



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.

“El impacto de las Políticas Públicas en los elementos de competitividad de las PYMES del Estado de Aguascalientes”

LUIS AGUILERA ENRÍQUEZ¹

MARTHA GONZÁLEZ ADAME²

R. RODRIGO RODRÍGUEZ CAMACHO³

RESUMEN

La presente investigación realiza una aproximación al impacto que pueden tener las políticas públicas en los elementos de medición de la competitividad, partiendo de una diferenciación específica que toma como referencia cinco estados de desarrollo de las empresas; así las empresas Nuevas son las que tienen menos de un año, las empresas Recientes están entre 1 año y 3 años, las empresas Jóvenes están entre 3 años y 7 años, las empresas Maduras entre 7 años y 11 años y las empresas Consolidadas tendrán más de 11 años. El objetivo es analizar los factores que intervienen en la competitividad empresarial, identificando el nivel de influencia y sus interrelaciones, tomando la edad empresarial como característica diferenciadora para acceder a apoyos gubernamentales. Los resultados sugieren que la edad de las empresas afecta la forma en que perciben su entorno y su aptitud para identificar beneficios por acceder a programas de apoyo gubernamental.

Palabras claves: Pyme, Políticas Públicas, Competitividad.

ABSTRACT

This research attempts to make an approach to the impact that public policies can have on the items measuring competitiveness, based on a specific distinction draws on five states of business development, and new companies are those with less a year, companies are among Recent 1 year and 3 years, Young companies are between 3 and 7 years, mature companies from 7 years to 11 years and established companies will have more than 11 years. The objective is to analyze the factors affecting business competitiveness, identifying the level of influence and their interrelationships, from the age of the company as a distinguishing feature to access government support programs. The results suggest that age significantly affects businesses how they perceive

¹ Doctor en Administración Profesor-investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Correo electrónico: laguiler@correo.uaa.mx

² Doctor en Administración Profesor-investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Correo electrónico: mgonzale@correo.uaa.mx

³ Estudiante del Doctorado en Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Integrante del cuerpo académico Correo electrónico: admon_basica@yahoo.com

their environment and their ability to identify benefits provided by access to government support programs.

Keywords: SMEs, Public Policies, Competitiveness.

Introducción.

Toda empresa fue creada para conseguir objetivos específicos y para cumplirlos se necesita analizar los acontecimientos del entorno y la situación propia, bajo un esquema de temporalidad que permita anticiparse a situaciones particulares. Andrews (1998) propuso un modelo de objetivos, propósitos y metas principales además de las políticas y planes encaminados a alcanzar esas metas. Lo que aún sigue en la mesa de discusiones es el papel que las políticas públicas juegan al momento de ofrecer alternativas de solución a ciertas limitantes que se han detectado en el actuar empresarial.

Entre los autores que han investigado a las PYMES mexicanas encontramos a Aragón & Rubio (2005) quienes sostienen que “la aptitud de la empresa para obtener resultados superiores depende fundamentalmente de su habilidad para adquirir y coordinar recursos”. Por lo que los empresarios deben reconocer sus debilidades internas lo que podría orientarlos a buscar oportunidades de asociación con otras empresas para colaborar en la fabricación, la introducción de un producto o servicio en el mercado, o el desarrollo de capacidades en la búsqueda de mejorar su posición competitiva. Blazquez et al (2006), destacan que uno de los objetivos fundamentales de las empresas es la generación de valor para los dueños y el retorno de utilidades en base a la inversión realizada (donde la posición competitiva es un resultado que complementa los indicadores de rentabilidad). La esencia de la empresa definida por Cuervo (2007) como una especialización de funciones, tiene el mismo sentido de establecer mecanismos para conseguir objetivos de ventas, de utilización de activos y generación de valor, que llevan implícita la definición de competitividad.

De la misma forma, Rojo y González (2007) expresan que el crecimiento empresarial se produce a través de nuevas inversiones en la propia empresa o por la adquisición, participación o establecimiento de acuerdos con otras compañías. Es ese sentido que las políticas públicas se pueden insertar como elemento a favor de los resultados empresariales, sin embargo el proceso de formulación de programas de apoyo toma como base un conjunto de empresas divididas por el esquema tradicional de organización, cantidad de empleados y la antigüedad de las mismas. Por ello la presente investigación intenta realizar una aproximación al impacto que pueden tener las políticas públicas en los elementos de medición de la competitividad, partiendo de una diferenciación específica que toma como referencia cinco estados de desarrollo de las empresas; así las empresas Nuevas son las que tienen menos de un año, las empresas Recientes están entre 1 año y 3 años, las

empresas Jóvenes están entre 3 años y 7 años, las empresas Maduras entre 7 años y 11 años y las empresas Consolidadas tendrán más de 11 años.

La importancia relativa del Estado de Aguascalientes va de la mano de su potencial productivo y del surgimiento de empresas que puedan aprovechar las oportunidades comerciales, a continuación se muestra la comparación entre el total nacional y del Estado de Aguascalientes en los rubros de unidades económicas y empleos generados por tamaño de empresa.

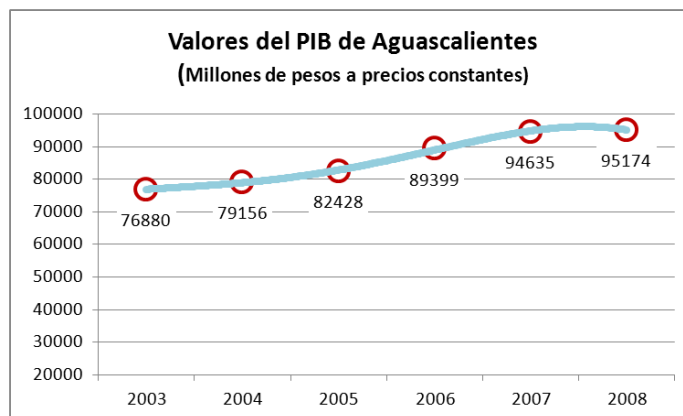
Cuadro No. 1 Distribución De Empresas Por Tamaño (Nacional y Estado de Aguascalientes)

Nacional	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Unidades económicas	3,550,472	147,435	30,142	7,298
	95.1%	3.9%	0.8%	0.2%
Personal ocupado	8,418,441	3,032,770	3,126,380	5,677,135
Aguascalientes	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Unidades económicas	38503	2,068	402	91
Personal ocupado	98,992	42,628	41,159	63,583
	40.2%	17.3%	16.7%	25.8%

FUENTE: (INEGI, 2010)

Como se puede apreciar en el cuadro, las PYMES suman un poco más de 83,000 empleos y están casi a la par de las microempresas en este indicador. En cuanto a las características de las empresas por los principales sectores se podrá analizar en la tabla siguiente que las manufacturas, el comercio y los servicios privados no financieros representan las principales actividades económicas a nivel nacional y a nivel estatal, por lo cual las investigaciones para determinar el comportamiento de las empresas en estos sectores, adquieren suficiente relevancia para ser analizadas.

Gráfico 2 PIB Aguascalientes valores absolutos



Fuente: (INEGI, 2010)

Para el estado de Aguascalientes la desaceleración económica se ha hecho cada vez más evidente, en la gráfica anterior se muestra como la tendencia es más bien de estabilización, donde el riesgo es que si no se toman las acciones necesarias para fortalecer la actividad económica y la generación de empleo se dificultaría revertir una tendencia negativa en la economía del Estado.

Los autores que se han dedicado al estudio de los factores que determinan el crecimiento económico señalan que “el desarrollo de las economías locales y regionales reside en interpretar los procesos de acumulación de capital que impulsan el crecimiento económico” (Vázquez B., 2000).

Algunas investigaciones destacan una tendencia (García, 2007) en el destino de las ventas y compras según el tamaño de la empresa y sostiene que “existe una correlación positiva entre mayor tamaño y mayor presencia en los mercados externos, sobre todo en lo relativo a las ventas. El mercado más diversificado corresponde a las empresas medianas y el más concentrado, sobre el ámbito local, a las microempresas. Además, se encuentran diferencias estadísticamente significativas por ámbito de venta, mientras que las empresas medianas venden un 50.5% de su producción en el ámbito local, las pequeñas venden el 60.6% y las microempresas el 75.3%. En el polo opuesto, las empresas medianas exportan el 10.2% al mercado internacional, frente al 2.7% de las pequeñas y el 2.4% de las microempresas”.

Cuadro No. 3 % Ventas y Compras por tamaño según tamaño de la empresa

	Microempresas	Pequeñas	Medianas
% Ventas Mercado Local	75.3***	60.6***	50.5***
% Ventas Mercado Estatal	7.3**	14.9**	17.0**
% Ventas Mercado Nacional	15.0	21.8	22.3
% Ventas Mercado Internacional	2.4***	2.7***	10.2***
	Microempresas	Pequeñas	Medianas
% Compras Mercado Local	53.5	52.5	45.3
% Compras Mercado Estatal	12.4	13.6	18.9
% Compras Mercado Nacional	31.4	30.6	31.1
% Compras Mercado internacional	2.7	3.3	4.7

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS: (): P<0,1; (**): P<0,05; (***): P<0,01.*

FUENTE: (García, 2007)

Revisión de la Literatura

En esencia el trabajo estratégico de los directivos es entender el entorno competitivo, (INEGI, 2008(b)), (Aceves, 2004), entre otros citan a (Porter, 1980), (Porter, 2008) como uno de los principales exponentes del análisis de las fuerzas competitivas, el punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un

segmento de mercado, la idea subyacentes es que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial. Pero la configuración de estas cinco fuerzas competitivas tendrá diferencias específicas dependiendo de la industria que se esté analizando, porque no existen hábitos de consumo universales y los valores de ponderación para cada fuerza son diferentes en cada contexto. La importancia total de las cinco fuerzas determina el potencial de ganancia en una industria, considerándolo en términos que miden el retorno de las inversiones de capital; donde es entendible que no todas las industrias tienen la misma capacidad de retorno de inversión. Con respecto a la visión del entorno Haugstad (1999) hace la precisión de que la estrategia es un patrón de acciones que integra las metas políticas y procedimientos de una organización en una secuencia de acciones coherente que permite a la organización utilizar sus recursos en una postura única y viable basada en sus competencias internas con el fin de anticipar cambios en el medio ambiente de negocios y las acciones de los competidores.

En este punto se vuelve necesario definir los atributos de las ventajas competitivas que desde el punto de vista interno, son las capacidades fundamentales que colocan a una empresa por encima de otras; es aquello que la organización hace mucho mejor que las compañías rivales, por lo que representa una fuerza para competir que las demás no pueden igualar. Por tanto surgen del “saber hacer”, entendidos como el factor esencial para el desarrollo y supervivencia de la empresa. Aceves (2004) citando a (Sainte Marie, 1995) identifica cuatro formas de conocimiento:

- Convencional, basado en el tiempo que se empleado en diseñar y realizar un trabajo.
- De servicio especializado, se refiere a la comercialización de una habilidad específica en un ámbito particular.
- Tecnológico, que requiere el dominio de tecnologías avanzadas en una organización consolidada.
- Asociado, normalmente relacionado a la venta de artículos propios que exige el dominio amplio de un sector de mercado.

De manera que la competitividad empresarial es uno de los temas que más discusión ha generado porque se le puede medir bajo diferentes puntos de vista, ya sea por la posición estratégica, por la participación en ventas en un sector específico de mercado, por el potencial de desarrollo de innovaciones e incluso por factores asociados a la rentabilidad. Destacan los trabajos presentados por (Barrios, Acosta, & Correa, 2007) (Hadjimanolis, 2000) (García, 2007) (Marren, 2007) (Sengupta, 2005), entre otros.

De manera que las estrategias orientan las decisiones y permite que los planes operativos se realicen de forma concurrente al logro de los objetivos de la empresa; se refiere entonces a la dirección en que se encauzarán los recursos humanos y materiales con la finalidad de incrementar las

posibilidades de cumplimiento de objetivos y metas. Burgelman (2002) define el concepto de Estrategia como la teoría que la alta dirección tiene sobre la base para sus éxitos pasados y futuros, este concepto indica la visión de lo que se quiere ser. Figueroa y Fernández (1997) entienden que es de suma importancia valorar el entorno. Para ello centran su estudio en la identificación de la estructura e identificación de los elementos competitivos y su interacción con las empresas del sector en cuestión. Este análisis del entorno competitivo parte de los conceptos expresados por Porter (1980, 1996) donde se identifican las fuerzas competitivas. Sin embargo debido a la propia complejidad en la definición del concepto crecimiento y su medición vía indicadores, es necesario entender que la decisión de llevar a cabo una estrategia definida por parte de los gerentes de empresa están ligadas a conceptos internos y externos a la propia organización.

El actuar de las empresas, es en general heterogéneo, por ejemplo en aspectos específicos González (2006) sugiere que una mayor integración estratégica de la función de compras fortalece el vínculo entre las capacidades y los resultados empresariales, aunque en su investigación no encontró evidencia significativa que relacione la eficiencia del departamento de compras contra los resultados de crecimiento o rentabilidad de la empresa. Lo mismo sucede al tratar de acotar el concepto de innovación que tiene innumerables investigaciones desde muy diversos puntos de vista, Hadjimanolis (2000) señala que la mayoría de los estudios sobre innovación se han concentrado en empresas grandes, que por su estructura organizacional y por su carácter de orientación a mercado son por naturaleza innovadoras. De hecho en el Manual de Oslo (2005) se identifican elementos sustanciales que sirven para orientar las investigaciones. Sin embargo habrá que reconocer que las pequeñas y las grandes empresas juegan un rol diferente en las actividades de innovación por su requerimiento de habilidades y recursos, las pequeñas empresas presentan características únicas de los recursos escasos, poca influencia al mercado, esquemas de comunicación no formales; pero su fortaleza radica en la flexibilidad y la motivación que los directivos puedan dar sus empleados, además si existe cierta predisposición hacia la innovación estará fuertemente condicionada por el contexto regional o nacional de la industria donde participa.

Martínez (1999) define que la motivación de las empresas a cooperar, es la mejora de la competitividad, que se hace patente al dejar la empresa su aislamiento e introducirse en una serie de relaciones entre empresas, que le procuran mayor flexibilidad y mayor eficacia, al permitirle participar en nuevos conocimientos e informaciones respecto a las actividades que conforman su cadena de valor. Una de las orientaciones de las políticas públicas se ubica en promover dicha cooperación entre las diferentes empresas, sea por el origen de sus compras o de sus mercados, o por la complementariedad de sus actividades productivas y de servicios. Huerta & Pedraja (2008)

indican que si la cooperación entre empresas se da bajo el esquema de Joint Venture⁴ hay que identificarlas como una forma de alianza estratégica con características contractuales y temporales:

- Joint Venture con un Socio Dominante.
- Joint Venture de Administración y Operación Compartida.
- Joint Venture Independientes.

Para Kaplinsky & Santos (2005) las empresas que cuentan con un área de investigación y desarrollo no necesariamente son las que generan mayor cantidad de innovaciones, pero si las realizan de una manera más estructurada y orientada hacia el logro de los objetivos fundamentales de la organización. Además en su investigación demuestran que existe una fuerte correlación entre el precio de los productos nuevos y la magnitud de los esfuerzos por innovación, excepto aquellos basados en la utilización de los recursos de manufactura.

En dicha argumentación (Motta, Oviedo, & Santini, 2010) señalan que el Gobierno puede incidir en la mejora competitiva al reducir los trámites burocráticos por tener relación directa con el surgimiento de nuevas empresas, además identifican que la duración de operación de las empresas tiene que ver con la capacidad inicial de solventar los requisitos y reglamentaciones iniciales, por lo que reducir las barreras de entrada está relacionada con la productividad y la competitividad. A su vez (Klapper & Love, 2010) y (Klapper & Quesada, 2007) señalan que donde existe solidez en las instituciones gubernamentales habrá mejores condiciones para sobrevivir a cualquier crisis y no habría declive en el surgimiento de nuevas empresas.

Si bien es necesario reconocer que el financiamiento es uno de los primeros obstáculos que las empresas deben vencer (JaeHoon, 2007) indica que el tamaño del mercado y la dinámica de aparición de nuevas empresas define las características y disponibilidad de los esquemas de financiamiento. Debiendo reconocer que en economías desarrolladas existen apoyos de acompañamiento empresarial a las nuevas empresas denominados "inversionista ángel" "capital semilla" de la mano de una creciente reducción de cargas impositivas para empresas recién creadas. En ese sentido (Bozeman, 2000) y (Hogwood & Gunn, 1984) señalan que no existe una definición clara y adecuada para todas las actividades económicas del concepto de transferencia de tecnología, por lo que los esfuerzos gubernamentales así como los de las universidades por desarrollar innovaciones son importantes y es responsabilidad de los empresarios acercarse para evaluar el potencial de cada innovación. Por ello según (Lindblom, 1959) y (Lasswell, 1971) para la definición de políticas públicas es necesario la definición de la agenda; la definición de alternativas para la elección; la propia selección entre las alternativas enumeradas y la implementación

⁴ Es una forma de cooperación empresarial entre dos o más empresas nacionales y/o extranjeras, que mediante la integración, interacción y complementariedad de sus actividades y recursos buscan alcanzar propósitos comunes.

traducida en un programa de apoyo específico definido con reglas de operación, responsables y temporalidad. Resulta evidente que alcanzar los objetivos requiere el concurso de muchos elementos (aspectos económicos, descontento popular, problemas políticos, aspectos internacionales, contradicciones gubernativas) que en gran medida escapan al control de los agentes normativos.

En el nivel micro, las políticas públicas están relacionadas con la organización y estructura de las unidades empresariales, con la cultura organizacional dominante y con la gestión eficiente de la misma, tanto en el apartado de gestión de recursos humanos y del proceso productivo. Lo anterior, permitiría concebir a las políticas públicas como un agente de competitividad sistémica, la inversión resultante y sus instrumentos promoverán la competitividad del conjunto del sistema económico.

Objetivo.

Analizar los factores que intervienen en la competitividad empresarial, identificando el nivel de influencia y sus interrelaciones, partiendo de la edad de la empresa como característica diferenciadora para acceder a programas de apoyo gubernamental.

Hipótesis.

- H₁.- Los resultados de competitividad son diferentes dependiendo del grado de madurez de las empresas.
- H₂.- Los gerentes de empresas identifican los beneficios que un programa de apoyo gubernamental ofrece.
- H₄.- A mayor conocimiento de los programas de apoyo gubernamental, mejores serán los resultados de competitividad.
- H₅.- Los factores productivos tienen mayor impacto en el resultado de competitividad que los esfuerzos por innovar.
- H₆.- Las empresas maduras tienen una mayor predisposición estar informadas sobre programas de apoyo gubernamental.

El planteamiento de las hipótesis orienta el trabajo de investigación porque busca aportar elementos de discusión sobre el comportamiento de las PYMES analizadas bajo el conjunto de variables seleccionadas, de manera que se puedan extraer conclusiones sobre la magnitud de las relaciones entre las variables y el impacto combinado de las mismas.

Metodología.

La investigación se realizó en la ciudad de Aguascalientes con una muestra de 205 PYMES de todos los sectores productivos, a cada responsable (gerente) se le aplicó un cuestionario validado mediante alfa de Cronbach (0.91) con 174 reactivos (88% en escala de Likert) y los restantes en

preguntas dicotómicas (que sirven como elementos de diferenciación). Las respuestas fueron codificadas con el programa SPSS, se realizaron los análisis de correlación entre variables, regresión simple (incluyendo el cálculo del coeficiente R^2) y análisis factorial. A este último se le añadió el procedimiento de rotación por varimax y de dichos resultados se planteó el análisis de cargas factoriales para determinar el impacto de cada uno de los factores (incluyendo la prueba de KMO y varianza total explicada).

Resultados.

En primera instancia se realizó el análisis de correlación entre variables, tomando como variable diferenciadora la edad de las empresas y las preguntas relacionadas con políticas públicas como eje de comparación, de ello resultó el análisis de factores; las preguntas sobre políticas públicas cuya correlación resultó significativa fueron:

Cuadro No. 4 Correlación significativa (preguntas de política pública)

El gerente de la empresa tiene información suficiente de los programas que apoyan a las PYMES	Se han evaluado mecanismos de cooperación con las universidades de la región
Las políticas públicas son una oportunidad para el crecimiento de las empresas	Los programas de apoyo fomentan la innovación
Los programas de apoyo fomentan modernización de las PYMES	Los programas de apoyo fomentan mejoras de competitividad
Ha disminuido el proceso burocrático para acceder a los apoyos gubernamentales	El gobierno fomenta la investigación / desarrollo / innovación del sector

Considerando a las empresas Nuevas como aquellas que tienen menos de un año, las empresas Recientes están entre 1 año y 3 años, las empresas Jóvenes están entre 3 años y 7 años, las empresas Maduras entre 7 años y 11 años y las empresas Consolidadas tendrán más de 11 años.

Cuadro No. 5 Análisis de Factores por Edad de la empresa

Tipo de empresa	Nueva	Reciente	Joven	Madura	Consolidada
KMO	0.6	0.6	0.8	0.7	0.8
Varianza Total Explicada	86%	78%	86%	77%	82%
Alfa de Cronbach	.860	.841	.927	.788	.853

El análisis factorial se expresa en la siguiente tabla de forma porcentual para identificar el peso específico de cada variable y por cada tipo de empresa.

Cuadro No. 6 Análisis de Factores por Edad de la empresa (expresado en %)

		NUEVA	RECIENTE	JOVEN	MADURA	CONSOLIDADA
Programas de Apoyo	A ₁	31%	37%	24%	28%	30%
	A ₂	32%	28%	33%	30%	30%
	A ₃	34%	34%	31%	26%	30%
	A ₄	3%	1%	12%	16%	10%
Mejora Proceso Burocrático	B ₁	43%	42%	36%	30%	39%
	B ₂	57%	58%	64%	70%	61%
Información y Cooperación	C ₁	12%	1%	51%	39%	45%
	C ₂	88%	99%	49%	61%	55%

Donde las variables fueron codificadas de la siguiente forma:

Cuadro No. 7 Codificación para preguntas de política pública

A ₁	Los programas de apoyo fomentan la innovación
A ₂	Los programas de apoyo fomentan modernización de las PYMES
A ₃	Los programas de apoyo fomentan mejoras de competitividad
A ₄	El gobierno fomenta la investigación / desarrollo / innovación del sector
B ₁	Las políticas públicas son una oportunidad para el crecimiento de las empresas
B ₂	Ha disminuido el proceso burocrático para acceder a los apoyos gubernamentales
C ₁	El gerente de la empresa tiene información suficiente de los programas que apoyan a las PYMES
C ₂	Se han evaluado mecanismos de cooperación con las universidades de la región

Posteriormente se realizó el análisis de regresión y el ajuste de R^2 para cada tipo de empresa, de manera que se pudiera comparar cada efecto de cada variable. La razón para elegir el grupo de comparación se tomó como elemento al ajuste de la ecuación R^2 de donde se determinó que los tipos a comparar serán las empresas nuevas y las maduras por su mejor ajuste. Como se puede ver en la tabla siguiente las ecuaciones que mejor se ajustan al comportamiento de los datos corresponden a las empresas Nuevas y Maduras ($R^2 = 0.98$ y $R^2 = 0.63$).

Cuadro No. 8 Ecuaciones de Regresión por Edad de la empresa

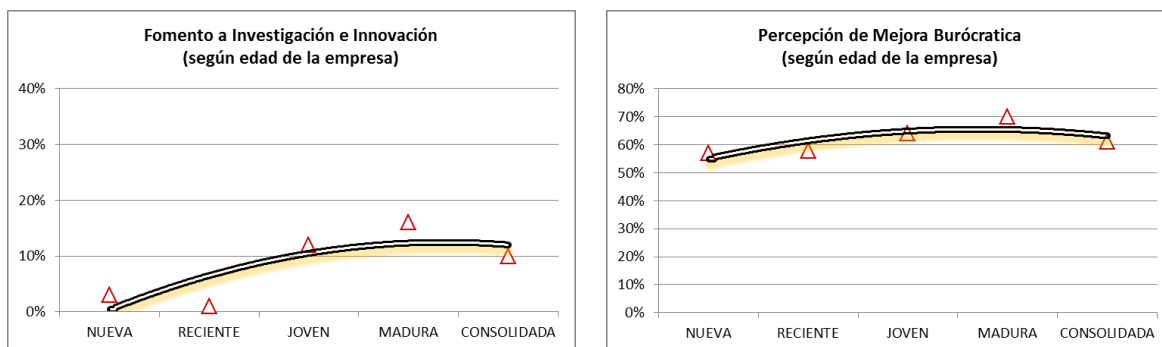
Nueva	$R^2 =$	$F = 3.58 + .12A_1 - .56A_2 + .09A_3 + .81A_4 - .77B_1$
	0.98	$- .03B_2 - .04C_1 + .27C_2$
Reciente	$R^2 =$	$F = 1.43 + .10A_1 - .02A_2 + .19A_3 + .12A_4 + .05B_1$
	0.55	$+ .03B_2 + .24C_1 - .10C_2$
Joven	$R^2 =$	$F = 2.17 - .25A_1 + .10A_2 + .03A_3 - .06A_4 + .16B_1$
	0.38	$- .23B_2 + .34C_1 - .12C_2$
Madura	$R^2 =$	$F = 1.00 - .01A_1 + .21A_2 + .02A_3 + .05A_4 - .12B_1$
	0.63	$+ .40B_2 + .07C_1 + .12C_2$
Consolidada	$R^2 =$	$F = 2.76 + .02A_1 - .02A_2 + .10A_3 + .16A_4 - .05B_1$
	0.14	$- .16B_2 + .06C_1 + .18C_2$

Donde la variable dependiente está definida como los resultados financieros bajo las siguientes preguntas (evaluadas de igual forma con la escala de Likert):

- Se calcula la Rentabilidad de la empresa
- Se tiene una estrategia para solventar las deudas
- El flujo de efectivo mensual de la empresa es positivo
- La tasa de retorno de la inversión de la empresa, se ubica por encima de lo que estaba planeado
- Capacidad de crecimiento financieramente sostenible
- Posición financiera equilibrada
- Pautas de financiación (propia) idóneas para la acumulación de intangibles

Con esa directriz mediante el análisis de factores se puede observar 4 situaciones interesantes que incluyen la variable innovación, mejora burocrática, cooperación con universidades, la información que tenga el gerente de la empresa sobre apoyos gubernamentales y la comparación global entre empresas Nuevas y Maduras.

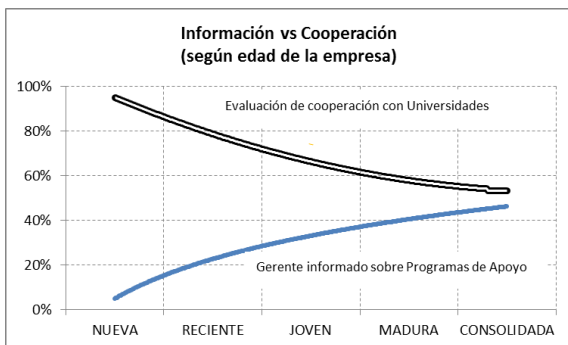
Cuadro No. 9 Comparativo de políticas públicas y Edad de la empresa



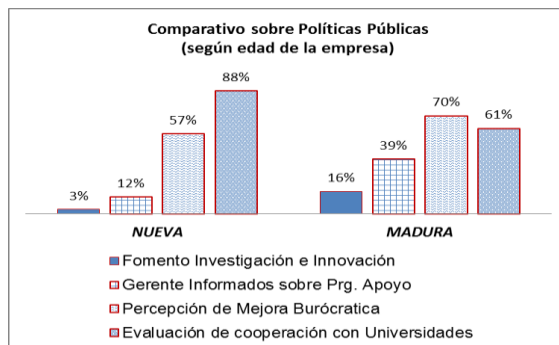
Los resultados indican que a mayor edad de la

Sin embargo la percepción de la mejora en

empresa se fomentan en mayor medida las actividades de innovación



procesos burocráticos es ligeramente mayor conforme la edad de las empresas es más alta



Conforme la edad de la empresa es mayor suceden dos cosas, primeramente se deja de tener interés en buscar mecanismos de cooperación con universidades; por otro lado se incrementa la búsqueda de información del gerente sobre programas gubernamentales.

Los esfuerzos de innovación se ven favorecidos conforme avanza la edad de las empresas; lo mismo sucede con la búsqueda de información y la percepción de mejora burocrática. Solo disminuye la propensión a cooperar con universidades.

De manera global se incluyeron el resto de variables Aspectos Productivos (P), Esfuerzos de Mercadotecnia (M), Aplicación de TIC's (T), e Innovación (IN); incluidas en el instrumento presentado a los gerentes de empresa, y se amplió la variable dependiente con la inclusión de las preguntas relacionadas con la Competitividad:

- a) La empresa es altamente competitiva en precios
- b) La empresa presenta alto poder de negociación sobre proveedores
- c) Los clientes tienen bajo poder de negociación
- d) Se evalúa periódicamente la posición competitiva de la empresa
- e) Existe una estrategia formal y documentada de cooperación con los proveedores

Con dichas ampliaciones se pudo determinar la ecuación general resultante del instrumento aplicado, de igual forma se incluyó el valor de R² para observar el ajuste de la ecuación con el comportamiento global de las variables incluidas.

Cuadro No. 10 Comparativo de Ecuaciones Globales por Edad de la empresa

Ec. Global Empresa Nueva	R ² = 0.99	Competitividad = 0.60 + .36A + .08B - .59C ₁ + .14C ₂ + .89IN - .48M + .12P + .33T
Ec. Global Empresa Madura	R ² = 0.84	Competitividad = 0.92 + .10A + .17B - .05C ₁ + .01C ₂ + .27IN + .03M + .40P - .14T

Se puede analizar más allá del valor de cada coeficiente dentro de las ecuaciones, que:

- a) En las empresas Nuevas los componentes con mayor influencia son la innovación, los esfuerzos de mercadotecnia y los programas de apoyo a la innovación.
- b) En las empresas Maduras los factores más importantes son los aspectos productivos y en menor medida, la forma en que han visto disminuir el proceso burocrático.

Cuadro No. 11 Comprobación de Hipótesis

H ₁ .-	Los resultados de competitividad son diferentes dependiendo del grado de madurez de las empresas.	No rechazar H ₁ Las ecuaciones resultantes tienen pesos específicos diferentes en cada variable
H ₂ .-	Los gerentes de empresas identifican los beneficios que un programa de apoyo gubernamental ofrece.	Rechazar H ₂ Depende de la edad de la empresa
H ₄ .-	A mayor conocimiento de los programas de apoyo gubernamental, mejores serán los resultados de competitividad.	Rechazar H ₃ Depende de la edad de la empresa
H ₅ .-	Los factores productivos tienen mayor impacto en el resultado de competitividad que los esfuerzos por innovar.	Rechazar H ₄ Depende de la edad de la empresa
H ₆ .-	Las empresas maduras tienen una mayor predisposición estar informadas sobre programas de apoyo gubernamental.	No rechazar H ₅ Tienen mayor disposición que el resto de los tipos de empresas

Discusión.

La formulación de políticas públicas no es un simple mecanismo de cálculo que relaciona fines y medios, sino que abarca también los procesos relacionados con la incorporación de temas en la agenda pública en la cual se definen relaciones de poder y corresponsabilidad. La manera en que los empresarios identifican oportunidades dentro de las políticas públicas y los programas de apoyo derivados de las mismas, depende de la habilidad para mantenerse informado del entorno, así como del conocimiento de las fortalezas y debilidades de la propia empresa. A pesar de que las ideas anteriores tengan una lógica sencilla, no siempre los directores de empresa entienden la importancia de llevar a cabo estrategias oportunas para su organización. Para Zapata (2004) existen factores internos en las empresas que dificultan, en diferente medida, los esfuerzos para buscar esquemas de

colaboración. Uno de ellos es una relativa resistencia a la profesionalización de sus mandos directivos.

Lo que se puede establecer al final de ésta investigación es que la forma en como los gerentes de empresa perciben su entorno tiende a variar conforme avanza la edad de la empresa, lo cual da pie a suponer que las políticas públicas y el diseño de programas de apoyo debe supeditarse a entender dicho comportamiento para ofrecer esquemas que en realidad puedan ser aprovechados por los empresarios. De aquí se abre la discusión sobre si sucede lo mismo en empresas de ramos específicos, de producción o de servicios, de transformación o de comercialización; por lo cual se generan por si mismas nuevas líneas de investigación al respecto.

REFERENCIAS

- Aceves, V. (2004). *Dirección Estratégica*. México, D.F.: McGraw Hill.
- Andrews, K. (1998). The Concept of Corporate Strategy. *The Strategy Process*, 51-59.
- Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores Asociados con el éxito competitivo de las PYME's industriales en España. *Revista Universia Business Review, Departamento de Organización de Empresas y Finanzas, Universidad de Murcia*, págs. 38 - 50.
- Barrios, I., Acosta, M., & Correa, A. (2007). Análisis de las ventajas competitivas económico-financieras: una aplicación empírica a la industria manufacturera española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa 10(1)*, 93-111.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Concepto, Perspectivas y Medida del Crecimiento Empresarial. *Cuadernos de Administración, 19(031)*, 165-195.
- Bozeman, B. (2000). Technology transfer and public policy: a review of research and theory. *Research Policy (29) Elsevier Science*, 627-655.
- Burgelman, R. (2002). *Strategy is Destiny: How strategy-making shapes a company's future*. New York: The Free Press.
- Figueroa, & Fernández. (1997). Entornos competitivos: su caracterización y tipología en el contexto empresarial de Galicia. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa 3(2)*, 61-73.
- García, D. (2007). *Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa del Estado de Durango (México)*. Durango, México: Universidades de Juárez Edo. de Durango, Cantabria, Murcia y Politécnica de Cartagena.
- González B. (2006). Efectos competitivos de la integración estratégica de la gestión de compras. *Universia Business Review, (012)*, 10-21.

- Hadjimanolis, A. (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R & D Management, Blackwell publishers.*
- Haugstad, B. (1999). Strategy Theory: a Short Review of the Literature. *Industrial Management.* 1-9.
- Hogwood, B., & Gunn, L. (1984). *Policy Analysis for the Real World.* Oxford: Oxford University Press.
- Huerta, & Pedraja. (2008). Las estrategias corporativas y los resultados empresariales: un análisis por tipo de estrategia corporativa y sector industrial en España. *Cuadernos de Administración, 21(037),* 61-71.
- INEGI. (2008). *Indicadores Regionales de la Producción Manufacturera, para Diecisiete Entidades Federativas.* México. D.F.
- INEGI. (24 de abril de 2010). *Banco de Información Económica.* Obtenido de <http://dgenesyp.inegi.org.mx/bdiesi/bdie.html>
- JaeHoon, Y. (2007). Financing Innovation. *Public Policy Journal (315) The World Bank Group,* 1-11.
- Kaplinsky, R., & Santos, A. (2005). Innovation and Competitiveness: Trends in Unit Prices in Global Trade. *Oxford Development Studies, 33(3&4),* 333-355.
- Klapper, L., & Love, I. (2010). New Firm Creation. *Public Policy Journal (324) The World Bank Group,* 1-11.
- Klapper, L., & Quesada, J. (2007). Entrepreneurship. *Public Policy Journal (316) The World Bank Group,* 1-10.
- Lasswell, H. (1971). *A Pre-View of Policy Sciences.* New York: Elsevier.
- Lindblom, C. (1959). The science of muddling through. *Public Administration Review, (19),* 79-88.
- Marren, P. (2007). High-functioning business strategy. *Journal of Business Strategy, 37-39.*
- Martínez S., A. (1999). Dimensiones y factores determinantes de la competitividad internacional del granito. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (2),* 103-120.
- Motta, M., Oviedo, A., & Santini, M. (2010). An Open Door for Firms. *Public Policy Journal (323) The World Bank Group,* 1-12.
- OECD- EUROSTAT. (2005). *Manual de OSLO.* Noruega: OECD- EUROSTAT.
- Porter, M. (1980). Competitive Strategy. *The Free Press, NY.*
- Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review.*
- Rojo, M., & González, G. (2007). El crecimiento empresarial vía cooperaciones entre compañías. Estudio empírico sobre el sector turístico español. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economías de la Empresa, 127-145.*

- Rojo, M., & González, G. (2007). El crecimiento empresarial vía cooperaciones entre compañías. Estudio empírico sobre el sector turístico español. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economías de la Empresa*, 127-145.
- Sainte Marie, G. (1995). *Dirigir una PYME*. España: Paidós.
- Sengupta, J. K. (2005). *Competition and Growth*. Santa Barbara, California: Palgrave MacMillan.
- Vázquez B., A. (2000). Desarrollo Endógeno Y Globalización. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, Santiago, Chile.
- Zapata G., E. (2004). Las PYMES y su problemática empresarial. Análisis de casos. *Revista-Escuela de Administración de Negocios*, septiembre-diciembre, (052), 119-135 .