Algunos escritores distinguen entre propósitos (que están formulados inexactamente y con poca especificación) y objetivos (que están formulados exacta y cuantitativamente como marco de tiempo y magnitud de efecto). No todos los autores realizan esta distinción, prefiriendo utilizar los dos términos indistintamente. Cuando los propósitos son utilizados en el área financiera, a menudo se denominan objetivos.

La importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas ha originado una serie de investigaciones para identificar los factores que determinan su competitividad. Este artículo tiene por objeto analizar la relación que existe entre el éxito competitivo y cinco factores relacionados con el ambiente interno de las Pequeñas y Medianas Empresas (recursos humanos, planeación estratégica, innovación y tecnología y certificación de calidad), a través de una muestra de 407 empresas mexicanas.

Por lo que esta investigación plantea la siguiente interrogante, ¿Las Pymes cuentan con suficiente competitividad para poder posicionarse en el mercado global?



FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

Pregunta de investigación.

¿Los factores internos de la empresa influyen en forma positiva en la competitividad global de las pymes?

Objetivo de investigación.

1. Identificar la influencia de los factores internos en la competitividad de las pymes para su inserción al mercado global a través de la mejora de los procesos de control tanto interno como externo.

Objetivos específicos.

1. Identificar los factores internos de las pymes y su influencia en el éxito competitivo de las mismas.
2. Identificar los factores de éxito para la competitividad de las pymes
3. Ayudar a las pymes existentes o en proceso de creación para un mejor control interno y externo de la misma

Con el desarrollo de la región de Lázaro Cárdenas a través del crecimiento del puerto, próximo a convertirse en zona económica especial y con el esquema de la globalización las 343 Pymes en Lázaro Cárdenas Michoacán de Ocampo han enfrentado a diversos problemas, haciendo difícil la supervivencia, ante un entorno económico desfavorable, y con los grandes avances tecnológicos; uso de las nuevas tecnologías, en los negocios, ha ocasionado que ocho de cada diez nuevas Pymes mueran. Para ello, es fundamental que las pymes identifiquen su modelo de negocio que asegure el bienestar y crecimiento de las mismas, cualquier modelo de negocio debe tener en cuenta que una vez que se haya alcanzado el éxito el siguiente paso y el más importante es el mantenerse, este definirá el posicionamiento y el crecimiento del negocio.

METODOLOGÍA

Esta investigación fue de carácter correlacional, donde se determinó como los factores internos ha impactado en el incremento de la competitividad.

La metodología utilizada se basó en la revisión de estudios previos y planteamiento de hipótesis; trabajo de campo y análisis de datos; determinación de resultados y conclusiones del estudio. Los resultados muestran valores positivos y significativos en las variables de innovación, tecnología y planeación estratégica. La contribución del estudio es la comprobación empírica en el contexto de México, respecto de los factores determinantes de la competitividad. Concluimos que las Pequeñas y Medianas Empresas altamente competitivas son aquellas que innovan en sus productos, procesos y gestión, que tienen un nivel tecnológico superior y poseen un plan estratégico. Palabras Claves: Éxito competitivo, Tecnología, Innovación, PYME.

A. Tipo de investigación.

Esta investigación es una investigación cualitativa-cuantitativa de tipo correlacional y consiste en identificar la forma en que se relaciona la variable X e Y, en un contexto en particular. Este contexto está dado por un estudio de caso que consiste en identificar los factores internos que determinan la competitividad de las pymes. Los estudios cuantitativos correlacionales “miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (Hernández, et al. 2006: 121).

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

B. Diseño de investigación.

El diseño de esta investigación se centra en la estrategia desarrollada a partir de la cual se obtiene la información y se analiza, se determinan las principales características y se obtienen las conclusiones. Para esta investigación el diseño que se sigue se presenta en la tabla abajo indicada.

Tabla 1. Diseño de Investigación

VARIABLES	NOMBRE DE LA VARIABLE	DEFINICION DE LA VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INSTRUMENTO	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	ANÁLISIS DE DATOS
X	FACTORES INTERNOS	“Aspectos que forman parte de la gestión de la compañía, que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos.” (Idalberto Chiavenato)	Planeación estratégica Capital intelectual Innovación tecnológica	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de esta variable aparecen agrupados del: 1 al 15 para Planeación estratégica. Del 16 al 30 para Capital intelectual. Del 31 al 45 para Innovación tecnológica. Los cuales presentan un orden lógico en relación a la variable X.	Alfa de Cronbach, correlación de Pearson o Canónica mediante el software SPSS
Y	COMPETITIVIDAD	“La competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de Capital.” (Michael Porter)	Productividad Conocimiento del mercado Aseguramiento de la calidad	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de la variable Y aparecen agrupados del: 1 al 15 para Productividad Del 16 al 30, Conocimiento del mercado y del 31 al 45 para Aseguramiento de la calidad.	Alfa de Cronbach mediante el software SPSS

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Descripción de las variables

NOMBRE DE LA VARIABLE	DEFINICION DE LA VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INSTRUMENTO	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	ANÁLISIS DE DATOS
x FACTORES INTERNOS	“Aspectos que forman parte de la gestión de la compañía, que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos.” (Idalberto Chiavenato)	Planeación estratégica Capital intelectual Innovación tecnológica	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de esta variable aparecen agrupados del: 1 al 15 para conocimientos. Del 16 al 30 para habilidades. Del 31 al 45 para valores. Los cuales presentan un orden lógico en relación a la variable X.	Alfa de Cronbach, correlación de Pearson o Canónica mediante el software SPSS
y COMPETITIVIDAD	“La competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de Capital.” (Michael Porter)	Productividad Conocimiento del mercado Aseguramiento de la calidad	Encuesta en Escala Likert	Los ítems de la variable Y aparecen agrupados del: 1 al 15 para iniciativa Del 16 al 30, motivación y del 31 al 45 para creatividad e innovación.	Alfa de Cronbach mediante el software SPSS

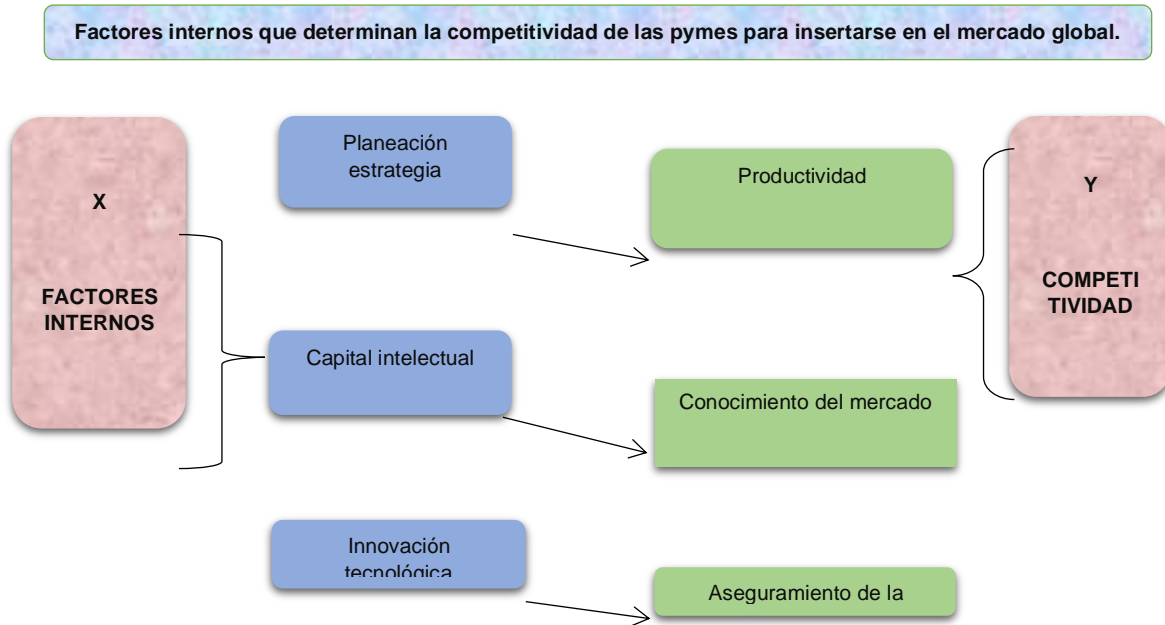
Fuente: elaboración propia

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

C. Constructo de investigación.

La construcción teórica-metodológica de esta investigación se sustenta en la expresión gráfica de la relación presupuesta entre las variables independiente y dependiente y las relaciones entre los

Figura 2. Constructo de investigación



Fuente: elaboración propia

Instrumento investigación.

La encuesta con base a la escala de Rensis Likert comprende 30 preguntas, para la variable “X” Factores internos (Anexo A) donde ya validados para esta variable quedan 15 preguntas y distribuidos en sus dimensiones son 5 preguntas para Planeación estratégica, 5 para Capital intelectual y 5 para innovación tecnológica, y para la variable “Y” Competitividad (Anexo B)., de 30 preguntas donde una vez validados quedan 15 las cuales distribuidas por dimensión quedan 5 preguntas para Productividad, 5 para Conocimiento del mercado y 5 para Aseguramiento de la calidad.

D. Operacionalización de las variables.

Este apartado consiste en un listado de preguntas con opciones de respuesta en escala tipo Likert de 1 a 5 agrupados en dos grandes variables: factores internos y competitividad. La recolección de datos se aplica a las pymes del puerto de Lázaro Cárdenas, mediante encuestas en forma personalizada, una vez tabulados los resultados se utilizan procedimientos convencionales de estadística descriptiva y el análisis de los datos se realiza a través de tablas y gráficos, para el procesamiento de los mismos se utiliza el paquete estadístico SPSS/WIN versión 19.0.

Como parte del método se decide usar la escala tipo Likert, que lleva el nombre de su creador Rensis Likert y quien explica que “es una escala de clasificación que pide a los entrevistados indiquen un grado de siempre o nunca” (Malhotra, 1997: 392), por lo regular una escala de Likert tiene cinco categorías de respuesta, es un tipo de escala indirecta, en la cual el investigador debe clasificar numéricamente cada respuesta, para obtener un puntaje de resumen de cada encuestado.

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

Esta escala es de medición ordinal que consiste en una serie de indicadores y reactivos que se desean medir, ante los cuáles se pide la opinión de los encuestados y las respuestas son solicitadas en terminos de grado de siempre o nunca que la pyme encuestada tenga con la pregunta en particular (Hernandez, et al. 2004).

E. Determinación del tamaño de la muestra.

La información se obtiene de un grupo representativo de pymes del puerto de Lazaro Cardenas. En esta investigación la población es finita ya que se conoce el número de pymes que se encuentran en estos lugares, como tal tomamos una muestra de 100 pymes dentro del puerto. Este tipo de muestreo permite comprobar las hipótesis planteadas, obtener los datos básicos y las tendencias en esta investigación.

Por lo que se aplicaron 47 encuestas representando un 58% del universo. En términos de margen de error el tamaño de la muestra se determina con la siguiente ecuación. Según Hernández, et al (2004).

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(N - 1)E^2 + Z^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)100}{(100 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{96.04}{4.95 + 0.9604}$$

$$n = \frac{96.04}{5.9104} = 16.2493$$

En donde:

p= probabilidad (50%)

q= probabilidad (50%)

E=margen de error (5%)

Z=coeficiente de confianza con el que se va a trabajar (1.96) igual a 05% de los casos

n=tamaño de la muestra

N=población o universo (100)

Por lo general en el resultado de los cálculos se acepta un *error tolerable de estimación de precisión* de 5%. También se dice que este nivel de error es la cantidad máxima que una estimación puntual debe, en opinión del estadístico, extenderse arriba o abajo del parámetro que se estime. Por lo que entre el valor verdadero del universo y el valor estimado de la muestra 47 se pretende reducir el 53% de error de estimación.

F. Análisis de los datos.

El análisis de los datos, se realiza por medio de gráficas, porcentajes y cálculos estadísticos Para la determinación de la fiabilidad de la aplicación de la encuesta de los factores internos y la competitividad se usa el método estadístico Alfa de Combrach el cual permite estimar la fiabilidad de los indicadores de la variable dependiente e independiente a través de un conjunto de ítems (medidos en escala tipo Likert) los cuales miden el mismo constructo y que están altamente correlacionados (Welch y Comer, 1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa al 1 mayor es la consistencia

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

interna de los items analizados. Como criterio general George y Mallery (2003) sugieren las evaluaciones siguientes para evaluar los coeficientes de Alfa de Crombach:

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| Coeficiente alfa > .9 es excelente | Coeficiente alfa >.6 es cuestionable |
| Coeficiente alfa > .8 es bueno | Coeficiente alfa > .5 es pobre |
| Coeficiente alfa >.7 es aceptable | Coeficiente alfa <.5 es innaceptable |

Sin embargo Huh, Delorme & Reid (2006) aseveran que el valor de fiabilidad en las investigaciones exploratorias debe ser igual o mayor a 0.6; en estudios confirmatorios debe estar entre 0.7 y 0.8.

Figura 3: Cuadro de análisis de datos

ANALISIS DE FIABILIDAD DE LOS FACTORES INTERNOS				ANALISIS DE FIABILIDAD DE COMPETITIVIDAD			
Escala: Todas las Variables				Escala: Todas las Variables			
Resumen del procesamiento de los casos				Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%			N	%
Casos	Válidos	47	100.0	Casos	Válidos	47	100
	Excluidos	0	.0		Excluidos	0	.0
	Total	47	100.0		Total	47	100.0
a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.				a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.			
Estadísticos de fiabilidad				Estadísticos de fiabilidad			
	Alfa de Crombach	N de elementos			Alfa de Crombach	N de elementos	
	.909	30			.773	30	

Fuente: Elaboración propia

La aplicación de Alfa de Conbrach con resultados de .909 y .773 muestran que la aplicación de la encuesta es robusta.

G. Fundamentación teórica

A. Teoría de los recursos y capacidades de las empresas.

En el fascinante, pero amplio y diverso campo de la administración estratégica surge la teoría de recursos y capacidades, de la que posteriormente, de la mano de la escuela de procesos, aparece la gestión del conocimiento, considerándose el conocimiento tanto como un recurso como una capacidad estratégica de la organización.



FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

B. Teoría de Recursos y Capacidades se fundamenta en tres ideas básicas:

Las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como, por las diferentes características de la misma heterogeneidad. Además, dichos recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones.

Los recursos y capacidades cada día tienen un papel más relevante para definir la identidad de la empresa. En el entorno actual, el cual se vislumbra un poco turbulento, las organizaciones se preguntan qué necesidades pueden satisfacer, más que qué necesidades quieren satisfacer

El beneficio de la empresa es consecuencia, tanto de las características competitivas del entorno, como la combinación de los recursos de que dispone.

Finalmente, señalar que existe una estrecha interdependencia entre los recursos y las capacidades en el sentido de que las segundas descansan sobre los primeros, a la vez, que aquéllas contribuyen a aumentar el stock de recursos. La Teoría de los Recursos y Capacidades es una teoría nueva, aunque sus orígenes estén relativamente alejados en el tiempo, a la que se le augura un futuro prometedor en el campo de la dirección estratégica debido a su potencial para explicar la situación competitiva.

C. Teoría del capital humano.

El desarrollo de la teoría del capital humano reconoce que para la explicación de ciertos fenómenos macroeconómicos, como por ejemplo, el crecimiento del ingreso nacional, es necesario incluir, además de los factores: capital y trabajo, un tercer factor, que considera el conjunto de habilidades y capacidades de los trabajadores. Los estudios realizados por Theodore Schultz (1959), tuvieron mucho impulso, gracias a los desarrollos teóricos efectuados por Gary Becker y Jacob Mincer. El capital humano ha sido definido por la Organización para el Comercio y el Desarrollo Económico como: el conocimiento, las competencias y otros atributos que poseen los individuos y que resultan relevantes a la actividad económica.

D. Teoría de la planeación.

Planeación o planeamiento es un accionar que está vinculado a planear. Este verbo, por su parte, consiste en elaborar un plan. La planeación es una actividad natural y peculiar del hombre como se racional, que considera necesario prever el futuro y organizar su acción de acuerdo con sus previsiones, por lo que la planeación es tan antigua como el hombre mismo. Algunos, sin embargo, han llegado a pensar que la planeación constituye un patrimonio propio o exclusivo del hombre moderno, del hombre del siglo xx que está ya por terminar y que, por consiguiente, terminará con él.

E. Teoría económica e innovación tecnológica.

Una definición que capta mucho de la economía moderna es la de Lionel Robbins en un ensayo de 1932: "la ciencia que estudia el comportamiento humano como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos.

La Teoría Económica tiene como objetivo explicar cómo funcionan las economías y cómo interactúan los agentes económicos. El análisis económico se aplica no solo en toda la sociedad, en los negocios, las finanzas y el gobierno, sino también en la delincuencia, educación, la familia, la salud, derecho, política, religión, las instituciones sociales, la guerra, y la ciencia. El dominio de la expansión de la economía en las ciencias sociales ha sido descrito como el imperialismo económico.

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

F. Factores de éxito de competitividad.

Actualmente, las organizaciones se están enfrentando a cambios importantes, originados por las condiciones tanto internas como externas, como la competencia más aguda, la sofisticación de la tecnología, los cambios económicos y la globalización de la economía, por mencionar algunos. En este sentido la competitividad se ha convertido en una exigencia para sobrevivir y un requisito para obtener buenos resultados.

G. Capital intelectual.

El capital intelectual es el conjunto de activos intangibles, más importantes de las empresas basados en el conocimiento, entendiéndose por conocimiento al nuevo agente productor de capitales económicos y organizacionales. Capital Intelectual para algunos investigadores involucra factores como "Liderazgo en tecnología, entrenamiento actual de los empleados y en algunos casos involucra la rapidez de respuesta a los llamados de servicios de los clientes".

H. Planeación estratégica.

La Planificación estratégica es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. La planificación estratégica, se aplica sobre todo en los asuntos militares (donde se llamaría estrategia militar), y en actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia empresarial) en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativos, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing para enumerar tan sólo algunas aplicaciones. Pero también puede ser utilizada en una amplia variedad de actividades desde las campañas electorales a competiciones deportivas y juegos de estrategia como el ajedrez.

I. Innovación tecnológica.

La innovación tecnológica es un proceso multi etapa, con variaciones significativas en las actividades iniciales, así como en los aspectos y problemas de gestión en sus etapas. Ella se realiza mediante esfuerzos técnicos, llevados a cabo esencialmente en el contexto de una organización, pero involucra intensas interacciones con el entorno tecnológico y el mercado. En su desarrollo, son críticas la búsqueda proactiva de los insumos del mercado y de contribuciones tecnológicas externas, y es inevitable la retroalimentación y la reiteración que ocurre entre sus etapas.

J. Conceptualización de productividad.

Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas.

K. Factores que afectan a la productividad empresarial

Aumentar la productividad debe ser una estrategia fundamental para cualquier empresa ya que permite conseguir ingresos, crecimiento y posicionamiento. Para ello es imprescindible medir y monitorizar de forma continua la actividad mediante los indicadores de productividad empresarial. La mejora de la productividad también es de vital importancia para la calidad de vida de un país ya que repercute en el incremento de salarios y logra hacer rentable el capital invertido lo que incentiva cada vez más la inversión, el aumento de empleo y el crecimiento de la economía. El aumento de la productividad impulsa el crecimiento de la economía y la competitividad.

FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL

L. Teorías de competitividad.

La competitividad puede definirse de manera clara, cuando se aplica a una empresa o grupo de empresas concreta que vende sus productos en un mercado bien definido. En ese caso una pérdida de competitividad amenaza a largo plazo la supervivencia de una empresa o grupo de empresas. Aplicado a un país el concepto de "competitividad" es más dudoso, ya que un país no es una empresa y el principio de la ventaja comparativa establece que dados dos países con fronteras de posibilidades de producción adecuadas encontrarán especializaciones mutuamente beneficiosas que garanticen la continuidad del comercio, sin que la viabilidad económica de uno de los dos países esté comprometida.

M. Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter.

Michael Eugene Porter se considera el padre de la estrategia corporativa y está entre los economistas más valorados y conocidos a nivel mundial. Es autor de 18 libros, muchos de ellos publicados en todo el mundo, y de muchísimos artículos académicos. Con respecto a las teorías de Porter, el destacado diario económico Financial Times en un artículo a firma de Wendy Robson en 1997 escribió con evidente entusiasmo lo siguiente: "La ventaja competitiva ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugares a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información. Antes de las teorías de Porter, la información se consideraba un factor entre otros en el proceso que determina los negocios.

N. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo Torres Gaytán.

El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y demuestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.

O. Teoría de la ventaja absoluta Adam Smith.

Esta teoría fue anunciada por Adam Smith (1723-1790); postuló que bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte.

BIBLIOGRAFÍA

Cabrera, J. (2006). *Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith*. BARCELONA ESPAÑA: BASCH CASA EDITORIAL S.A. .

Camorlinga, J. (2009). *a Ventaja Competitiva según Michael Porter*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de WEB Y EMPRESAS: <http://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/#blog>

Carreto, J. (2008). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de Definición. DE: <http://definicion.de/planeacion-estrategica>

Cervantes, A. (2005). *Competitividad e internacionalización de las pequeñas y. mexico*.



**FACTORES INTERNOS QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES PARA
INSERTARSE EN EL MERCADO GLOBAL**

- Díaz, J. T. (Febrero de 2010). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado el Octubre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/658/TEORIA%20DE%20RECURSOS%20Y%20CAPACIDADES.htm>
- Doupovec, M. (julio de 2010). <http://metodologia02.blogspot.mx/>. Recuperado el noviembre de 2015, de http://metodologia02.blogspot.mx/p/operacionalizacion-de-variable_03.html
- Escobar, D. (2000). *La innovación tecnológica*. Vicerrectora de Investigaciones ISCM-SC.
- Estrada Bárcenas, R. (Marzo de 2009). <http://www.uaeh.edu.mx/>. Recuperado el Noviembre de 2015, de http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/estrada_barcenas_roberto/ factores_exitos_competitivo_estrada_garcia_y_sanchez_2009.pdf
- Godininez, V. L. (Febrero de 2013). *Academia*. Recuperado el Noviembre de 2015, de http://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n
- Gomez, E. (Agosto de 2012). *TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES*. Recuperado el 5 de mayo de 2016, de eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/teorias-recursos-capacidades.html>
- Guerra, J. (11 de 04 de 2003). *Capital intelectual de la empresa*. Recuperado el 05 de 05 de 2016, de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/capital-intelectual-empresa>
- Lopez, C. (11 de Noviembre de 2001). *Aseguramiento de la calidad*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/aseguramiento-calidad-sistemas-calidad>
- Manene, L. (04 de Abril de 2012). *Mercado*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de blog. Luis Miguel Manene: luismiguelmanene.wordpress.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion
- Membrilla, A. (2010). *Productividad*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de Wikipedia.org: <https://es.wikipedia.org/wiki/Productividad>
- Montana, J. (Julio de 2013). *Tipos de Investigación*. Recuperado el Diciembre de 2015, de <http://www.tiposdeinvestigacion.com/>
- Muñiz, R. (Mayo de 2011). *Marketing XXI*. Recuperado el Noviembre de 2015, de <http://www.marketing-xxi.com/competitividad-pymes-mercado-internacional.html>
- Rodríguez, M. L. (7 de Marzo de 2012). <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com>. Recuperado el Octubre de 2015, de <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2012/03/07/introduccion-general-a-la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Romero, Y. (Abril de 2008). <http://www.monografias.com/>. Recuperado el Noviembre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos58/clasificacion-variables/clasificacion-variables2.shtml>
- Suárez, M. (s.f.). *Análisis e interpretación de datos*. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/ANALISIS%20E%20INTERPRETACION%20DE%20LOS%20DATOS.htm>

