

## ACTITUDES Y PRÁCTICAS EMPRESARIALES VARIABLES PARA LA COMPETITIVIDAD

*Briceño Santacruz Ma. de los Angeles<sup>1</sup>*

*Guzmán Cedillo Rosa María\**

*Varela Castro Werner Horacio\**

### RESUMEN

La competitividad de una empresa está limitada para mantener el crecimiento de mercado y rentabilidad al entablar con problemas relacionados con la falta de remuneración al capital humano que genera la invención. Como la “piratería” y la economía informal, entre otros, que impiden al país desarrollar sanamente el potencial creativo de miles de generadores de soluciones en diversos ámbitos, además de vulnerar los derechos de autor, la propiedad industrial, con pérdidas económicas al sector productivo. El objetivo es revisar las nuevas actitudes y prácticas empresariales ante el crecimiento del sector informal y moldear las relaciones entre los factores que incentivan al capital humano que inventa y los factores que impulsan el uso no autorizado de las externalidades en el sector informal, para lo cual se revisó la literatura relacionada y se desarrolló un instrumento propio para determinar los factores que muestran las principales actitudes empresariales.

**Palabras clave:** *Capital intelectual, externalidades, patentes, economía informal.*

### ABSTRACT

The competitiveness of a company is limited to maintain market growth and profitability to engage with problems related to the lack of human capital remuneration generated by the invention. As "piracy" and informal economy, among others, preventing the country to develop healthily the creative potential of thousands of generators of solutions in various fields, in addition to violating the copyright, industrial property, with economic losses to the productive sector. The aim is to review the new attitudes and business practices to the growth of the informal sector and shape the relationships between the factors that encourage human capital that invents and the factors driving the unauthorized use of externalities in the informal sector, for which the related literature was reviewed and developed its own instrument to identify the main factors that show entrepreneurial attitudes.

**Keywords:** *Intellectual capital, externalities, patents, informal economy.*

---

<sup>1</sup> \*Universidad Autónoma de Coahuila.

## INTRODUCCIÓN

La innovación e invención del capital humano son consideradas como una de las principales fuentes de la competitividad tanto en las organizaciones como en el país. De tal forma que la innovación e invención son la capacidad y ventaja competitiva de una empresa para mejorar y mantener el crecimiento en tamaño, cuota de mercado y rentabilidad. (Kuramoto, s.f.).

En este artículo se resalta el valor de la invención y la innovación generada por el capital humano que se relaciona en dos planos; el privado (patentes) y el público (externalidades). Así mismo, entre estos dos planos (Patentes y externalidades) existen problemas teóricos que generan los derechos de propiedad de las patentes, ya que incorporan información que se convierten de inmediato en un “bien libre” a utilizar por el sector informal o subterráneo simplemente porque puede reproducirse a costos más bajos o nulos, y por la otra, se establece que la libertad o derecho de concurrencia al comercio formal se limita al instaurar la competencia monopolística apoyada en los derechos de propiedad intelectual.

Los antecedentes sobre la competitividad de una empresa están limitadas para mantener el crecimiento en tamaño, cuota de mercado y rentabilidad porque para ello debe lidiar con varios problemas relacionados con el incentivo a la invención e innovación entre ellos está el mencionado “cáncer de la piratería” que impide al país desarrollar sanamente el potencial creativo de miles de generadores de soluciones y de propuestas en diversos ámbitos, solo se logra concretar una aplicación parcial de la ley en el combate a los delitos contra los derechos de autor y la propiedad industrial, con lo que “se vulnera a la sociedad, obstaculizan el desarrollo nacional y provocan pérdidas económicas al sector productivo e impactan en la hacienda pública” y (Gómez, 2015) se precisa que la afectación de la “piratería” en el país generara pérdidas para la industria al final de este año, 13 mil 144 millones de pesos. Otro problema relacionado es la ocupación informal, que de acuerdo al INEGI las modalidades de empleo informal sumaron 29.1 millones de personas, para un avance de 2.5% respecto de igual periodo del 2014; es decir, se sumaron 697,000 personas a la informalidad en un año (Martínez, 2015). El desempleo abierto es de 2.3 millones de personas (INEGI en Martínez, 2015) cuya tasa fue menor al 2014, que de mantener las condiciones para crear empleos informales y de poca calidad, simplemente inhibe el dinamismo del mercado interno, retrasando la posibilidad de un crecimiento y competitividad elevada de la economía.

## INTERROGANTE DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las nuevas actitudes y prácticas participativas de los emprendedores y consumidores ante la creciente economía informal?

## OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como objeto conocer y modelar como se dan las relaciones entre los factores que incentivan al capital humano que inventa e innova y los factores que impulsan el uso de externalidades en el sector informal de la economía regional. Así como, revisar las nuevas prácticas empresariales y las preferencias del consumidor de piratería en una economía informal creciente.

## HIPÓTESIS

H<sub>T</sub>: Las nuevas actitudes y prácticas de los empresarios buscan intencionalmente la formalidad organizacional

## FUNDAMENTO CONCEPTUAL

**Externalidad.** Los problemas de orden social y aquellos que guardan relación con la naturaleza que escapan al mecanismo del mercado no tienen una expresión monetaria y pasan a ser absorbidos por el concepto de externalidades.

La literatura con respecto al concepto de Externalidades reconoce en general, la existencia de efectos externos, tanto positivos como negativos, que se producen a consecuencia de las interrelaciones entre consumidores, entre unidades productivas y entre consumidores y unidades productivas. Tales interrelaciones se llevan a cabo al margen del mercado y, por lo tanto, no son susceptibles de medición en términos monetarios.

El concepto de externalidades fue desarrollado por diversos autores y hoy la literatura sobre el tema es abundante y el concepto de externalidades se define en términos de la respuesta de la producción de una empresa, el beneficio (pérdida), o la utilidad (desutilidad) de una persona frente a la actividad de las otras.

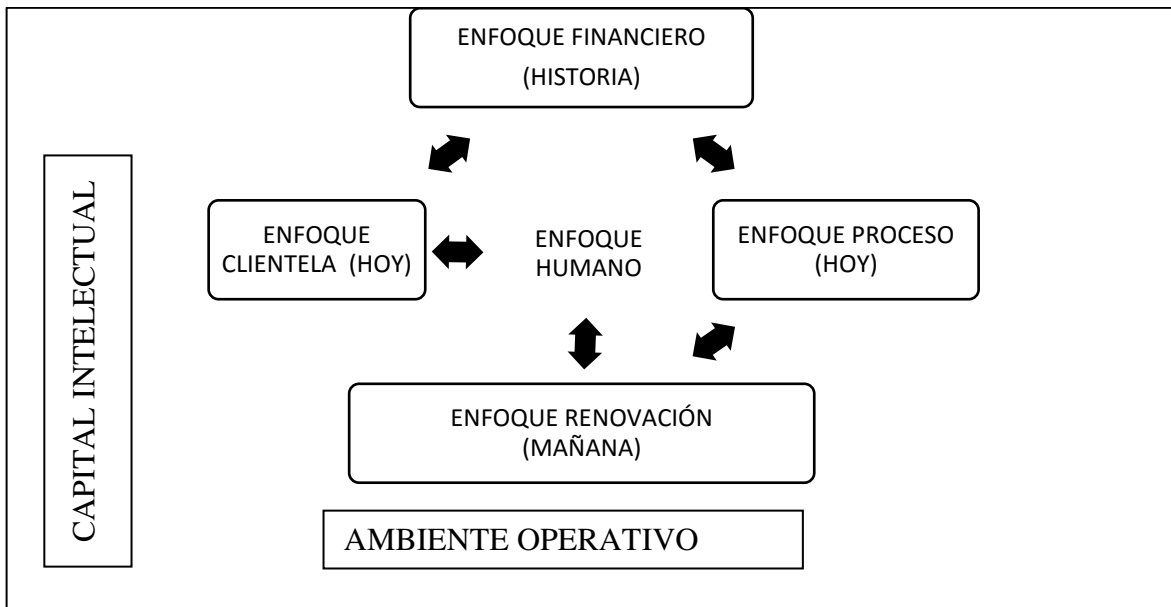
Las interdependencias pueden tener efectos positivos o negativos, que definen a su vez externalidades positivas o negativas y (lo que es importante, desde el punto de vista del medio ambiente) reversibles o irreversibles.

Definición de externalidades: “se refiere a la conveniencia de proteger los sectores, actividades e industrias que generan unos beneficios que se desparraman al conjunto del país. Este efecto difusor será máximo en aquellas industrias con más interdependencias con el resto de la estructura productiva”. (Tugores Ques, 1995)

**Capital humano.** El capital intelectual, es un concepto nuevo desarrollado entre otros por el Sueco Leif Edvinsson (Edvinsson y Malone, 2004), responsable de las primeras propuestas para medir el capital intelectual. En la empresa Skandia, donde llegó a ser el primer director de capital intelectual

del mundo, Leif Edvinsson desarrolló un modelo de gestión y generación de informes, llamado Navigator, basado en el capital intelectual. Su presencia en consejos de administración y como ponente está muy solicitada. Edvinsson asegura que el capital intelectual es una combinación de capital humano, es decir, mentes, habilidades, visiones y potencial de los miembros de la organización, y de capital estructural, como el capital depositado en clientes, procesos, bases de datos, marcas y sistemas. Se trata de la capacidad de transformar conocimiento y activos intangibles en recursos generadores de riqueza, al multiplicar el capital humano por el capital estructural. La clasificación anterior se puede ver mejor en la Figura 1.

**Figura 1. Navegador Skandia**



**Fuente: Elaboración propia en base a Edvinsson ( 2004)**

Establece que en cuanto a la intangibilidad, el hecho de que no veamos algo no implica que no esté ahí. Está ahí. Como media, se calcula que más del 10% del PIB de los países de la OCDE corresponde a intangibles (¿qué parte es de la economía informal?). En países como Suecia, se calcula que la proporción es superior al 20% del PIB. Cosas que no vemos son las que están impulsando las economías de todo el mundo. El capital intelectual es la nueva riqueza de las naciones. El capital no sólo es financiero; el capital es algo, cualquier cosa, que aporta nueva riqueza. Punto

De hecho, cada vez es mayor la distancia entre el valor contable y el valor de mercado. La contabilidad tradicional describe y da información sobre un 20% del valor real de las empresas. Es información financiera; pero queda un 80% sobre el que no hay información: lo intangible.

Para empeorar las cosas, este 80% incluye los elementos que impulsarán los futuros resultados financieros: inversiones en Investigación y Desarrollo, competencias, tecnologías de la información y redes. Donde fundamentalmente la contabilidad financiera es histórica y la información sobre el capital intelectual mira hacia el futuro. De tal manera, para los accionistas es la información más importante, ya que el resto es historia o resultados anteriores.

**Sector informal.** Existe de siempre y se define como parte de la economía de un país que está constituida por trabajadores por cuenta propia y pequeñas empresas que no están integradas plenamente en el marco institucional que regula las actividades económicas, así comenta Francois Roubaud (1995): en el sector informal suelen no cumplirse las leyes del trabajo ni otras regulaciones sanitarias, de seguridad o simplemente burocráticas, que el Estado impone al sector privado; tampoco se pagan (o no se pagan por completo) diversos impuestos y tasas que exige el fisco. El sector informal suele ser de bastante amplitud en los países menos desarrollados, aunque tampoco es despreciable en las economías más adelantadas, donde se le llama también economía sumergida o subterránea y cuenta por lo general con una mano de obra conformada en gran parte por inmigrantes ilegales.

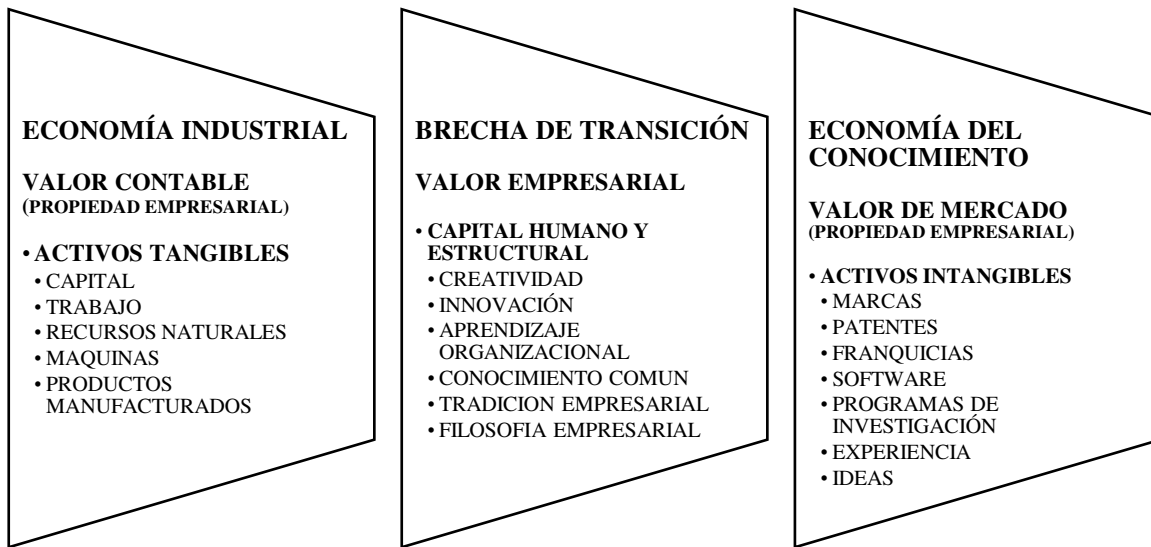
Adjunto a la economía informal existe en ocasiones el mercado negro. Aquel mercado libre que se forma espontáneamente cuando la ley prohíbe su formación. En otras palabras, las leyes que promulgan los hombres (su ordenamiento jurídico) muestran su incapacidad para cambiar las leyes de la economía como tal.

## FUNDAMENTO TEÓRICO

**Composición del capital intelectual.** En el contexto de las ideas básicas expuestas, recordemos que en las últimas décadas los estudiosos de las ciencias económico-administrativas han intensificado la discusión sobre las fuentes del crecimiento y desarrollo económico de un país y de una empresa, con el fin de ubicar la importancia de los factores intangibles en un nuevo contexto donde los tradicionales factores de producción de la economía; trabajo, capital y recursos naturales, que con anterioridad generaban riqueza en forma de máquinas y productos manufacturados, quedaron rebasados como lo mencionan algunos autores: Casi sin advertirlo, nuestro mundo ha pasado de la economía industrial a la economía del conocimiento (Figura 2) pero aunque los empresarios se percaten de que nos encontramos en un periodo de transición entre estas dos economías, muchos de ellos están todavía tan involucrados en la economía industrial que no ven lo que realmente está ocurriendo a su alrededor.

Esto es comprensible; muchos de los directivos de hoy en día provienen de un pasado industrial que inevitablemente ha dado forma a la manera en que piensan sobre el trabajo, sobre la gestión de sus empresas y sobre la reacción ante los retos que en la actualidad surgen en sus negocios cotidianos.

**Figura 2. De la economía industrial a la economía del conocimiento**



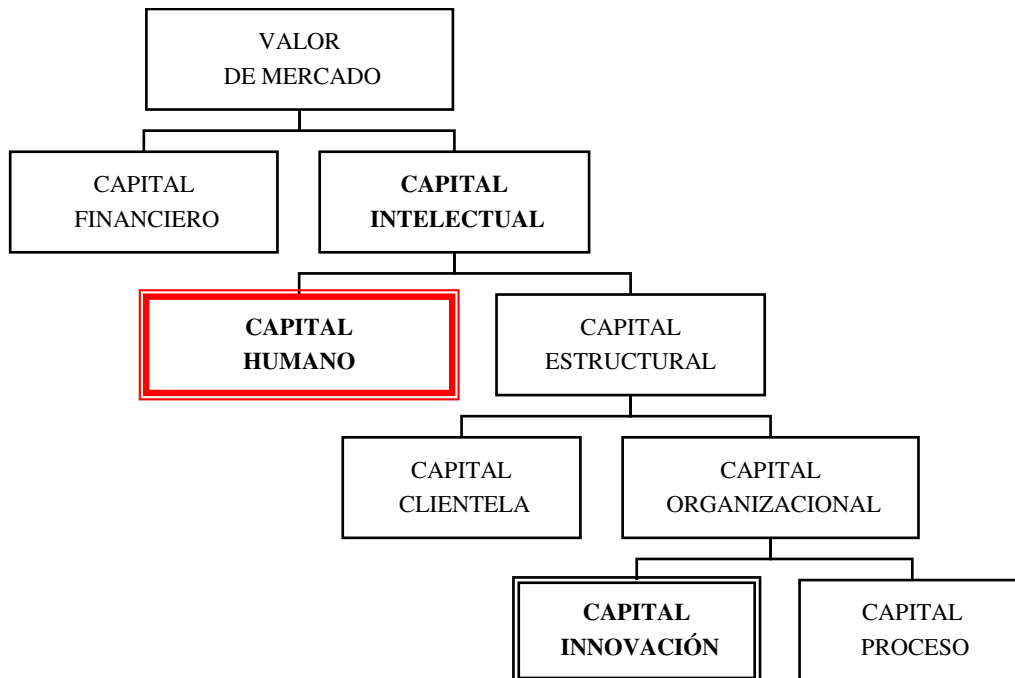
**Fuente: Elaboración propia con documento de Tissen, 2000**

Sin embargo muchos todavía no se han dado cuenta de que el conocimiento se está convirtiendo en todo un negocio por sí mismo. (Tissen, 2000), Además, Edvinsson y Malone (2004) describen que el conocimiento no aparece en los estados financieros tradicionales ya que “el balance general no da ningún indicio sobre las memorias de una compañía, sus tradiciones y su filosofía”, y confirman que el valor de un negocio se mueve cada vez más de los activos fijos a los intangibles: Marcas, patentes, franquicias, software, programas de investigación, ideas y experiencia. Todo esto despertó el interés de las compañías en medir este activo intelectual que contribuye a crear una brecha cada vez más grande entre el valor contable y el valor de mercado. Por supuesto este hecho ha tenido impacto en las unidades económicas empresariales; ya que el éxito de una empresa formalmente constituida se encuentra mayormente en su capital intelectual y menos en los activos fijos que están siendo relegados. Así, la capacidad de gestionar el intelecto humano (capital humano) se está convirtiendo en la técnica gerencial del presente, como consecuencia de lo anterior se ha desarrollado interés por el capital intelectual, la creatividad, la innovación y el aprendizaje organizacional.

Dicho capital intelectual está formado por ciertos factores (Figura 3) y mencionan que según investigaciones llevadas por Skandia, compañía sueca de seguros y servicios financieros, esos factores son típicamente de dos clases:

1. Capital Humano. Combinación de conocimientos, destrezas, inventiva y capacidad de los empleados individuales de la compañía para llevar a cabo la tarea que traen entre manos. Incluye igualmente los valores de la compañía, su cultura y su filosofía. La compañía no puede ser propietaria del capital humano.
2. Capital estructural. Los equipos, programas, bases de datos, estructura organizacional, patentes, marcas de fábrica y todo lo demás de la capacidad organizacional que sostiene la productividad de sus empleados -en una palabra, todo lo que se queda en la oficina cuando los empleados se van a su casa. El capital estructural incluye igualmente el capital clientela, las relaciones desarrolladas con los clientes clave. A diferencia del capital humano, el estructural si puede ser de propiedad de la compañía y por tanto se puede negociar. (Edvinsson y Malone, 2004)

**Figura 3. Modelo de valor de mercado de Skandia**



**Fuente: Edvinsson, (2004)**

La clasificación anterior es importante porque nos permite ubicar el capital humano en el contexto de lo intangible y es importante destacar: La compañía no puede ser propietaria del capital humano e inferir del último párrafo que, no se puede negociar.

Para complementar y ser más explícitos, el segundo factor se clarifica (Brooking en Nevado Peña y López Ruiz, 2002:97) en el siguiente párrafo:

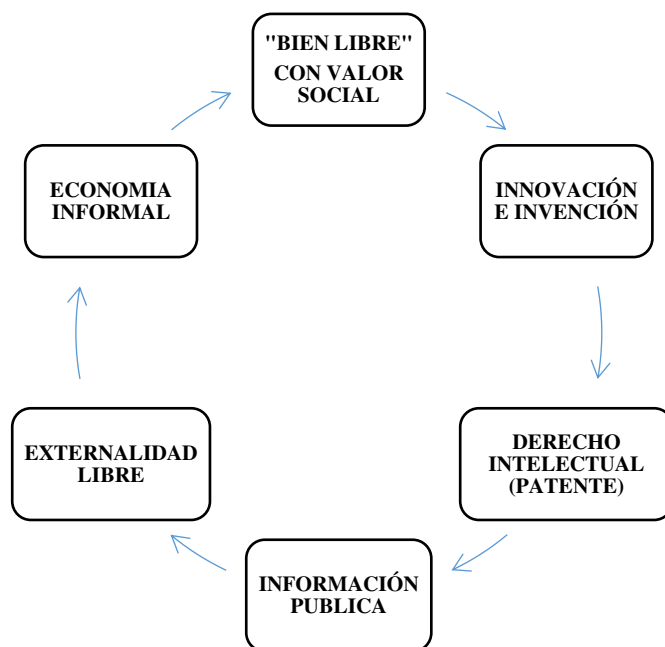
El capital estructural, está formado por activos de infraestructura y de propiedad industrial. Por tanto, recoge diversos componentes que pueden agruparse en:

- Capital organizacional: que es la inversión de la empresa en sistemas, herramientas y filosofía operativa que acelera la corriente de conocimientos a través de la organización y hacia fuera mediante los canales de abastecimiento y distribución.
- Capital innovación que es la capacidad de renovación y los resultados de la innovación en forma de derechos comerciales protegidos, propiedad intelectual y otros activos intangibles y talentos usados para crear y llevar rápidamente al mercado nuevos productos y servicios.
- Capital proceso, son los procesos de trabajo, técnicas (tales como ISO 9000) y programas para empleados que aumentan y fortalecen la eficiencia de la producción o la prestación de servicios.
- Capital clientela que recoge las relaciones con clientes y su lealtad.

**Composición del valor de la innovación e invención y las patentes.** Silberston (en Lamberton, 1977) menciona que hoy, raras veces se cuestiona el valor de la invención y la innovación aunque existen controversias porque: Las patentes incorporan información. Una vez producida la información los economistas le llaman “bien libre” (Figura 4); su uso no disminuye el acervo y no pueden apropiárselo los individuos. Si se vendiera en el mercado abierto se convertiría de inmediato en un bien libre porque puede reproducirse a costo bajo o nulo. Debido a que el costo de transmisión de la información es tan bajo, la teoría económica de la “asignación óptima” de recursos sugiere que la información debe transmitirse gratuitamente y sin límite, sin embargo, si la información acerca de inventos se transmitiese gratuitamente en cuanto se descubre, quizá nadie se sentiría motivado a incurrir en los riesgos involucrados por la investigación requerida para producir inventos, o a gastar dinero en su desarrollo.



**Figura 4. Crecimiento del acervo de conocimientos social**



**Fuente: Elaboración propia con documento de Lamberton (1977)**

En consecuencia, parece necesario remunerar la invención para que se destinen recursos a la investigación. Las patentes son un instrumento destinado a asegurar tal remuneración, pero mientras mayor sea la remuneración más nos alejamos de una asignación óptima de los recursos. Así pues, afrontamos un dilema fundamental. La información tiene el carácter de un bien libre, y sin embargo, si no puede encontrarse un medio para remunerar a quienes producen información es posible que no haya alguna información nueva por distribuir. Existe aquí, claramente, un conflicto entre la mejor asignación de los recursos bajo condiciones estáticas y el deseo de mejorar y crecer. El sistema de patentes ha evolucionado en las economías de libre empresa para estimular la producción de información nueva, pero su desarrollo se ha visto influido en gran medida por el deseo de hacer la información tan gratuita como sea compatible con el objetivo fundamental: proveer un incentivo para la invención. Las propuestas de abolición o modificación del sistema de patentes son motivadas casi siempre por el deseo de generar un mejor equilibrio entre estos objetivos encontrados. (Silberston en Lamberton, 1977)

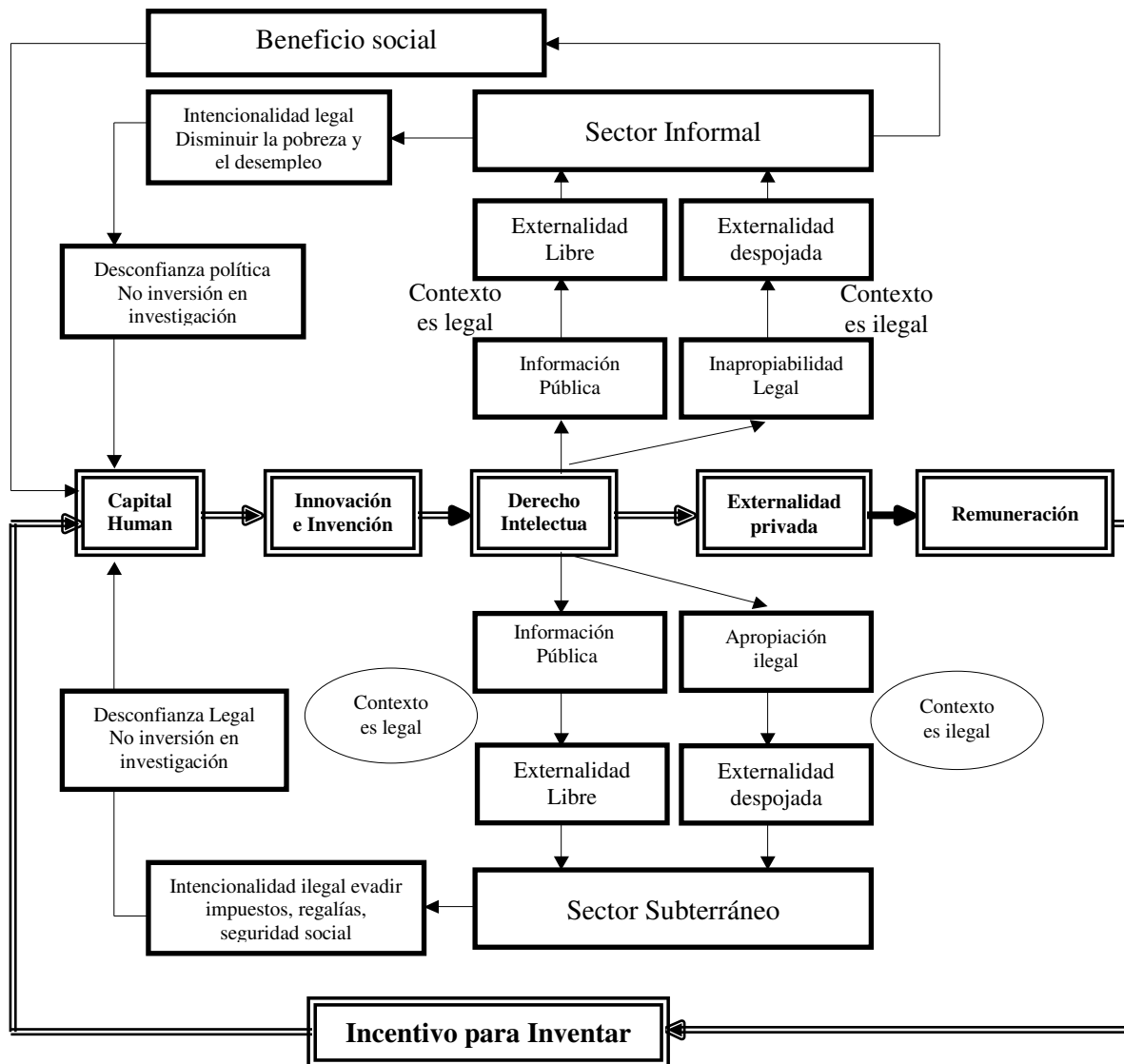
**Composición del sector informal, remuneraciones a la innovación e invención, patentes y externalidades.** El párrafo anterior refiere a los “bienes libres” que mejoran la asignación de los recursos y aunque existen varias connotaciones de este concepto, para efecto del presente estudio serán entendidas como beneficios o externalidades que obtiene la sociedad: Con esta intención se presenta a continuación un esquema (Figura 5) desarrollado de manera personal para mostrar y

describir las variables y sus relaciones que inicialmente encontramos a partir de la revisión exhaustiva de la literatura sobre este tema ya que un descubrimiento o innovación que mediante un proceso de difusión permite que todos lo usen, es otro de los intangibles que aparentemente no forma parte del capital intelectual, pero que es parte, de ese nuevo valor que obtiene la sociedad.

Todo (Figura 5) deriva en un importante problema, ya que las innovaciones normalmente tienen dos dimensiones: a) una privada, apropiable, que beneficia a quien realiza el descubrimiento (patentes), b) la otra dimensión es publica (o de externalidad): en la que la innovación se incorpora al stock de “conocimientos” y todos pueden beneficiarse de sus implicaciones ya que la acumulación de conocimientos es la que marca el paso del progreso y la innovación y, por tanto, del ritmo de crecimiento. Una parte del problema radica en que la innovación tecnológica es una actividad endógena porque las empresas determinan destinar o no recursos a la investigación bajo los principios de costo-beneficio

Así, perspectivas de ventas en mercados más amplios estimulan la innovación al aumentar su rentabilidad, mientras al no poder evitar la **imitación** (externalidad) por empresas extranjeras inhibe la inversión en investigación. Por otra parte, en las actividades de investigación el capital humano aparece como un factor de producción privilegiado. (Tugores Ques, 1995).

Figura 5. Composición del sector informal remuneración al capital humano, patentes y externalidades



Fuente: Elaboración propia

En otras palabras, se infiere que hoy los sistemas de comunicación facilitan la difusión internacional de información e ideas, lo que es socialmente positivo; porque genera que el resto del mundo pueda acceder “gratuitamente” en la medida en que los beneficios de las innovaciones sean remuneraciones “inapropiables” de los resultados de las inversiones en conocimientos. Esta “Inapropiabilidad” puede frenar tal inversión en capital-conocimiento, recordando que en la investigación el capital humano aparece como un factor de producción privilegiado.

Otra limitación de la difusión es la misma propiedad intelectual o industrial, y las diversas estrategias de formación de capital humano, como lo mencionan Correa y Bergel (1996), si se analiza el funcionamiento del sistema de propiedad intelectual, salta a la vista su relación con la libertad de competencia. Los derechos de propiedad intelectual limitan la libertad de competencia. El derecho

de las patentes como lo ha señalado la corte de Casación italiana permite la instauración de un monopolio allí donde debería dominar la libertad de comercio.

Lo descrito anteriormente sobre el Capital humano y las externalidades, nos lleva a relacionarlas con el concepto de empresas formales e informales, esta última definida como lo menciona Larrain y Sachs (2002); la economía subterránea también conocida como la economía “negra”, “paralela” o “informal”, es un fenómeno para el cual hay dos conjuntos de razones para explicar dicha economía subterránea. Primero, muchos agentes económicos prefieren mantenerse en la economía subterránea para poder evadir impuestos. Segundo, cuando el gobierno prohíbe alguna actividad económica establecida, muy rara vez consigue eliminarla; más bien, la empuja hacia la economía subterránea o informal

Lamentablemente, las estimaciones del tamaño de la economía subterránea varían mucho y, en general, no existe una cifra única aceptada para ningún país en particular. (Larrain y Sachs, 2002). Este autor a principios del párrafo anterior establece como sinónimos de la economía subterránea la economía negra, paralela o informal. Con el fin de aclarar si son lo mismo se consultó a Roubaud (1995) quien en una relación no exhaustiva de términos empleados para designar la actividad que escapa a las normas legales y estadísticas: economía no oficial, no registrada, no declarada, disimulada, sumergida, clandestina, paralela, alternativa, autónoma, gris, marginal, contra economía, invisible, ilegal, no observada, escondida, submarina, subterránea, secundaria, dual, oculta, negra, irregular, periférica, informal, de la sombra, Roubaud (1995) a su vez clasifica en tres familias todos los términos anteriores: En la primera, se habla de economía no registrada, no medida y no observada, donde no se emite ningún juicio de valor en cuanto a la propia actividad, como tampoco se especifica la motivación de los agentes comprometidos en ese tipo de actividad. La segunda familia, trata de identificar un conjunto de prácticas ocultadas deliberadamente por quienes se entregan a ellas. Se está a las claras en los límites de la legalidad, e incluso más allá del lado de las actividades delictivas. Los adjetivos empleados tienen una fuerte connotación negativa.

La tercera familia, también destaca el comportamiento de los agentes. Pero ya no favorece el lado “legal” de las actividades en cuestión. Opta por la lógica económica, buscando definir un espacio alternativo. Pese a la aparente anarquía se pueden separar dos grandes familias de enfoques, tomando como punto de partida “todas las actividades no registradas y no delictivas” basadas en la racionalidad económica y otra que se apoye en el binomio legalidad e ilegalidad, como línea divisoria instaurada por las regulaciones del estado. Así, en los países desarrollados los estudios sobre la economía subterránea no se centran en el mercado del empleo y en su eventual segmentación, sino que sobre todo, buscan estimar la amplitud del fenómeno en términos de producción, estableciéndose que esta es una característica de los países desarrollados.

El sector informal es entonces el conjunto de actividades realizadas en los países subdesarrollados por individuos cuyo objetivo consiste en asegurar la supervivencia del grupo “la familia en la mayoría de los casos”, sector que se desarrolla sin la idea de acumulación (de ganancias) que supuestamente caracteriza al capitalismo moderno. Así, la economía informal es un proceso y no un objeto que se define como el conjunto de actividades económicas legales (no delictivas) que escapan a las regulaciones gubernamentales, este punto de vista hace del sector informal, un segmento no regulado, subordinado directamente al sector capitalista, “Lo que lleva a la marginalización es la presencia de un estado mercantilista, que distribuye privilegios a una casta de empresarios bien colocados. Por su exceso de reglamentaciones, hace exorbitantes los costos de la legalización. La desobediencia de las leyes es entonces el único modo de sobrevivir y de ejercer el espíritu de empresa” (De Soto en Roubaud, 1995)

**Composición del Informe de resultados de la encuesta sobre piratería para evaluar el perfil y preferencias del consumidor en la ciudad de Torreón.** El instituto Mexicano de la propiedad industrial, se ha dado a la tarea los últimos años de realizar la aplicación de un instrumento cada año lo que ha permitido conocer cuales son las nuevas actitudes y prácticas participativas de los consumidores de piratería ante la creciente economía informal. Cuyo objetivo es medir y caracterizar el consumo de productos piratas por parte de la población.

**Tabla 1. Distribución de entrevistas realizadas**

LUGAR DE LA ENTREVISTA	NÚMERO DE ENTREVISTAS
Hospital IMSS UMF 18	160
Plaza de Armas	260
Plaza Mayor	380
Total	800

**Fuente: IMPI, (2015).**

Estas entrevistas fueron realizadas en puntos de afluencia en la Ciudad de Torreón en los meses de mayo y junio de 2015, con un muestreo por cuotas aplicado a hombres y mujeres de entre 15 y 65 años de edad en 800 encuestas (Tabla 1)

Como se observa en la tabla 2, De las 800 entrevistas solo se consideran efectivas 711 lo que representa el 89% del total

En este estudio los temas abordados en la encuesta buscaron conocer las características que distinguen a los productos piratas, propensión al consumo de productos piratas, consecuencias del consumo de productos piratas reconocidas por los consumidores, principal desventaja de la piratería

y presencia del instituto mexicano de la propiedad industrial (IMPI) y del instituto nacional del derecho de autor (Indautor) entre el público consumidor.

**Tabla 2. Entrevistas efectivas**

ENTREVISTAS REALIZADAS	NÚMERO DE ENTREVISTAS
Efectivas	711
Anuladas	0
No conoce el tema / Incompletas	89
Total	800

**Fuente: IMPI, (2015)**

Derivado de los datos recabados de las entrevistas realizadas en la Ciudad de Torreón en los meses de mayo y junio de 2015, se han observado las siguientes tendencias:

**Tabla 3. Relación de resultados por pregunta**

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	60 %
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	95 %
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	91 %
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	78 %
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	No	52 %
Incidencia de consumo de productos piratas.	Discos de Música	75 %
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	37 %
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	53 %
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	82 %
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	86 %
¿Los productos piratas son legales?	Falso	90 %
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	80 %
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	66 %
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	44 %
Género de los entrevistados.	Femenino	52 %
Edad de los entrevistados.	15 – 19 años	15 %

Fuente: IMPI, (2015)

En la tabla 3, se puede observar que la diferencia principal fue la calidad en un 60%, y enseguida el precio en un 55%, el 95% de las personas contestó que no le han vendido un medicamento falsificado,

de 234 entrevistados 234 consumen bebidas alcohólicas pero el 91% negó le vendieran alguna falsificada, de los 161 que fuman el 78% negó le hayan vendido cigarros falsificados, el 48% afirmó haber comprado al menos un producto pirata en el último año, los productos pirata que más se consumen son música con 75%, películas 68%, y accesorios de vestir y de moda con un 15%, el 37% de los entrevistados menciona que adquiere productos pirata porque son más económicos y el 14% estableció que están más a la mano y que es lo que puede comprar con su ingreso y no están de acuerdo en pagar el precio de los originales(8%) y algunos tienen calidad (11%), en opinión de los entrevistados es verdad (53%) que la piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país, se dan cuenta que la piratería implica riesgos para la salud pública (82%) y consideran que la piratería puede considerarse delincuencia organizada (86%), por lo que están conscientes que los productos pirata son ilegales (90%), pero que el gobierno no toma medidas para resolver el problema (80%), solo el 16% no sabe que existen instituciones para proteger los derechos de propiedad intelectual y desconocen la frase derechos de propiedad intelectual (66%), de los entrevistados son de sexo masculino 48% y 52% femenino, la mayor proporción se encontraba entre los 15 y 39 años.

## MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

### Alcances y limitaciones del diseño

Como características del método utilizado en este proyecto se diría que es una investigación no experimental, ya que en la realización de esta investigación no se realizara la manipulación deliberada de las variables, es decir, en la investigación no se presenta la variación intencional de las variables independientes. Además, es transversal, porque la recolección de datos se realizará en un solo momento y en un tiempo determinado, donde se tuvo como objetivo describir las variables y analizar la incidencia e interrelación de éstas en dicho momento, sin manipularlas, mostrando un panorama del estado de ellas. El nivel de la presente investigación que se busca alcanzar es el descriptivo ya que es importante indicar que la investigación se desarrolló específicamente con el objeto de describir de la mejor manera; cuáles son las nuevas actitudes y prácticas participativas de los emprendedores y consumidores ante la creciente economía informal.

### Diseño de la muestra

Se aplicó a una muestra de 48 sujetos un instrumento de elaboración propia integrado por 3 variables nominales y 43 variables de intervalo cuyas respuestas se obtuvieron mediante escala de Likert de 0 a 5. Una vez aplicado a personas que trabajan en diversas organizaciones, se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.94 de validez y confiabilidad del instrumento y un error de estimación de la muestra de 1.68%. Estos valores indican que el modelo es Confiable.

## Caracterización de los sujetos de investigación

La muestra quedó integrada por 48 empleados de organizaciones que donde se encontró que de los entrevistados, los de nivel licenciatura son la mayor cantidad y porcentaje (N=28, 58%), así como los de posgrado que representan el 35% mientras los de preparatoria y otros tan solo representan el 6%, por otra parte el 44% (N=21) son de sexo femenino y la mayor parte un 56% son de sexo masculino. Mientras que el 25% (N=12) trabajan o han laborado en el Gobierno, aunque la mayoría están en el sector servicios 35.4%, y en menor proporción 16.6% en la industria, y el 22.9% manifestó trabajar en otro sector.

## RESULTADOS

El análisis univariado y multivariado que se desarrolla en las siguientes tablas y figuras busca evidenciar las respuestas objetivos planteados en la presente investigación.

**Análisis de Datos descriptivos de la muestra.** Las características de los sujetos que participaron en esta investigación descriptiva permiten notar lo siguiente:

**Tabla 4. Distribución de frecuencia por sexo**

SEXO44	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Histograma
Femenino	21	21	43.75	43.75	
Masculino	27	48	56.25	100	

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 4. Se observa como parte de los entrevistados, el 44% (N=21) son de sexo femenino y la mayor parte un 56% son de sexo masculino.

**Tabla 5. Distribución de frecuencia por tipo de organización en la que trabaja**

TIPO45	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Histograma
Gobierno	12	12	25	25	
Servicios	17	29	35.42	60.42	
Industria	8	37	16.67	77.08	
Otra	11	48	22.92	100	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 5. Se observa como parte de los entrevistados, el 25% (N=12) trabajan o han laborado en el Gobierno, aunque la mayoría están en el sector servicios 35.4%, y en menor proporción 16.6% en la industria. Mientras el 22.9% manifestó trabajar en otro sector.



**Tabla 6. Distribución de frecuencia por nivel de estudios realizados**

ESTUDIO 46	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Histograma
Preparatoria	2	2	4.17	4.17	
Licenciatura	28	30	58.33	62.5	
Posgrado	17	47	35.42	97.92	
Otro	1	48	2.08	100	

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 6, la muestra quedó integrada por 48 empleados de organizaciones que donde se encontró que de los entrevistados, los de nivel licenciatura son la mayor cantidad y porcentaje (N=28, 58%), así como los de posgrado que representan el 35% mientras los de preparatoria y otros tan solo representan el 6% del total de los entrevistados.

### Análisis multivariado

Para determinar si el estudio contenía variables válidas se realizaron dos pruebas iniciales; la primera es la medida de adecuación de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO), la cual determina el porcentaje mínimo de correlación entre las variables rectoras de la investigación; el segundo estudio es la prueba de esfericidad de Bartlett el cual a través de la Chi cuadrada se determina el nivel de aceptación de las respuestas de los encuestados.

1822

**Tabla 7. Prueba de KMO y prueba de Bartlett**

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0.512
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2306.191
	G. l.	903
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia.

En la prueba se muestra que la validez del estudio (Tabla 7) con la correlación de las variables es de 51.2% inicial en KMO; además la Chi cuadrada se encuentra en un nivel aceptable por lo cual al correlacionar las variables se obtuvieron datos significativos a través de los cuales se aprobó la hipótesis inicial: el factor mínimo de validez en la prueba de esfericidad de Bartlett es 903 cuya significancia se aproxima a .000 lo cual es significativa al 95% de confianza ( $\alpha < .05$ ).

**Tabla 8. Eigenvalues y la varianza explicada total**

Factor	Valores iniciales			Extracción de cargas Rotación sumas de cuadrados		
	Total	% de Variación	Acumulado %	Total	% de Variación	Acumulado %
1	20.267	47.132	47.132	9.193	21.380	21.380

2	3.826	8.898	56.030	6.696	15.573	36.953
3	2.461	5.722	61.753	5.779	13.440	50.393
4	2.095	4.871	66.624	2.948	6.856	57.249
5	1.749	4.068	70.692	2.096	4.874	62.123
6	1.348	3.135	73.827	1.722	4.006	66.129
7	1.265	2.943	76.770	1.311	3.048	69.177
8	1.127	2.621	79.390	1.303	3.030	72.207
9	1.001	2.328	81.718	.914	2.125	74.332

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 se muestra la varianza explicada total de 74.3%, en donde las variables se reducen a comunales y se determina el nivel máximo de explicación de la encuesta para la investigación; un nivel mínimo aceptable es de 50%, el resto se explica con la teoría contenida en la literatura y con ello se complementa el modelo para la aplicación en la organización; para determinarla se utilizó la extracción a través del método de máxima verosimilitud.

**Tabla 9. Generar externalidades positivas**

Factor 1	Carga factorial	Media	Desviación estándar	Correlación total
RSOCIAL28	.839	3.434783	1.500403	0.8022
RAMBIENTE27	.820	3.456522	1.486331	0.7835
IMAGENE29	.806	3.869565	1.107724	0.6857
INVENTE23	.752	3.413043	1.45413	0.7809
DES INNOV 22	.736	3.543478	1.377704	0.8602
SUELDOS35	.704	3.347826	1.552309	0.8087
TRABAJO34	.700	3.608696	1.390096	0.8421
LEGAL36	.687	3.630435	1.253594	0.7487

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 9, el factor 1. Generar externalidades positivas a partir de las nuevas prácticas y actitudes empresariales que buscan cumplir con la responsabilidad social (RSOCIAL28) y ambiental (RAMBIENTE27), generando con ello una imagen responsable de la empresa (IMAGENE29), también buscan mejorar los sueldos (SUELDOS35) y las condiciones de trabajo (TRABAJO34) al invertir en capital humano que invente (INVENTE23) y desarrolle innovación (DES INNOV 22) para nuevos productos, mientras adquirir patentes legalmente (LEGAL36)

**Tabla 10. Mejora el factor humano**

Factor 2	Carga factorial	media	Desviación estándar	Correlación total
TIC's14	.751	4.173913	1.101602	0.5794
EMPLEOS6	.651	3.304348	1.443292	0.6413
VACACI12	.633	3.673913	1.46142	0.8014
CAPACIT17	.629	3.543478	1.425272	0.8176

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 10 del factor 2, mejorar el factor humano se muestra que dentro las nuevas prácticas y actitudes empresariales buscan intencionalmente usar las TIC's (Tecnologías de la información y la comunicación) (TIC's14), aumentar los empleos formales (EMPLEOS6), para pagar vacaciones (VACACI12) e invertir en la capacitación (CAPACIT17) a los empleados.

Tabla 11. Relaciones con organizaciones Formales

Factor 3	Carga factorial	Media	Desviación estándar	Correlación total
SOVIVIR39	.844	3.956522	1.094563	0.5609
CLIENTE31	.819	3.934783	1.08325	0.6517
RENTABI30	.783	4.043478	1.03186	0.4528
PROVEED32	.782	4.086957	0.9849103	0.719
PLANFISC38	.652	3.978261	1.290807	0.401
PLANEST37	.609	3.652174	1.215043	0.8135

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 del Factor 3, relaciones con organizaciones formales se muestra que dentro de las nuevas prácticas y actitudes empresariales de los emprendedores estos buscan intencionalmente para incrementar la rentabilidad (RENTABI30) de la empresa y a la vez su competitividad es necesario para sobrevivir ante la competencia (SOVIVIR39), establecer mecanismos de Planeación estratégica (PLANEST37) y Planeación fiscal (PLANFISC38) al mejorar y promover relaciones con los clientes formales (CLIENTE31) y proveedores formales (PROVEED32).

Tabla 12. Infraestructura para competitividad

Factor 4	Carga factorial	Media	Desviación estándar	Correlación total
COMPETI18	.634	3.76087	1.268153	0.8328
LOCALES19	.621	3.76087	1.319676	0.7732

Fuente: Elaboración propia Fuente

En la tabla 12 del Factor 4, Infraestructura para competitividad se observa que dentro de las nuevas actitudes y prácticas de los actores organizacionales estos buscan intencionalmente construir locales adecuados para las actividades empresariales (LOCALES19) como base para incrementar la competitividad (COMPETI18)

## CONCLUSIONES

La muestra quedó integrada por 48 empleados de organizaciones donde se encontró que de los entrevistados, los de nivel licenciatura son la mayor cantidad y porcentaje (N=28, 58%) por otra parte el género de sujetos entrevistados tanto mujeres como hombres estuvo equilibrado, la mayoría están en el sector servicios 35.4%, y el 22.9% manifestó trabajar en otro sector.

Después de construir el modelo que caracteriza las relaciones entre los factores, encontramos por un lado las empresas formales que cumplen con la legalidad cabalmente, mientras en el otro extremo encontraríamos al menos dos tipos de empresa en una región económica como la nuestra, su clasificación depende de su intencionalidad: si desea evadir impuestos, no respetar los derechos intelectuales, no cubrir las cuotas de seguridad social, y demás relacionadas con la producción por esto no se registra, para efectos de esta conclusión lo llamaremos sector subterráneo y aquella cuya **intencionalidad** tiene que ver con el salir adelante en el mercado de trabajo y la pobreza, lo llamaremos sector informal.

Recordemos entonces que en esta investigación buscaremos ubicar y caracterizar las externalidades, también conocidas como el uso de la innovación e invención generada por del capital humano en el contexto de lo intangible. Estableciendo en este contexto su relación con el valor de la invención y la innovación en dos planos el privado (propiedad intelectual) y el público (externalidades), así, encontramos algunos problemas y controversias entre estas dos dimensiones. Primero, porque las innovaciones e invenciones incorporan información y si se publica se convierte de inmediato en un “bien libre” a utilizar por el sector informal o subterráneo debido a que el costo de transmisión de la información es tan bajo se puede reproducir a un costo muy bajo o nulo. Y en segundo, porque existe la remuneración a la inversión empresarial y al capital humano para continúen destinando recursos a la investigación y al desarrollo. Además de establecer que la libertad de comercio (derecho de concurrencia) formal se limita al instaurarse el monopolio de una innovación o invención apoyada en los derechos de propiedad intelectual, nos preguntamos el papel que juegan las externalidades como relación entre estas variables.

Respecto al perfil del consumidor de piratería se concluye que son personas que saben diferenciar la calidad y los precios de los productos, en general una gran mayoría las personas compran productos pirata porque generalmente son baratos, hay más variedad y están al alcance de los entrevistados, muchos de los consumidores consideran que se generan empleos pero que también es un concepto ilegal muy mal atendido por el gobierno y las instituciones comprometidas a resolverlos.

Por ultimo en el análisis de factores se concluye que se generan externalidades positivas a partir de las nuevas prácticas y actitudes empresariales que buscan cumplir con la responsabilidad social y ambiental, también buscan mejorar las condiciones de trabajo al Invertir en capital humano que invente y desarrolle innovación para nuevos productos. De esta manera buscan incrementar la rentabilidad de la empresa, no solo sobrevivir ante la competencia por lo que opinan establecer mecanismos de Planeación estratégica y Planeación fiscal al mejorar y promover relaciones con los clientes formales y proveedores formales. Por ultimo cabe decir presentan como opción el adquirir capital fijo como base para desarrollar e incrementar la competitividad. Respecto a la hipótesis: existe

una relación positiva con las nuevas actitudes y prácticas de los empresarios buscan intencionalmente la formalidad organizacional con lo que se da por corroborada

## REFERENCIAS

Correa, C. M. y Bergel, S. D. (1996). *Patentes y competencias. Licencias no voluntarias*. Buenos Aires, Argentina: Rubinzal- Culzoni Editores.

Drucker, P. (1999). *El gran poder de las pequeñas ideas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana, S. A.

Edvinsson, L. y Malone, M. (2004). *El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma, S. A.

Gómez, A. (2015). Piratería dejará pérdidas por 13 mil mdp en 2015: PGR. *Nacional Notimex México*. Recuperado el 25 de agosto de 2015 de <http://m.unotv.com/mobile/nacional/detalle/pgr-compromete-lucha-contra-pirateria-615208/>

Hill, Ch. W. L. (2003). *International Business. Competing in the Global Marketplace*. Fourth edition. New York, USA: Mc-Graw-Hill Higher Education.

IMPI. Instituto Mexicano de la propiedad industrial. (2015). *Informe de resultados de la encuesta sobre piratería para evaluar el perfil y preferencias del consumidor en la ciudad de torreón, mayo y junio de 2015*. Recuperado el 2 de agosto del 2015 de <http://impi.gob.mx/proteccion/Documents/Resultados%20Informe%20Torreon%20Junio%202015.pdf>

Kuramoto, J. (s. f.). *Innovación y competitividad*. GRADE. Recuperado el 2 de Agosto de 2015 de [http://giz-cepal.cl/files/taller\\_id/juana\\_kuramoto\\_rd.pdf](http://giz-cepal.cl/files/taller_id/juana_kuramoto_rd.pdf)

Lamberton, D. M. (1977). *Economía de la información y del conocimiento*. D. F., México: Fondo de Cultura Económica.

Larrain, B. F. y Sachs, J. D. (2002). *Macroeconomía en la Economía Global*. Segunda edición. Buenos Aires, Argentina: Pearson Educación, S. A.

Martínez, M. (2015). Ocupación informal no cede en México. *El Economista*. Recuperado el 16 de Agosto de 2015 de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/08/16/ocupacion-informal-no-cede-mexico>

Mendieta Alatorre, Á. (1992). *Métodos de investigación y manual académico*. Vigésima edición. D.F., México: Editorial Porrúa, S. A.

Nevado Peña, D. y López Ruiz, V. R. (2002). *El capital intelectual: valoración y medición. Modelos, informes, desarrollo, y aplicaciones*. Madrid, España: Pearson Educación, S. A.

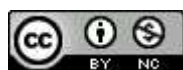
Romer, D. (2002). *Macroeconomía avanzada*. Segunda edición. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana de España S. A.

Roubaud, F. (1995). *La economía informal en México. De la esfera domestica a la dinámica macroeconómica*. D. F., México: Fondo de Cultura Económica.

Tissen, R., Andriessen, D. y Lekanne Deprez, F. (2000). *El valor del conocimiento. Para aumentar el rendimiento en las empresas*. Madrid, España: Pearson Educación.

Tugores Ques, J. (1995). *Economía internacional e integración económica*. Segunda edición. Madrid, España: Mc Graw-Hill/ Interamericana de España.

*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.