



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**DESARROLLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE
IMPULSAN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE
LAS PYMES EN DINAMARCA, FINLANDIA Y SUECIA:
UNA PERSPECTIVA PARA MÉXICO. PERIODO 2008-
2014**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

Licenciada en Relaciones Internacionales

P R E S E N T A :

Giovanna Estephania Ruiz Avila

DIRECTOR DE TESINA:

Prof. Alfredo Córdoba Kuthy

CIUDAD UNIVERSITARIA, 2018





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme brindado la oportunidad de conocer excelentes profesores y poder concluir un ciclo de formación académica y personal.

Al profesor Alfredo Córdoba por tenerme tanta paciencia y apoyarme con este trabajo de investigación, gracias a su conocimiento y orientación pude concluir satisfactoriamente con este proyecto.

A mi familia por apoyarme a lo largo de mi formación académica, confiar en mí y alentarme para concluir con este ciclo académico.

A lo largo de esta etapa conocí a personas increíbles que afortunadamente siguen siendo parte de mi vida, les agradezco que directa o indirectamente hayan compartido conmigo este proceso.

**Desarrollo de las políticas públicas que impulsan la competitividad
internacional de las PyMES en Dinamarca, Finlandia y Suecia: una
perspectiva para México. Periodo 2008-2014**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	1
1.1 FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES.....	1
1.2 FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	2
<i>1.2.1 División internacional del trabajo</i>	<i>2</i>
1.3 NUEVOS ACTORES EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES: LAS EMPRESAS	3
<i>1.3.1 El papel del empresario</i>	<i>5</i>
<i>1.3.2 Competitividad internacional</i>	<i>5</i>
1.4 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES).....	6
<i>1.4.1 Factores que propician la internacionalización de las empresas</i>	<i>10</i>
<i>1.4.2 Obstáculos que impiden la internacionalización de las empresas</i>	<i>11</i>
<i>1.4.3 Proceso de internacionalización de las empresas: Born Global</i>	<i>12</i>
1.5 PERFIL DE LAS PYMES A NIVEL INTERNACIONAL	17
<i>1.5.1 Participación de las PyMES en el comercio internacional.....</i>	<i>18</i>
1.6 INNOVACIÓN.....	19
<i>1.6.1 Tipos de innovación</i>	<i>21</i>
1.7 SOCIEDAD, ESTADO Y POLÍTICAS PÚBLICAS.....	24
CAPÍTULO 2: DESARROLLO DE LAS PYMES EN DINAMARCA, FINLANDIA Y SUECIA.....	26
2.1 DINAMARCA	26
<i>2.1.1. Antecedentes históricos.....</i>	<i>27</i>
<i>2.1.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES.....</i>	<i>29</i>
2.2 FINLANDIA.....	33
<i>2.2.1 Antecedentes históricos.....</i>	<i>34</i>
<i>2.2.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES.....</i>	<i>36</i>
2.3 SUECIA.....	41
<i>2.3.1 Antecedentes históricos.....</i>	<i>42</i>
<i>2.3.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES.....</i>	<i>43</i>
CAPÍTULO 3: SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES EN MÉXICO.....	47
3.1 PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN LA ECONOMÍA DE MÉXICO	47
3.2 OBSTÁCULOS EN LA PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN EL COMERCIO EXTERIOR	49
3.3 POLÍTICAS PÚBLICAS IMPLEMENTADAS EN MÉXICO PARA EL IMPULSO DE LAS PYMES	51
3.4 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS PYMES DANESAS, FINLANDESES, SUECAS Y MEXICANAS.	57
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	61
BIBLIOGRAFÍA	65

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS POR TAMAÑO	7
CUADRO 2. CLASIFICACIÓN DE PYMES EN LA UNIÓN EUROPEA	7
CUADRO 3. PROBLEMAS DE LAS PYMES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	12
CUADRO 4. PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN EL PIB	18
CUADRO 5. TIPOS DE INNOVACIÓN	22
CUADRO 6. COMPARATIVO DEL PROGRAMA GAZELLGROWTH Y ACCELERACE	31
CUADRO 7. PYMES EN SUECIA	42
CUADRO 8. APORTACIÓN DE LAS PYMES AL PIB AÑO 2014	47
CUADRO 9. PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN LOS SECTORES PRODUCTIVOS	48
CUADRO 10. PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES MEXICANAS EN EL COMERCIO EXTERIOR	51
CUADRO 11. SECTOR EMPRENDEDORES	53
CUADRO 12. SECTOR MICROEMPRESAS	53
CUADRO 13. SECTOR PYMES	54
CUADRO 14. SECTOR EMPRESAS GACELA	54
CUADRO 15. PYMES Y EMPLEO	58
CUADRO 16. RELACIÓN PYMES Y CREACIÓN DE EMPLEO	58

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se abordará la temática de las Pequeñas y Medianas Empresas a nivel internacional, el desarrollo de las políticas públicas y los programas derivados de éstas que se han llevado a cabo en Dinamarca, Finlandia y Suecia. Se analizará la situación, las políticas y programas implementados que atañen a las PyMES mexicanas del 2008 al 2014, y ver de qué manera es posible tomar elementos de los tres países antes mencionados para impulsar el desarrollo de este sector en nuestro país.

La presente investigación cuenta con cuatro objetivos de investigación, estos son: analizar las particularidades de Dinamarca, Finlandia y Suecia; conocer las políticas públicas que han aplicado estos tres países para impulsar sus PyMES de manera exitosa a nivel nacional y con esto fomentar su competitividad a nivel internacional; analizar las problemáticas que no permiten el desarrollo exitoso de las PyMES en nuestro país y destacar la importancia de las PyMES en nuestro país así como su impacto en la economía nacional.

En este sentido se plantearon dos hipótesis que se pretenden comprobar: la falta de políticas públicas eficientes, la falta de innovación y cultura son la causa principal por la cual las PyMES mexicanas no logran internacionalizarse y la segunda, de las políticas públicas de Dinamarca, Finlandia y Suecia se pueden adecuar algunos elementos e implementarse en nuestro país para generar un modelo exitoso para las PyMES mexicanas.

En el primer capítulo se abordarán los temas básicos para poder entender la manera en la que se desenvuelven las PyMES a nivel nacional e internacional, el peso que tienen en la economía de cada país, así como los recursos necesarios de los que tienen que hacer uso estas empresas para poder generar competitividad no solo a nivel nacional sino también internacional. De igual forma se habla de la “nueva forma” de internacionalización de las empresas llamada Born Global y que países como Dinamarca, Finlandia y Suecia han adoptado para sus Pequeñas y Medianas Empresas dando resultados positivos. Otro elemento del que se hablará es el papel de las políticas públicas que son implementadas por el Estado y ejecutadas por

diversas instituciones a través de programas que promueven el desarrollo de este sector empresarial en diversos ámbitos.

En el segundo capítulo se trata el tema principal que vamos a estudiar, el desarrollo de las políticas públicas que se han implementado a través de programas en Dinamarca, Finlandia y Suecia con resultados exitosos. El progreso de las PyMES en estos países mucho tiene que ver con sus bases culturales, su formación histórica, así como con el vínculo que hay entre el Gobierno, estas empresas y con los diferentes centros de educación superior.

Se explicarán los principales programas que han motivado la competitividad tanto nacional como internacional de este sector poniendo especial atención a la innovación, tecnología, y emprendimiento para posteriormente dar cuenta de cuáles son los elementos que han permitido a estos países impulsar la competitividad de sus empresas.

Es importante hacer énfasis en que, mediante la implementación de las políticas públicas, estos tres países primero se centran en consolidar sus PyMES a nivel nacional para posteriormente impulsar su exitosa internacionalización.

En el tercer capítulo se hace hincapié en la situación de las PyMES en nuestro país durante el periodo de análisis, así como de los principales obstáculos a los que se enfrentan no solo al internacionalizarse sino también al momento de nacer. Uno de los obstáculos más importantes es la falta de desarrollo de políticas públicas eficientes que respondan a las necesidades que tiene este sector que es capaz de generar la mayor cantidad de empleos en nuestro país, ejemplo de esto es la falta de apoyos crediticios, la falta de capacitación y la falta de fomento a la cultura emprendedora, solo por mencionar algunos.

Por último, en las conclusiones se enfatizará y destacará el aporte del presente trabajo de investigación que surgió de mi estancia en Electrobike, una PyME que se dedica a la importación de bicicletas eléctricas y que al igual que las demás empresas de este sector se enfrenta con obstáculos que no le permiten crecer óptimamente. De igual forma, se plantea la necesidad de crear instrumentos

adecuados para las PyMES y que sean incluyentes con este sector para atender las necesidades reales que tienen ya que estas son el motor económico de nuestro país.

CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES

1.1 Fundamentos de las Relaciones Internacionales

En la actualidad la globalización ha permeado en cada uno de los ámbitos en los que nos desarrollamos, esto implica que las Relaciones Internacionales no se den solo entre Estados, como veremos más adelante éstas se dan entre actores que conforman la sociedad internacional. Las interacciones internacionales son las que constituyen los elementos básicos de las Relaciones Internacionales.

Rafael Calduch nos dice que “la ciencia de las Relaciones Internacionales investiga el mundo de las relaciones sociales, ya se desarrollen entre individuos, entre grupos o entre ambos, aceptando que en las relaciones intergrupales ocupan un lugar preferente las relaciones entre los estados. Sin embargo, del vasto panorama de las relaciones sociales que se nos presentan, el internacionalista debe seleccionar aquéllas cuya dimensión internacional se demuestra precisamente por mostrar una importancia destacable (relevancia) para la existencia y dinámica de una determinada sociedad internacional¹”.

Una de las finalidades de la Relaciones Internacionales es ofrecernos los elementos pertinentes para poder comprender la realidad internacional, esto mediante el análisis, para así generar una reflexión crítica de los fenómenos que ocurren en la sociedad internacional.

Lo anterior nos indica que en estos tiempos se requiere de los procesos de cooperación entre los actores que participan en el desarrollo de la sociedad internacional para que respondan a la dinámica global, esto para lograr no solo el

¹ Rafael Calduch Cervera, *Relaciones Internacionales* [en línea], España, Ediciones de las Ciencias Sociales, 1991, 5 p., URL: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55159/lib1cap1.pdf> [consulta: 06 de mayo 2017].

buen funcionamiento del sistema internacional, sino también para generar bienestar y desarrollo dentro de cada país.

1.2 Fundamentos del Comercio Internacional

A lo largo de la historia han surgido teorías que explican el comercio internacional de acuerdo al momento histórico que se vivía. Podemos observar, que, desde tiempos muy remotos, la sociedad se veía en la necesidad de realizar intercambios para satisfacer la demanda de productos, esto mediante la especialización de cada una.

Podemos definir el comercio internacional como “el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas²”.

El comercio internacional contribuye a la prosperidad económica de los países que participan y/o antes que participan en él, ya que les permite disponer de bienes y/o servicios, aunado a que otorga las condiciones para un mejor aprovechamiento de los recursos productivos dando como resultado la especialización en aquellos productos donde se tiene mayor eficiencia, que puede resultar en mejoras de producción y en la división internacional del trabajo.

1.2.1 División internacional del trabajo

Dentro de los autores que expusieron la teoría clásica del comercio internacional encontramos a Adam Smith quien en 1776 plantea la división internacional del trabajo.

² Cristóbal Osorio Arcilla, *Diccionario de comercio internacional*, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995, p. 48.

Para Adam Smith, los individuos, las empresas y las naciones “se deben especializar en la producción de bienes para los cuales tienen una ventaja y cambiarlos por bienes para los cuales otras naciones tienen una ventaja³”.

A partir del año de 1870, la industrialización crecía en Europa y Estados Unidos demandando cada vez más materias primas que ellos mismos no podían abastecer, esto generó que América Latina, África y Asia se convirtieran en proveedores de esta materia prima para las industrias europeas y estadounidenses.

Económicamente el mundo se dividió en dos: por un lado estaban los países industrializados cuyas economías se basaban en lo que se producía en las fábricas y vendían en todo el mundo y por otro, se encontraban los países que estaban rezagados industrialmente pero tenían la materia prima que era escasa en Europa, por lo tanto ellos podían especializarse en la producción de esta para posteriormente venderla a los países industrializados. Esto dio origen a la división internacional del trabajo.

Adam Smith planteó esta división internacional del trabajo como instrumento para lograr mayores niveles de productividad y eficiencia en la economía de cada país, es decir, que cada nación se especializara en la elaboración de un bien en específico para intercambiar esos productos en los que otras naciones eran eficientes, con esto aumentaría la capacidad productiva de cada país y el coste de oportunidad que se genera a raíz de esto.

1.3 Nuevos actores en las Relaciones Internacionales: las empresas

Un elemento fundamental para el desarrollo de las Relaciones Internacionales son los actores, de acuerdo con Rafael Calduch un actor internacional se define como “aquellos grupos que gozan de una capacidad efectiva para generar y/o participar en unas relaciones internacionales con otros grupos que pertenecen a la misma sociedad internacional⁴”.

³ Adam Smith, *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, Madrid, Tecnos, 2009, pp. 277-278.

⁴ Rafael Calduch Cervera, *Relaciones Internacionales*, España, Ediciones de las Ciencias Sociales, 1991, p. 105.

Siguiendo esta definición, un actor internacional posee y dispone la capacidad de generar, participar e influir activamente en las relaciones que tienen lugar en el ámbito internacional. En este sentido, con el paso del tiempo, con la globalización y con la liberalización de los mercados, las empresas han ido adquiriendo un papel destacado no solo como actores nacionales capaces de influir en diferentes ámbitos, sino también su papel internacional se ha ido fortaleciendo. Tienen la capacidad de influir en su entorno, generan beneficios en un país determinado a través de la creación de empleos, estimulan la competencia e impulsan el crecimiento económico de un país; por lo tanto en la actualidad las empresas tienen un papel muy importante que va más allá del ámbito nacional.

Antes de entender la importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) es necesario definir qué es una empresa. De acuerdo con Idalberto Chiavenato, la empresa “es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos, es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social⁵”.

El profesor Alfredo Córdoba nos dice que una empresa es “una unidad básica de producción que contribuye a la satisfacción de necesidades a cambio de una retribución a quienes participan proporcionando factores y medios de producción; sin embargo, el que organiza este proceso económico es un hombre con talento que descubre una oportunidad en el mercado⁶”.

Dicho lo anterior, la empresa es una organización que tiene como fin satisfacer una necesidad del consumidor y a su vez generar riqueza para las personas que forman parte de está, aquí es necesario destacar el papel de la persona que se encarga de llevar a cabo este proceso: el empresario.

⁵ Idalberto Chiavenato, *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*, México, Mc Graw Hill, 1993, p. 4.

⁶ Alfredo Córdoba Kuthy, “El empresario, el organizador del proceso económico en la economía de mercado”, *Revista Emprendedores al Servicio de la Pequeña y Mediana Empresa*, núm. 160, México, UNAM Facultad de Contaduría y Administración, julio-agosto, 2016, p. 6.

1.3.1 El papel del empresario

La persona que se encarga del buen funcionamiento de la empresa, de organizar las actividades de tal modo que cumplan con su objetivo es el empresario.

El papel que desempeña es de suma importancia ya que él organiza el proceso económico y para esto es necesario que cuente con un talento especial para descubrir y organizar las oportunidades que hay en el mercado.

El profesor Alfredo señala lo siguiente “el empresario es el que integra a los miembros de la sociedad mediante el desarrollo empresarial. Por lo tanto, son ellos los que organizan a la sociedad para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado que es dinámico y competido⁷”, además “debe impulsar el desarrollo de los recursos de los que dispone para enfrentar la constante competencia por medio de capacitación, innovación y desarrollo tecnológico⁸”.

En este sentido no hay que perder de vista que el empresario capacitado es el que se encarga de desarrollar las ventajas competitivas, este tendría que tener un vínculo estrecho con la sociedad, y con las instituciones de educación superior para de esta forma, crear vínculos que sirvan a la empresa y sirvan para la formación de personal cualificado para integrarlo al mercado laboral.

1.3.2 Competitividad internacional

Como vimos anteriormente, para Adam Smith las empresas y las naciones deben de especializarse en la producción de bienes específicos para así generar ventajas sobre otros y dar paso a la competitividad internacional.

La competitividad internacional es definida como “la capacidad que tiene una empresa para lograr un mayor y mejor rendimiento sobre sus competidores en los

⁷ *Ibíd.*, p.6.

⁸ *Ibíd.*, p.6.

mercados extranjeros y preservar así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros⁹.

Para investigadores como Depperu y Cerrato la competitividad internacional de las empresas “tiene que ver con las fuentes de creación de ventaja competitiva, con el perfil de internacionalización, y con la presencia de la empresa en los mercados internacionales y su rendimiento en el extranjero¹⁰”.

Mencionado lo anterior, tenemos que la competitividad internacional hace referencia a las capacidades y habilidades que tienen las empresas para competir eficientemente en los mercados internacionales haciendo uso de sus ventajas competitivas.

1.4 Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES)

Es difícil tener una definición de PyME a nivel internacional, debido a que cada país establece un criterio diferente, uno de ellos es el número de trabajadores para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas; sin embargo, para fines de esta investigación tomaremos en cuenta la clasificación que se utiliza en México y tomaremos de referencia la de la Unión Europea (UE) que es estandarizada para todos los países miembros¹¹.

En México se presenta la siguiente estratificación de las empresas de acuerdo al número de empleados:

⁹ Lorena Serrano Moreno, *Competitividad internacional: un enfoque empresarial*, [en línea], p. 2., Dirección URL: <http://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/01-competitividad.pdf> [consulta: 23 de enero de 2017].

¹⁰ *Ibíd.*, p.2.

¹¹ Recordemos que Dinamarca, Finlandia y Suecia son países pertenecientes a la Unión Europea, por lo tanto esta clasificación los incluye.

Cuadro 1. Estratificación de empresas por tamaño

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado ¹²
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		250
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario Oficial de la Federación, *REGLAS de Operación del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PyME) para el ejercicio fiscal 2013* [en línea], México, Dirección URL: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/23253/A797.pdf> [consulta: 17 de enero 2017].

Mientras que en la UE, se definen como aquellas empresas que cuentan con menos de 250 empleados y un volumen de venta anual de hasta 50 millones de euros o un balance total no mayor a los 43 millones de euros. A continuación su clasificación de acuerdo al número de empleados:

Cuadro 2. Clasificación de PyMES en la Unión Europea

Tamaño	Empleados
Microempresas	Cuentan con menos de 10 trabajadores
Pequeñas empresas	De 10 a 49 trabajadores
Medianas empresas	De 50 a 249 trabajadores
Grandes empresas	250 a más trabajadores

Fuente. Small And Medium-Sized Enterprises (SMES) [en línea], Dirección URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme> [consulta: 17 de enero 2017].

Con base en los cuadros anteriores podemos observar que la clasificación que hay entre México y la UE es similar, por lo tanto es útil para poder realizar más adelante el comparativo entre las PyMES de Dinamarca, Finlandia y Suecia con las de

¹² Tope Máximo Combinado= (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

nuestro país, y así poder contextualizar a este sector empresarial en el ámbito internacional.

Con el paso del tiempo las PyMES han ido adquiriendo mayor importancia ya que representan una de las principales causas del desarrollo económico de un país, generan la mayor cantidad de empleo superando incluso a las grandes empresas, contribuyen al crecimiento económico, así como a la innovación, dando como resultado la competitividad de un país al exterior.

Las Pequeñas y Medianas empresas son una parte importante en muchas economías y juegan un rol clave creando innovación. Por lo tanto usando oportunidades y capitalizando sus fortalezas que caracterizan al sector de las PYME, trae beneficios no sólo al desempeño de la empresa, sino también al desempeño general de la economía del país.

Esto es especialmente importante para las empresas jóvenes, ya que en los primeros años de crecimiento, son más propensos a la lucha con problemas graves y muchos de ellos no pueden hacer frente a la supervivencia en el primer año¹³.

Sin embargo, el crecimiento de este sector está condicionado a diversos factores de carácter interno y externo¹⁴. Dentro de los factores de carácter interno y el que considero más importante, es la falta de preparación del capital humano encargado de operar la empresa debido a que muchas veces estas son de carácter familiar, por lo tanto, esto deriva en una mala administración y en la desinformación que hay en torno al tema.

Algunos investigadores destacan el papel del dueño o director de la empresa al momento de internacionalizarse, por lo tanto si éste no cuenta con la capacidad ni

¹³ Funika Jedynak, *Small and medium-sized enterprises in Denmark* [en línea], p. 106 ., Universitatis Nicolai Copernici, 2015, Dirección URL: http://apcz.pl/czasopisma/index.php/AUNC_ZARZ/article/viewFile/AUNC_ZARZ.2015.050/9082 [consulta: 29 de octubre de 2016].

¹⁴ Para efectos de esta investigación los factores que obstaculizan o promueven el desarrollo de las PyMES se dividieron en internos y externos, estos últimos generan un impacto directo en los internos.

con la información necesaria ocurrirán dos cosas: la empresa ni siquiera considera la opción de buscar mercados internacionales y/o si se decide optar por la internacionalización fracasan por la desinformación que hay.

En los factores externos encontramos las políticas públicas y programas derivados de estas que son implementados por el gobierno y organismos especializados que afectan el entorno en el cual se desarrollan estas empresas, tales como, la internacionalización, el desarrollo de la innovación, el fomento a la cultura y capacitación, financiamientos, entre otras.

De acuerdo con Johan Wiklund “el crecimiento de las empresas viene dado por la combinación de diferentes factores, como el entorno, la iniciativa emprendedora, los recursos de las empresas y la motivación de los empresarios. Pero además, este crecimiento se puede alcanzar a través de distintas vías¹⁵”.

A pesar de la importancia de este sector, para que una PyME pueda sobrevivir y continuar en el mercado interno y/o internacional “tiene que estar al tanto de lo que pasa en los mercados internacionales y las tendencias que los afectan o benefician¹⁶ ya que esto puede ser traducido en oportunidades o amenazas para las empresas.

Uno de los mayores problemas con los que se enfrentan estas empresas y de acuerdo con Jorge Rodríguez, es la falta de recursos humanos y materiales limitados.

Esta situación dificulta el poder atraer capital externo para iniciar o expandir su negocio. Las PyMEs sobreviven con márgenes de ganancia, en ocasiones, muy pequeños, lo que las hace vulnerables por el retraso en los pagos de sus clientes. Las PyMEs tienden a ofrecer

¹⁵ Ministerio de Industria Turismo y Comercio, *Incentivos internacionales al crecimiento empresarial. Informe recopilatorio* [en línea], p. 3., Madrid, 2011, Dirección URL: http://www.ipyme.org/Publicaciones/Incentivos_internacionales_Crecimiento_Empresarial_oct2011.pdf [consulta: 27 de octubre de 2016].

¹⁶ Jorge Rodríguez Martínez, *Estrategias de internacionalización de las PyMEs basadas en la información e innovación: el panorama internacional y el caso de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2013, p.17.

una limitada gama de productos, dependen de pocos clientes y no pueden competir con las economías de escala de las grandes empresas¹⁷.

Datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) demuestran que las PyMES tienen una alta mortandad, ya que menos de la mitad de las empresas de creación reciente sobreviven más de cinco años.

Es necesario entender y como se explicará más adelante que las PyMES necesitan políticas públicas eficientes que ayuden a enfrentar los problemas que atañen específicamente a este sector que son el motor de la economía en cada país.

1.4.1 Factores que propician la internacionalización de las empresas

Dentro de los factores más importantes que favorecen la internacionalización de las PyMES encontramos los siguientes:

- Explotación competitiva de economías de escala, esto facilita la expansión internacional, así como el desarrollo y el crecimiento ya que existen menores costos y esto propicia precios más bajos asociados a compras, producción y/o ventas.
- Las PyMES pueden fungir como proveedores de partes o servicios a compañías grandes, esto les sirve para aprendizaje ya sea directa o indirectamente de sus clientes internacionales. Cabe destacar que dentro de este sector es común que su primer acercamiento con la internacionalización sea a través de actividades de importación.
- El progreso tecnológico en las actividades, procesos y las empresas.
- La relación a nivel internacional que existe entre la productividad empresarial y la productividad nacional.
- Las cadenas de valor, la existencia de industrias especializadas y el aprovechamiento de las ventajas competitivas.

¹⁷ *Ibíd.*, p. 30.

- Aprovechamiento de las áreas de libre comercio en las que se reducen o se eliminan las trabas al comercio.
- La globalización que ha llegado a las finanzas haciendo más fácil la transferencia de recursos monetarios con cualquier tipo de cambio¹⁸.

Los elementos anteriores demuestran que las PyMES pueden tener éxito sabiendo aprovechar las oportunidades, los beneficios de la globalización así como las ventajas competitivas que tienen para incursionar en los mercados globales al igual que las grandes corporaciones.

1.4.2 Obstáculos que impiden la internacionalización de las empresas

A pesar de los grandes incentivos que tienen las PyMES para internacionalizarse, cuentan con obstáculos en los que no solo influye su falta de capacidad e infraestructura o conocimiento, también influye la falta de estímulos por parte de los gobiernos de cada país, a continuación se mencionan los principales:

- Así como el libre comercio es un incentivo para la internacionalización, un obstáculo para este sector son los países que tienen regulaciones muy estrictas creando altos aranceles que no pueden pagar.
- Las PyMES no cuentan con los sistemas, procesos de calidad y certificación que son solicitadas en las diferentes regiones a nivel mundial, por lo tanto no pueden realizar exportaciones.
- Las políticas públicas existentes son ineficientes y muchas veces se convierten en un obstáculo debido a los trámites burocráticos que se deben realizar.
- La falta de capacitación del personal a cargo de las PyMES¹⁹.

Pablo Orlandi, divide los factores que obstaculizan la participación de las PyMES en el comercio internacional en internos y externos:

¹⁸ Pablo Orlandi, *Las pymes y su rol en el comercio internacional*, [en línea], Argentina, Universidad de Palermo, Dirección URL: http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf [consultada: 27 de octubre de 2016].

¹⁹ *Ibíd.*, p.3

Cuadro 3. Problemas de las PyMES en el comercio internacional

INTERNOS	EXTERNOS
Falta de información	Restricciones técnicas al comercio (normas de calidad, estandarización, requerimientos de responsabilidad social empresarial, certificaciones, etc)
Falta de capital (para desarrollo comercial, capital de trabajo, cobertura de riesgo, entre otros)	Procedimientos burocráticos
Capacidades de administración insuficientes (falta de orientación comercial, falta de managers con experiencia internacional y de gestión, idiomas, etc)	Problemas de Marketing y Distribución
Políticas de incentivo incompletas y con falta de continuidad	Falta de cobertura de riesgo (no contratan seguros)
	En países con bajo nivel de infraestructura, altos costos de comunicación y transporte

Fuente: Pablo Orlandi, *Las pymes y su rol en el comercio internacional* [en línea], p. 14 ., Argentina, Universidad de Palermo, Dirección URL: http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf, [consulta: 27 de octubre de 2016].

Como podemos ver los principales obstáculos a los que se enfrentan las PyMES están determinados por la falta de información, capacitación, cultura emprendedora y políticas públicas que no permiten la internacionalización, por lo tanto, las empresas se conforman solo con participar en el mercado local y no a nivel global.

1.4.3 Proceso de internacionalización de las empresas: Born Global

Tradicionalmente las PyMES se han enfocado a los mercados domésticos, sin embargo en los últimos años se han visto involucradas directa o indirectamente en el proceso de internacionalización de sus productos y/o servicios.

En la actualidad con la globalización de los mercados, las empresas no solo buscan tener presencia en los mercados locales, sino que buscan oportunidades al exterior para impulsar su crecimiento.

La internacionalización de las empresas “consiste en el proceso por el cual una empresa participa en la realidad de la globalización, es decir, la forma en la que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional

y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) en distintos países²⁰.

Otra definición es la que nos da Lourdes Villalobos en la que dice que la internacionalización de una empresa “es la apertura a nuevas fronteras por diferentes factores, ya sean competitivos, por cuestiones de competencia doméstica o internacional, o presiones impositivas elevadas, reducción del mercado u otros factores como la toma de decisión²¹”.

La internacionalización frecuentemente es un medio que le permite asegurar a la empresa la supervivencia de la misma y en algunos casos el crecimiento a mediano o largo plazo, dependiendo de las capacidades y habilidades del empresario.

Este proceso de internacionalización continuamente se da con países geográficamente próximos, esto genera beneficios como el ahorro en los costes de transporte, hay mayor control en la logística en las exportaciones, y hay un mayor conocimiento de las variables que inciden en la comercialización de los productos, por lo tanto hay una relación significativa entre las primeras exportaciones de una empresa con la proximidad de los mercados.

Es necesario precisar que la mayoría de las PyMES que comienzan con la internacionalización generalmente carecen de recursos y del conocimiento necesario para comenzar a importar y/o exportar.

Dentro de las teorías más comunes para la internacionalización de las empresas encontramos El Modelo Uppsala desarrollado por Johanson y Vahlne en 1977. Este modelo habla de una internacionalización gradual y evolutiva, es decir, por etapas.

Plantean cuatro etapas y la introducción de un concepto nuevo: *distancia psicológica*²²; las cuatro etapas son: actividades esporádicas de exportación;

²⁰ Arnoldo Araya Leandro, “El proceso de internacionalización de las empresas” [en línea], Tec Empresarial, vol. 3, ed. 3, p. 8., 2009, Dirección URL: <file:///C:/Users/VIP/Downloads/Dialnet-ElProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf>, [consulta: 23 de enero de 2017].

²¹ Lourdes R. Villalobos Torres, *Fundamentos de comercio internacional*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2006, p. 41.

²² Este concepto hace alusión a los factores que dificultan el flujo de información entre los mercados y la empresa, ejemplo de estos son el idioma, la cultura, sistema político, nivel educativo, entre otros.

exportaciones indirectas, es decir, a través de representantes; establecimiento de una tienda en el extranjero; establecimiento de unidades de producción en el extranjero.

Estas etapas se dan de manera gradual y comenzando con los mercados más próximos, aquellos de mayor afinidad cultural, y poco a poco se van introduciendo en los mercados cuya distancia psicológica es cada vez mayor poniendo en práctica el conocimiento, la experiencia y los recursos adquiridos en las etapas anteriores.

Si bien el modelo Uppsala es uno de los más empleados a la hora de internacionalizarse, el modelo *Born Global* ha tenido especial atención ya que se ha implementado dando resultados exitosos, tal es el caso de Dinamarca, Finlandia y Suecia que han adoptado este modelo para sus empresas²³.

Las *born global* son empresas que desde que nacen tienen una orientación internacional. Son PyMES que han decidido probar suerte en los mercados internacionales desde su creación o a muy temprana edad, este proceso se denomina Born Global.

En los países nórdicos aproximadamente el 50% de las PyMES de alta tecnología son Born Global; sin embargo, en los países pertenecientes a la OCDE (incluyendo países desarrollados y en vías de desarrollo) aproximadamente del 1 al 2% siguen esta tendencia sobre todo el sector manufacturero que son internacionales desde su entrada al mercado.

El fenómeno de rápida internacionalización de las empresas se está incrementando a nivel mundial por las siguientes razones:

- La globalización de la economía, el uso de las tecnologías de la información, la reducción de los costos de transporte, desarrollo tecnológico en el área de logística, entre otros, favorecen la creación de PyMES con este modelo de internacionalización.

²³ Cabe destacar que no todas las empresas danesas, finlandesas y suecas adoptan este modelo, sin embargo, la mayoría lo hace.

- Las empresas Born Global, se han incrementado considerablemente y han aumentado su presencia en diferentes partes del mundo.
- La globalización comercial ha favorecido las alianzas estratégicas entre las empresas, esto ha ayudado a acelerar el proceso de ingreso a los mercados internacionales²⁴.

Investigadores como Oviatt y McDougall definen a estas empresas como “una organización de negocios que, desde su inserción, busca obtener una significativa ventaja competitiva en el uso de sus recursos y la venta de sus productos en múltiples países²⁵”.

Knight y Cavusgil definen a las empresas born global como “pequeñas compañías usualmente orientadas hacia la tecnología que operan en mercados internacionales desde los primeros días de su establecimiento²⁶”, y proporcionando dos elementos adicionales que deben de tener en cuenta:

- Definir el porcentaje de producción que se vende al exterior, y
- Observar el periodo transcurrido entre el establecimiento de la empresa y el inicio de la actividad exportadora²⁷.

Como podemos observar esta tendencia de empresas born global o de acelerada internacionalización se definen como aquellas empresas que desde su nacimiento incursionan en los mercados internacionales obteniendo y desarrollando sus ventajas competitivas para mantenerse en el mercado.

Las *born global* se caracterizan por ser PyMES que surgen de los sectores de alta tecnología, así como de los tradicionales; “las born global poseen particularidades que las diferencian de las PyMES convencionales, principalmente en su enfoque

²⁴ En G. Brenes Leiva, F. León Darder, “Las Born Global: Empresas de acelerada internacionalización” [en línea], *Tec Empresarial*, vol. 2, ed. 2, p. 10., 2008, Dirección URL: http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/766/688 [consulta: 23 de enero de 2017].

²⁵ *Ibíd.*, p.13.

²⁶ *Ibíd.*, p.13.

²⁷ *Ibíd.*, p.13.

estratégico, debido a que incursionan en los mercados globales desde el momento mismo del nacimiento de la empresa o en un periodo muy cercano a este²⁸”.

Al igual que las PyMES que siguen una internacionalización basada en etapas, las born global se enfrentan al obstáculo de los recursos limitados (principalmente humanos y financieros), por lo tanto presentan una capacidad limitada de producción por lo que deben enfocarse en los nichos de mercado que han sido oportunamente identificados por el empresario.

Las empresas born global que son exitosas poseen pocos recursos pero tan eficaces que logran una administración eficiente desde sus inicios; “aunado a ello, desarrollan una visión sin límites de los mercados a los que pueden acceder²⁹”.

Un elemento que contribuye en el éxito de estas empresas es el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC's), a través del desarrollo de estas cuentan con la ventaja de poder proveer servicios de menor costo para los clientes, les permiten estar en contacto directo y permanente con clientes y proveedores, además, el uso de las TIC's correctamente lo pueden convertir en una ventaja competitiva frente a sus competidores.

La entrada al mercado internacional de este tipo de empresas se puede dar de la siguiente manera: a través de exportaciones, a través de las licencias o de la inversión directa. Siendo las exportaciones y las licencias la principal manera de incursión en los mercados internacionales.

Para que estas empresas puedan seguir exitosamente este modelo de internacionalización es necesario promover el desarrollo de las exportaciones mediante la creación de políticas que propicien las condiciones e infraestructura idóneas para que estas empresas logren un desarrollo sostenido y a largo plazo.

Por lo tanto, algunos elementos que son básicos para la formación de las born global son la movilidad laboral y académica para adquirir habilidades, capacidades y experiencia a nivel internacional en aquellos países en donde este modelo es

²⁸ *Ibíd.*, p.13.

²⁹ *Ibíd.*, p.15.

exitoso, esto posteriormente va a permitir que el conocimiento adquirido se ponga en práctica generando empresas born global exitosas en cada país.

1.5 Perfil de las PyMES a nivel internacional

Tanto a nivel nacional como internacional estas empresas juegan un papel muy importante al conformar en su mayoría el tejido empresarial en sus respectivos países. A continuación se presentarán una serie de datos que nos ayudarán a dimensionar la importancia de las PyMES a nivel internacional.

Informes de la OCDE indican que del 96 al 99% de todas las empresas de los países miembros de esta organización aportan del 40 al 70% de los empleos, es decir, son las que más generan empleos promoviendo el desarrollo de sus economías, de igual forma contribuyen entre el 30 al 70% del Producto Interno Bruto (PIB) en cada país³⁰.

Solamente en Europa podemos destacar que las PyMES son motores importantes para el crecimiento, la innovación y el empleo, representando más del 90% de las empresas y dando empleo a más de la mitad de la población activa.

En la región de América Latina, este sector representa el 99% de todas las empresas dando como resultado la generación de aproximadamente un 67% del empleo, sin embargo la aportación al PIB y su productividad es muy baja “mientras que las grandes empresas en América Latina tienen niveles de productividad seis veces más altos que los de las pymes³¹”.

Si bien las PyMES son un motor importante de crecimiento económico, podemos observar que distan mucho de ser gran competencia para las grandes empresas y

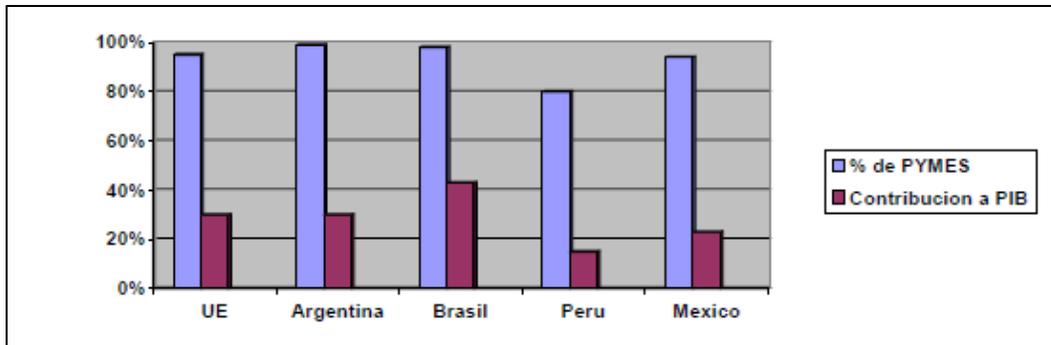
³⁰ OECD, *Latin American Economic Outlook 2017* [en línea], Dirección URL: <http://www.latameconomy.org/EconomicOutlook/> [consulta 18 de enero de 2017]

³¹ OECD, *Nuevas políticas para PYMES se requieren para impulsar el crecimiento en América Latina, según la OCDE y la CEPAL* [en línea], Dirección URL: <http://www.oecd.org/newsroom/nuevaspoliticasparapymeserequierenparaimpulsarelcrecimientoenamericalatinasegunlaocdeylacepal.htm> [consulta: 18 de enero de 2017].

contribuir con el PIB de su país, tal es el caso de México en donde veremos más adelante cual es el impacto que estas empresas generan en nuestro país.

A continuación una gráfica que muestra la cantidad de PyMES que hay en diferentes países con su respectiva aportación al PIB.

Cuadro 4. Participación de las PyMES en el PIB



Fuente. Christina León Mendoza, *Impacto de la globalización en la incursión de las PyMES mexicanas en mercados internacionales*, Tesina de licenciatura, Facultad de Estudios Superiores de Aragón, UNAM, México, 2010, p. 27.

1.5.1 Participación de las PyMES en el comercio internacional

A pesar de que las PyMES tienen un gran peso en la economía de cada país, estas tienen una baja participación en el comercio internacional y esto se debe en gran medida a la ineficiencia de los factores externos mencionados anteriormente que afectan a las empresas, por señalar algunos:

- “Falta de promoción e infraestructura suficientes.
- Falta de crédito y medios de financiación.
- Falta de instrumentos de capacitación a medida de sus necesidades³²”.

Es necesario hacer mención que a pesar de la ineficiencia de los factores antes citados, las PyMES contribuyen en el comercio internacional de la siguiente manera:

- Forman parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales.

³² Pablo Orlandi, *op. cit.*, p.3.

- Exportan productos y servicios para nichos especializados del mercado.
- Importan y distribuyen productos de Pymes extranjeras.
- Proveen servicios de soporte en la cadena de transacciones del comercio internacional (logística, despachos, etc.)³³.

A continuación algunas cifras de la contribución de las PyMES al comercio internacional:

- En Estados Unidos este sector participa con la contribución de aproximadamente el 30% de las exportaciones.
- En los países miembros de la OCDE la contribución aproximada es del 25 al 35% de los productos manufacturados que se exportan a nivel global.
- La región de Asia Pacífico contribuye con cerca del 30% de las exportaciones.
- En la UE el 25% exporta a otro Estado miembro, y de este porcentaje solo el 13% se decide a exportar fuera de Europa.
- En la región de América Latina representan entre el 1 y el 3% del total de las exportaciones³⁴.

Como podemos observar a nivel regional aún es muy baja la incidencia que tienen las PyMES en el comercio internacional y más en la región de América Latina. A pesar de esto la tendencia muestran un incremento de este sector hacia la internacionalización ya sea en el ámbito de importación y/o exportación.

1.6 Innovación

La innovación es un elemento fundamental para que las PyMES puedan seguir compitiendo en el mercado así como para mejorar sus procesos y competitividad a nivel internacional.

³³ *Ibíd.*, p. 5.

³⁴ Carolina Santos, *La competitividad internacional de las pequeñas y medianas empresas (PyME) y su incidencia en las exportaciones mexicanas. 2000-2007*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. 2016

La gestión de la tecnología es una herramienta indispensable para la innovación empresarial, ya que se encarga de la comprensión del fenómeno innovador, de su práctica, del impacto que tiene en la competitividad empresarial, los diferentes actores que participan en la misma, de los procesos y prácticas, así como de la medición y la evaluación, técnicas y herramientas necesarias para que esta sea efectiva de acuerdo al contexto y al momento histórico en el que se presente.

Para que una empresa pueda ser innovadora es necesario que realice la gestión tecnológica de manera organizada, sistemática y eficaz. Se puede contar con esta gestión pero sin estos elementos la innovación y los procesos que llevan consigo, al no estar estructurados y bien organizados no brindaran los resultados esperados y esto se vería reflejado en la pérdida de competitividad de la empresa.

Autores como Schumpeter y organizaciones como la OCDE a través del Manual de Oslo³⁵, han dado sus propias definiciones de innovación en las que si bien incluyen diferentes elementos coinciden en el aspecto tecnológico, en las ventajas competitivas y en la cuestión del mercado y que esta se puede dar en procesos, productos y/o servicios.

En la definición que nos da Schumpeter señala como innovaciones “la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado en un país —aun existiendo ya en otro—, la conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o productos semielaborados, independientemente de si ya existe o tiene que ser creada, y la implantación de una nueva estructura de mercado³⁶”.

Otra definición que encontramos es la del Manual de Oslo, en la que señala a una empresa innovadora como:

³⁵ El Manual de Oslo es una guía para la realización de mediciones y estudios de actividades científicas y tecnológicas, fue elaborado por la OCDE junto con la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT). UNED, *Manual de Oslo* [en línea], Dirección URL: http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto

³⁶ En Enrique Medellín, *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa* [en línea], p 21., México, Siglo XXI editores, 2013. Dirección URL: http://132.248.234.73/pluginfile.php/165/course/section/97/3_Medellin_CE_Construir_la_innovacion%20n%20Int_Cap1.pdf [consultado el día 21 de Mayo 2015].

Es aquella que ha introducido una innovación durante el periodo bajo revisión. Las innovaciones no tienen que haber tenido éxito comercial —muchas innovaciones fracasan—. Las empresas innovadoras pueden ser divididas en aquellas que han desarrollado innovaciones principalmente por sí mismas o en cooperación con otras empresas u organismos públicos de investigación, o las que principalmente han innovado adoptando innovaciones desarrolladas por otras empresas (por ejemplo, nuevos equipos). Las empresas innovadoras pueden distinguirse también por los tipos de innovación que han implementado, por ejemplo si ellas han desarrollado un nuevo producto o proceso, o si ellas han introducido un nuevo método de mercadotecnia o algún cambio organizacional³⁷.

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores y para fines de este trabajo tomaremos la definición propuesta por Nuria López, José Montes y Camilo Vázquez en la que señalan que “la innovación es el proceso a través del cual la empresa genera nuevos o mejorados productos y/o procesos productivos, o nuevas formas de organización o comercialización con el objetivo de adaptarse al entorno y generar ventajas competitivas sostenibles³⁸”.

Con lo anterior, podemos decir que la innovación tiene como finalidad la introducción de conocimiento nuevo o una combinación de conocimientos ya desarrollados a las diferentes áreas que componen a la empresa para así generar mayores ventajas en el mercado en el que se desenvuelve.

1.6.1 Tipos de innovación

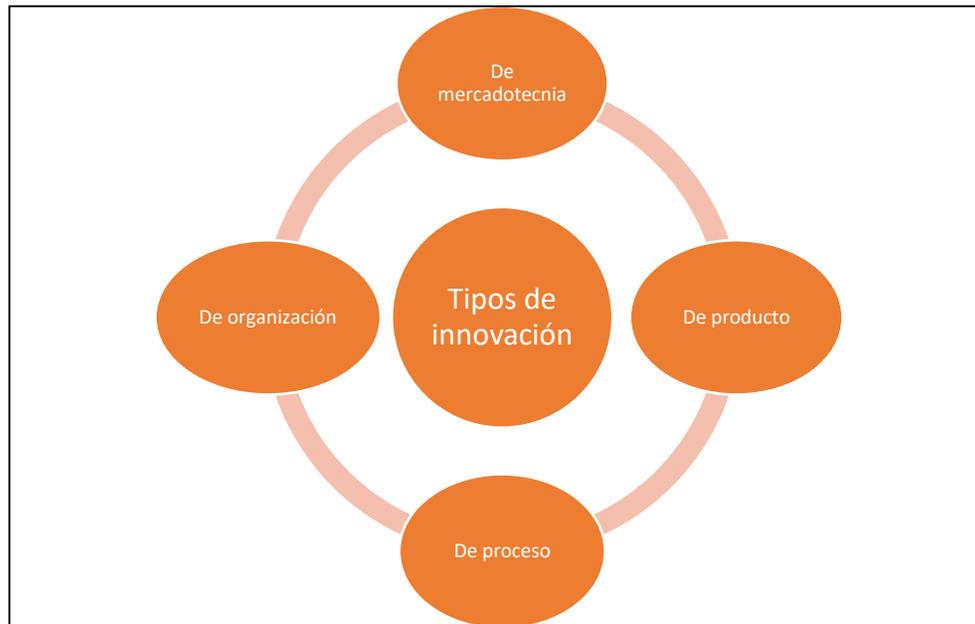
Es importante señalar que los procesos de innovación de las empresas son diferentes de acuerdo a las siguientes características: el sector, al tamaño de la empresa, al campo de conocimiento, al tipo de innovación, al país, entre otros. Esto

³⁷ *Ibíd.*, p. 27.

³⁸ Nuria López Mielgo; et. al., *Cómo gestionar la innovación en las Pymes*, España, Netbiblo, 2007, p.5.

se ve reflejado en la gestión de tecnología de cada empresa ya que responderá a los procesos de innovación en los que cada una de ellas sea participe.

Cuadro 5. Tipos de innovación



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del Manual de Oslo en: http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto [consulta: 28 de diciembre de 2016].

Hay diferentes tipos de innovación, de acuerdo al Manual de Oslo elaborado por la OCDE en el año 2005, podemos identificar cuatro tipos:

- De producto. Se distingue por la aportación de un bien o servicio ya sea nuevo o mejorado. Para que se pueda considerar como una innovación debe de presentar características diferenciadas de los productos ya existentes tanto en la empresa como en el mercado.
- De proceso. Este tipo de innovación se da en los sectores de producción y distribución, es decir, se implementa en los cambios de las técnicas y materiales que se utilizan en la empresa, logrando una disminución en los costes de producción, distribución, mejorando la calidad, y optimizando los tiempos de distribución.

- De organización. Esta se realiza mediante la aplicación de programas informáticos. La innovación se implementa en los procedimientos llevados a cabo por la empresa con el objetivo de mejorar los resultados y optimizar la productividad.
- De mercadotecnia. La empresa emplea un nuevo método de comercialización el cual se ve reflejado ya sea en el envasado, diseño, promoción, mejora de precio, etc...con el fin de incrementar las ventas³⁹.

Estas empresas innovadoras suelen trabajar en conjunto con universidades para desarrollar investigación así como para crear un vínculo y elaborar programas que ayuden a la capacitación y especialización de recursos humanos que puedan desempeñarse de manera eficaz con el uso de las nuevas tecnologías.

Los vínculos generados entre las universidades y las empresas, se tienen que dar a través de políticas, incentivos e instrumentos de apoyo que ayuden a la investigación y desarrollo así como a la capacitación de personal, es por eso que muchas veces las empresas imparten cursos para la especialización en ciertas áreas universitarias para preparar a los estudiantes y crear futuros profesionistas altamente cualificados que puedan ser empleados después en las mismas empresas.

Por lo tanto, la innovación para una empresa es fundamental y más aún para las PyMES que se encuentran compitiendo en un entorno globalizado y de cambios continuos en el que tienen que adaptarse y evolucionar constantemente para impulsar las ventajas competitivas que tienen frente a otras empresas. “Esta visión de la competitividad y de la innovación fundamenta las estrategias empresariales y las políticas públicas que persiguen potenciar la innovación⁴⁰”.

³⁹UNED, *Manual de Oslo* [en línea], p. 194., Dirección URL: http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto [consulta: 28 de diciembre de 2016].

⁴⁰ Nuria López Mielgo; et. al. *op. cit.*, p. 20.

La gestión tecnológica, la innovación y la vinculación entre las empresas y las universidades son imprescindibles en una empresa, en específico en las PyMES, para que puedan ser competitivas en el mercado internacional.

1.7 Sociedad, Estado y Políticas Públicas

Podemos definir a las políticas públicas como el instrumento del Estado “para atender determinadas realidades que afectan directa o indirectamente a la sociedad, sean de tipo social, política o económica⁴¹”.

Otra definición propuesta por Corinne Larrue es la siguiente:

Una concatenación de actividades, decisiones o de medidas coherentes por lo menos en su intención, y tomadas principalmente por los actores del sistema político-administrativo de un país con la finalidad de resolver un problema colectivo. Estas decisiones dan lugar a actos formalizados, de naturaleza más o menos coercitiva, con el objetivo de modificar el comportamiento de “grupos que conforman blancos”, los cuales se encuentran supuestamente en el origen del problema por resolver⁴².

Es de suma importancia destacar el papel del Estado en todo el ciclo de las políticas públicas, desde su diseño hasta su evaluación. “Al referirse a políticas públicas es imposible ignorar aspectos trascendentales como el papel del Estado, su impacto en la sociedad, los procesos políticos y el contexto institucional⁴³”.

⁴¹ M. Isabel, P, Javier, “Políticas Públicas: proceso de concertación Estado-Sociedad” [en línea], Maracaibo, *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 12, núm. 39, septiembre de 2007, Dirección URL: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000300004 [consulta: 31 de enero 2017].

⁴² Edith Kauffer, *Las políticas públicas: algunos apuntes generales* [en línea], p. 4., Dirección URL: <http://revistas.ecosur.mx/ecofronteras/index.php/eco/article/viewFile/465/463> [consulta: 26 de mayo 2017].

⁴³ Jaime Torres Melo; Jairo Santander, *Introducción a las Políticas Públicas Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y Ciudadanía* [en línea], Bogotá, IEMP Ediciones, 2013, p. 15, Dirección URL: http://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf [consulta: 12 de octubre de 2017].

Uno de los modelos más utilizados para abordar el estudio de las políticas públicas es el modelo sistémico. De manera general en este se considera al mundo político como un subsistema que cuenta con actores, reglas y estructuras. “Frente a las presiones, solicitudes y estímulos, este sistema reacciona con una respuesta: la política pública⁴⁴”.

Las políticas públicas juegan un papel muy importante en el desarrollo económico de un país, ya que a través de estas se van a satisfacer las necesidades de los actores involucrados en la sociedad de un país. Para efectos de esta investigación las políticas públicas nos van a servir para observar la forma en la que se han ido desarrollando programas para las PyMES en Dinamarca, Finlandia y Suecia.

Las políticas públicas se implementan a través de programas que se ejecutan mediante diversas instituciones gubernamentales, estos programas son herramientas de las que las políticas públicas se auxilian para poder cumplir con los objetivos que han sido establecidos.

“Las políticas públicas y los gobiernos, en particular, tienen un papel crucial que jugar en la definición e implementación de nuevos enfoques integrales para el desarrollo, donde la política industrial y las pequeñas y medianas empresas estén ubicadas en el centro de la agenda⁴⁵”.

Se requiere que los gobiernos generen nuevas políticas que respondan a las necesidades actuales a las que se enfrentan las PyMES en nuestro país, de esta manera se logrará impulsar la competitividad internacional de estas generando beneficios económicos para México.

⁴⁴ Edith Kauffer, *op. cit.*, p. 5.

⁴⁵ OECD, *Nuevas políticas para PYMES se requieren para impulsar el crecimiento en América Latina, según la OCDE y la CEPAL* [en línea], 16 de noviembre de 2012, Dirección URL: <http://www.oecd.org/newsroom/nuevaspoliticasparapymesserequierenparaimpulsarelcrecimientoenameric alatinasegunlaocdeylacepal.htm> [consulta: 18 de enero de 2017].

CAPÍTULO 2: DESARROLLO DE LAS PYMES EN DINAMARCA, FINLANDIA Y SUECIA

2.1 Dinamarca

Dinamarca es el país más pequeño de la región nórdica, cuenta con una población de 5, 668, 743 habitantes, su extensión territorial es de 43, 094 km². El desarrollo de la economía danesa se debe al avance tecnológico que se ha implementado en el país. Los sectores más importantes de su economía son: administración pública, educación, seguridad social y salud, comercio, transporte, entre otros.

En cuanto a las cifras referentes al sector de exportación, las más representativas son las siguientes: “Suecia y Alemania (13% de las exportaciones), Reino Unido (9.4% de las exportaciones), Estados Unidos (7.6% de las exportaciones) y Noruega (5.6% de las exportaciones)⁴⁶”.

Las PyMES constituyen las bases del crecimiento económico, laboral y de innovación en la economía danesa ya que representan el 99.4% de las empresas y contribuyen con aproximadamente el 72.6% de los empleos, cabe señalar que en promedio las PyMES cuentan con 10 empleados⁴⁷.

Dinamarca cuenta con la tasa más baja de costo de seguridad social para trabajadores en toda Europa, esto genera bajos costos para el empleador y a su vez esto les permite emplear a más trabajadores. Uno de los indicadores que son fundamentales para las PyMES es el tiempo en que tardas en poner una empresa, este país tiene un promedio de 5.5 días para poder emprender un negocio.

La institución principal que se encarga exclusivamente de mejorar las condiciones, impulsar la competitividad y facilitar los negocios de las PyMES es *The Danish Federation of Small and Medium-Sized Enterprises (DFSME)*.

Entre sus servicios destacan la consultoría para incrementar las oportunidades de las PyMES de participar en intercambios con el fin de poder establecer cooperación

⁴⁶ Funika Jedynak, *op. cit.*, p. 106.

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 106.

empresarial y tener la oportunidad de participar en los mercados internacionales. Esta federación está en contacto permanente con los políticos responsables de la elaboración de las políticas públicas, esto con el fin de aumentar y generar políticas que impulsen este sector tan importante para Dinamarca.

Una de las claves del éxito de esta Federación radica en que siempre están en contacto con los actores locales, Organizaciones No Gubernamentales, organizaciones empresariales e instituciones educativas.

La segunda institución más importante es *The Trade Council of Denmark* la cual apoya a las PyMES principalmente en realizar estudios de mercado para conocer los mercados internacionales con gran potencial para incursionar. Forma parte del Ministerio de Asuntos Internacionales que se encarga de la promoción de las exportaciones danesas y de las inversiones extranjeras en Dinamarca.

2.1.1. Antecedentes históricos

Para entender el exitoso desarrollo social, económico y político que han tenido estos tres países, el investigador Nima Sanandaji establece que las razones del progreso de estos países se manifiestan inclusive antes de la creación del Estado-Nación al no formar parte del feudalismo como el resto de Europa. Esto dio como resultado que los pueblos generaran riqueza, fundaran compañías e industrias y comenzarán a desarrollar sociedades con altos grados de confianza mutua y responsabilidad moral.

“La prosperidad nórdica poco o nada tiene que ver con el gran Estado y sí mucho con la libertad, el emprendimiento, un Estado limitado pero activo y probo, la cultura cívica, la moral y la igualdad básica de oportunidades⁴⁸”. Por lo tanto la base de estas sociedades radica en los altos niveles de confianza, cohesión social y una fuerte ética del trabajo, es decir, la cultura es una de las bases para el éxito de Dinamarca, Finlandia y Suecia.

⁴⁸ Nima, Sanandaji, *El poco excepcional modelo escandinavo. Cultura, mercado y el fracaso de la tercera vía*, Madrid, Unión Editorial, S.A., 2015, p. 9.

Con el paso del tiempo y debido a las diversas crisis económicas que han enfrentado estos países aunado a la globalización, cada uno ha ido implementando reformas hacía la liberalización de los mercados para adecuarse a las exigencias actuales dando siempre los mismos resultados positivos en su implementación.

Mencionado lo anterior, daremos paso a explicar el proceso histórico que vivió Dinamarca hasta llegar a ser uno de los referentes de estabilidad a nivel mundial.

En la última mitad del Siglo XIX, “Dinamarca triunfó basándose en una combinación de emprendimientos a pequeña y a gran escala. Las firmas grandes y exitosas competían con el movimiento de las cooperativas y con firmas más pequeñas y artesanales⁴⁹”.

Las reformas que comenzaron a introducirse favorecieron el libre mercado así como la apertura comercial. Si bien el éxito de estos países lo podemos ubicar antes del estado de bienestar, para efectos de esta investigación nos centraremos en el desarrollo del mismo.

La historia del modelo danés la podemos contextualizar a partir de 1970, en este año Dinamarca era el tercer país más rico a nivel mundial (en cuestión de PIB per cápita). Sin embargo, en el año 2003 debido a una crisis comenzó a aumentar la tasa de paro y de estar en el tercer lugar paso al séptimo. Esta crisis generó una serie de modificaciones que se realizaron al modelo económico de Dinamarca y para el año 2006 habían logrado reducir la tasa de desempleo así como recuperar el tercer puesto a nivel mundial en PIB per cápita.

Los cambios que se llevaron a cabo han sido denominados como modelo de “Flexiseguridad”, es decir, es una combinación de un alto grado de flexibilidad en cuanto al mercado laboral, la protección al trabajador desempleado, junto con una política eficaz activa de empleo.

La flexibilidad en el mercado laboral consiste en que las contrataciones y los despidos se producen con mucha más facilidad, rapidez y sin un coste para la

⁴⁹ *Ibíd.*, p.45.

empresa. Esto da como resultado la adaptación casi inmediata de las necesidades de mano de obra que tienen las empresas en función del rol económico de las mismas. En Dinamarca hay una mayor predisposición de las empresas en contratar y despedir personas, en comparación de otros países como el nuestro en donde la rigidez del mercado laboral es un motivo por el cual se podría explicar la elevada tasa de desempleo.

Con la flexiseguridad, el modelo danés no prescinde del modelo de bienestar ya que los ciudadanos poseen seguridad social financiada por el Estado y éste les otorga un subsidio alto por desempleo; cuentan con un fondo para los desempleados el cual es financiado a través de aportaciones de los mismos trabajadores.

Todos los daneses que se encuentren en situación de desempleo tienen derecho a un subsidio por paro, sin embargo esto les concede obligaciones, una de ellas es que tienen que encontrar empleo de forma activa o pueden capacitarse para ello; si un desempleado que cuenta con el subsidio después de tres meses sigue sin empleo, el gobierno le obliga a ocupar un puesto de trabajo que se encuentre libre.

Un elemento de suma importancia que logra hacer de esto un modelo exitoso y eficaz, es la política activa de trabajo (esto hace referencia a la formación profesional y reconversión de oficios para los desempleados).

Este modelo ha logrado tener a Dinamarca con una tasa de paro entre las más bajas a nivel mundial, han logrado introducir un cambio de suma importancia en el Estado de Bienestar ya que no protege el empleo sino que protege la flexibilidad y con el desarrollo de las empresas han logrado impulsar su competitividad al exterior.

2.1.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES

En cuanto a las políticas públicas que han sido adoptadas por el gobierno de Dinamarca en el periodo de análisis, encontramos cuatro programas que han sido la base para el desarrollo exitoso de las PyMES danesas:

1. “*Vækstguiden*” o Guía de crecimiento.

Aquí se establecen no solo los instrumentos del gobierno danés, también se ofrecen los instrumentos regionales y de la Unión Europea. El objetivo principal es que las empresas danesas a través de una sola página web puedan acceder a la información y programas que apoyan al crecimiento agilizando y simplificando los procedimientos para las PyMES. Los apoyos incluyen financiación y asesoramiento. Aunado a esto, en la guía pueden encontrar los siguientes servicios:

- Subvenciones.
- Financiación: préstamos, créditos y garantías. También se recoge capital de riesgo, capital de crecimiento, y además, se encuentran garantías, avales o similares.
- Seguros para hacer frente a terceros.
- Acuerdos entre asociaciones.
- Asesoramiento gratuito y orientación.
- Consultoría.
- Investigación y formación⁵⁰.

La *Vækstguiden* se ha implementado exitosamente ya que las PyMES danesas o las personas interesadas en emprender un negocio encuentran en un solo lugar la información necesaria ya sea para crear la empresa o para obtener créditos para comenzar con la actividad exportadora y por lo tanto con la internacionalización de sus productos.

2. GazelleGrowth

En temas de crecimiento empresarial, Dinamarca puso en marcha el programa *GazelleGrowth*, cuyo objetivo es acelerar el crecimiento de las empresas danesas con alto potencial de crecimiento internacional⁵¹.

⁵⁰ Ministerio de Industria Turismo y Comercio, *Incentivos internacionales al crecimiento empresarial. Informe recopilatorio* [en línea], Madrid, 2011, p. 8., Dirección URL: http://www.ipyme.org/Publicaciones/Incentivos_internacionales_Crecimiento_Empresarial_oct2011.pdf [consulta: 27 de octubre de 2016].

⁵¹ *Ibíd.*, p. 8.

Este programa se gestiona a través del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Dinamarca, y cuenta con un grupo de gestores internacionales asignados a las empresas para ayudar a acelerar su crecimiento. Este programa tiene una duración de 16 meses a partir del momento en el que las empresas hagan uso de él, durante este lapso se desarrollan 5 fases que ayudan al crecimiento internacional de las empresas.

Se elige a las 40 PyMES más exitosas que cuenten con 5 a 105 empleados, esto ayuda a fomentar no solo la competitividad internacional sino entre las mismas compañías danesas para ser acreedoras a este tipo de beneficios, es decir se generan incentivos para las compañías que sepan utilizar sus ventajas competitivas frente al resto.

3. Accelerace

Tiene una duración de 16 meses (4 meses de planeación estrategia y 12 meses para su ejecución y resultados) y es un programa dirigido para las 20 PyMES más exitosas que tienen muy poco tiempo de haber sido creadas que cuenten con 1 a 30 empleados.

El programa abarca la comercialización a nivel internacional que se enfoca en la innovación de producto, está a cargo del Ministerio de Economía y Asuntos Empresariales.

Cuadro 6. Comparativo del programa GazellGrowth y Accelerace

<i>GazellGrowth</i>	<i>Accelerace</i>
Su objetivo es ayudar a las PyMES a entrar en mercados internacionales	Ayudar a las PyMES de reciente creación a comercializar sus productos de manera exitosa
Se enfoca en crecer a través de nuevos mercados	Se enfoca en crecer a través de la innovación de producto
PyMES que cuentan con 5 a 105 empleados	PyMES que cuentan con 1 a 30 empleados
Han creado planes exitosos para la incorporación de las empresas en mercados internacionales	Han creado planes exitosos para la comercialización de productos de las PyMES estableciendo bases sólidas en el mercado local y posteriormente en el internacional

Fuente. Elaboración propia basada en Rebecca Scheel en: <http://startvaekst.dk/file/19946/> [consulta: 27 de noviembre de 2016].

4. Born Global

En cuanto al apoyo a la internacionalización de las empresas podemos destacar el Programa Born Global, que se ha denominado el nuevo modelo de internacionalización de las empresas. En este programa se incluyen servicios que van en función del tipo de negocio y las necesidades que tienen. Se pueden distinguir los apoyos de acuerdo a la fase del proceso de internacionalización en la que se encuentre la empresa, estos van desde la preparación para exportar, el inicio a la exportación, eventos especiales y conferencias; los servicios están destinados a las empresas de crecimiento de alta tecnología en industrias seleccionadas⁵².

Uno de los servicios al que se le ha dado mayor importancia es la preparación a la exportación, ofrece: “asesoramiento individual que ayuda a optimizar las herramientas de las empresas para afrontar con garantías la actividad internacional a través un plan de acción personalizado⁵³”.

El objetivo principal es que si la empresa tiene potencial internacional, pero no cuenta con una estrategia clara, la PyME puede solicitar el servicio de preparación para la exportación. Si la empresa ya tiene una estrategia entonces se le brinda ayuda en la fase de gestión de las exportaciones.

Las empresas deben de cumplir con una serie de requisitos, los más importantes son contar con menos de 50 empleados y tener ingresos anuales por debajo de los 50 millones de dólares⁵⁴.

Con las acciones anteriores podemos observar que Dinamarca ha impulsado el crecimiento y la internacionalización de las PyMES a través de una serie medidas enfocadas a la financiación y al asesoramiento en cada paso de las exportaciones, dando prioridad a industrias específicas; así como de un nuevo modelo de internacionalización llamado Born Global, que se menciona en el capítulo anterior. Estas medidas junto con la creación de El Centro Profesional para Graduados

⁵² Las industrias predominantes son: informática, telecomunicaciones, electrónica y juegos, salud, energía y medio ambiente.

⁵³ *Ibíd.*, p. 9.

⁵⁴ *Ibíd.*, p.9.

Universitarios de Copenhague han servido para que los jóvenes recién egresados encuentren empleo en las PyMES (que constituyen la mayoría de las empresas danesas).

Esta vinculación entre el gobierno, los estudiantes y las empresas ayuda a que este sector de la población cuente con una oportunidad tanto para adquirir experiencia laboral, como para ampliar y desarrollar sus conocimientos ya que se ha comprobado que al emplear jóvenes, estas empresas tienen un mayor potencial de crecimiento.

2.2 Finlandia

Finlandia cuenta con una población de 5.3 millones de habitantes y una extensión territorial de 338, 145 km². La economía finlandesa está basada en la alta industrialización, siendo el comercio la actividad más importante ya que durante los últimos años las exportaciones han representado más de un tercio de su PIB⁵⁵.

Las principales exportaciones son productos de metal, manufacturas electrotécnicas, maquinaria, equipos de transporte, madera y derivados y productos químicos. Mientras que sus principales importaciones son materias primas, energía, bienes de consumo y bienes de inversión.

Sus principales socios comerciales durante el 2014 fueron Alemania (13.9% de exportaciones), Suecia (10.3% de sus exportaciones), Rusia (5.9% de sus exportaciones), China (4.7% de sus exportaciones), Países Bajos (6.6% de sus exportaciones), Francia (2.8% de sus exportaciones), Estados Unidos (7.0% de sus exportaciones), y Dinamarca (1.7% de sus exportaciones)⁵⁶.

⁵⁵ Santander, *Finlandia: Política y economía* [en línea], Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/finlandia/politica-y-economia> [consulta: 02 de febrero de 2017].

⁵⁶Embajada de Finlandia en México, *Información sobre Finlandia* [en línea], Dirección URL: <http://www.finlandia.org.mx/public/default.aspx?nodeid=37957&contentlan=9&culture=es-ES> [consulta: 02 de febrero de 2017].

Los finlandeses cuentan con una estrategia de crecimiento a largo plazo, esto les ha permitido crecer de manera sostenida, ya que no se enfocan en dar solución a los problemas económicos a corto plazo, sino que generan estrategias proyectadas a largo plazo y esto los ha convertido en una economía importante a nivel tecnológico en tan solo 15 años.

Las PyMES constituyen la base de su economía ya que el 98.9% de sus empresas pertenecen a este sector (empleando a menos de 50 personas) y el 93.4% de las empresas cuentan con menos de 10 empleados⁵⁷.

En Finlandia encontramos tres instituciones que ofrecen servicios de apoyo a las PyMES:

1. Finpro,
2. Finnvera y
3. Tekes⁵⁸.

“El papel de las PyMES en el empleo y en la economía finlandesa es bastante significativo. De todos los empleados del sector privado, hasta el 65% trabaja para empresas que emplean a menos de 250 personas. Estas empresas generan alrededor del 50% de la facturación combinada de todas las empresas finlandesas. Las PyMES son responsables de más del 16% de los ingresos de exportación de Finlandia⁵⁹”.

2.2.1 Antecedentes históricos

Para la década de los noventa, Finlandia atravesó una crisis económica derivada de dos factores: el colapso de la Unión Soviética quien era su principal aliado

⁵⁷ The Federation of Finnish Enterprises, *The small and medium-sized enterprises* [en línea], Dirección URL: <https://www.yrittajat.fi/en/about-federation-finnish-enterprises/small-and-medium-sized-enterprises-526261> [consulta: 02 de febrero de 2017].

⁵⁸ Ministerio de Industria Turismo y Comercio, *op. cit.* p. 10.

⁵⁹ The Federation of Finnish Enterprises, *The small and medium-sized enterprises* [en línea], Dirección URL: <https://www.yrittajat.fi/en/about-federation-finnish-enterprises/small-and-medium-sized-enterprises-526261> [consulta: 02 de febrero de 2017].

comercial y a las pésimas regulaciones financieras junto con el endeudamiento a nivel privado.

Es a partir de este momento que Finlandia comienza a formar su Estado de bienestar ya que se comienzan a desarrollar las reformas en el modelo finlandés. Para poder enfrentar la crisis el gobierno se enfocó en la educación, crearon una nueva estructura educativa dando como resultado que sus trabajadores se encuentren entre los más cualificados del mundo.

Dada la calidad de los trabajadores, las empresas finlandesas han logrado tener un alto grado de competitividad, de acuerdo al Informe Global de Competitividad que publica el World Economic Forum, Finlandia se encuentra dentro de los diez primeros lugares (ocupa el décimo)⁶⁰, mientras que nuestro país está en el número 51.

Al igual que Dinamarca y Suecia, Finlandia realizó cambios en su estructura económica, la economía se basaba en la fabricación de productos industriales maduros, como los forestales (madera, celulosa, papel), sin embargo con la caída de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) se centraron en el desarrollo de nuevas tecnologías como las comunicaciones y la electrónica.

Con el Estado de Bienestar, el Gobierno ha logrado un consenso entre los empresarios y los sindicatos, esto se ve reflejado en la sociedad, en los precios estables y esto les ha permitido mantener la competitividad a nivel internacional.

Otro aspecto que debemos mencionar dentro de su modelo económico es el incremento en Investigación y Desarrollo (I+D) del 3.30% de su PIB de acuerdo a estadísticas del año 2013 del Banco Mundial, comparado con el 0.50% que destina nuestro país. Este elemento es de suma importancia debido a que el 70% del total lo realiza el sector privado. La entrada de Finlandia a la Unión Europea fue un

⁶⁰ Es importante mencionar que Dinamarca y Suecia están dentro de los primeros doce lugares.

estímulo debido a que el comercio exterior juega un papel muy importante representando el 74.3 % de su PIB⁶¹.

2.2.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES

En cuanto a las políticas públicas que han sido adoptadas por el gobierno Finlandés en el periodo de análisis, encontramos las siguientes acciones que han sido la base para el desarrollo exitoso de las PyMES finlandesas: Han creado un paquete de medidas políticas para promover el crecimiento basado en la cultura innovadora:

Cuentan con un grupo de trabajo que examina el resultado de un incentivo fiscal para empresas con gasto en I+D, el cual complementa el sistema de ayudas directas por actividad innovadora.

Las tres instituciones mencionadas anteriormente junto con el programa de aceleración de las start-up “VIGO” y el programa The Growth Firm Service son las medidas en las que nos centraremos en esta investigación, a continuación de manera breve se explicará cuál es la función de cada institución para poder entender la manera en la que apoyan a estos dos programas implementados por el gobierno que son fundamentales para el éxito de las PyMES finlandesas.

Finpro.

Es una institución pública que ayuda a las PyMES a internacionalizarse, fomenta la inversión extranjera directa y se encarga de promover la marca Finlandia en el exterior. Las PyMES pueden obtener sus servicios en cualquier momento y de forma gratuita.

En cuanto a la internacionalización manejan cuatro etapas:

- Planificación del crecimiento internacional

⁶¹ Santander. *Cifras del Comercio Exterior en Finlandia* [en línea], Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/finlandia/cifras-comercio-exterior> [consulta: 03 de noviembre de 2016].

- Planificación de la entrada en el mercado elegido
- Establecer la presencia de la empresa y
- Mejorar la posición en el mercado.

Estas etapas se logran gracias a las oficinas que tienen en todo el mundo, de esta manera los expertos que les brindan asesoría conocen los mercados locales a los que pretenden ingresar las PyMES finlandesas.

Finnvera.

Es la empresa estatal financiera de crédito para las exportaciones finlandesas. Entre sus funciones destacan el otorgamiento de préstamos, créditos y garantías. Es la encargada de financiar desde el inicio, el crecimiento y la internacionalización de las PyMES cubriendo las garantías de los riesgos derivados de la actividad exportadora.

“Finnvera refuerza el potencial operativo y la competitividad de las empresas finlandesas ofreciendo préstamos, garantías nacionales, garantías de créditos a la exportación y otros servicios relacionados con la financiación de las exportaciones⁶²”.

Ofrecen garantías tanto para los riesgos políticos como para los comerciales asociados a la financiación de las exportaciones. Los riesgos políticos serán aquellos que surjan de la situación económica o política del país donde la PyME finlandesa tenga clientes. Mientras que los riesgos comerciales son aquellos que pertenecen al comprador o a la institución bancaria del mismo.

Esta agencia de crédito a la exportación está encaminada por los objetivos políticos que son establecidos por el Estado cada cuatro años, entre estos objetivos se encuentran los siguientes: aumentar el número de empresas que inician sus operaciones; financiar cada etapa de las PyMES que comienzan con la exportación

⁶² Finnvera, *Finnvera in brief* [en línea], Dirección URL: <https://www.finnvera.fi/eng/finnvera/finnvera-in-brief/finnvera-introduction> [consulta: 01 de febrero de 2017].

de sus productos; promoción del crecimiento empresarial, la internacionalización y las exportaciones.

TEKES

The Finnish Funding Agency for Innovation o (TEKES) es la organización pública más importante de Finlandia que se encarga de financiar la investigación, el desarrollo y la innovación en este país.

Esto lo hacen a través de impulsar actividades de innovación no solo en la comunidades de investigación, también en la industria y en las universidades. TEKES se encarga de financiar avances tecnológicos y enfatiza la importancia de las innovaciones que van relacionadas con el diseño, el servicio, las empresas y las innovaciones sociales.

Como se menciona anteriormente esta organización pública trabaja con las principales empresas innovadoras y centros de investigación. “Cada año, Tekes financia unos 1.500 proyectos de investigación y desarrollo empresarial y casi 600 proyectos de investigación pública en universidades, institutos de investigación y universidades de ciencias aplicadas⁶³”.

La financiación de la investigación, desarrollo e innovación que se da a través del apoyo de esta organización va dirigida a proyectos que generan a largo plazo beneficio tanto para la economía como para la sociedad a través de la aplicación de estos en las empresas.

Como veremos a continuación los dos programas que se mencionaran están vinculados con las instituciones anteriormente descritas.

Programa de aceleración de las start-up “VIGO”

Este programa es una iniciativa de TEKES y Finnvera con el apoyo del Ministerio de Economía y Empleo. Sus objetivos son:

⁶³ Tekes, *Tekes- The Finnish Funding Agency for Innovation* [en línea], Dirección URL: <https://www.tekes.fi/en/tekes/> [consulta: 02 de febrero de 2017].

- *Dar incentivos a los mejores desarrolladores de negocios para ayudar a las empresas más prometedoras a convertirse en empresas exitosas,*
- *Asegurar el financiamiento en etapas tempranas para las startups, aumentar su valor para los accionistas y hacer de las startups objetivos atractivos para los inversionistas de riesgo,*
- *Seguir aumentando importantes inversiones de capital de riesgo después de la etapa de aceleración para apoyar la expansión de las empresas objetivo y*
- *Fortalecer el mercado de capital de riesgo finlandés y atraer a más aceleración internacional y agentes de capital riesgo a Finlandia⁶⁴.*

El crecimiento de las empresas se acelera a través de una mayor financiación y una conexión directa con profesionales capacitados internacionalmente en el desarrollo de las empresas en crecimiento. Las pequeñas empresas que pueden obtener este beneficio son las que cuenten con menos de cinco años de vida, que tengan un negocio innovador o que este orientado a la tecnología.

The Growth Firm Service

Es un ejemplo de los programas enfocados al apoyo a las empresas con un alto potencial de crecimiento. Está a cargo del Ministerio de Industria y Comercio y “su objetivo es identificar a las empresas e iniciativas emprendedoras con un alto potencial de crecimiento y actuar como un punto único de contacto de los servicios públicos para las empresas de alto crecimiento⁶⁵”.

⁶⁴ VIGO, *Program goals* [en línea], Dirección URL: <https://vigo.fi/program#programgoals> [consulta: 03 de febrero de 2017].

⁶⁵ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, *op. cit.*, p. 10.

Con este programa las empresas pueden tener el apoyo de las tres instituciones⁶⁶, sin necesidad de dirigirse a cada institución, es necesario contactar a una sola persona que el programa pone a disposición de las empresas.

Cuando las PyMES son identificadas, los asesores analizan las necesidades que tienen para comenzar su crecimiento, y con base a estos análisis, se priorizan las necesidades específicas con los servicios más ad hoc de las instituciones que participan en el programa.

Aproximadamente hay 100 servicios de apoyo diferentes de los que pueden ser acreedores las PyMES. Si bien el objetivo de este programa son las empresas de alto crecimiento, cualquier otra empresa del sector de la tecnología puede beneficiarse de él.

Finlandia ha optado por el apoyo a la innovación para desarrollar la competitividad y el crecimiento en sectores específicos como el de la tecnología. Como vimos cuentan con diversas instituciones que fueron creadas para promover y facilitar el desarrollo de nuevas ideas, esto genera que los empresarios puedan tener apoyo de cualquier tipo en el proceso de innovación y crecimiento de sus empresas.

Así como Dinamarca, en Finlandia también se han establecido vínculos con entre empresas, gobierno y universidades para que los jóvenes a lo largo de su formación puedan desarrollar proyectos innovadores ya sea entre alumnos o en alianza con las PyMES, lo anterior da como resultado que las empresas tengan personal cualificado y al mismo tiempo los jóvenes puedan comenzar a adquirir experiencia laboral una vez egresados de la universidad.

⁶⁶ Finnpro, Finnvera, y TEKES.

2.3 Suecia

Suecia cuenta con una superficie de 450.295 km² y con una población de 9,866, 670 habitantes. Los sectores más importantes de la economía sueca en 2014 “eran la administración pública, la defensa, la educación, la salud y los servicios sociales (24,0 %), la industria (20,1 %), y el comercio mayorista y minorista, el transporte y la hostelería⁶⁷ (17,0 %) ⁶⁸”.

Aproximadamente el 50% de la economía de Suecia está orientada al mercado exterior, siendo Alemania, Dinamarca y Finlandia el principal destino de estas exportaciones, Estados Unidos, Reino Unido, Noruega, China, Francia y Bélgica le siguen en menor medida. En cuanto a sus importaciones sus principales socios son: Alemania, Países Bajos, Noruega, Dinamarca, Reino Unido, China, Finlandia, Bélgica, Francia y Polonia.

Cifras de los años 2014 y 2015 indican que el 73,1% de sus exportaciones se dirigieron a Europa, y dentro de ésta, un 58,5% de sus exportaciones a países de la Unión Europea y un 39,5% de sus exportaciones a la zona euro; un 12,3% de sus exportaciones a Asia y un 10,6% de sus exportaciones a América⁶⁹.

Sus principales exportaciones son de maquinaria y equipos de transporte (siendo los vehículos automóviles las más altas); productos químicos, plásticos, papel, celulosa, madera y tabaco.

Se han enfocado en la internacionalización de las empresas ya que su economía depende principalmente del comercio internacional “para poder mantener una

⁶⁷ Con hostelería hacemos referencia a lo relacionado con el sector de la hotelería.

⁶⁸ Unión Europea, *Suecia una visión general* [en línea], Dirección URL: http://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/sweden_es [consulta: 03 de febrero de 2017].

⁶⁹ Oficina de la Información Diplomática del Ministerio de Asunto Exteriores y de Cooperación de España, *Reino de Suecia* [en línea], Dirección URL: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SUECIA_FICHA%20PAIS.pdf [consulta: 03 de febrero de 2017].

elevada productividad. Las exportaciones suponen aproximadamente el 50 por ciento del producto interior bruto⁷⁰.

Una parte fundamental de la economía sueca la conforman las PyMES representando el 99.9% de las empresas, siendo las microempresas las que conforman el 94.6% del total de las empresas suecas⁷¹, son las responsables de generar el 66% del empleo total.

Cuadro 7. PyMES en Suecia

Tamaño	Número de empresas	Porcentaje
Micro	631 004	94.6%
Pequeñas	29 670	4.4%
Medianas	5 145	0.9%
Grandes	996	0.1%
Total	666 815	100.0%

Fuente. Elaboración propia basada en European Comission, en: file:///C:/Users/VIP/Downloads/sweden_en.pdf [consulta. 03 de febrero de 2017].

2.3.1 Antecedentes históricos

Antes de 1870 Suecia era una nación con pocos recursos, sin embargo su prospero crecimiento económico se debe a la adopción de políticas económicas que favorecen el libre mercado. Conforme se fue desarrollando la sociedad agrícola bajo los efectos del capitalismo Suecia se fue enriqueciendo.

En los años posteriores al siglo XIX comenzó la industrialización, esto trajo consigo un crecimiento económico excepcional para Suecia, las compañías suecas más importantes como Ikea, Volvo o Tetra Pack fueron fundadas en este periodo. Este desarrollo comenzó a tomar auge en el periodo que va de 1870 a 1936 aproximadamente⁷². Sin embargo este auge económico tiene una desaceleración cuando se da la transición al sistema de alta carga tributaria.

⁷⁰ Copenhagen info, *Economía de Suecia: Industria y empresas suecas* [en línea], Dirección URL: <http://www.copenhagen.info/economia-suecia/> [consulta: 03 de noviembre de 2016].

⁷¹European Comission, *Enterprise and Industry 2014 SBA Fact Sheet Sweden* [en línea], Dirección URL: file:///C:/Users/VIP/Downloads/sweden_en.pdf [consulta: 03 de febrero de 2017].

⁷² A partir de 1870 comienza el desarrollo de los mercados liberales y en 1936 comienza la época que fue denominada por el partido socialdemócrata.

Las políticas económicas se inclinaron políticamente a la izquierda a partir de 1960, esto trajo consigo un modelo que llamaron “tercera vía” el cual era una mezcla entre socialismo y economía de mercado que no funcionó.

La aplicación de estas medidas generaron un aumento en la carga tributaria, conforme las medidas se radicalizaban el sector que se veía más afectado fue el empresarial, esto dio como resultado que el nivel de emprendimiento disminuyera a sus niveles más bajos. Sin embargo a partir de 1991 llegó el partido de centro derecha al poder y terminaron con la llamada “tercera vía”.

Igual que los otros países, Suecia ha atravesado por importantes crisis que los han llevado a reformar sus políticas, pero siempre siguiendo la línea del Estado de bienestar. Han adoptado una serie de políticas que se enfocan en el desarrollo de la cultura emprendedora, cabe destacar que Suecia cuenta con un programa exclusivo que fomenta esta iniciativa emprendedora entre las mujeres; el fomento a la cultura emprendedora está presente en todas las etapas de la vida educativa.

2.3.2 Políticas públicas implementadas para el impulso de sus PyMES

El gobierno está impulsando estas iniciativas con medidas como el apoyo financiero a la promoción de la exportación, las estrategias de acceso a los mercados y han reforzado sus planes de créditos a la exportación.

Uno de los pilares más importantes de estas políticas es el financiamiento a las exportaciones al cual han dedicado un mayor desarrollo. Este sistema de financiación cuenta con cinco elementos básicos: exportadores, importadores, bancos comerciales, EKN y SEK, el objetivo de estas dos últimas es incrementar las exportaciones y la internacionalización de las empresas promoviendo el crédito para la exportación.

Como se ha mencionado, Suecia ha desarrollado un sistema exportador eficiente debido a que depende del comercio, de esta manera se ayuda a las PyMES a

internacionalizarse a través del The Swedish Export Credits Guarantee Board (EKN), y el Swedish Export Credit Corporation (SEK).

El EKN es una agencia de crédito a la exportación “que fomenta las ventas al exterior a través de la emisión de garantías que cubren la falta de pago⁷³”. Esta agencia asegura a los exportadores y a los bancos contra los riesgos de no pago en las transacciones de la exportación, de este modo se vuelve segura la operación.

EKN ofrece diferentes productos que se ajustan a cada etapa del proceso de exportación, primero el procedimiento de venta y/o negociación, después producción, la entrega o en su caso el periodo de crédito.

Primero hay una garantía para el capital de trabajo que necesita la PyME, una vez que la parte exportadora comienza con la producción hay riesgo de que el comprador cancele el contrato, en este caso el exportador puede buscar otros clientes pero en dado caso de que no tenga a quien vender esa producción “pueden solicitar una garantía de pérdida de producción y recibirán una cobertura por el riesgo que incurran después de la entrega y durante el periodo de crédito y este es el producto principal de EKN la garantía por la pérdida del reclamo⁷⁴”.

Por su parte SEK es una agencia que se especializa en el mercado de capitales que es de donde obtiene los fondos para las operaciones mediante los préstamos a largo plazo. Ofrecen financiamiento y/o liquidez a los exportadores suecos.

“SEK busca asegurar el acceso a soluciones financieras a los exportadores suecos. En un buen escenario esto significa que los exportadores tendrán acceso al financiamiento más atractivo posible, para ello la cooperación con los bancos y otras instituciones financieras será también importante para poder ofrecer las soluciones más competitivas⁷⁵”.

⁷³ s/a, “La experiencia de SEK y EKN. El sistema exportador sueco” [en línea], *Revista ALIDE*, julio-septiembre, 2011, Dirección URL: http://www.alide.org.pe/download/Financ_Sectorial/fn11_cx_rev3_sek.pdf, [consulta: 03 de febrero de 2017].

⁷⁴ *Ibíd.*, p.11.

⁷⁵ *Ibíd.*, p.12.

La diferencia entre ambas agencias es que SEK realiza los préstamos mientras que EKN asegura el riesgo de crédito.

Otra de las estrategias que ha adoptado el gobierno sueco se basa en cinco puntos importantes:

- Reducción de los costos administrativos para las PyMES,
- Simplificación de los informes comerciales,
- Simplificación de los contactos tanto de la administración a nivel regional como a nivel de municipios,
- Seguimiento de las propuestas de simplificación y
- Mejorar el ámbito normativo.

Para el último punto se ha creado el The Better Regulation Council, un órgano consultivo que trabaja permanentemente como enlace entre el Gobierno y los empresarios para generar políticas que respondan exclusivamente a las necesidades de las PyMES.

Como he mencionado anteriormente para los suecos es muy importante el tema del emprendimiento. Para ellos este concepto “es un proceso dinámico y social por el que los individuos, ya sea por si solos o en colaboración con otros, identifican oportunidades y transforman ideas en actividades prácticas y específicas en contextos sociales, culturales o económicos⁷⁶”.

Lo fomentan durante todas las etapas de formación escolar, esto ha traído consigo que Suecia tenga los indicadores más exitosos en este aspecto como se mostrará a continuación:

- Emprendimiento impulsado por los apoyos (58%),
- Importancia de la educación escolar desarrollando el emprendimiento (54%),

⁷⁶ Comisión Europea, *La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa* [en línea], p. 225, Dirección URL: https://ec.europa.eu/epale/sites/epale/files/la_educacion_para_el_emprendimiento_en_los_centros_educativos_en_europa.pdf [consulta: 02 de marzo 2018].

- El éxito de los emprendedores y la promoción de una cultura empresarial (58%)⁷⁷.

Como podemos observar Suecia se ha apoyado en dos pilares principales: el emprendimiento y las exportaciones.

Por un lado, tenemos el desarrollo de la cultura emprendedora a lo largo de la vida académica, la vinculación que tienen las PyMES con las universidades para poder darles a los jóvenes la oportunidad de desarrollar sus conocimientos y ponerlos en práctica para beneficio tanto de la PyME como del país.

Y por otro tenemos el fomento a las exportaciones ya que Suecia depende del comercio exterior, de esta manera buscan apoyar a las empresas para su exitosa internacionalización desarrollando agencias altamente cualificadas para el buen asesoramiento a este sector empresarial, aunado a que se han llevado a cabo otras acciones que reducen los impuestos a las PyMES de reciente creación.

Una vez descritas las acciones llevadas a cabo por Dinamarca, Finlandia y Suecia, podemos describir la problemática que enfrentan las PyMES en nuestro país, durante el periodo de análisis determinado.

⁷⁷ Estos porcentajes son en comparación con todos los países miembros de la Unión Europea.

CAPÍTULO 3: SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES EN MÉXICO

3.1 Participación de las PyMES en la economía de México

De acuerdo con el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), “en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país⁷⁸”. Cabe destacar que el 65% de estas empresas son de carácter familiar en donde el dueño, por lo general siempre tiene el papel de director general.

Durante el periodo de análisis y de acuerdo con Gervi Trujano, hubo un crecimiento del 14.1% en el número de micro empresas, un ritmo mayor al crecimiento observado en los demás tipos de empresas, donde las Medianas Empresas crecieron 8.6% aproximadamente en el mismo periodo. Este ritmo de crecimiento en el número de micro empresas no se ve reflejado en una contribución significativa en el PIB de México, pese a que estas empresas son las que más peso tienen en la generación de empleos en el país⁷⁹.

Sin embargo, para el año 2014 se registró una disminución en la participación del PIB por parte de las PyMES quedando de la siguiente manera:

Cuadro 8. Aportación de las PyMES al PIB año 2014

Unidad	Porcentaje del PIB
Microempresa	9.8%
Pequeña empresa	9.5%
Mediana empresa	16.6%
Grande	64.1%
Total	100%

Fuente. Gervi Rujano, *Una visión general de la situación actual de las MIPYMES en México. 2008-2013*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. 2016. p. 23.

⁷⁸Proméxico, *Pymes eslabón fundamental para el crecimiento en México* [en línea], Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html> [consulta: 23 de febrero de 2017].

⁷⁹ Gervi Rujano Sarmiento, *Una visión general de la situación actual de las MIPYMES en México. 2008-2013*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. 2016.

Lo anterior nos demuestra que a pesar de que las PyMES tienen un alto impacto en la economía mexicana en cuanto a la generación de empleos, se ve minimizada su contribución en el PIB de nuestro país aportando aproximadamente el 35.9%, siendo las grandes empresas las que aportan en la actualidad más del 50%, esta alarmante disminución trae consigo la disminución en la esperanza de vida de este sector empresarial.

En México la esperanza de vida de las PyMES se ha convertido prácticamente en un reto, estas empresas tienen un promedio de vida de dos años, aquellas que logran subsistir más de dos años se les da un promedio de vida de seis años y se les denomina como PyMES consolidadas. Lamentablemente en nuestro país muchas empresas no llegan a los dos años por la falta de apoyo, información y capacitación.

Los sectores productivos en el que incursionan las PyMES son los siguientes:

Cuadro 9. Participación de las PyMES en los sectores productivos

Sector	Participación
Servicios	28%
Manufacturera	19%
Comercio	10%
Construcción	10%
Agricultura, ganadería y pesca	8%
Finanzas	8%
Minería	2%

Fuente. Elaboración propia con datos de Crédito real en <http://www.creditoreal.com.mx/contenidos/pymes-2/importancia-de-las-pymes-en-la-economia-mexicana/> [consulta: 25 de enero de 2017].

Un estudio realizado por el grupo Salazar Sainz Grant Thornton indica que el fracaso del 80% de las PyMES antes de los cinco años se debe a la mala gestión de las finanzas y el 90% de las empresas cierran antes de cumplir diez años en el mercado⁸⁰.

⁸⁰ I. Vargas, "El fracaso acecha PYMES mexicanas", [en línea], México, *Expansión*, viernes 06 de abril de 2012, Dirección URL: <https://expansion.mx/emprendedores/2012/04/05/el-fracaso-acecha-a-pymes-mexicanas> [consulta: 25 de enero de 2017].

También señalan que el 70% de las PyMES no cuentan con apoyo financiero y menos del 2.0% de los apoyos son destinados a la investigación y desarrollo, esto genera que las empresas no tengan crecimiento en el mercado⁸¹.

De acuerdo con datos del estudio, los problemas más comunes a los que se enfrentan las PyMES mexicanas son los siguientes:

- 99% es falta de dinero o capital,
- 79% falta de experiencia,
- 59% carecen de eficaces sistemas de información,
- 58% inversiones excesivas en activos fijos⁸².

3.2 Obstáculos en la participación de las PyMES en el comercio exterior

Es importante señalar que las PyMES no solo se enfrentan con problemas al momento de entrar en mercados internacionales como se verá más adelante. Al interior de nuestro país encontramos obstáculos a los que se enfrentan las PyMES cotidianamente, uno de ellos es la falta de cultura empresarial ya que al no tener conocimiento de ésta, los empresarios no aprovechan las ventajas competitivas que tienen para hacer frente a las oportunidades que se les presentan en los mercados tanto nacionales como internacionales.

Esto a su vez, deriva la falta de capacitación por parte del personal que se encuentra en las PyMES, esta falta de capacitación e información ocasionan que este sector se limite solo a operaciones a nivel local y no busquen innovar para impulsar la competencia en el país.

De la mano de la falta de capacitación, tenemos la falta de cultura emprendedora en nuestro país, esto se demuestra debido a que más de la mitad de las PyMES nacen por necesidad económica y por este mismo motivo solo se preocupan en

⁸¹ *Ibíd.*

⁸² s/a “Pymes aportan cada vez menos al PIB” [en línea], México, *El Economista.com.mx*, 23 de Marzo de 2012, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/03/23/pymes-aportan-cada-vez-menos-pib> [consulta: 25 de enero de 2017].

subsistir unos años y no buscan la innovación y el crecimiento a largo plazo. Es muy importante impulsar la cultura emprendedora ya que los empresarios son el elemento fundamental para que las PyMES logren un desarrollo exitoso.

Es de suma importancia mencionar que las PyMES que logran sobrevivir en el mercado nacional y después buscan expandir sus productos a mercados internacionales, son aquellas que invierten en innovación y desarrollo de sus empresas.

Otro obstáculo y el que considero es el más importante es la falta de políticas públicas eficientes que realmente ayuden y promuevan el desarrollo de las PyMES y mejoren las áreas de oportunidad que tiene este sector, ya que para poder incursionar en los mercados internacionales es necesario consolidarse en el mercado interno y si las condiciones internas dificultan su creación y desarrollo nuestras PyMES fracasan, por lo tanto nuestro país deja de ser competitivo.

De acuerdo al estudio “Conociendo a las PyMEs exportadoras mexicanas” de la firma Red Global de Exportación (RGX), las PYMES mexicanas poseen las siguientes cifras en cuanto a las operaciones de comercio a nivel internacional: el 64% de estas empresas no posee una estructura dedicada exclusivamente a las operaciones de comercio exterior. La mayoría no genera contratos de compraventa internacional, no cobra de forma anticipada, no contrata seguros o contrata seguros innecesarios, el 38% es el dueño de la empresa el que se encarga de realizar las operaciones de comercio, para concluir el transporte terrestre es el medio más utilizado por las Pymes mexicanas para exportar mercancía, con 43%; seguido del aéreo, con 29%; y el marítimo, el de menor uso, con un 22%⁸³.

⁸³ M. Tania, “Exportación, talón de Aquiles de PYMES” [en línea], México, Revista Expansión, marzo de 2008, Dirección URL: <http://expansion.mx/emprendedores/2008/03/26/exportacion-talon-de-aquiles-de-pymes> [consulta: 15 de noviembre de 2016].

Cuadro 10. Participación de las PYMES mexicanas en el comercio exterior

Amparan los contratos en su legislación nacional	42%
No controlan operaciones a través de un contrato	45%
Utilizan la transferencia como principal método de pago	95%
Otorgan financiamiento sin documentar la deuda	33%
No tienen área de comercio exterior	64%
Contratan seguros para proteger la mercancía	62%

Fuente: Elaboración propia con datos de Red Global de Exportación (RGX) en <http://expansion.mx/emprendedores/2008/03/26/exportacion-talon-de-aquiles-de-pymes> [consulta: 15 de noviembre de 2016].

Con base en lo anterior podemos deducir que los principales obstáculos a los que se enfrentan las PyMES mexicanas son: poca información empresarial, falta de vinculación con el Gobierno y diversas instituciones lo que deriva en la ausencia de apoyos y financiamiento, procedimientos largos y tediosos que muchas veces los emprendedores no concluyen por la falta de tiempo y capacitación.

Por lo tanto las PyMES requieren de un fortalecimiento estructural que garantice su éxito como: auxiliarlas en cuanto a la gestión de empresas, capacitación empresarial, financiamientos, entre otros⁸⁴.

3.3 Políticas públicas implementadas en México para el impulso de las PYMES

Las instituciones gubernamentales que se encargan de ejecutar las políticas de fomento y desarrollo para las PyMES en nuestro país son básicamente tres:

1. Secretaría de Economía (SE). Tiene a su cargo la mayor parte de las funciones para la elaboración de políticas de fomento a las PyMES, en estas se incluyen a los órganos desconcentrados como Pro México.
2. Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Su función principal es fomentar las PyMES mediante diversos programas de financiamiento a través de la Banca de Desarrollo.

⁸⁴ s/a, *Las PYMES en México* [en línea], p. 11., México, Dirección URL: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/89/A4.pdf?sequence=4> [consulta: 15 de noviembre de 2016].

3. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Su función es fomentar a las PyMES a través del desarrollo y la innovación tecnológica⁸⁵.

Cada una de estas instituciones cuenta con programas que van dirigidos ya sea a los emprendedores para crear una PyME, a las empresas que están buscando financiamiento, a los sectores que quieren comenzar a internacionalizarse, entre otros.

Durante el periodo de análisis del presente trabajo que se da bajo la administración de Felipe Calderón, en el Plan Nacional de Desarrollo se establecieron los ejes que guiarían a las PyMES para su desarrollo, dentro de estos destacan el fortalecimiento y mejora de los programas ya existentes no solo para fomentar la creación de empresas, sino para lograr impulsar a las empresas medianas ya existentes y conseguir su consolidación, el desarrollo innovador y tecnológico, fortalecer el acceso a la innovación, y el acceso a los mercados extranjeros.

Las acciones a destacar son las siguientes:

Fondo para la Pequeña y Mediana Empresa (Fondo Pyme)

Está a cargo de la Secretaría de Economía “busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas⁸⁶”

Este se divide en cuatro ejes donde cada uno cuenta con acciones específicas para cada sector:

⁸⁵ Gervi trujano, *op. cit.*, p. 37.

⁸⁶ Secretaría de Economía, *Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa* [en línea], Dirección URL: http://www.fondopyme.gob.mx/fondopyme/index_b.asp [consulta: 28 de enero de 2017].

Cuadro 11. Sector emprendedores

EMPRENDEDORES	
Programa	Objetivos
Emprendedores	Fomentar a los emprendedores y la cultura empresarial a través del desarrollo de habilidades empresariales que generen proyectos emprendedores a mediano plazo.
Incubadora de empresas	Brindar a los emprendedores servicios integrales de asesoría y consultoría evaluando la viabilidad de los proyectos así como su posible impacto en el mercado.

Fuente. Elaboración propia con información del Fondo PYME en <http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=1> [consulta: 28 de enero de 2017].

Cuadro 12. Sector Microempresas

MICROEMPRESAS	
Programa	Objetivos
Mi tortilla	Mejorar la competitividad de la industria de la masa y la tortilla por medio de la modernización comercial y tecnológica.
Franquicias	Fomenta la posibilidad de emprender un negocio nuevo con el apoyo de una empresa franquiciante a su vez apoyando la creación de empleos. De igual forma apoya a la modernización, consolidación y promoción de los modelos de franquicias que ya existen.
Mi tienda	Mejorar la competitividad, la administración y gestión de las tiendas de abarrotes que ayuden a promover una mejor calidad de vida.

Fuente. Elaboración propia con información del Fondo PYME en <http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=2> [consulta: 28 de enero de 2017].

Cuadro 13. Sector PyMES

PYMES	
Programa	Objetivos
Sistema Nacional de Garantías	Acceso fácil para el financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en condiciones y plazos altamente competitivos.
Asesoría financiera	Apoyar a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas mediante la evaluación de sus necesidades de financiamiento y en la gestión para obtenerlo.
Proyectos productivos	Financiar aquellos proyectos de inversión que fortalezcan la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas esto para generar la creación de empleos y el desarrollo a nivel regional.

Fuente. Elaboración propia con información del Fondo PYME en <http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=3> [consulta. 28 de enero de 2017].

Cuadro 14. Sector empresas gacela

EMPRESAS GACELA	
Programa	Objetivos
Innovación y desarrollo tecnológico	Promover en las Pequeñas y Medianas Empresas la ejecución de proyectos que van orientados a la aplicación de conocimiento para la mejora y desarrollo de productos nuevos, procesos, servicios o materiales con un contenido significativo de innovación.
Aceleradoras de negocio	Fortalecer a las denominadas empresas gacela “que son pequeñas y medianas empresas que tienen un mayor dinamismo en el crecimiento de ventas y la generación de empleos respecto del promedio.” ⁸⁷

Fuente. Elaboración propia con información del Fondo PYME en <http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=4> [consulta. 28 de enero de 2017].

⁸⁷ *Ibíd.*

El fondo Pyme intenta promover y desarrollar la creación de nuevas empresas así como fortalecer a las PyMES ya establecidas. Esto a través de apoyos que no han podido dar una solución eficaz a los problemas a los que se enfrenta este sector.

Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (FONAES)

El FONAES es un órgano que depende de la Secretaría de Economía y atiende proyectos productivos en zonas que tienen altos niveles de marginación. Por lo tanto apoyara a aquellos emprendedores ya sea de manera individual o grupos productivos de escasos recursos que no tienen acceso a financiamiento ni a créditos en bancas comerciales, por lo general son personas de zonas rurales o de áreas urbanas marginadas.

El objetivo es otorgar apoyo a proyectos viables y sustentables, predominando aquellos que tengan sentido social y de equidad. “Se apoya, por ejemplo, a grupos y empresas de mujeres con proyectos productivos, a empresas de campesinos pobres, a empresas que benefician a personas con discapacidad, a empresas urbanas que tengan un impacto social en su entorno, etc⁸⁸”.

Este programa “ha duplicado en tres años el Índice de Supervivencia de Micro Pequeñas y Medianas Empresas beneficiarias pues el 81% sigue operando con éxito luego de sus primeros dos años de vida, mientras que en el 2006 apenas el 40% lograba superar ese periodo, que es el más crítico para todo negocio que inicia⁸⁹”.

El programa ha tenido éxito sobre todo a la hora de apoyar a personas de escasos recursos que quieren emprender su negocio, de igual manera proporcionan capacitaciones ya que estas personas no cuentan con el nivel de estudios

⁸⁸ J. López, “Fonaes, una opción para emprendedores pobres” [en línea], México, *Forbes*, Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/fonaes-una-opcion-para-emprendedores-pobres/#gs.Fe==2WU> [consulta: 27 de febrero de 2017].

⁸⁹ Pymempresario, *Fonaes contribuye en supervivencia de MiPyMes* [en línea], Dirección URL: <http://www.pymempresario.com/2009/11/fonaes-contribuye-en-supervivencia-de-mipymes/> [consulta: 27 de febrero de 2017].

necesarios para poder dirigir en un futuro a una empresa mediana y consolidada ya sea en su región o a nivel nacional.

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)

Finalmente, y no por menos importante merece mención el INADEM, es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Economía, el cual tiene como eje instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas a través de impulsar la innovación, la competitividad y el desarrollo en el mercado interno e internacional, así como contribuir con políticas que fomenten la cultura y la productividad empresarial.

Sus objetivos son:

- *Implementar una Política de Estado de Apoyo a Emprendedores y MIPYMES a través de la Red de Apoyo al Emprendedor.*
- *Promover un Entorno Jurídico y Reglamentario propicio para el Desarrollo de Emprendedores y MIPYMES.*
- *Fortalecer las Capacidades de Gestión y Habilidades Gerenciales en Emprendedores y MIPYMES.*
- *Fomentar el Acceso a Financiamiento y Capital para Emprendedores y MIPYMES.*
- *Desarrollar las Capacidades Productivas, Tecnológicas y de Innovación de Emprendedores y MIPYMES.*
- *Propiciar el Acceso de MIPYMES a las cadenas globales de valor⁹⁰.*

La mayoría de los programas están incluidos en la página web del instituto, así como los cinco ejes en los que se dividen sus acciones:

- Guía de trámites,
- educación emprendedora,
- agenda,

⁹⁰Instituto Nacional del Emprendedor, *¿Qué es INADEM?* [en línea], Dirección URL: <https://www.inadem.gob.mx/institucional/> [consulta: 27 de febrero de 2017].

- productos y beneficios y
- directorio emprendedor⁹¹.

Cada una de estas opciones brinda la información que necesitan los futuros emprendedores o los empresarios que ya cuentan con su empresa, a pesar de que la mayoría de la información la puedes encontrar en un solo sitio hace falta difusión de la misma, hace falta que se agilicen los tiempos de respuesta así como los tramites que piden ya que para poder abrir una empresa en nuestro país se requieren aproximadamente 12 días y la cantidad equivalente al 11.5% del ingreso per cápita.

Estas acciones que ha implementado el Gobierno a lo largo del periodo de investigación son las que siguen vigentes hasta nuestros días, y si bien nos son eficientes al 100% muchos emprendedores han logrado apoyarse para iniciar sus negocios, sin embargo, las medianas empresas se han estancado y no han podido progresar tal y como se espera.

3.4 Análisis comparativo entre las PyMES danesas, finlandesas, suecas y mexicanas.

Una vez descritas las acciones que se han llevado a cabo en Dinamarca, Finlandia, Suecia y en nuestro país, podemos dar cuenta de los elementos que han permitido que en los tres países se impulse la competitividad tanto nacional como internacional y permitan un desarrollo exitoso en comparación con nuestro país.

En el informe Doing Business 2014 se establece una clasificación en cuanto a la facilidad que tienen las PyMES para hacer negocios, Dinamarca se encuentra en la posición número 5, Finlandia en la número 12 y Suecia en la número 14, mientras que nuestro país se encuentra en la posición número 53⁹².

⁹¹Instituto Nacional del Emprendedor, *Instituto Nacional del Emprendedor* [en línea], Dirección URL: <https://www.inadem.gob.mx/> [consulta: 27 de febrero de 2017].

⁹² Banco Mundial, *Doing Business anual report 2014* [en línea], Dirección URL: <http://espanol.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB14-minibook-spanish.pdf> [consulta: 26 de febrero de 2017].

Claramente podemos observar que estos países se dieron cuenta de la importancia que tienen las Pequeñas y Medianas Empresas para el progreso de un Estado y han puesto en práctica políticas públicas que si bien no todas se pueden calificar como exitosas, las mencionadas han dado buenos resultados y han permitido que relativamente en poco tiempo y gracias a la continuidad de las mismas sus PyMES se encuentren entre las más exitosas a nivel mundial.

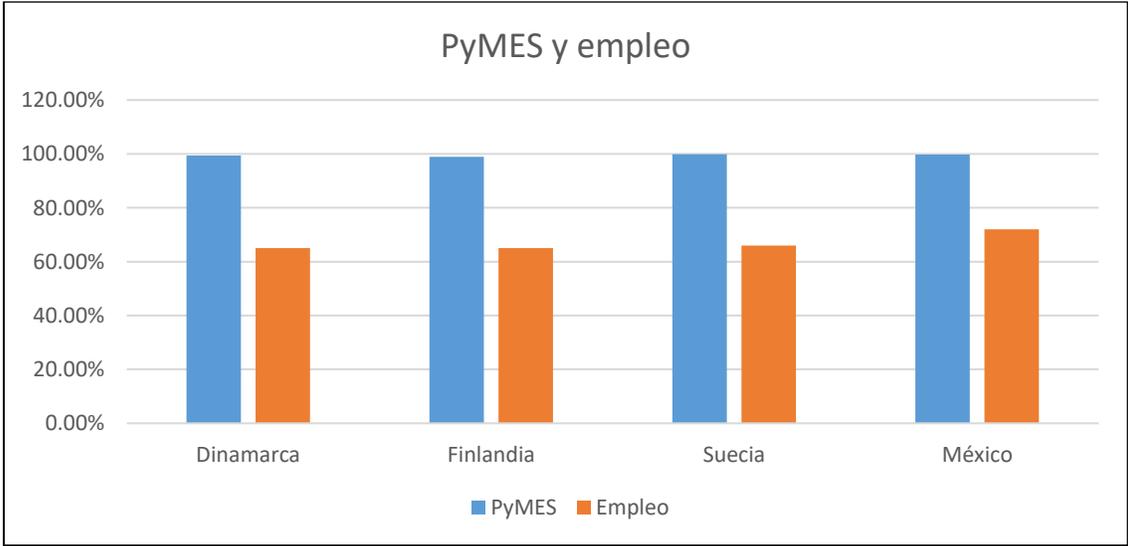
Cuadro 15. PyMES y empleo

País	PyMES	Empleo
Dinamarca	99.4%	65%
Finlandia	98.9%	65%
Suecia	99.9%	66%
México	99.8%	72%

Fuente. Elaboración propia con datos estadísticos presentados anteriormente.

En la gráfica que se presenta a continuación podemos observar que en los cuatro países las PyMES son las empresas que predominan y generan más de la mitad de empleo. Las cifras son las siguientes:

Cuadro 16. Relación PyMES y creación de empleo



Fuente. Elaboración propia con datos estadísticos presentados anteriormente.

Apreciamos que en promedio las PyMES forman el 99.5% de las unidades económicas en Dinamarca, Finlandia, Suecia y México, mientras que el promedio de creación de empleo es del 67%, de los tres países de comparación, claramente México es quien genera la mayor cantidad de empleo, sin embargo, eso no se ve reflejado en la aportación al PIB.

En Dinamarca, Finlandia y Suecia se fomenta e impulsa la competitividad entre las mismas PyMES para poder ser acreedoras a los apoyos implementados por el gobierno a través de las políticas públicas desarrolladas, de esta manera garantizan que las Pequeñas y Medianas Empresas más cualificadas se internacionalicen generando competitividad a nivel internacional.

Las acciones de estos países no se encaminan a promover el desarrollo de las empresas ya establecidas, éstas van dirigidas a la creación de nuevas empresas o al desarrollo de las empresas que tienen poco tiempo en el mercado; es importante hacer mención que en estos países, sobre todo en Suecia, la iniciativa emprendedora está presente en todas las etapas del sistema educativo, fomentando desde temprana edad la cultura emprendedora.

Dado que la internacionalización se ve como una vía de crecimiento para las PyMES, los gobiernos de estos países han impulsado acciones como el apoyo financiero a la promoción de la exportación, estrategias de acceso a los mercados, participación en ferias comerciales, se han encargado de fortalecer los planes de créditos para la exportación, entre otras.

Grandes corporaciones como Lego (Dinamarca), Nokia (Finlandia) e Ikea (Suecia) comenzaron siendo pequeñas empresas familiares que ante todo innovaron, aprovecharon el entorno en el que se desarrollaron al hacer uso de los programas y políticas públicas de internacionalización implementados en sus países y supieron utilizar los elementos culturales que los caracterizan (alta capacitación y formación profesional) para lograr el éxito que tienen y en el caso de Nokia que tuvo en su momento.

Si bien los tres países se han dedicado a fomentar los elementos clave para el buen funcionamiento de las PyMES, es necesario distinguir que Dinamarca se ha enfocado más en el modelo de internacionalización born global; Finlandia ha fomentado más la innovación y el desarrollo tecnológico, mientras que Suecia se ha dedicado a impulsar en mayor medida el emprendimiento. Estas acciones junto con las características particulares de cada Estado de bienestar, han permitido que las políticas públicas den mejores resultados.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Este trabajo surgió a partir de realizar mis prácticas profesionales en Electrobike, una PyME que se dedica a importar bicicletas eléctricas de China. Pude estar en contacto con algunos de los obstáculos a los que se enfrentan estas Pequeñas y Medianas Empresas, si bien esta PyME se dedica casi en su totalidad a la importación, realizando investigaciones pude dar cuenta de que este sector empresarial es la base de nuestra economía, por tal motivo es necesario desarrollar políticas públicas que den lugar a programas eficientes que permitan generar crecimiento a este sector.

Con los datos analizados anteriormente, con este trabajo se quiso demostrar la importancia que tienen las PyMES a nivel nacional e internacional siendo la base de la mayoría de las economías a nivel mundial. Hay países en donde las acciones que se han llevado a cabo para impulsar el desarrollo de este sector han sido exitosas, ejemplo de estos son Dinamarca, Finlandia y Suecia, en el cual cada Estado ha llevado a cabo acciones para fomentar la cultura emprendedora y empresarial a lo largo de la vida académica; han impulsado la creación de PyMES y su crecimiento a nivel internacional, esto lo han logrado gracias a las bases culturales que ha desarrollado como sociedad, al interés que tienen los gobiernos en convertir sus PyMES en el motor de crecimiento de sus economías y un bastión importante en el comercio exterior; han creado vínculos entre el Gobierno, las instituciones de educación superior y las PyMES dando como resultado personal cualificado para las empresas, de igual forma han desarrollado planes para fomentar la innovación y tecnología como lo vemos en Finlandia, entre otras.

Haciendo un análisis de las dos hipótesis planteadas, podemos concluir que tomando y adecuando algunos elementos de Dinamarca, Finlandia y Suecia, implementando políticas públicas eficientes, desarrollando la cultura y fomentando la innovación, las PYMES mexicanas comenzarían a tener un impacto significativo no solo en la economía del país, sino también en el ámbito internacional.

La comparación entre Dinamarca, Finlandia y Suecia nos sirve para demostrar la importancia de las PyMES a nivel global, exponer que los procesos de cooperación y vinculación entre el Estado, las instituciones de educación superior y los empresarios, han ayudado a resolver los conflictos, ejemplo de esto son las crisis económicas por las que pasaron estos tres Estados y que gracias a la cooperación entre estos sectores pudieron salir adelante y lograron impulsar el sector de las PyMES.

De igual forma resulta indispensable poder identificar las diferentes acciones llevadas a cabo en otros países para lograr el crecimiento de las empresas, analizar qué es lo que está fallando en nuestro país y qué elementos podemos tomar para adaptarlos a nuestras Pequeñas y Medianas Empresas.

Para que una política pública resulte exitosa debe de propiciar el pleno empleo, a través de los programas que lleven a cabo, es decir, que estimulen una tendencia al mercado perfecto, esto es, a partir del desarrollo empresarial impulsar la economía de mercado, la productividad y la competitividad tanto nacional como internacional.

A pesar de que en México las PyMES constituyen la principal fuente de empleo, no se cuenta con políticas públicas y programas eficientes, hace falta desarrollar una cultura emprendedora, y nos encontramos con una gran falta de formación y capacitación del personal que está a cargo de las mismas ya que generalmente son de origen familiar.

Para que una PyME pueda sobrevivir en el mercado es fundamental que el Gobierno genere una estructura sólida (llámense políticas públicas) que vayan acorde y den respuesta a las necesidades reales de este sector:

1. Se debe fomentar la cultura empresarial desde la educación temprana para que a largo plazo se pueda contar con empresarios cualificados para dirigir y trabajar en este tipo de empresas,
2. La innovación es uno de los elementos imprescindibles para que una PyME pueda sobrevivir en el mercado, si estas empresas no tienen la capacidad

para innovar es claro que no pueden competir en el mercado contra las grandes empresas, ésta es una de las razones por las cuales muchas PyMES no logran llegar a los dos años de vida,

3. Crear ambientes óptimos para la distribución de los productos y/o servicios que ofrecen las PyMES, así como fomentar la tecnología 100% mexicana,
4. Para la internacionalización de las PyMES es necesario que a través de programas de capacitación se les brinde la oportunidad de poder realizar certificaciones de calidad para que sus productos puedan ser colocados en los mercados internacionales,
5. Crear vínculos entre el Gobierno, las PyMES e instituciones de educación superior para ayudar a que este sector de la población (alumnos egresados) cuente con una oportunidad tanto para adquirir experiencia laboral, como para ampliar y desarrollar sus conocimientos ya que se ha comprobado que al emplear jóvenes estas empresas tienen un mayor potencial de crecimiento,
6. Se pueden implementar procesos de cooperación a través de acciones bilaterales en cuanto a capacitación para los trabajadores mediante los organismos oficiales de Dinamarca, Finlandia y Suecia en nuestro país para intercambiar conocimientos en diversos rubros como innovación, desarrollo tecnológico, competitividad, entre otros. De esta forma hay una retroalimentación entre los cuatro países y podemos enriquecer la perspectiva que tenemos en cuanto a las PyMES, y
7. La capacitación y el personal cualificado no solo involucra a las PyMES, las personas encargadas de realizar, implementar y evaluar las políticas públicas deben de tener los conocimientos necesarios y estar al tanto de las necesidades reales de este sector.

Es responsabilidad del Estado crear las condiciones favorables y adecuadas para estas empresas con la finalidad de lograr su integración a los mercados nacionales y posteriormente a los internacionales en las mejores condiciones.

Esto nos ayuda a vislumbrar la falta de compromiso por parte de los gobiernos que han estado al frente del país, ya que las políticas que generan y los programas

derivados de estas no tienen continuidad y una vez que terminan sus mandatos estas se desechan y llegan nuevas propuestas igual de ineficientes que ocasionan una baja efectividad y por consiguiente el estancamiento de unos de los motores claves para el desarrollo de México: las PyMES.

Como podemos observar a las PyMES les queda un largo camino que recorrer. A pesar de la importancia que tienen para el desarrollo económico de un país, aun no se cuenta con políticas públicas y programas que sirvan de base para consolidar a las pequeñas empresas y que estas a mediano plazo puedan convertirse en empresas medianas y posteriormente en grandes empresas y poder impulsar la competitividad tanto nacional como internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Villalobos, Lourdes, *Fundamentos de comercio internacional*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2006, 292 pp.

Del Arenal, Celestino, *Introducción a las Relaciones Internacionales*, Madrid, Tecnos, 3ra edición, 1990, 495 pp.

Calduch, Rafael, *Relaciones Internacionales*, España, Ediciones de las Ciencias Sociales, 1991, 412 pp.

Rodríguez, Jorge, *Estrategias de internacionalización de las pymes basadas en la información e innovación: el panorama internacional y el caso de México*. UAM, México, 2013, 255 pp.

López, Nuria, et al., *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Netbiblio, S.L., España, 2007, 223 pp.

Medellín, Enrique, *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*, México, Siglo XXI editores, 2013, 260 pp.

Sanandaji, Nima, *El poco excepcional modelo escandinavo. Cultura, mercado y el fracaso de la tercera vía*, Madrid, Unión Editorial, S.A., 2015, 187 pp.

INEGI, "Censos Económicos 2009: Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los Establecimientos", INEGI, México, 2011, 172 pp.

Chiavenato, Idalberto, *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*, México, Mc Graw Hill, 1993, 84 pp.

Eduardo Soto Pineda, *Las PyMES ante el desafío del siglo XXI: los nuevos mercados globales*, Thomson, México, 2004, 235 pp.

Debernardo, Héctor, Hurtado, Margarita, *Las Pymes: principales causas del fracaso y cómo combatirlas*. Grupo Editorial ISFF, México, 2008, 108 pp.

TESIS

Gervi Rujano Sarmiento, Una visión general de la situación actual de las MIPYMES en México. 2008-2013. Tesis de Licenciatura. Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. 2016. 70 pp.

Carolina Santos Vázquez, La Competitividad Internacional de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME) y su incidencia en las exportaciones mexicanas. 2000-2007. Tesis de Licenciatura. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. 2016. 142 pp.

FUENTES DE CONSULTA ELECTRÓNICA

Mani, Sunil, *Government, innovation and technology policy: an international comparative analysis*, en *Int. J. Technology and globalization* [en línea], Vol, 1, Núm 1, 379 pp., Dirección URL: http://132.248.234.73/pluginfile.php/165/course/section/98/6_Sunil_Mani.pdf [consulta: 22 de mayo 2016].

Kauffer, Edith, *Las políticas públicas: algunos apuntes generales* [en línea]. 5 pp., Dirección URL: <http://revistas.ecosur.mx/ecofronteras/index.php/eco/article/viewFile/465/463> [consulta: 26 de mayo 2017].

R. Pampillón, “El modelo nórdico” [en línea], Huelva, *Revista de Economía Mundial*, núm. 18, 2008, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/866/86601813.pdf> [consulta: 20 de octubre de 2016].

Orlandi, Pablo, *Las pymes y su rol en el comercio internacional*, [en línea], 14 pp., Argentina, Universidad de Palermo, Dirección URL: http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf [consulta: 27 de octubre de 2016].

s/a, “La experiencia de SEK y EKN. El sistema exportador sueco” [en línea], *Revista ALIDE*, julio-septiembre, 2011, Dirección URL: http://www.alide.org.pe/download/Financ_Sectorial/fn11_cx_rev3_sek.pdf [consulta: 21 de octubre de 2016].

Ministerio de Industria Turismo y Comercio, *Incentivos internacionales al crecimiento empresarial. Informe recopilatorio* [en línea], Madrid, 2011, 26 pp., Dirección URL: http://www.ipyme.org/Publicaciones/Incentivos_internacionales_Crecimiento_Empresarial_oct2011.pdf [consulta: 27 de octubre de 2016].

Santander, *Cifras del Comercio Exterior en Finlandia* [en línea], Dirección URL: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/finlandia/cifras-comercio-exterior> [consulta: 03 de noviembre de 2016].

ProMéxico, “ProMéxico impulsa el potencial de las pymes mediante innovadores programas de apoyo” [en línea], México, 10 de junio de 2015, Dirección URL: <https://www.gob.mx/promexico/prensa/promexico-impulsa-el-potencial-de-las-pymes-mediante-innovadores-programas-de-apoyo?idiom=es> [consulta: 13 de noviembre de 2016].

Banco Europeo de Inversiones, *La financiación de PYMES como impulso del crecimiento económico* [en línea], 8 pp., Dirección URL: http://www.eib.org/attachments/thematic/financing_smes_es.pdf [consulta: 14 de noviembre de 2016].

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, *Dinamarca* [en línea], Dirección URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/denmark-es/> [consulta: 14 de noviembre de 2016].

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, *Finlandia* [en línea], Dirección URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/finland-es/> [consulta: 14 de noviembre de 2016].

Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior A.C., *Importancia de las PYMES en México* [en línea], México, 2015, Dirección URL: <http://www.noticiascoepesgto.mx/articulos/255-pymesroque> [consulta: 14 de noviembre de 2016].

Scheel, Rebecca, *Intro to Gazelle Growth and Accelerace & Initial Lessons* [en línea], Symbion Science Park, Dirección URL: <http://startvaekst.dk/file/19946/> [consulta: 27 de noviembre de 2016].

Accelerace, *About us* [en línea], Dirección URL: <https://www.accelerace.dk/startups/> [consulta: 28 de noviembre de 2016].

UNED, *Manual de Oslo* [en línea], 194 pp., Dirección URL: http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto [consulta: 28 de diciembre de 2016].

Funika Jedynak, *Small and medium-sized enterprises in Denmark*, Universitatis Nicolai Copernici, 2015, 12 pp., [en línea], Dirección URL: http://apcz.pl/czasopisma/index.php/AUNC_ZARZ/article/viewFile/AUNC_ZARZ.2015.050/9082 [consulta: 03 de enero de 2017].

EUROSTAT, *Small And Medium-Sized Enterprises (SMES)* [en línea], Dirección URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme> [consulta: 17 de enero 2017].

TicPymes, *Europa diseña nuevas medidas para blindar a las pymes contra la crisis* [en línea], 24 de febrero 2012, Dirección URL: <http://www.ticpymes.es/informatica-telecomunicaciones/noticias/1055393026104/europa-disena-medidas-blindar-pymes-crisis.1.html> [consulta: 17 de enero 2017].

Instituto del Tercer Milenio, América Latina: El papel de las PYMES [en línea], 03 de enero de 2006 Dirección URL: <http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=1579> [consulta: 17 de enero de 2017].

Cardozo, Pedro, et. al., *Teorías de internacionalización* [en línea], 23 pp., Dirección URL: [file:///C:/Users/VIP/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VIP/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130%20(1).pdf) [consulta: 18 de enero 2017].

A.Araya, "El proceso de internacionalización de las empresas" [en línea], *Tec Empresarial*, vol. 3, ed. 3, 2009, 8 pp., Dirección URL: <file:///C:/Users/VIP/Downloads/DialnetElProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf> [consulta: 23 de enero de 2017].

Brenes, Grettel, León, Fidel, "Las born global: Empresas de Acelerada Internacionalización" [en línea], *Tec Empresarial*, vol. 2, ed. 2, 2008, 10 pp., Dirección URL: [file:///C:/Users/VIP/Downloads/Dialnet-LasBornGlobalEmpresasDeAceleradaInternacionalizaci-3201045%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VIP/Downloads/Dialnet-LasBornGlobalEmpresasDeAceleradaInternacionalizaci-3201045%20(1).pdf) [consulta: 23 de enero de 2017].

Serrano, Lorena, *Competitividad internacional: un enfoque empresarial* [en línea], 11 pp., Dirección URL: <http://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/01-competitividad.pdf> [consulta: 23 de enero de 2017].

Crédito real, Importancia de las Pymes en la economía mexicana [en línea], Dirección URL: <http://www.creditoreal.com.mx/contenidos/pymes-2/importancia-de-las-pymes-en-la-economia-mexicana/> [consulta: 25 de enero de 2017].

Carsten, Jorgensen, *Denmark FAOS*, Copenhagen [en línea], 20pp., Dirección URL: <http://www.ueapme.com/docs/projects/Project%20Business%20Associations/DENMARK.pdf> [consulta: 27 de enero de 2013].

Finnvera, *Finnvera in brief* [en línea], Dirección URL: <https://www.finnvera.fi/eng/finnvera/finnvera-in-brief/finnvera-introduction> [consulta: 01 de febrero de 2017].

Tekes, *Tekes- The Finnish Funding Agency for Innovation* [en línea], Dirección URL: <https://www.tekes.fi/en/tekes/> [consulta: 02 de febrero de 2017].

Oficina de la Información Diplomática del Ministerio de Asunto Exteriores y de Cooperación de España, *Reino de Suecia* [en línea], Dirección URL: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SUECIA_FICHA%20PAIS.pdf [consulta: 03 de febrero de 2017].

VIGO, *Program goals* [en línea], Dirección URL: <https://vigo.fi/program#programgoals> [consulta: 03 de febrero de 2017].

Banco Mundial, Doing Business annual report 2014 [en línea], Dirección URL: http://espanol.doingbusiness.org/~/_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB14-minibook-spanish.pdf [consulta: 26 de febrero de 2017].

Torres, Jaime; Santander, Jairo, *Introducción a las políticas públicas. Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía* [en línea], Bogotá, IEMP Ediciones, 2013, Dirección URL: http://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmV2YV83Ng==/img_productos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf [consulta: 12 de octubre de 2017].