



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

Facultad de Estudios Superiores Aragón

**Plan de Negocios para las Pymes Mexicanas
hacia la Alianza del Pacífico**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LIC. EN RELACIONES INTERNACIONALES**

PRESENTA:

Diana Martínez Arreortúa

ASESOR:

Mtro. Alejandro Martínez Serrano

Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México 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

A mis padres por darme los cimientos de mi educación y formarme con valores que hoy rigen mi vida.

A mi madre Lilia, a quien dedico este trabajo, que siempre ha estado presente en cada decisión de mi vida, alentándome a ser la mejor versión de mí misma. Siendo un gran ejemplo, pero sobre todo por su ayuda incondicional y la confianza que ha depositado en mí.

A mi hijo Leonardo, a quien agradezco por ser mi motivación y darme lecciones de vida. Porque gracias a su presencia he mejorado la persona que soy. Gracias por dejarme amarte y ser espectadora de tus logros.

A mi familia, que me han visto crecer y lograr mis metas, gracias por estar presentes dándome grandes consejos, escucharme y brindarme su apoyo.

A mis amigos, con quienes he aprendido y han permanecido a lo largo de los años, a esas amistades con las que he compartido momentos inolvidables y he contado con ellos cuando más los he necesitado.

A la vida y a las circunstancias, que me han conducido para seguir logrando cada propósito, y poner en mi camino las situaciones y personas adecuadas para darme las mejores enseñanzas que necesito para trascender.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por brindarme el gozo de ser parte de una de las universidades más grandes del mundo, y poder forjarme en sus aulas para formarme académicamente. Al igual que a mis profesores a lo largo de mi estancia académica, a los cuales admiro y honro.

A mi asesor, el maestro Alejandro Martínez Serrano, quien fue mi apoyo para la elaboración de este trabajo, gracias por su dedicación y tiempo.

Índice

Introducción	6
Capítulo I: Las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes).....	14
1.1 ¿Qué es una Pyme?	14
1.2 Clasificación de las empresas por actividad económica	18
1.3 Características generales de las Pymes.....	20
1.4 Importancia de las Pymes para un país.....	22
1.5 Ventajas de las Pymes	24
1.6 Desventajas de las empresas Pymes	26
Capitulo II: La Alianza del Pacífico y su marco de operación	29
2.1 Antecedentes	29
2.1.1 Tratado de Libre Comercio México – Chile (1999)	31
2.1.2 Tratado de Libre Comercio México - Colombia (2011).....	34
2.1.3 Acuerdo de Integración Comercial Perú- México (2012)	39
2.2 ¿Qué es la Alianza del Pacifico?	42
2.2.1 Países Miembros	48
2.3 Las Pymes en la Alianza del Pacifico.....	50
2.3.1 Programas por miembros de la Alianza del Pacifico para las Pymes	50
2.3.2 Acciones de la Alianza del Pacifico a favor de las Pymes	52
2.3.3 Resultados de la relación comercial: México y la Alianza del Pacífico	55
Capítulo III. Manejo de un Plan de Negocios para las Pymes	58
3.1 ¿Qué es un Plan de Negocios?	60
3.2 Importancia de un plan de negocios para las Pymes	63
3.3 Elaboración de un Plan de Negocios	64
3.3.1 Proceso de Investigación y desarrollo del Plan de negocios.....	68
3.4 Pymes en el Plano Internacional	69
3.4.1 Frente a que se encuentra una Pyme al introducirse en otro país	70
3.4.2 Conocer algunas de las características de las Pymes al momento de Exportar.....	71
3.4.3 Factores a considerar para posicionar un producto o servicio en el exterior	72
3.5 Las Pymes Latinoamericanas.....	73
3.6 Factores de fracaso de las Pymes.....	77

Esquema No. 7: Pymes: Problemáticas más comunes.....	78
3.7 Mecanismos Financieros para Pymes Mexicanas	79
3.7.1 Programas que brinda el gobierno mexicano	80
3.7.2 Programas de bancos privados a Pymes Mexicanas	81
Conclusiones	82
Fuentes Consultadas	85

Esquemas

- Esquema No. 1: PYMES mexicanas, por sector y cantidad de trabajadores17
- Esquema No. 2: Clasificación de las empresas por grupo de actividades.....19
- Esquema No. 3: Organigrama de la Alianza del Pacífico.....46
- Esquema No. 4: Fases del proyecto para emprender un negocio.....61
- Esquema No. 5: Algunas de las funciones principales del plan de negocios.....63
- Esquema No. 6: Pymes: Problemáticas más comunes en las Pymes.....78

Tablas

- Tabla No. 1: Países observadores (hasta el 2016).....48
- Tabla No. 2: Programas por los integrantes de la Alianza.....51

Gráficas

- Gráfica No. 1: Intercambio Comercial de México para Chile.....32
- Gráfica No. 2: Intercambio Comercial de México para Colombia.....37
- Gráfica No. 3: Intercambio Comercial de México para Perú.....41
- Gráfica No. 4: Relación comercial México con la Alianza del Pacífico 2012-2016.....56
- Gráfica No. 5: Comparación de productividad MiPymes de diferentes países.....69
- Gráfica No. 6: América Latina y el Caribe: participación de América Latina y el Caribe en las exportaciones de manufactura al mundo, 2016 (en porcentajes).....75
- Gráfica No. 7: América Latina y el Caribe: principales categorías de exportación de servicios, 2016 (En porcentajes).....76
- Gráfica No. 8: Fuentes de financiamiento para las empresas.....79

Introducción

Frente al comienzo de la globalización los mercados comenzaron a abrirse y junto con ello el fomento de los negocios internacionales. Esto ayudó a tener una visión de expansión en el campo internacional para muchas empresas que en su momento comenzaron siendo una pequeña o mediana empresa y lograron abrirse a un mercado exterior es por eso que ningún país se puede permitirse el lujo de ignorar el sector extranjero.

Las Pequeñas y Medianas Empresas tienen sus inicios en múltiples etapas históricas de diferentes sociedades, hace aproximadamente 10,000 años con la constitución de las economías sociales, por ejemplo los agricultores, productores o artesanos y algunas actividades de subsistencia o al prestar servicios.¹

Es cierto que la globalización trajo ciertas desventajas para algunas empresas, que inclusive las llevaron a cerrar o que no experimentaron algún crecimiento en el mercado o aumento en la producción, pero en la actualidad las empresas cuentan con diversas herramientas para abordar el mercado internacional como: los Tratados de Libre Comercio (TLC), alianzas y relaciones internacionales que se ha ido entablando con el mercado exterior a lo largo de los años. Se sabe que México ha logrado diferentes alianzas, acuerdos económicos, TLC's que han ayudado a fortificar las relaciones comerciales. Así como, instituciones públicas como privadas que ofrecen créditos, financiamiento y asesoría a las empresas.

Para efectos de esta investigación se entiende que pequeñas y medianas empresas son denominadas Pymes, la formación de la palabra se deriva de la unión de las palabras pequeña y mediana empresa. Este tipo de empresas se caracterizan por contar con delimitado volumen de ingresos, patrimonio y del número de trabajadores. Sin embargo, todas las definiciones tienen en cuenta al menos las variables de número de trabajadores o variables adicionales como: nivel de ventas y nivel de activos, pero en la práctica, las limitaciones de información permiten calcular la dimensión del sector utilizando únicamente la variable de número de trabajadores.

En la actualidad se ha reconocido la importancia de las actividades de las Pymes en diferentes economías del mundo, ya que aportan en algunos casos más del 95 % de las exportaciones.² Además las hace ser el sector clave del desarrollo económico y solidez del sector empresarial. He ahí la importancia que se debería de considerar a este tipo de empresas, es por eso que se considera que al brindar nuevas herramientas o consolidar las que ya tienen para aumentar el porcentaje de

¹ Barnes, Harry Elmer, Historia de la economía del mundo occidental, México, UTEHA, 1967, pág. 35

² Ramírez G, Juan Carlos, PYMES Más competitivas, Bogotá Colombia, Mayo I Ediciones, 2005, Pág. XIII

éxito en las Pymes, con una buena rentabilidad y sobre todo lograr que lleguen a exportar o importar y así poder impulsar a este tipo de empresas a abrirse al comercio internacional, fortalecerla y hacer se involucren en el mercado exterior, utilizando medios internacionales que se tienen con otros países y sobre todo sacar provecho a los instrumentos con las que ya se cuentan actualmente dentro del país.

En el presente trabajo, el objetivo es demostrar que un plan de negocios funciona como una herramienta esencial con la que la empresa puede contar en el exterior como al interior del país, teniendo una visión internacional para ofrecer los productos o servicios de las Pymes mexicanas, logrado extender las capacidades y habilidades que cuente cada una de ellas. Y así tratar que estas empresas sean menos propensas a fracasar y, por el contrario, que se mantengan estables y así lleguen a tomar un papel importante en el mercado internacional.

Al hablar de las Pymes se tiene que conocer las ventajas y desventajas que podrían llegar a albergar y conocer a que se van a enfrentar al entrar al mercado exterior. Algunas de las desventajas que llegan a presentar las Pymes es que no saben manejar su capital que comienzan a generar para poder reinvertir en diferentes áreas de su empresa, debido a esto, llegan a tener una carencia en el control de calidad, enfrentándose a una competitividad nula frente a otras empresas, tomando en cuenta que al entrar al mercado internacional se encontraran con diferentes tipos de empresas. La falta de organización hace que vuelva ineficiente dentro y fuera de la empresa, esto provoca que tengan la información exacta y no puedan llegar a un estándar o conocer hacia donde se dirige la compañía, si se busca hacerla crecer y más importante cuando la intención es que la Pymes llegue a exportar.

Es por eso que se necesita una preparación y contar con el apoyo de alianzas internacionales, TLC's y soporte del gobierno como capacitación o financiamiento, ya que el propio gobierno conoce la importancia que tienen los emprendedores y hacer que las Pymes lleguen a exportar sus producto o servicios y sobre todo poder mantenerlos en el mercado como empresas fuertes y autosuficientes. Se considera que la visión en las áreas de oportunidad que se llegaran a presentar dentro y fuera de país es deficiente. Se debe conocer cuáles son los mercados que están presentes en la región y saber aprovecharlos, conocer las realidades que alberga nuestro país es conocer las riquezas con las que contamos.

Dentro de las ventajas que se pueden encontrar se marcan mucho los impactos competitivos que puede llegar a tener una Pymes, ya que son capaces de reaccionar tan rápidamente a las circunstancias que se presenten, pues se consideran flexibles. Otra de sus ventajas es el ingenio e innovación, debido a que algunas de ellas son empresas nuevas e inclusive llegan a resolver más eficientemente las

problemáticas que llegaran a tener. Su organización operatoria llega a ser más eficiente y simple.

Se considera que las Pymes mexicanas suelen carecer de un plan de negocio desde la creación de la empresa, es por eso que antes de querer exportar o importar las empresas fracasan o en su caso consideran no aventurarse hacia mercados internacionales, y al contar con un plan de negocios puede realizarse un estudio comercial, financiero y de organización, es un documento guía para el empresario mediante el cual, se elaboran, definen y evalúan aspectos que integran la idea o proyecto de negocio. Esto sirve para el mismo empresario que busca precisar o concretar su idea y una vez elaborado sirve para convencer en su caso, a nuevos participantes o inversionistas que pudieran integrarse al negocio.

Las ventajas de contar con un plan de negocios es que puede mostrar un escenario futuro y facilitar un análisis que pueda ser previsto con personas involucradas en el negocio que se pretende realizar, también se puede imaginar soluciones, resultados y cómo se pueden transformar en la realidad. Sirve como herramienta para conseguir financiamiento en una institución como Nacional Financiera (NAFIN), encargada de la banca de desarrollo y servicios financieros así como de capacitación y asistencia a las Pymes y empresas de México.

Considerando que las Pymes constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos, en la producción nacional, también se considera como un importante espacio del mercado el cual es cubierto por medio de estas empresas. Es por eso que en el campo internacional se puede encontrar muchas alianzas y TLC's que han incluido apartados especiales para la integración de las Pymes, dando apoyos económicos o asesorías, a fin de comercializar en sus mercados.

Se estima que la vinculación de este estudio con las Relaciones Internacionales es para lograr ampliar el conocimiento en los Negocios Internacionales del país mediante las empresas creadas por nacionales. Se propone que con este trabajo se pueda ayudar a las empresas nacionales a exportar o importar productos o servicios y tener auge en el mercado internacional para así tener un impacto considerable en el país gracias a las relaciones de empresas nacionales con el extranjero.

Se está consciente de que existen empresas transnacionales, los macro o grandes empresarios, pero ahora se sabe que las Pymes se dedican a diferentes actividades y han aprendido a diversificarse para mantener las necesidades de los consumidores. Es por eso que se considera necesario darle la importancia que tiene este tipo de empresas.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) “En México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son Pymes que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país”.³ Estos datos se consideran relevantes debido a la magnitud que tienen en la sociedad, y sobre todo las cantidades que generan tanto en PIB como en la creación del empleo.

Uno de los recientes bloques económicos en Latinoamérica es la Alianza del Pacífico (AP), es una iniciativa de integración regional conformada por Chile, Colombia, México y Perú, oficialmente creada el 28 de abril de 2011. Los objetivos de la AP son construir de manera participativa el área de integración para avanzar hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas. Con un mercado de unos 214 millones de personas, con un PIB per cápita promedio de 16,500 dólares⁴, Identificando a la AP es ideal para incentivar negocios, brinda oportunidades para la inversión extranjera y está abierta a nuevos emprendimientos e innovación en diversas áreas.

La AP busca impulsar un mayor crecimiento, desarrollo económico y competitividad de las economías de sus integrantes, convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial. Uno de los principales temas para la AP son las Pymes, donde buscan establecer mecanismos de apoyos para asegurar que las Pymes se beneficien de oportunidades regionales, a través del intercambio de mejores prácticas y el fortalecimiento de las políticas de los países miembros.

La problemática que existe para las Relaciones Internacionales es la vinculación con otros países, asegurar el crecimiento de las empresas exportadoras e importadoras, sobre todo en la importancia o apoyo que se le da por parte del gobierno. Se deben de plantear las diferentes perspectivas que se tengan en los sistemas políticos y económicos de las diferentes naciones para el aprovechamiento de los mecanismos internacionales presentes.

Las Relaciones Internacionales, como ciencia social internacional funcionan como la ciencia llave y central de la consideración del hombre, como ser que vive en sociedad, ya que puede abarcarse como un tema particular o como un tema en general que vincula a la sociedad internacional.⁵ Es donde se encuentra la vinculación con las Relaciones Internacionales que radica en el conocimiento del

³Página Oficial de ProMéxico, Pymes eslabón fundamental para el crecimiento en México, consultada el 24 de octubre del 2015, Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

⁴ Página oficial de la Alianza del Pacífico, Negocios e Inversión, Consultada el 16 de noviembre del 2015, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/#negocios-e-inversion>

⁵ del Arenal, Celestino, Introducción a las Relaciones Internacionales (Ed. 4°), España, Tecnos, 2007, Pág. 92

comercio internacional, el manejo de las políticas y convenios con diferentes regiones del mundo, así como un buen manejo de política y economía del país que pueda lograr que las Pymes tengan auge en la población para enriquecer a la nación.

Se sabe que el bienestar de las comunidades puede afectarse sustancialmente por los desarrollos internacionales que van desde los aumentos o disminuciones en la incidencia de la guerra, hasta aumentos o disminuciones de las barreras arancelarias.⁶ Tomando en cuenta que se trata de un tema internacional se aprovechara el enlace que se tiene con la AP como una herramienta para las empresas. Tomando como idea principal de esta iniciativa la de avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

Es por eso que un internacionalista debe atender a este problema, debido a que los sucesos y comportamientos de los actores internacionales repercuten en la sociedad internacional, se pueden mostrar planteamientos diferentes acerca de una nueva era de los negocios internacionales en el siglo XXI. La interdependencia que ha estado sumergida entre los actores de la sociedad internacional ha ido incrementándose y con ello la necesidad de trabajar junto con otras naciones.

El singular crecimiento de los Negocios Internacionales en los años recientes, representa los últimos y más ambiciosos esfuerzos por alcanzar el viejo deseo de mantener el orden, ya que no existe un gobierno mundial. En forma creciente también se presenta el deseo no solo de lograr el orden sino un orden justo, basado en la equitativa distribución de los recursos.⁷

Las Pymes se consideran hoy en día como impulsores de una economía, no solo en México sino distintas regiones del mundo. En la actualidad existen muchas empresas Pymes en el país, sin embargo, no todas llegan a tener un crecimiento y sobre todo que puedan participar en el comercio internacional. Sumado a ello la presencia de las empresas trasnacionales dentro y fuera del país, las Pymes pueden verse como no competidoras debido al tamaño y posicionamiento que tienen, es por eso que se debe mantener una buena orientación y seguimiento a los emprendedores.

Los internacionalistas han estudiado como el pasado influye en los hechos actuales, de manera que se puede influir en una perspectiva futura al problema, anticipando las consecuencias o resultados del orden internacional. Este tema llama al estudio para conocer las soluciones que se encuentran en el área internacional, en los

⁶ Pearson, Frederic, Rochester, J. Martin, Relaciones Internacionales: Situación global en el siglo XXI (Ed. 4°), 2000, Bogotá, Colombia, McGraw-Hill Interamericanas Pág. 8

⁷ Ídem, pág. 16

convenios, relaciones diplomáticas y económicas que se tienen con los demás países para albergar ayuda al país y en caso específico hacia las Pymes.

Los estudiosos de las Relaciones Internacionales cuenta con las herramientas necesarias para lograr un análisis e identificar los problemas o situaciones internacionales que son relevantes para la sociedad internacional⁸. Es por eso que este tema es de gran interés para los internacionalistas pues interviene con otros Estados para lograr un apoyo mutuo e incrementar la economía del país con diferentes perspectivas que puede dar el análisis de un internacionalista.

El objetivo general de la presente investigación es el siguiente:

Analizar como las Pymes mexicanas se pueden consolidar dentro del país brindándole como herramienta un plan de negocios para que pueda convertirse en una empresa sólida e involucrarse en el mercado internacional, aprovechando la Alianza del Pacífico, considerando resultados del periodo 2012 – 2016.

Los objetivos particulares de esta investigación son:

- Conocer las características de las Pymes para entender la importancia que reflejan en la sociedad y economía de un país.
- Estudiar la Alianza del Pacífico y su marco de operación a favor de las Pymes mexicanas.
- Aprender la importancia de un plan de negocios efectivo para las Pymes.

La Hipótesis de esta tesina es la siguiente: La falta de un plan de negocios en las Pymes es un gran factor de fracaso en la mayoría de las empresas mexicanas luego esto hace que no puedan consolidarse y madurar, por lo tanto, es imposible lograr involucrarse en el exterior. Es por eso que se recomienda iniciar con un plan de negocios para lograr las metas y encontrar con esto una herramienta invaluable para las Pymes que busquen incluirse en el mercado internacional, en este caso se aprovechara la Alianza del Pacífico como apoyo para lograr traspasar las fronteras y generara un impacto positivo en la economía del país.

Para efectos de esta investigación se utilizará la Teoría Neoliberal, donde se menciona como los Estados abrieron sus mercados al campo internacional, teniendo una actividad económica de ingresos y egresos mayor. Debido a la demanda de la globalización las empresas transnacionales han tomado más presencia que muchos de los Estados, tratando de diversificar sus productos y en busca de nuevos dicho de mercado.

⁸ Levy V, Carlos E, La FES Aragón frente a la formación de internacionalistas de alto nivel, México UNAM/ENEP/Aragón, 2011, Pág. 12

Esta nueva corriente de pensamiento económico que fue imponiéndose como una nueva creencia en el mundo occidental, que consideraba al Estado y a sus intervenciones en la actividad económica como un obstáculo para el desarrollo económico y social de los países. La extensión y consolidación de este pensamiento liberal renovado, fue facilitado por la llegada al poder de gobernantes con ideas conservadoras e identificadas con el liberalismo económico, en su nueva versión llamada neoliberalismo.⁹ Debido a que el liberalismo saca de la ecuación económica al Estado al considerar que limitaba al comercio, por el contrario el neoliberalismo hace el Estado vuelva a entrar a la ecuación económica pero para dar marco legal para la reproducción del capital.

Es por eso que esta teoría ayuda a comprender como las Pymes pueden abarcar más su campo comercial, ya que gracias a las características de la teoría se entiende cómo podrían adentrarse a otros mercados internacionales gracias a la apertura de mercados y sobre todo manteniendo relaciones comerciales y así poder contar con mayor crecimiento económico por parte de las empresas.

El neoliberalismo utiliza denominaciones más frecuentes en nuestros días para referirse a las aproximaciones transnacionalistas, esto ha dado lugar a la creación de un cuerpo teórico de gran importancia como lo son las políticas internacionales, junto a nuevas cuestiones de cooperación internacional. Sin la limitante de barreras a la información y comunicación en las relaciones entre Estados que impedían la cooperación y crear acuerdos, aun cuando haya intereses comunes.¹⁰

Se puede distinguir la importancia que tienen las empresas y los Estados de participar en el mercado mundial, la transformación de la sociedad internacional ha causado muchos cambios en el sector empresarial, se pueden analizar las transnacionales que están presentes en todas las economías de los países de primer mundo. En esta investigación hace mención a la Alianza del Pacífico, que integra la región para el desarrollo de los países y donde las Pymes mexicanas pueden aprovecharla.

El neoliberalismo no sólo es una propuesta económica y social sino también una propuesta política, que ha sido difundida por los Estados que participan en la libre realización del mercado y se complementa con el proyecto de un orden mundial, el acceso al mercado internacional.¹¹ Con la globalización los productos y servicios se diversifican alrededor del mundo, podemos darnos cuenta que en muchos de los

⁹ Ríos Camarena, Alfredo, La crisis del Neoliberalismo globalizador: hacia un nuevo rumbo económico, México, Editorial Expediente Parlamentario 19, 2009, Pág.124

¹⁰ Kepa Sodupe, La teoría de las Relaciones Internacionales a comienzos del siglo XXI, España, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial, 2003, Pág. 119-122.

¹¹ Hajar Serrano, Alberto, Introducción al Neoliberalismo (Ed 2°), México, ITACA, 2001, Pág. 34-40

Estados que adoptaron estas medidas se ha podido tener mayor consumo, a diferencia de los países que han optado por no hacerlo.

De acuerdo con la teoría neoliberal, hay medidas necesarias para la creación de riqueza y progreso del bienestar de la población general. Bajo la premisa de que “una ola fuerte eleva a todos los brazos”, esta teoría sostiene que el mejor modo de asegurar la eliminación de la pobreza (tanto en escala doméstica como mundial) es a través de los mercados libres y del libre comercio.¹² Es necesario que los gobiernos tengan presente que la competencia es importante y también tomar medidas necesarias y contar con la información pertinente para involucrarse en nuevos mercados y poder competir de manera óptima, contar con la regulación por parte del gobierno.

En el **capítulo 1** se analizará lo que es una Pyme, se conocerán algunas características y una forma de clasificación, también se mencionará la importancia que tienen para el país, así como el análisis de las ventajas y desventajas que suelen tener algunas de las Pymes mexicanas en el mercado y dentro de la empresa.

En el **capítulo 2** se analiza la Alianza del Pacífico, desde su marco de operación, así como los resultados de la relación comercial que tiene México con cada uno de los integrantes de la Alianza, los antecedentes que se han entablado con cada uno de los países y se hace mención de algunos de los programas impartidos por la Alianza a favor de las Pymes.

En el **capítulo 3** se estudia el manejo de un plan de negocios para las empresas, con esto se quiere demostrar que las Pymes necesitan de planeación para que su negocio sea fructífero, sacar el mayor potencial para que a su vez puedan prevenir o reducir riesgos. Para obtener como resultado una empresa sólida y preparada para el mercado internacional.

¹² Harvey, David, Breve Historia del Neoliberalismo, Traducción realizada por acuerdo con Oxford University Press, Madrid, España, Akal, 2007, Pág. 72

Capítulo I: Las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes)

En el primer capítulo se conocerá el significado de empresa y de las Pymes, sus características junto con la importancia que tienen tanto los emprendedores como las empresas de cualquier tamaño en la sociedad, el papel que juegan las Pymes en cualquier región, también se menciona una forma de clasificación de las Pymes latinoamericanas y mexicanas.

Se analizará la importancia que tienen las Pymes en un país, sobre todo en la región de América Latina, sus características que tienen para ayudar a difundir cultura e intereses locales, su aporte de desarrollo social y económico. Se hace mención de algunas ventajas y desventajas generales de las Pymes.

1.1 ¿Qué es una Pyme?

Conocer el origen de las empresas se encuentra en las necesidades de las personas, se debe de encontrar cuales son las necesidades que desea cubrir el mercado, así es como una empresa tendrá éxito en el mercado por la demanda que cubrirá en la sociedad con un producto o servicio. A continuación, se conocerá una posible definición de empresa para después entender el significado de las pequeñas y medianas empresas.

“Una empresa es una organización que combinando los recursos de que dispone llega a la producción y/o comercialización de bienes y/o servicios, a fin de satisfacer necesidades existentes en la sociedad”¹³

Por ejemplo, si una familia busca arreglar su automóvil, buscara quien se encargue de solucionar su problema, es así como existe una relación entre mercados y las necesidades del consumidor. La creación de las empresas crece con el cambio de las necesidades de las personas y esto varia en localidades, regiones y países. Estos cambios los podríamos ver como fuentes de oportunidades o amenazas, pues la adaptación es una ventaja que deberían de tener todas las empresas para poder subsistir en el mercado frente a las necesidades y competencia que surjan en las diferentes actividades comerciales.

Con lo anterior se puede concluir que la empresa es la que cuenta con recursos y existe para cubrir las necesidades de las personas por medio de bienes o servicios que se pretender comercializar, es por eso que una empresa comienza siendo local y va desarrollándose y subsistiendo conforme se establezca en el mercado, mediante la adaptación e innovación de cada una de las empresas.

¹³ Cámara, Dionisio, Santibáñez, Javier, Gestión práctica de las PYMES “Como mejorar los resultados de la empresa”, Madrid, Ibergaceta Publicaciones, S.L., 2010, Pág.2

Es por eso que las Pymes, son consideradas como un elemento importante para el desarrollo y productividad de la sociedad, se cree que los emprendedores han sido factor decisivo para el crecimiento de pequeñas y grandes economías ya que enfrentan retos de desarrollo frente a cambios externos e internos que podría ser radicales y que se consideran un riesgo, debido a ello los emprendedores que deciden consolidar una Pyme presentan un compromiso para ellos mismos y para la sociedad en la que desean desenvolverse.

Se considera que no hay una definición específica de Pymes, y en el mundo hay una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro¹⁴, pequeñas y medianas empresas también conocidas con el acrónimo de MiPyMEs, y dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan.

Según datos del Monitor Global del Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés) que sirve como medidor de emprendimiento, "México es una economía impulsada por la eficiencia y en 2015 clasificaron a México de manera favorable en lo que respecta a las políticas gubernamentales y los programas de emprendimiento".¹⁵ También hacen mención del favorecimiento de las nuevas políticas a favor de los emprendedores que trajo consigo la creación de nuevos programas administrados por la Secretaría de Economía.

Con lo anterior, podemos deducir que los emprendedores cuentan con un panorama positivo para la planeación y creación de una empresa, debido a que el GEM es un índice que abarca datos del mundo sobre emprendimiento y que ayuda a entender el fenómeno empresarial en nuestro país y sobre todos la imagen que se proyecta al extranjero en cuanto a temas de inversión, comportamiento del entorno para el emprendimiento y empresarial.

Los emprendedores son parte importante de la economía de un país, ya que gracias a ellos existe la creación de las Pymes y no solo eso, también la innovación y desarrollo para una sociedad. El nacimiento de una empresa y su correcta administración son fundamentales para el éxito que esta llegase a tener. El tener

¹⁴Una microempresa es una organización de menor y también su definición varía de acuerdo de cada país. Según la Secretaría de Economía una microempresa es aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas hasta por 4 millones de pesos y representan el 95 por ciento del total de las empresas y el 40 por ciento del empleo en el país; además, producen el 15 por ciento del Producto Interno Bruto. Este tipo de empresas pueden llegar a ser de gran importancia en la vida económica de un país, en especial para sectores económicos vulnerables. Este tipo de empresas pueden llegar a ser una salida laboral para un desempleado o ama de casa. Las Microempresas pueden llegar a ser una Pyme con el tiempo. Secretaría de Economía, área a de microempresas, Consultada el 26 de febrero del 2018, Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario>

¹⁵ Página oficial del GEM Global Entrepreneurship Monitor, perfiles económicos, México, Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/country-profile/87> consultada el 19 de septiembre de 2018.

empresas de diferentes sectores y tamaños es de gran relevancia para una sociedad, pues desencadena progreso y calidad en los servicios debido a la competitividad y la mayoría presume que son un elemento decisivo para el desarrollo de la dinámica productiva y económica de una sociedad.

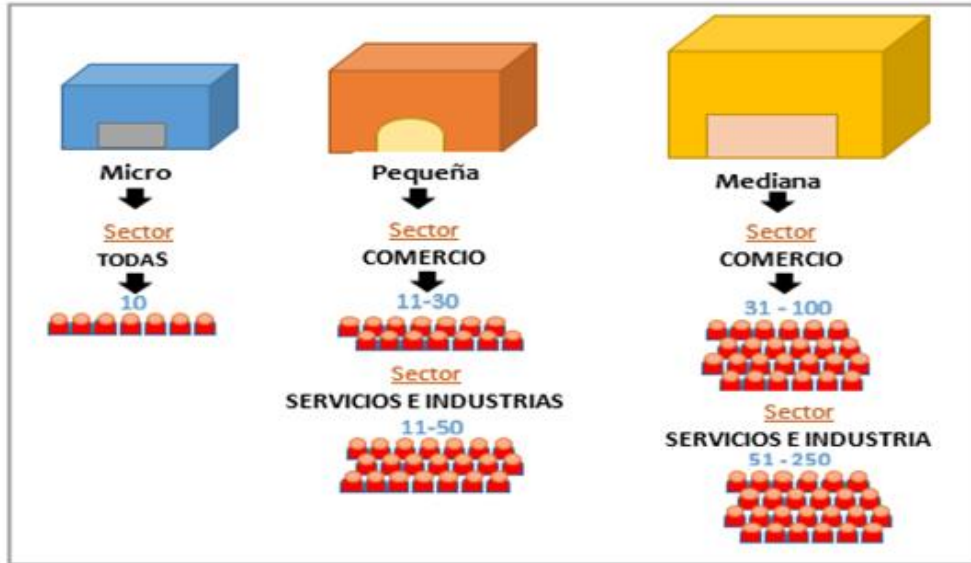
Es por ello que, se debe de contar con el apoyo del gobierno y de programas que sostengan el crecimiento y la creación de las empresas, todo depende del tipo del giro de la empresa y las necesidades que requiera considerando el sector en donde se va a desenvolver el negocio. El tener conocimiento de una definición siempre ayudará a conocer la magnitud de cada segmento de empresas (y por ende su impacto en la actividad productiva), y a tomar medidas mejor enfocadas de fomento de la producción.

En muchos países se consideran diferentes características distintivas como los trabajadores que llegaran a tener, los ingresos y activos con los que cuentan, otras variables son el sector en el que se encuentran, la capacidad, el potencial y nivel de desarrollo que llegase a tener. Considerando todos estos criterios, cada país debe considerar las políticas, medidas y estrategias económicas que se emplearan para lograr un desarrollo fructífero.

Al ser analizados cuidadosamente todos estos factores conforme lo marque cada país se debe contar con antecedentes e información de las empresas que han tenido éxito, sobre todo que ratifique la formación, maduración de las empresas. Y así al tomar todos estos elementos cuantitativos y cualitativos se puedan tener mejores resultados para poder otorgar herramientas funcionales a las empresas.

En el siguiente esquema se puede conocer según el tamaño de las empresas, ya sea micro, pequeña o mediana empresa el sector en el que se desempeñan y el número de empleados que pudiera llegar a tener. En cuanto a Pequeñas y Medianas empresas se considera que en el sector comercio llegan a contar con menos personal que cuando se enfocan a la industria de servicios e industrias.

Esquema No. 1: Pymes mexicanas, por sector y cantidad de trabajadores.



Fuentes: Elaboración propia con información de la página oficial Pepe y Toño, ¿Qué son las Pymes?, Consultada el 15 de Noviembre del 2017, Disponible en:

http://www.pepeytono.com.mx/novedades/2010/07/que_son_las_pymes

En México, la cantidad de trabajadores no tiene que ver mucho con el tamaño de las empresas. De hecho, en México se han registrado empresas hasta con 500 trabajadores, que aún son catalogadas como pequeñas o medianas empresas. Estas empresas también son consideradas como el principal motor de la economía sobre todo por que contribuyen de manera importante a la generación de empleos.

Es así, como un importante espacio del mercado, es cubierto por medio de estas empresas y consideradas como la columna vertebral de la economía mexicana. Las MiPyMEs generan 73% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo.¹⁶

Con lo anterior se puede conocer la importancia que demandan las Pymes en nuestro país, debido a la gran aportación de empleos que dan a la sociedad y la aportación del PIB del país, es por ello, el gobierno mexicano deben de brindar mejores oportunidades para el desarrollo de las empresas y dar seguridad a los emprendedores para la creación de nuevas empresas. Hay que tener en cuenta que no basta solo es apoyo del gobierno para que cualquier empresa rinda frutos, son

¹⁶ Página oficial de la CONDUCEF, Usuario Inteligente y Educación Financiera para las Pymes, Consultada el 16 de Agosto del 2017, Disponible en: <http://www.conducef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>

necesarias diferentes acciones por parte del empresario y la forma en la que direcciones su empresa, como lo es por ejemplo la administración o la reinversión.

1.2 Clasificación de las empresas por actividad económica

Se ha asegurado que las Pymes son más numerosas que las grandes en todos los países, pero en América Latina hay una sobreabundancia de empresas pequeñas. En Estados Unidos, por ejemplo, 54% de las empresas tienen 10 trabajadores o menos. En Argentina, esa cifra es de 84%, y el México y Bolivia, más de 90%. En cuanto a composición sectorial de los países latinoamericanos se puede decir que en promedio a la manufactura corresponde un 13%, al comercio un 53%, y a los servicios un 34%.¹⁷

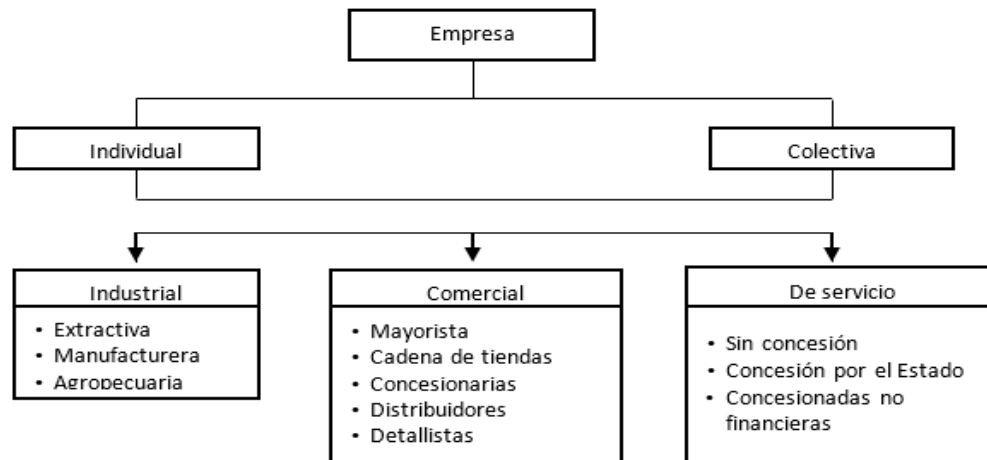
Se identifica que las Pymes están sumergidas en diferentes sectores del mercado es importante considera que este tipo de empresas generan ingresos a varios países del mundo, y al generar productividad trae consigo la generación de dinero, aumento del PIB y a nivel nacional o como internacional en la participación en la cadena de suministro. Además están consideradas parte de la cadena de valor dentro y fuera de los países, esto implica el crecimiento económico de las naciones.

Existen diferentes criterios para clasificar a las empresas. Sin embargo, estas pueden tener diferentes categorías de acuerdo con su actividad o giro. Para determinar las operaciones de las empresas y poder contar con un registro de ellas, es necesario tener una clasificación de acuerdo a grupos genéricos, y así precisar la complejidad administrativa y contable. Y como se vio anteriormente, es necesaria la clasificación e identificación para poder encontrar medidas necesarias y así hallar mejores políticas a favor de las Pymes.

En el siguiente esquema se puede observar una forma de clasificar a las empresas por el grupo de actividades que desempeñan de forma individual o colectiva que esta sea y como estas se dividen en sectores, es aquí donde las empresas comienzan a tener cierta especialización por la actividad que realizan en el mercado y gracias a eso se ha podido obtener mejores datos de las empresas en general.

¹⁷ Schnarch K., Alejandro, Marketing para las Pyme: Un enfoque para Latinoamérica, México, Alfaomega, 2013, Pág. 19

Esquema No. 2: Clasificación de las empresas por grupo de actividades



Fuente: Elaboración propia con datos de Eyssautier de la Mora, Mourice, Rodríguez Valencia, Joaquín, Mercadotecnia aplicada en las pequeñas y medianas empresa, México, Trillas, 2017, Pág. 42

Existen diversos criterios para clasificar a las empresas, éstas pueden tener diferentes categorías de acuerdo con su actividad o giro. A continuación, se describe una posible clasificación del criterio que se adopta en México según los autores Mourice E. de la Mora y Joaquín Rodríguez Valencia:¹⁸

- **Industrial:** Son aquellas empresas dedicadas a la producción de bienes por medio de la transformación (manufactureras) de materias primas en productos terminados, y la de extracción de las mismas (pesqueras, mineras, madereras).
Las empresas de fabricación son las más difíciles de crear porque requieren mayores recursos para constituirse: maquinaria, equipo, materiales y suelen requerir más dinero para su arranque.
- **Comercial:** Son aquellas intermediarias entre el producto y el consumidor. Su función primordial es la compra-venta de productos terminados.
 - **Mayoristas.** Aquellas que adquieren productos de los fabricantes en grandes cantidades y luego los venden a los detallistas.
 - **Minoristas o detallistas:** Aquellas que venden directamente a los consumidores los artículos fabricados por otras empresas.
- **De servicios:** Son servicios que se brindan a la sociedad. Se requiere talento para innovar que es un aspecto típico de muchas pequeñas empresas. Las empresas de servicios suelen ser las más fáciles de crear porque requieren relativamente menos recursos para constituirse. Por ello, este tipo de

¹⁸Ídem, Pág. 42

empresas representan el segmento más grande en las estadísticas del INEGI.

Es necesario conocer los criterios y la clasificación de las empresas para poder tener una mejor evaluación y poder determinar las operaciones que desempeña, esto puede ayudar a dar un mejor seguimiento en cuanto a la situación administrativa y contable de cada una de las empresas y como es que se desenvuelve en el mercado, ya sea por el tamaño o clasificación de la empresa es necesario determinar si la empresa es pequeña o mediana para poder tener una mejor visión dentro de la empresa y manejo de la misma.

Cabe mencionar que la planeación adelantada de una empresa es esencial, e identificar la industria al que la empresa pertenece ayuda mucho después de conocer los puntos anteriores, pues mucho depende de la inversión y las innovaciones desarrolladas de las características tecnológicas que llegara a contar.

1.3 Características generales de las Pymes

A pesar de que es difícil caracterizar a las Pymes, debido a la diversificación que tienen las empresas, eso no quiere decir que no cuentan con las mismas características e incluso con dificultades. En esta investigación se trató de reunir algunas características que comparten la mayoría de las Pymes, debido a que no existen dos empresas similares y sobre todo que compartan las mismas dificultades, a continuación se muestran algunas de las características más generalizadas¹⁹:

- **Poca o ninguna práctica administrativa;** debido a que la empresa suele estar a cargo de una sola persona que suele ser el propietario, quien tiene pocos empleados, y en la mayoría de los casos no cuenta con capacitación para llevar la administración de la empresa, a esto se refiere a la planeación, organización, integrar los recursos, dirigir y controlar.
- **Poco capital;** Esta característica se refiere al escaso recurso financiero con el que operan las pequeñas y medianas empresas. Esta peculiaridad radica en dos causas principales:
 - La ignorancia del propietario de que existen fuentes de financiamiento, y la manera en que éstas operan.
 - La falta de conocimiento respecto a la manera de exponer la posición comercial, financiera y administrativa de su empresa y sus necesidades ante posibles fuentes de financiamiento.
- **Contacto personal y estrecho del propietario con los empleados;** Se refiere a la facilidad con la cual el propietario está en relación directa con sus

¹⁹ Eyssautier de la Mora, Mourice, Rodríguez Valencia, Op. Cit, Pág. 43-44

empleados; esto constituye un aspecto muy positivo porque facilita la comunicación en la empresa.

- **Poca posición comercial en el mercado;** por su tamaño y volumen de operaciones consideradas de manera individual, se limita a operar en un mercado reducido. Por consiguiente, la cantidad de sus operaciones no repercute de manera importante en el mercado en que operan.
- **Relación esencial con la comunidad local;** debido a los escasos recursos organizacionales, sobre todo en las micro y pequeña empresa, ya que éstas establecen un vínculo estrecho con la comunidad local de la cual obtiene clientes, materiales, maquinaria, equipo, personal, mercancía, etcétera.
- Cuenta con personal reducido y poco calificado, pero este es decisivo.
- **Existen características especiales de las pequeñas empresas, a diferencia de las medianas empresas, como lo son:**
 - El ritmo de crecimiento de la pequeña empresa suele tardar un tiempo, para que la diversidad y complejidad de sus funciones provoquen la modificación de su estructura orgánica.
 - Se trata de una empresa generalmente familiar.
 - El capital es aportado por el propietario.
 - La ubicación actual de la empresa es la misma donde inició sus operaciones.
 - La disposición de recursos financieros es limitada.
 - El mercado en el que opera es normalmente local o regional.
 - La cantidad de empleados se considera entre 11 y 50 personas.
 - Las actividades de dirección y control se centralizan de manera total en el propietario.
 - La pequeña empresa tiende a crecer principalmente debido a que el propietario realiza a reinversión de las utilidades obtenidas.
 - No cuenta con el apoyo técnico-financiero de instituciones privadas, ni del gobierno, que garanticen su desarrollo.

En este listado se analiza algunas de las características generales que se han presentado en las Pymes, y nos ayuda a identificar y ser específicos con el tipo de empresa que se va a crear, también al conocer estas características podemos prever para ajustar las necesidades y componentes de cada empresa para buscar soluciones a problemas específicos que marquen las empresas, el mercado o sobre los emprendedores, ayudando a tener una visión más clara de los retos o problemáticas que se llegara a presentar.

Hay que tener en cuenta las exigencias que se han ido presentando en el siglo XXI han hecho que las Pymes lleguen a modificar desde su tecnología hasta su estrategia de venta, conseguir la información necesaria para poder entender y

adaptarse a los cambios futuros. Es importante mencionar que las Pymes muestran características especiales de las regiones de donde son y a pesar de que es necesario cambiar sus estrategias de penetración en los mercados, también se debe de conservar su identidad, su cultura y naturaleza que los ha definido desde un principio.

1.4 Importancia de las Pymes para un país.

Es de gran importancia tener una visión de las empresas Pymes hacia el exterior en la era de la globalización, ya que ello ha obligado a hacer cambios en la economía de los países y al mismo tiempo hacer que se incrementa utilizando herramientas que ofrece el campo internacional, como lo son los TLC, Alianzas con otros países, entre otros.

La internacionalización de las economías y los mercados los tornará más competitivos, pero la importancia de la interrelación de las empresas con su entorno externo se comprende de las influencias en común. Asimismo, la globalización actúa a través del macrorregionalismo patrocinado por los Estados y las fuerzas económicas que buscan abrir mayores mercados para ser más competitivos, lograr acuerdos subregionales trasfronterizos. Estos cambios los han sufrido también las Pymes y han tenido que irse adaptando de manera rápida y efectiva para poder sobrevivir.

En la actualidad se puede encontrar con Pymes estables que tienen un posicionamiento y que se han mantenido en el mercado e incluso han podido introducirse en el mercado internacional, esto debido a la apertura de los mercados y por la globalización.

Las Pymes son creadoras de fuentes de empleo en pequeños sectores sociales, en especial para trabajadores poco calificados, quienes generalmente constituyen la mayor proporción de desempleo en economías emergentes. También pueden contribuir a la estabilidad de una sociedad, debido a que una Pyme puede ser generadora de desarrollo comunitario ya que la mayoría son suministro de una localidad y también proveedoras de grandes empresas.

Las empresas emergentes y las pequeñas empresas son fuente de promoción del crecimiento económico. Según un estudio reciente de la Corporación Financiera Internacional (IFC), las Pymes representan más de la mitad de los puestos de trabajo formales en todo el mundo, y su participación en el empleo total es comparable a la de las grandes empresas. Además las Pymes desempeñan un papel cada vez más importante al abordar urgentes desafíos del desarrollo,

especialmente aquellos relacionados con la sostenibilidad y la prestación de servicios.²⁰

Se ha detectado un gran auge en empresas de nueva creación y el autoempleo, es por eso que las Pymes no deben considerarse como un factor secundario en la economía de un país debido al valor que tiene y el alcance que podría llegar a tener. Contando con la importancia que tienen es necesario que se ofrezcan medidas necesarias para su crecimiento como financiamientos y programas para su perpetuidad en el mercado.

Debido a todas estas características positivas se ha logrado un efecto cadena, el emprendimiento, lo que es favorable ya que este tipo de empresas brindan crecimiento en la región y se sabe que a nivel mundial se muestra un desafío ante la pobreza y se ha convertido en un importante reto internacional, ahora con las Pymes se puede encontrar una solución con un crecimiento que esté al alcance de la población, ofreciendo empleos e innovación, para ello es necesario mejorar el rendimiento y la sostenibilidad de los empresarios.

Como muestra, Santiago Macías en México se pregunta: ¿Son realmente las Pymes la base de la economía?, ¿es necesario en un país como México alentar la formación de esas empresas? La respuesta es sí, no solo son necesarias, son indispensables desde el punto de vista que se les mire: son el principal generador de empleos, son el mejor distribuidor de ingresos entre la población y entre las regiones, son indispensables para que las grandes empresas existan y son un factor central para la cohesión social y la movilidad económica de las personas.²¹

Debido a lo anterior se considera que este tipo de empresas se encuentran desde grandes ciudades hasta pequeños sitios urbanos y su importancia es considerable ya que ofrecen una dinámica importante en las regiones como en las naciones, ya sea de países desarrollados o en vías de desarrollo, por todas las ventajas que siembra en la sociedad, sobre todo porque las Pymes se encuentran en varios sectores, desde el comercio y la industria, hasta los servicios de salud y el sistema financiero.

²⁰ Corporación Financiera Internacional: Informe anual sobre Pymes, citado en Banco Mundial, “Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos”, del 20 de Junio de 2016, consultado el 26 de febrero del 2018, Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>

²¹ Santiago, Macías, “La importancia de las Pymes para el mercado mexicano”, Disponible en: <http://www.compite.org.mx/otros/IMPORTANCIAPYMES.pdf> , Citado en Alejandro Schnarch K., Óp. Cit., Pág.

Es importante que las empresas de todo tipo y tamaño crezcan bajo un sistema de trabajo y buena administración para el crecimiento y madurez a mediano y largo plazo. Asimismo, adquieren una responsabilidad social y su cumplimiento depende su permanencia en el sector económico del país.

Las Pymes de la región se afianzan en Latinoamérica. Según cifras de la Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes) en la región existen 716 mil pequeñas empresas y 145 mil medianas, las mismas que generan el 88% del total de empleos y siempre relacionado con el sector comercial. Todo ello frente a un 10% que avivan las grandes compañías.²²

Con estos datos se puede demostrar que el fomento al empleo por parte de las Pymes es de gran relevancia, ya que puede atender a una pequeña región brindando servicios y dando empleo a personas sin tener que desplazarse a grandes urbes en busca de trabajo. Estas cifras nos ayudan a comprender la necesidad de promover el desarrollo competitivo y su fortalecimiento.

Derivado a lo anterior se considera a las Pymes pueden ser vistas como una herramienta para los gobiernos, ya que además de ofrecer los puestos de trabajo y de crecimiento innovador a largo plazo, tienen el potencial para convertirse en un motor de crecimiento sostenible. El rol que tienen en una sociedad se ha disparado más en los últimos años debido a su dinámica económica.

1.5 Ventajas de las Pymes

A pesar de que la influencia de la globalización ha tenido un impacto ante todas las empresas a nivel global, podemos encontrar ante esta situación algunas de las potencialidades que presentan las Pymes que tiene para desenvolverse en este nuevo orden económico. Gracias a estas ventajas es que las Pymes siguen teniendo éxito en muchos mercados nacionales como internacionales y es necesario que se sigan tomando en cuenta ya sea para tener mejoras en supervivencia de las empresas o mejor desarrollo en calidad de productos o servicios.

En el siguiente listado se puede encontrar algunas de las ventajas que se consideran para las Pymes:²³

²² Observatorio de Redes Empresariales de Barrabés América, "Pymes generan 88% de empleos de América Latina del 15 de Febrero del 2011, Consultado el 27 de Febrero del 2018, Disponible en: <https://observatorioredesempresariales.wordpress.com/2011/02/15/pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina/>

²³ Soto, Eduardo, L. Dolan, Simón, Las pymes ante el reto del siglo XXI: Los nuevos mercados globales, México, Thomson, Pág. 3,4

- La flexibilidad frente a la gran empresa, ya que permite adaptarse con mayor rapidez a su entorno y a las necesidades de los clientes.
- Cuentan con una agilidad operativa y concepción organizativa más simple, ya que cuentan con nuevas formas de distribución de los productos o servicio hacia los mercados exteriores, donde pueden emplear diferentes modalidades.
- Las Pymes cuentan con un ingenio y motivación que las ayuda a orientarse a la generación de una corriente de una innovación capaz de superar las incertidumbres derivadas del mercado.
- Contacto directo con el cliente por el mayor trato personalizado.
- Se ha detectado que tienen una gran capacidad para rentabilizar nichos de mercado que las grandes empresas no llegan a detectar.
- Están presentes en diferentes regiones del país, esto es benéfico para la sociedad y la empresa al poder tener un mercado cautivo.
- Identificación con el personal debido a que son un equipo de trabajo reducido, se puede tener mayor relación entre dirección y empleados.
- Capacidad y asimilación de tecnología.
- La planeación y organización no requieren de mucho capital, hasta que comienza a crecer o adentrarse a nuevos mercados.

Como se muestra en el listado anterior se busca enfatizar que la mayor de las ventajas que tienen las Pymes es para dar a conocer las capacidades positivas que tienen las empresas. Estos aspectos han impulsado los alcances de las empresas y se debe tener presente que una ventaja puede ser una oportunidad de crecimiento para las empresas, pero sobre todo saber manejarla.

Una de las ventajas que se han detectado en las empresas es la participación de los jóvenes profesionales, las Pymes han detectado poco a poco la necesidad de adquirir conocimiento profesional con talento para ocupar puestos esenciales de la organización. Los recursos humanos son una de las ventajas que se debe de tener cualquier empresa y para las Pymes es necesario que comiencen a fortalecer más con personal capacitado.

Cabe mencionar que las ventajas son de gran importancia pues se puede comenzar a ver a las Pymes como algo benéfico para la sociedad y así lograr que alcancen un nivel de competitividad suficiente como para poder integrarse en el mercado internacional con ayuda de políticas estratégicas y acciones que valoren la importancia de mantener ya que su aportación es buena para el desarrollo del país. Contando con ello, seguir manteniendo estas ventajas y poder sumar características positivas que generen en la sociedad.

1.6 Desventajas de las empresas Pymes

Muchas de las veces las desventajas que se llegan a tener es por la falta de información, capacitación o mal manejo decisiones tomadas por el dueño de la empresa, se considera que una empresa bien informada puede reducir muchos riesgos en varios sectores donde se desenvuelve la empresa.

En la actualidad han surgido muchos cambios y con ello han aparecido nuevas desventajas no solo para las Pymes, sino también para las grandes empresas que hasta ahora han estado vigentes. A continuación se mencionan algunas de estas desventajas actuales que permanecen en el mercado para las Pymes:²⁴

- Preocupación por el medio ambiente, que se refiere al entorno social que será cada vez más exigente, lo que se concretará en nuevas regulaciones para conseguir una convivencia más amable con el medio ambiente. Se considera una desventaja ya que se comienzan a poner más medidas regulatorias en el momento de exportar y sobre todo que se comienzan a adaptar cuando ingresan el producto a otros países.
- Especialización de las empresas frente a los cambios que se presentan en estos cambios, como lo es la capacitación y desarrollo para las plantillas laborales, que para muchos empresarios sigue siendo un gasto superfluo.
- Poca atención en los mercados internacionales, a pesar de que llevamos un considerable periodo inmerso en el proceso de globalización, aún existen pequeños empresarios que no comprenden la idea de que es posible comenzar a considerar el proceso de la internacionalización.
- Estructuras financieras inadecuadas que no ayudan a diseñar e implementar estructuras financieras propias y adecuadas para los momentos en que vivimos.
- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y técnicas de producción.
- Falta de personal capacitado por no tener salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos

²⁴ Soto, Eduardo, Dolan, Simon L., Op. Cit., Pág. 23-26

excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Derivado a estos puntos se puede dar solución a problemas que se siguen repitiendo y pueden llegar a ser un factor de riesgo, es evidente que muchos emprendedores quieren ver sus proyectos en crecimiento para poder tener ingresos suficientes, sobre todo que se tenga la seguridad del apoyo gubernamental o del sector privado, también el contar con lineamientos y una guía para conocer el proceso en el que está la empresa y así poder crecer de manera paulatina en el mercado, sobre todo poder competir con otras Pymes que llegaran a tener o no las mismas desventajas.

El conocer los factores de las Pymes se puede interpretar para la toma de riesgos, es una forma de prevenir y estar informados, ya que influye directamente en el proceso de toma de decisiones. Y se debe tener en claro que siempre existirán cambios importantes y se debe estar preparados para ello, al conocer las desventajas de las Pymes se debe de tomar como una oportunidad de crecimiento y adaptabilidad en las situaciones que a la empresa se le presenten.

Por eso normalmente se considera que los gerentes de estas organizaciones deben desarrollar aptitudes para afrontar problemas o amenazas de la empresa, así como:²⁵

- Qué tipo de decisiones tienen mayor riesgo;
- Si las decisiones erróneas pueden ser fácilmente corregidas;
- Cuáles decisiones conviene diferir en razón del alto riesgo a la toma de decisiones en estas empresas (por otra parte, este riesgo está en parte compensado debido a que ellos solamente deben rendir cuentas a sí mismos). A ello se dice que el proceso de la adopción de decisiones en una Pyme pasa por:
 - La identificación de las causas determinantes de éxitos anteriores y usarlos de guía para decisiones futuras.
 - La dedicación de gran parte de su tiempo a estudiar el mercado y el medio.
 - La toma de decisiones con análisis previos menos detallados que los que se harían en una gran empresa en situaciones similares.

Se reconoce que el enfoque global en el que se emergen las empresas en general ha tenido cambios muy bruscos, muchos han afectado a los corporativos y otros los han podido sobrellevar. Todo este tipo de cambios implican un costo y sobre todo inteligencia para saber afrontarlos. El mercado presente y futuro es para las

²⁵ Irigoyen, Horacio A., Francisco A. Puebla, Comercialización en Pymes, Ediciones Macchi Grupo Editor, Buenos Aires, 1998, Pág. 69

empresas que sepan interpretar los cambios que se presentan día con día, y también de conocer las necesidades de los clientes con innovación y ventaja, es por eso que se necesitan todas las herramientas necesarias para poder ser una empresa competitiva y adaptarse a los cambios.

Ahora bien, conocer las ventajas y desventajas de las Pymes puede servir como un marco para los emprendedores, las empresas o mismo gobierno y así poder encontrar soluciones que ayuden a todas las partes y se convierta en un ganar-ganar. Cabe mencionar que las Pymes con negocios con características distintivas como ya se mencionaron, y ofrecen un crecimiento al sector empresarial y a la economía de cada país.

Capítulo II: La Alianza del Pacífico y su marco de operación

En este capítulo se conocerán los antecedentes de la Alianza del Pacífico y se hará mención de las relaciones comerciales, Tratados de Libre Comercio (TLC) o acuerdos entre los países integrantes de la Alianza con México, se analizarán algunos datos estadísticos de las importaciones y exportaciones que tiene México con cada uno de los integrantes.

Se mencionarán las características de la AP, su composición y los países que integran la alianza junto con datos específicos de cada uno de ellos. Se analizan algunos de los logros alcanzados por la AP a favor de la integración comercial. Asimismo, se podrán encontrar los programas que ofrecen los miembros de la AP para las Pymes, las acciones que ha tomado a favor de las Pymes.

2.1 Antecedentes

Previo a la formación de la AP se puede mencionar que un antecesor fue en 2006, con la propuesta de promover la integración y cooperación entre los países del Pacífico en América Latina. Esta iniciativa comenzó por el ex presidente Alan García a cargo del Gobierno Peruano, al proponer la creación del Arco del Pacífico.

La AP surge en 2010 por iniciativa del ex presidente peruano Alan García Pérez, donde involucra a Chile, Colombia, Ecuador y Panamá para la conformación de un Área de Integración profunda mediante un proceso de articulación política, económica y de cooperación. Chile y Colombia fueron los que promovieron la participación de México, Ecuador no respondió a la invitación. Después, las cuatro principales naciones acordaron que Panamá fuera participante solo como calidad de observador.²⁶

El 28 de abril de 2011, en la Declaración de Lima, se acordó establecer la AP. Donde proponen contribuir a la consolidación del Arco del Pacífico Latinoamericano como un espacio de concertación y mecanismo de diálogo político y proyección con la región de Asia Pacífico. Es aquí donde se declaran los siguientes temas:

- Movimiento de personas de negocios y facilitación para el tránsito migratorio, incluyendo la cooperación policial;
- Comercio e integración, incluyendo facilitación de comercio y aduanera;
- Servicios y capitales, incluyendo la posibilidad de integrar las bolsas de valores; y

²⁶ Secretaría de Economía, Memorias Documentales, Unidad de coordinación de negocios internacionales – Alianza del Pacífico, Secretaría de Economía, Administración Pública, 2006-2012, Pág. 3

http://www.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/6_md_alianza_pacifico_sce.pdf

Consultada el 8 de marzo del 2018

- Cooperación y mecanismos de solución de diferencias.

En la misma declaración se propone la elaboración de un proyecto de Acuerdo Marco de la AP, donde se crea el Grupo Ah Hoc, coordinado por Perú. También se acordó la creación de un Grupo de Alto Nivel (GAN). Fue hasta el 4 de diciembre de 2011, en Mérida, Yucatán donde los cuatro países firmaron la Declaración Presencial de Mérida, donde se dio a conocer la suscripción del Memorando de Entendimiento que crea el Comité Conjunto Mixto para la promoción del comercio de servicios y la inversión; y la adopción de la guía de requisitos para la movilidad de personas de negocios.

En junio del 2012 se firma en Antofagasta, Chile, la Declaración Presidencial de Paranal, como el Acuerdo de la AP, que brinda personalidad jurídica al mecanismo. Se crea el Grupo Técnico de Asuntos Internacionales para solución de controversias. Ante las agencias ProExport, ProChile, Proinversión, ProColombia, PromPerú y ProMéxico para fortalecer las acciones para promover los bienes y servicios. La declaración fue suscrita por los presidentes del Perú: Ollanta Humala, de Chile: Sebastián Piñera, de México: Felipe Calderón y de Colombia, Juan Manuel Santos.²⁷

Cabe mencionar que los grupos técnicos tienen como el propósito supervisar los avances de los grupos, evaluar las áreas donde se pueda avanzar, preparar propuestas para la proyección y relacionamiento externo con otros organismos o grupos regionales, en especial con Asia Pacifico. Esto es de gran ayuda en especial para el grupo técnico Pyme, donde abordan temas de promoción y el establecimiento de apoyo y creación de oportunidades regionales de la alianza, estos programas impartidos por la AP se mencionaran más adelante.

Por otra parte, las agencias que destino cada uno de los países de la alianza que tienen como objetivo la promoción de exportaciones de cada uno sus países, con ello se pueden generar nuevas oportunidades de negocio para las Pymes con intenciones de exportar sus bienes o servicios.

En cuanto a las relaciones entre los integrantes son muy amplias desde antes de la creación de la AP, cada uno por su parte se han integrado en temas de comercio e inversiones, mediante la conformación de zonas de libre comercio o TLC con países de la región latinoamericana y del resto del mundo respectivamente. El gobierno mexicano se ha mantenido presente en el medio internacional, por la importancia que se tiene sobre una visión de apertura, ha tratado de mantener buenas Relaciones Internacionales en todas las regiones del mundo. México ha mantenido

²⁷ Boletín Abecé de la Alianza del Pacifico del 2015, Disponible en: https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf (13- marzo-2018)

estrechas relaciones con los países miembros de la AP a través de TLC, Acuerdos Comerciales y de Complementación; con Colombia entró en vigor en 1995; con Chile es vigente desde 1999; y con Perú entro en vigor en febrero de 2012.

Derivado a lo anterior podemos encontrar una seguridad por parte del gobierno mexicano en cuanto a las relaciones comerciales que se han mantenido gracias a los acuerdos que se han ido formando conforme el tiempo, se espera que el apoyo para las Pymes mexicanas logre consolidar un mercado en el exterior, derivado a esto el propósito de generar nuevas redes de asociación y establecimiento de contactos con respecto a la relación que se ha mantenido con cada uno de los países y ahora con el AP.

Al final, la estrategia para lograr una buena consolidación en el mercado regional de la AP donde se pueda incrementar su competitividad o sobre todo ocupar espacios económicos en el bloque latinoamericano y poder encontrar en la Alianza pues se busca ser guiada por políticas empresariales con el objetivo de involucrarse y crear cadenas de valor en la región y así poder aprovechar el mercado de América Latina con miras hacia Asia Pacifico.

2.1.1 Tratado de Libre Comercio México – Chile (1999)

Con el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) en 1992, se inscribe bajo la complejidad de la época que sumaba integración de economías y que en ese momento se convirtió en uno de los más emblemáticos de la región. Posteriormente se propone la creación del Tratado de Libre Comercio con la Republica de Chile.

Este fue firmado en Santiago de Chile, el 17 de abril de 1998 y entró en vigor el 1 de agosto de 1999. Dentro de la negociación se acordó la eliminación de aranceles solo de algunos bienes y servicios que antes no estaban suscritos en el ACE.²⁸ Se incluyeron temas relativos al comercio y la inversión, junto a la transparencia y compromiso de mecanismos para la resolución de conflictos.

En el TLC se adoptaron diferentes puntos a favor de ambas naciones, para efectos de esta investigación se anunciaran algunos de los objetivos generales que podrían ser favorables a las Pymes mexicanas que buscan incluirse en el mercado chileno:²⁹

- Mejor equilibrio en las relaciones comerciales: con una expansión del comercio mundial y a la ampliación de la cooperación internacional;

²⁸ Gobierno de Chile, “Reunión de la comisión de Libre Comercio TLC Chile-México”, consultada el 8 de Marzo del 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_MEX/Studies/Evaluacion05_s.pdf

²⁹ Sistema de Información sobre comercio Exterior, “Tratado de Libre Comercio de la República de Chile y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, Consultada el 8 de Marzo 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/trade/chmefta/Text_s.asp

- Un mercado más extenso y seguro para los bienes producidos y los servicios suministrados en sus territorios;
- La participación dinámica de los distintos agentes económicos, en particular del sector privado, en los esfuerzos orientados a profundizar las relaciones económicas entre las Partes y a desarrollar y potenciar al máximo las posibilidades de su presencia conjunta en los mercados internacionales;
- Eliminación de barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios;
- Asegurar un marco comercial previsible para la planificación de las actividades productivas y la inversión.

Con estos puntos se puede dimensionar que ambas naciones buscan ser beneficiadas, también se menciona la expansión del comercio para el mercado y si se suma la eliminación de las barreras arancelarias se puede encontrar una ventaja para el intercambio comercial. Con esto se busca que sumado a lo estipulado en la AP las empresas puedan tener mayor rango de oportunidades en el mercado. Sin embargo, es necesario que los emprendedores estén informados para que sean aprovechadas eficientemente.

En la siguiente gráfica se puede observar la relación comercial entre México y Chile, la variación entre las importaciones y exportaciones del año 2012 al 2016. Se puede deducir que las exportaciones por parte de México han sido mayores con respecto a las importaciones de Chile, también se puede observar que las exportaciones han ido disminuyendo con respecto al 2012 y las importaciones han tenido una disminución, pero se han mantenido en el rango de \$1,000 millones de dólares (mdd) a \$1,500 mdd en los últimos cuatro años.

Gráfica No.1: Intercambio Comercial de México para Chile



Fuente: Elaboración propia con información de la Secretaría de Economía, consultada el 13 de marzo del 2018, disponible en la siguiente página web: <https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2016-por-socios>

Según el reporte trimestral de comercio exterior de Chile del primer semestre de 2016, las exportaciones hacia México aún no se recuperan y esto ha sido en todas sus principales categorías. Esto debido a que las exportaciones de bienes industriales se redujeron a \$516 mil dólares, y a pesar de la baja hay algunos subsectores que experimentaron positivos envíos, como alimentos procesados y la celulosa. En cuanto a las importaciones de Chile hacia México, que ha mostrado un descenso y ha sido consecuencia del deterioro de bienes intermedios, seguido de los bienes de consumo.³⁰

De acuerdo con datos de la Secretaría de Economía (SE), Chile es el 20° socio comercial más importante de México en el mundo, con \$3,342 mdd comerciado en 2015, es el 12° destino de exportaciones más importante con \$1,861 mdd exportado: los principales productos exportados son: Televisores, automóviles, vehículos, computadoras y tractores. En cuanto a importaciones es el 22° proveedor más importante con \$1,480 mdd importado, los principales productos importados de Chile son: Cobre, Carne de gallina, pavo y pato, madera aserrada, filete de salmón, atún y carpa. Es el 23° inversionista directo de Chile en México con \$846.9 mdd acumulados de 1999 y diciembre 2015.³¹

Se considera que con la creación de la AP ha tenido una variación de crecimiento tanto en las importaciones como en las exportaciones, pues considerando que del 2012 al 2014 las exportaciones fueron favorables y las importaciones se mantuvieron a consideración con los años posteriores. Se deduce que a pesar de que ha ido disminuyendo como se muestra en años siguientes se siguen manteniendo un intercambio comercial, a pesar de que no es uno de nuestros principales socios comerciales se espera que aumente gracias a las intervenciones que pudiera ocasionar la AP, sobre todo para la creación las regulaciones establecidas por los gobiernos a favor del comercio regional.

Se estima que desde sus inicios de la AP, los productos mexicanos gozan de preferencias arancelarias, lo que facilita que empresas mexicanas exploren nuevas oportunidades de negocios en el mercado chileno. Esta es una gran ventaja para las empresas que buscan incursionarse en este mercado y se considera que los exportadores mexicanos pueden aprovechar ventajas comerciales con los

³⁰ Reporte trimestral de Comercio Exterior de Chile del primer semestre de 2016, Departamento de Estudios de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministro de Relaciones Exteriores de Chile, agosto 2016, pág. 23, Consultada el 12 de marzo, 2018, disponible en: http://www.sice.oas.org/ctyindex/CHL/DIRECON20162_s.pdf

³¹ Secretaría de Economía, "México y Chile fortalecen sus relaciones comerciales a 15 años del Tratado de Libre Comercio, Consultada el 8 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/162068/Factsheet_TPP-Chile_2015_R_.pdf

aranceles preferentes para los productos mencionados tanto en el TLC como en lo estipulado en la AP.

Según últimos datos consultados en ProMéxico las relaciones comerciales de Chile con México en 2016, las exportaciones son de \$1,744 mdd, las importaciones van de \$1,335 mdd, el comercio total es de \$3, 080 mdd y con una balanza comercial de \$409,270 mdd. Dentro de las oportunidades de mercado son la Industria Agroalimentaria e insumos para la producción alimentaria; Refacciones automotrices; Maquinaria y Equipo, para la producción minera; Ferretería y Materiales de Construcción. En los sectores maduros de inversión están las Energías renovables, Tecnologías de información médicos y en los sectores maduros de comercio están los alimentos procesados y agroalimentos.³²

Se considera que a pesar que la relación comercial no es fuerte con respecto a los demás integrantes de la AP, se tienen perspectivas favorables a pesar de los cambios globales que se han presentado y en el reacomodo de las tendencias regionales. Se deben de preparar y fortalecer la relación bilateral, donde la presencia de México se ve más presente en Chile, queda mucho por hacer en temas de relación bilateral comercial y se espera que aumente con la AP y sobre todo que las Pymes busquen nuevos mercado que no han sido aprovechados en Chile y pueda convertirse en un nuevo mercado en crecimiento.

Cabe mencionar que se establezcan nuevos momentos donde se puedan establecer y aprovechar el TLC bilateral, para intensificar en materia económica y que el gobierno mexicano intensifique las relaciones comerciales con América Latina en especial con los integrantes de la AP y su aprovechamiento, sobre todo mantener presencia en el cono sur y aprovechar las oportunidades comerciales que demanda el mercado chileno.

2.1.2 Tratado de Libre Comercio México - Colombia (2011)

El Tratado de Libre Comercio entre México y Colombia tiene como antecedente la creación del Grupo de los 3 (G-3) donde participaban Colombia, México y Venezuela, suscrito en 1994 y entra en vigor el 1 de enero de 1995. Originalmente formulado en el marco del Proceso de Paz de Contadora, la decisión de negociar un tratado de libre comercio se anunció durante la Quinta Conferencia Ministerial entre los países de Centroamérica.³³ En 2004, Panamá solicitó ingresar al G-3, pero no fue admitido.

³² Página Oficial de ProMéxico, Mapa de Exportaciones de México, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://mem.promexico.gob.mx/info_paises.jsp

³³ Sistema de Información sobre comercio Exterior, Política Comercial de Colombia – México, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/G_3/G3_s.asp

A partir del 19 de noviembre de 2006 sólo participan en el TLC del G-3 Colombia y México. A raíz de la salida de Venezuela, México y Colombia acordaron profundizar el Tratado, dando como resultado un Protocolo Modificatorio al TLC que entró en vigor el 2 de agosto de 2011. Este instrumento formaliza el cambio de nombre del tratado e incluye la negociación en materia de acceso a mercados, así como a la modificación del Comité de Integración Regional de Insumos, las adecuaciones en las reglas de origen y las facultades adicionales que debe tener la Comisión Administradora.

Dentro del TLC se acordó un Programa de Desgravación, para efectos de esta investigación se encontraron algunas ventajas para las Pymes sobre este acuerdo que podrían ser aprovechadas en los siguientes puntos:³⁴

- Establece que el universo arancelario se desgravará de manera gradual y automática en un período de 10 años;
- Los sectores agrícola y automotor tienen un trato especial;
- Se establecen disciplinas que aseguran el trato nacional a los bienes de los países miembros. Se prohíbe elevar y adoptar nuevos aranceles;
- Promover la competencia y el comercio leal entre los países miembros;
- Disciplinas y normas para asegurar el libre y ágil comercio de servicios en la región;
- Se permite el establecimiento de instituciones financieras de las otras Partes, condicionadas a los principios de trato nacional y de nación más favorecida, y se garantiza la libre transferencia de recursos al exterior.
- Se establecen principios que facilitan la entrada temporal de personas de negocios sin que ello implique la modificación de las leyes laborales y migratorias.
- Incorpora disciplinas y principios generales para la elaboración y aplicación de normas y procesos de certificación de bienes y servicios, incluyendo disposiciones sobre metrología y etiquetado.
- Se establecen las condiciones de seguridad y certidumbre para los inversionistas y sus inversiones. No se podrán imponer requisitos de desempeño que distorsionen el comercio o la inversión como condiciones para el establecimiento de la inversión, como tampoco atenuar estándares para promover inversiones. Se garantiza la libertad para transferir recursos al exterior.

³⁴ Página Oficial del Gobierno de Colombia, Minicomercio, Industria y Turismo, Acuerdos Comerciales y de Inversión, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/6742/resumen_del_acuerdo

Con los puntos antes mencionados se pueden encontrar oportunidades que las Pymes mexicanas pueden utilizar al realizar actividades comerciales en el mercado colombiano. Derivado de los resultados de esta nueva negociación del TLC que han brindado desarrollo y seguridad para las empresas mexicanas dentro del territorio colombiano. La importancia re la reducción de aranceles y la desgravación arancelaria que se llevara paulatinamente hace que las Pymes puedan tener como ventaja en reducción de costos, esto es una de las desventajas que llega a presentar las empresas cuando quieren introducirse a mercados extranjeros.

En 2016, los principales productos que se exportaron a Colombia fueron automóviles de turismo, monitores y proyectores, aceites de petróleo o de mineral bituminoso, vehículos automóviles para el transporte de mercancías y medicamentos. En el caso de las importaciones sobresalen los siguientes productos: automóviles de turismo, hullas; briquetas, ovoides y combustibles, coques y semicoques de hulla, carbón de retorta, polímeros de propileno, insecticidas, raticidas y demás antirroedores.

Colombia se ha convertido en el 2° socio comercial de México entre los países de América Latina y el Caribe y el 16° a nivel mundial. El 25% de exportaciones de México hacia América Latina se destinan a Colombia. En 2012 se alcanzó el mayor nivel de intercambios comerciales, hasta 2016 la balanza comercial ha decrecido un 35%. En México se tiene un registro de 1,210 empresas colombianas, cuya inversión acumulada hasta 2017, alcanza los 804 millones de dólares.³⁵

Derivado a lo anterior, gracias a la relación comercial que se ha mantenido, se pueden encontrar oportunidades para las empresas que busquen colocarse en el mercado colombiano que busca seguir diversificando los productos que circulan o para satisfacer el consumo en la sociedad colombiana. A su vez, se puede observar en las cifras que el comercio bilateral entre las naciones han sido mayor en las exportaciones de México a Colombia, a comparación de la relación comercial con Chile, se tiene un mejor margen de ganancia en las exportaciones y mayor cantidad de productos o servicio para el mercado colombiano, esto hace que crezcan las oportunidades de crear negocio para las Pymes mexicanas.

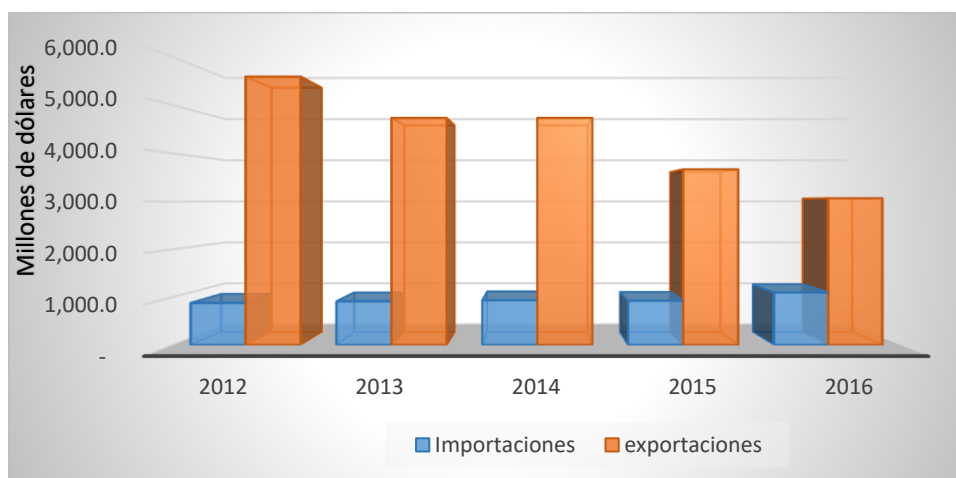
Cabe mencionar que México y Colombia han buscado fortalecer la relación comercial que mantienen desde hace más de 20 años y se espera que crezca, con la utilización del Tratado de Libre Comercio y sobre todo con la entrada en vigor de su Protocolo Comercial de la AP, que brinda la oportunidad de aumentar la

³⁵ Emb. Morales, Víctor Hugo, La relación estratégica México-Colombia, Cámara de Comercio México Colombia, Secretaria de Relaciones Exteriores, Subsecretaria para América Latina y el Caribe, septiembre, 2017, Consultada el 12 de marzo del 2018, Pág. 9 http://ccmexcol.com/wp-content/uploads/2017/09/PRESENTACI%C3%93N-1_SEPTIEMBRE.pdf

movilidad de bienes, servicios y capitales, pues comparten algunas semejanzas que beneficiaran a las Pymes en ambas partes.

En la siguiente gráfica se puede observar la relación comercial entre México y Colombia, se puede analizar que desde el 2012 comenzaron a caer las exportaciones en más de un 40%, por casi dos millones de dólares. En cuanto a las importaciones que provienen de Colombia se han mantenido y han crecido de forma lenta, pero no han disminuido como lo han hecho las exportaciones.

Gráfica No.2: Intercambio Comercial de México para Colombia



Fuente: Elaboración propia con información de La Secretaría de Economía, consultada el 13 de marzo del 2018, disponible en la siguiente página web: <https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-exterior-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2016-por-socios>

Como se menciona Forbes México, la balanza comercial total ha disminuido más del 16% desde 2011. El principal factor de este descenso es la caída de la exportación de tractocamiones. En 2015, México dejó de exportar vehículos pesados a Colombia. El origen de la caída de las exportaciones se encuentra principalmente en 2 factores: los cambios normativos ambientales y los cambios en el esquema de emplacamiento de vehículos (que hace obligatoria la chatarrización).³⁶ Colombia es uno de los principales mercados para México y el aprovechamiento del TLC y lo acordado en la Alianza del Pacífico se espera que las Pymes tengan mayor crecimiento y presencia.

³⁶ Elizalde, Miguel, "México-Colombia: es hora de resolver el diferido comercial" del 6 de mayo del 2016, consultada el 13 de marzo del 2018, Forbes disponible en: <https://www.forbes.com.mx/mexico-colombia-es-hora-de-resolver-el-diferido-comercial/>

Según datos de ProMéxico existen muchas áreas de oportunidad para hacer negocios en el mercado colombiano, consideradas como sitios seguros de inversión algunas de ellas son:³⁷

- Exportación de alimentos procesados
- Exportación de camiones, autobuses y vehículos.
- Proveeduría de autopartes (refacciones de vehículos, amortiguadores, etc.).
- Exportación de productos eléctricos (celulares).
- Exportación de línea blanca.
- Exportación Insumos para medicamentos.
- Exportación de acero y cemento
- Oportunidades de inversión en vivienda de interés social e infraestructura (remodelación de aeropuertos, puertos y carreteras).
- Exportación de minerales y metales.
- Exportación de insumos textiles (hilos y telas).
- Oportunidad de inversión en los sectores textil y confección.
- Exportación de computadoras y celulares.
- Exportaciones y servicios mexicanos para manufacturas avanzadas.
- Oportunidad en infraestructura hotelera y turística.

Entre los sectores maduros para la inversión están la Infraestructura, construcción, textil y confección; turismo. En cuanto a los sectores maduros de comercio destacan los alimentos procesados, automotriz terminal, autopartes, electrónico, electrodomésticos, farmacéutico, construcción, minería, textil y confección.

De acuerdo con ProMéxico, el comercio internacional con Colombia en 2016, las exportaciones fueron de \$3,066, 294 mdd; las importaciones de \$1,097, 876 mdd, con un comercio total de \$4,164, 170mdd, dando una balanza comercial de \$1,968,418mdd.³⁸

Cabe mencionar que a pesar de la disminución del intercambio comercial entre ambas partes es considerable pero sigue manteniéndose elevado a consideración de la relación comercial con los demás integrantes de la AP. Se pretende que con base a las relaciones comerciales que se han mantenido y bajo a los objetivos en común que tienen los integrantes de la alianza crezca el intercambio comercial pues

³⁷ Página Oficial de ProMéxico, Oficinas de ProMéxico en el exterior, Sectores maduros de inversión y de comercio, consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.promexico.mx/es/mx/bogota#sectores>

³⁸ Página Oficial de ProMéxico, Mapa de Exportaciones de México, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: http://mem.promexico.gob.mx/info_paises.jsp

el mercado bilateral con el que cuentan ambas naciones es amplio y puede seguir creciendo.

Por otra parte se debe girar la vista tanto a los productos colombianos que se podrían importar, como en el mercado colombiano, esto de la mano de la promoción de comercio por parte de ProMéxico y ProColombia que promuevan el ejercicio de la exportación ofreciendo la distinta oferta que presentan los empresarios de cada país.

2.1.3 Acuerdo de Integración Comercial Perú- México (2012)

El intercambio comercial entre Perú y México era por medio del Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 8), suscrito en 1987 en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Este acuerdo era muy limitado, ya que México otorgaba preferencias a 439 líneas arancelarias de las cuales sólo 157 gozaban del 100% de preferencia, por otro lado Perú otorgaba 252 líneas arancelarias de las cuales sólo 102 tenían 100% de preferencia. Asimismo, el ACE N° 8 no contempla disposiciones en materia de servicios e inversiones.³⁹

El Acuerdo de Integración Comercial Perú – México se firmó en Lima el 6 de abril de 2011 y entró en vigencia el 1 de febrero de 2012. Tiene como objetivos incrementar el comercio, fomentar la inversión y provechar el dinamismo económico de ambos países de Latinoamérica.⁴⁰ El Acuerdo cubre 12,107 productos y establece compromisos en cuatro grandes rubros: comercio de bienes, comercio de servicios, asuntos institucionales y mecanismos de solución de controversias. México cuenta con acceso libre de arancel para 85% de sus productos industriales y pesqueros. En caso de los productos agrícolas, México tiene acceso inmediato, libre de arancel para el 40%.⁴¹

Con lo anterior se puede comprender la relación comercial que han entablado las dos naciones a lo largo de los años, abarcando los productos y servicios que puedan tener el mayor aprovechamiento con el acuerdo en beneficio de ambas partes. Por

³⁹ Página Oficial del Gobierno de Perú, Acuerdos comerciales del Perú, Acuerdo de Integración Comercial Perú – México, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=98

⁴⁰ Secretaría de Economía, Contacto ciudadano, Acuerdo de Integración México-Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/224503/2.4.4_Mx-Per_.pdf

⁴¹ Secretaría de Economía, Memorias Documentales, Unidad de Coordinación de Negocios Internacionales, Acuerdo de Integración Comercial entre México y Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/4_md_aic_mexico_peru_sce.pdf

otra parte con la participación de la AP se pretende que aumente el intercambio comercial que fomente mayor intervención de cada uno de los mercados de la AP.

Algunos de los objetivos del Acuerdo de Integración comercial que podrían beneficiar a las Pymes mencionados son los siguientes:

- Garantizar el acceso preferencial de las exportaciones peruanas a México haciendo vinculantes y permanentes en el tiempo las ventajas que se tienen en el ACE N°8.
- Incrementar y diversificar las exportaciones, eliminando distorsiones causadas por aranceles, cuotas de importación, subsidios y barreras arancelarias, teniendo en cuenta el nivel de competitividad de Perú para la definición de plazos de desgravación.
- Propiciar el desarrollo de economías de escala, un mayor grado de especialización económica y una mayor eficiencia en la asignación de los factores productivos.
- Contribuir a mejorar calidad de vida de los ciudadanos a través del acceso del consumidor a productos más baratos y de mayor calidad y variedad, la expansión de la oferta de empleo, el incremento de los salarios reales en el sector exportador.
- Establecer reglas claras y permanentes para el comercio de bienes y de servicios y para las inversiones, que fortalezcan la institucionalidad, la competitividad y las mejores prácticas empresariales en el país.

Con lo anterior se puede observar que se destacan los temas de acceso a los mercados, lo cual es un tema relevante para las Pymes mexicanas que deseen incursionar en este mercado, aprovechando el ACE y la AP. Esta relación comercial que se entabla a partir del acuerdo que busca la mejora de condiciones en términos de intercambio comercial que pueda expandirse, y gracias a la participación de las Pymes se encuentren nuevos mercados e incremente el intercambio bilateral.

En 2016 Perú fue el 18° destino exportador más importante con \$1,651 mdd y el 34° proveedor de importaciones más importante con \$681 mdd. Es nuestro socio comercial número 23° en el mundo.⁴² En 2015 Perú fue el 5° socio comercial de México en América Latina y el Caribe comercio bilateral fue de \$2,332 mdd. Por su parte, las inversiones mexicanas en Perú suman más de 14 mil mdd, siendo el segundo destino en América Latina, sólo por debajo de Brasil. Importantes

⁴² Secretaría de Economía, "México y Perú fortalecen sus relaciones comerciales como miembros del Mecanismo de Cooperación Económica Asia Pacifico (APEC)", Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/162075/Factsheet_TPP-Per_2015_R_.pdf

empresas mexicanas tienen presencia en el Perú como Grupo México, América Móvil, ICA, Arca Continental, Grupo Salinas, Bimbo, Mabe, Femsa y Cinépolis.⁴³

Derivado de lo anterior se puede entender que la relación comercial no es mayor a la de los demás integrantes de la AP, dejándolo en último lugar después de Chile, a pesar de las grandes empresas que tiene presencia en el mercado peruano, sin embargo es una relación bilateral importante en el mercado de América Latina.

En la siguiente gráfica se aprecia que las exportaciones comenzaron a aumentar a partir del 2013 y han disminuido en pequeñas proporciones hacia 2016, si se compara el auge de exportaciones del 2013 al 2016 podemos observar que se disminuyó 366 miles de dólares. En cuanto a las importaciones de Perú hacia México tuvieron un gran incremento en 2014 de un poco menos del 50%, pero volvieron a descender hasta en años posteriores hasta 2016 con un poco menos de importaciones como se refleja en 2013. Presentando México un saldo superavitario en la balanza comercial frente a Perú.

Gráfica No.3: Intercambio Comercial de México para Perú



Fuente: Elaboración propia con información de La Secretaría de Economía, consultada el 14 de marzo del 2018, disponible en la siguiente página web: <https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2016-por-socios>

Según ProMéxico las oportunidades de negocio son: Alimentos (agrícolas y procesados), Automotriz, electrodoméstico, farmacéuticos, infraestructura, construcción y Tecnologías de la Información. Los sectores maduros en Perú en materia de inversión son en energías renovables, tecnologías de información

⁴³Portal Único del Gobierno, Presidencia de la Republica, Relación México - Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relacion-mexico-peru>

médicos. Por último, los sectores maduros de comercio son en agroalimentos y alimentos procesados.

Los principales productos que México importa de Perú son gas natural; café, té y especias, tomate, maquinaria para industria cafetalera, uvas, minerales de cobre, pimienta, fosfato de calcio y madera aserrada. Mientras que México exporta a Perú televisiones, automóviles, autopartes, tractores y semirremolques, shampoo, camiones a diésel y minerales de metales preciosos. De acuerdo con ProMéxico, el comercio internacional de Perú en 2016 con México las exportaciones fueron de \$1, 403,705 mdd, las importaciones de \$556, 304mdd, un comercio total de \$1, 960,009 mdd y una balanza comercial de \$847.401 mdd.⁴⁴

Derivado de lo anterior se espera que las Pymes mexicanas encuentren nuevos mercado para su aprovechamiento, considerando los mercados que has sido mencionado y la aplicación y explotación del Acuerdo y la participación con la AP, destacando que dentro de las oportunidades de negocio se encuentran que puedan aprovecharse con al ACE, sobre todo que con la cooperación entre ambas naciones aumente a favorable para ambas partes. Derivado de lo anterior, si comparamos la balanza comercial es menor que la de los demás integrantes de la AP y se espera que con se tenga mayor presencia en ambos mercados con la presencia de empresas que encuentres mercados atractivos y puedan comercializar sus productos y servicios.

2.2 ¿Qué es la Alianza del Pacifico?

La creación de la Alianza del Pacifico (AP) ha sido aclamada por muchos desde sus inicios, al ser un bloque de interacción que pretende avanzar hacia la creación de un “Área de Integración Profunda”, ha suscitado gran revuelo tanto en la región como fuera de ella, y hasta se ha dicho que este bloque constituye uno de los acontecimientos más importantes de América Latina en la actualidad. La AP constituye una oportunidad inédita para la integración latinoamericana.⁴⁵

La AP busca conformar nuevos espacios, nuevos temas y nuevos socios, y con ello nuevos vínculos subregionales y de integración profunda. Conocida como instrumento de desarrollo económico y social, con miras de proveer emprendimiento y la conformación de cadenas productivas, dentro de un espacio ampliado, atractivo a las inversiones y el comercio, especialmente con la región del Asia Pacífico.

⁴⁴ Página Oficial de ProMéxico, Mapa de Exportaciones de México, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://mem.promexico.gob.mx/info_paises.jsp

⁴⁵ Fernando Palacio, Juan, El sentido de la Alianza del Pacífico “Claves de su trascendencia y sus desafíos, Medellín, Colección Ediciones ESAFIT, 2014, pág. 13

Sumando a esto la importancia del Océano Pacífico que constituye una valiosa oportunidad para impulsar el comercio y fomentar la integración comercial de la economía de la región y la visualización que mantiene la AP hacia Asia Pacífico. Además, la importancia que tiene México como ventaja en cuanto a logística respecto a sus competidores gracias a su localización geográfica.

Asimismo, México, Chile y Perú están vinculados con el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, Por sus siglas en inglés) desde el 4 de febrero del 2016. Los cuatro integrantes de la AP concuerdan en el Acuerdo de Comercio de Servicios (TISA – Trade in Services Agreement) desde junio del 2013. México y Chile son los dos únicos países latinoamericanos miembros de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Colombia se encuentra en proceso de adhesión a la OCDE.

Por otra parte uno de los objetivos de la AP es lograr cadenas de abastecimiento y productivas con los integrantes y vincular el mercado del TPP. En cuanto al gobierno mexicano ha tratado de seguir manteniendo buenas relaciones comerciales y seguir diversificando sus relaciones bilaterales como multilaterales, así mismo seguir manteniendo presencia en diferentes organismos internacionales y bloques regionales. Cabe mencionar que debido a la globalización y la dinámica de las nuevas los mercados se han ido modificando es por eso que los Estados han tenido que buscar nuevas estrategias para mantenerse presentes en los mercados internacionales, el resultado de ello es la creación de la AP y su vinculación con el TPP.

La Alianza del Pacífico es un mecanismo de integración regional conformado por Chile, Colombia, México y Perú, constituido formal y jurídicamente el 6 de junio de 2012, con la suscripción del Acuerdo Marco. Costa Rica y Panamá son Estados Observadores que ya se consideran candidatos para ser Estados Parte. Este proceso busca crear mercados atractivos entre sus países miembros para lograr una mayor competitividad a nivel internacional.

Se considera que la Alianza del Pacífico se ha convertido en una gran oportunidad para la región, conociendo las exigencias que se han mantenido en el entorno mundial. Por parte de los presidentes Alan García, Felipe Calderón, Juan Manuel Santos y Sebastián Piñera que serán recordados como los fundadores de la integración de esta alianza.

El objetivo de la AP es conformar un área de integración profunda que impulse un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías que la integran, mediante la búsqueda progresiva de la libre circulación de bienes, servicios,

capitales y personas; así como convertirse en una plataforma de integración económica y comercial con una proyección hacia la región Asia-Pacífico.

La AP es considerada como un bloque comercial y dentro de sus objetivos está en brindar oportunidades de crecimiento económico de la región con comercio e inversión, con esto se pretende que la cooperación regional sea en beneficio para el fortalecimiento de las Pymes, ofreciendo oportunidades para hacer negocios.

La AP consta de diferentes Grupos Técnicos, estos están bajo el Grupo de Alto Nivel (GAN) donde le interesa contribuir, fomentar y avanzar en las siguientes temáticas: movimiento de personas de negocios y facilitación para el tránsito migratorio; Comercio e integración, incluyendo facilitación de comercio y cooperación aduanera; Servicios y capitales, que incorpora la posibilidad de integrar las bolsas de valores; y Cooperación y mecanismos de solución de diferencias.

Actualmente desarrollan temas estratégicos los siguientes grupos: Asuntos institucionales, Comercio e integración, Comité de Expertos del Consejo Empresarial de Alianza del Pacífico (CECEAP), Compras públicas, Cooperación, Entidades de promoción, Estrategia comunicacional, Innovación, Mejora regulatoria, Cooperación Regulatoria, Movimiento de personas de negocios y facilitación para el tránsito migratorio, Propiedad intelectual, Pymes, Servicios y capitales, Transparencia fiscal, Turismo, Educación y Minería.

Adicionalmente, presta asistencia jurídica al GAN y a los demás grupos técnicos; y tiene a su cargo la elaboración de los reglamentos de funcionamiento de los órganos de la Alianza del Pacífico y otros reglamentos de procedimiento que se estimen pertinentes. Con esto se puede ver el interés y la presencia que tienen las Pymes en el mercado del bloque regional, que permita el crecimiento y sobre todo la guía de las empresas que van a incursionar en los mercados por primera vez para lograr su expansión y posicionamiento en el mercado.

Respecto a la relación con Asia Pacífico, en el largo plazo de la Alianza se busca estar más integrados a esta región, a través de: exportaciones de bienes de mayor valor agregado; participación en sus cadenas de valor; mayores inversiones bilaterales, particularmente hacia nuestra región, alianzas estratégicas para penetrar los mercados asiáticos y otros temas como acuerdos comerciales y de cooperación económica; una mejor logística y transporte; y una instancia de diálogo con las regiones y sus subregiones.

Uno de los grandes objetivos de la AP a largo plazo, esto es para el año 2030 donde se buscará una integración global hacia Asia Pacífico y busca convertirse en la 6° economía mundial, el comercio intrarregional se liberalizará al 100%, aunado a la liberalización comercial, la AP privilegia insumos de la región para incentivar la

integración productiva e invita a los demás países y regiones a impulsar una mayor apertura de sus economías.⁴⁶

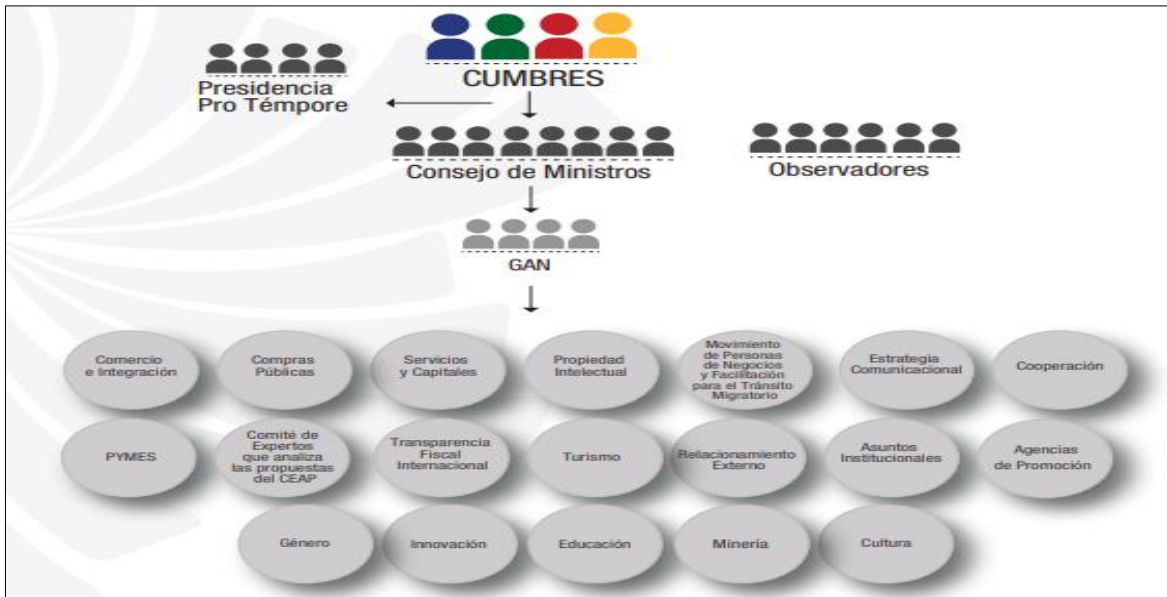
La AP se integra de la siguiente manera:⁴⁷

- Los Presidentes de los cuatro países son, en la práctica, el máximo órgano de decisión en los procesos de la Alianza y se reúnen en las Cumbres.
- El Consejo de Ministros está integrado por los Ministros de Comercio Exterior y de Relaciones Exteriores. Entre sus atribuciones está adoptar decisiones que desarrollen los objetivos y acciones previstas en el Acuerdo Marco y en las declaraciones presidenciales de la Alianza del Pacífico.
- El Grupo de Alto Nivel (GAN) está conformado por los Viceministros de Comercio Exterior y de Relaciones Exteriores; y se encarga de supervisar y evaluar los avances de los grupos técnicos, para liderar nuevas formas de proyección y acercamiento con otros organismos o grupos regionales, en especial de la región Asia Pacífico.
- Los grupos y subgrupos técnicos están compuestos por servidores públicos de los países miembros y su función es negociar disciplinas relacionadas con los temas de la AP.
- La Presidencia Pro Tempore es ejercida por cada uno de los países miembros, en orden alfabético, por períodos anuales.

⁴⁶ Saldaña, El universal, “En 2030, libre comercio en la Alianza del Pacífico” del 2 de mayo del 2016, Consultada el 22 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/finanzas/2016/05/2/en-2030-libre-comercio-en-la-alianza-del-pacifico>

⁴⁷ Página Oficial del Gobierno de la República, Embajada de México en Colombia “Relación Bilateral”, consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/colombia/index.php/relacion-bilateral>

Esquema No.3: Organigrama de la Alianza del Pacifico



Fuente: Página Oficial de la Alianza del Pacifico, consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en:
https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf

A continuación, se hace mención de algunos de los logros que se han alcanzado por parte de las naciones en conjunto para la promoción de la alianza y de sus integrantes más relevantes hasta el 2016:⁴⁸

- Protocolo Adicional al acuerdo Marco (10 de febrero, 2014)
 - Acuerdos comerciales bilaterales entre los miembros.
 - Generar mayores oportunidades para operadores económicos, especialmente para las Pymes para mayor participación en el mercado.
 - Impulsar cadenas de valor regionales.
 - Poder proyectarse hacia otros mercados de Asia Pacifico.
- Mercado Integrado Latinoamericano (MILA, 2014)
 - Plataforma de integración bursátil para promover la integración financiera entre las bolsas de valores de los integrantes de la alianza.
- Plataforma de Movilidad Académica y Estudiantil
 - Otorgamiento de becas estudiantiles que deseen cursar estudios en alguno de los países de la alianza.
- Suscripción del Acuerdo para el Establecimiento del Fondo de Cooperación y la Red de Investigación Científica en Materia de Cambio Climático.

⁴⁸ Página Oficial de la Alianza del Pacífico, Consultada el 7 de marzo del 2018 Disponible en:
<https://alianzapacifico.net/?wpdmdl=4441>

- Suscripción de un acuerdo que permita a los nacionales de los cuatro países recibir asistencia consular en aquellos países donde no cuente con representación diplomática o consular.

Por otra parte, este avance y vinculado a los grupos técnicos se debe reconocer el avance de la AP por ser considerado un bloque comercial que pretende extender su intercambio comercial, considerando que existen diferentes intereses dentro y fuera de la alianza y muchos de los países del mundo han puesto atención a la consolidación de este nuevo bloque económico, manteniéndose como países observadores. Cabe mencionar que 10 de los países de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (APEC) son Estados Observadores, esto ha hecho el interés y la aproximación e interés que muestra hacia la AP.

La AP está conformada por 52 países observadores de diferentes regiones del mundo. Estos pueden participar como observadores de acuerdo con las disposiciones establecidas por el Consejo de Ministros. Podrán participar en reuniones a los que sean invitados y tendrán solo derecho a voz. La calidad de Estado Observador se conservará si el Estado interesado mantiene su compromiso con los principios, objetivos y trabajos de la Alianza solo si no es revocado por el Consejo de Ministros y si este no renuncia a ella, o pasa a ser un Estado Parte.

A continuación se hace mención de los Estados considerados como observadores dentro de la AP:

Tabla No. 1: Países observadores (hasta el 2016)

América	-Argentina	-Ecuador	-Guatemala	-Panamá	-Paraguay
	-Canadá	-El Salvador	-Haití	-Trinidad y Tobago	-Uruguay
	-Costa Rica	-Estados Unidos	-Honduras	-Rep. Dominicana	
Europa	-Alemania	-Eslovenia	-Hungría	-Portugal	-Turquía
	-Austria	-España	-Italia	-Reino Unido	-Ucrania
	-Bélgica	-Finlandia	-Lituania	-Rep. Checa	
	-Croacia	-Francia	-Noruega	-Rumania	
	-Dinamarca	-Georgia	-Países Bajos	-Suecia	
	-Eslovaquia	-Grecia	-Polonia	-Suiza	
Asia	-Rep. Popular de China		-India	-Israel	-Singapur
	-Corea		-Indonesia	-Japón	-Tailandia
África	-Egipto	-Marruecos			
Oceanía	-Australia	-Nueva Zelanda			

Fuente: Elaboración propia con información del sitio web oficial de la Alianza del Pacífico, Consultada el 8 de marzo del 2018, disponible en: <https://alianzapacifico.net>

Con esto se interpreta como un avance de uno de los objetivos de la AP que es fomentar un esquema de integración estratégica, que impulse el desarrollo económico y la competitividad de nuestras economías. La inversión proveniente de los Estados observadores podría aportar al desarrollo de la industria con miras a incrementar las exportaciones en sectores como agroalimentos, químicos y servicios para terceros mercados.

2.2.1 Países Miembros

La AP constituye la octava potencia económica y la octava potencia exportadora a nivel mundial. En América Latina y el Caribe, el bloque representa el 37% del PIB, concentra 52% del comercio total y atrae el 45% de la inversión extranjera directa. Los cuatro países concentran una población de 225 millones de personas y cuentan, con un PIB per cápita promedio de US\$ 16 759 (en términos de paridad de poder adquisitivo). La población es en su mayoría joven y constituye una fuerza de trabajo calificado, así como un mercado atractivo con poder adquisitivo en constante crecimiento.⁴⁹

⁴⁹ Página Oficial de la Alianza del Pacífico “¿Qué es la Alianza?”, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/#valor-estrategico>

Derivado de lo anterior, a pesar de que la alianza representa menos del 50% del PIB en ALC sin embargo el contar con el 45% de la inversión extranjera directa que puede considerarse un reto para los miembros de la alianza para que puedan incrementar y sobre todo aprovechar las inversiones para el crecimiento de la región. Cabe mencionar que la AP puede ser una muestra del crecimiento y presencia en América Latina y una muestra de ello es la búsqueda de potenciar el comercio y la eliminación de las barreras no arancelarias.

Los miembros mantienen una red de acuerdos comerciales entre sí y con las economías más desarrolladas y dinámicas del mundo. Promueve el intercambio comercial, de inversiones, de innovación y tecnología. Tiene el potencial para atraer a la región nuevas inversiones. Los miembros de la alianza cuentan con ventajas competitivas en el sector como: recursos forestales, energía, agricultura, automotriz, pesca y manufactura, uno de las principales actividades económicas que tienen en común los integrantes de la AP es el sector minero.

La relación intrarregional está basada en los principios de libre comercio y sobre todo buscan en conjunto ser una plataforma que guie el comercio hacia nuevos mercados, asimismo buscan un desarrollo económico y social. Como lograron concretar en el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico “las partes están decididas a fortalecer los diferentes esquemas de integración en América Latina, como espacios de concentración y convergencia, orientados a fomentar el regionalismo abierto, que inserte a las Partes eficientemente en el mundo globalizado y las vincule a otras iniciativas de regionalismo”⁵⁰

Derivado de lo anterior se considera que la importancia de los miembros de la AP en contar con más participación de comercio hacia otras partes del mundo, considerando el interés que tienen hacia el mercado del Asia, con la libre circulación de bienes y servicios dentro de la alianza y la participación de las Pymes hacia nuevos mercados intrarregional como hacia nuevos mercados que impulse un mayor crecimiento y desarrollo en la región.

⁵⁰ Página Oficial de la Alianza del Pacífico “Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico”, consultada el 20 de octubre del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/download/acuerdo-marco-de-la-alianza-del-pacifico/>

2.3 Las Pymes en la Alianza del Pacífico

Dentro de la AP se han establecido mecanismos de apoyo para que las Pymes y emprendedores obtengan mejores oportunidades regionales con el intercambio de mejores prácticas y políticas públicas de los países miembros. Algunos de los proyectos de trabajo a favor de las Pymes que han surgido dentro de la AP son:

- **Marco Regulatorio:** Que consta de la implementación del Índice de Políticas Públicas para las Pymes en la AP
- **Acceso al Financiamiento:** Es un Fondo de Capital Emprendedor
- **Educación empresarial:** Programa de Educación Emprendedora para Jóvenes.
- **Servicios de desarrollo empresarial:** Red de Centros de Desarrollo Empresarial de la Alianza del Pacífico.
- **Asociación y articulación productiva:** Encuentro PYME de la Alianza del Pacífico.
- **Internacionalización de las PYME:** Exporta fácil.

“El nivel de intercambio es aún bajo al interior de la AP, donde solo el 5,6% de las exportaciones del bloque corresponde al comercio Intra-Alianza. En este contexto, las pymes tienen muchas oportunidades y están llamadas a ser los agentes de cambio, pues son importantes proveedoras de las grandes industrias en sus países de origen y a través de los encadenamientos productivos podrían también incrementar su participación en el comercio regional”, resaltó Paiva, director de ProChile en el seminario de “Nuevos Exportadores del Pacífico”.⁵¹

Hay que tener en cuenta que los proyectos creados por parte de los diferentes grupos técnicos de la AP que buscan mejorar su conectividad para priorizar la internacionalización de las Pymes de la alianza, manteniendo el desarrollo y crecimiento de la formación de alternativas económicas que ofrece la alianza.

2.3.1 Programas por miembros de la Alianza del Pacífico para las Pymes

Los países miembros tienen presente la importancia de las Pymes, para aumentar la circulación de bienes y servicios, pero sobre todo que este tipo de empresas no tengan obstáculos para poder insertarse en diferentes mercados de la región. Es por eso que cada uno de los países ha creado departamentos gubernamentales de apoyo para las Pymes.

⁵¹ Alianza del Pacífico, “ Alianza del Pacífico busca incrementar participación de las pymes en comercio intrarregional”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/alianza-del-pacifico-busca-incrementar-participacion-de-las-pymes-en-comercio-intrarregional/>

También tienen presente que este mercado es una fuente importante de financiamiento de las empresas Pymes de los cuatro países, la importancia de estas empresas para la región favorece a cada país y a la región. Las Pymes pueden ser un buen instrumento para aumentar el intercambio comercial entre los países de la región. A continuación, se mencionan algunos de los programas que han sido creados para las Pymes por cada uno de los países integrantes de la región a favor de la comercialización entre los integrantes para beneficio de las empresas:

Tabla No.2: Programas por los integrantes de la Alianza

Chile	Chile Atiende Pymes
	Pyme.cl
	ProChile
	Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: cómo crear una Pyme
	InvestChile
Colombia	MiPymes, Ministro de Comercio, Industria y Turismo
	ProColombia
	Guía para contratación Pública para Micro, Pequeña y Mediana Empresa
México	INADEM: Instituto Nacional Emprendedor
	ProMéxico
	Fondo Nacional Emprendedor
	Fondo Pyme
	Mujer Pyme Internacional
	Red de Apoyo al Emprendedor
Perú	Entender Peruano
	ProInversión: Agencia de Promoción de Inversión Privada - Perú
	ProPerú

Fuente: Elaboración propia con información de la Página Oficial de la Alianza del Pacífico, consultada el 15 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/comercio-e-inversion/> y sistema de información sobre comercio exterior, Consultada el 15 de marzo del 2018 http://www.sice.oas.org/SICE_SME_s.asp

2.3.2 Acciones de la Alianza del Pacífico a favor de las Pymes

Uno de los objetivos que tiene la Alianza respecto a las Pymes es que, dada la relevancia de estas empresas en los cuatro países, se promueva su integración productiva y su incorporación a las cadenas globales de valor, en beneficio del empleo en la región y la competitividad de las empresas. A su vez el desafío de ampliar la representación de los sectores de las Pymes, la Alianza del Pacífico busca seguir estudiando la realidad de las pequeñas y medianas empresas en la alianza con miras a evaluar mecanismos para incorporarlos a este proceso de integración, ampliando así su beneficio.

Las acciones que se han mantenido hasta el momento han sido de gran importancia. A continuación, se mencionan algunas acciones que se han realizado con presencia de la Alianza y algunas otras con otras instancias Internacionales y

- **Fondo de Capital Emprendedor Alianza del Pacífico y del centro de Desarrollo Empresarial:** Un fondo regional que tiene como objetivo invertir y ofrecer orientación a 25 empresas nacientes y en crecimiento en los sectores de tecnología financiera, salud/biotecnología, agrotecnología/base de la pirámide, TIC/medios de comunicación y comercio minorista/productos de consumo, con alto potencial de crecimiento en la AP.⁵²
- **Observatorio regional Pyme de la Alianza del Pacífico:** Se trata de una iniciativa presentada por México, que facilitará el intercambio de talento emprendedor entre los países miembros de la Alianza del Pacífico y crear una plataforma de cooperación que impulse el acceso a información relevante y oportuna para los emprendedores y a las Pymes en temas de emprendimiento empresarial para fortalecer sus políticas públicas y el desarrollo regional.⁵³ Con esta herramienta, los usuarios podrán conocer la situación de las empresas, su clasificación y estructura empresarial, los marcos legales de operación para los pequeños negocios y las posibilidades de respaldo a las que pueden acceder en los 4 países.
- **Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA)** La ASELA reúne a las asociaciones de emprendedores de Chile, Colombia, México y Perú, dando origen a un nuevo referente en la región que reconoce el rol fundamental del emprendimiento en el crecimiento y desarrollo de los países. Se espera que el proyecto de FOMIN beneficie a más de 75.000

⁵² FOMIN, “ Un nuevo fondo para invertir en empresas innovadoras en la Alianza del Pacífico, 4 de Agosto del 2016, consultada el 23 de abril del 2018, Disponible en: <https://www.fomin.org/es-es/PORTADAOld2015/Noticias/Comunicadosdeprensa/ArtMID/3819/ArticleID/10493/Un-nuevo-fondo-para-invertir-en-emprendedores-en-la-alianza-del-pacifico.aspx>

⁵³ Secretaría de economía, Conoce el Observatorio Regional PYME de la Alianza del Pacífico, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-el-observatorio-regional-pyme-de-la-alianza-del-pacifico>

emprendedores de toda América Latina y el Caribe afiliados a las distintas asociaciones.⁵⁴ Derivado de la importancia que tienen los emprendedores, la AP a designado la ASELA, dando orientación y seguimiento que es donde las Pymes podrían llegar a necesitar asesoría al adentrarse en nuevos mercados en alguno de los países de la AP.

- **Nuevos Exportadores del Pacífico:** Su objetivo es generar oportunidades de negocios y una red de trabajo entre las Pymes con potencial exportador, esta vez con un foco orientado en sectores en industrias y servicios.⁵⁵ La suma de reuniones de negocios entre compradores y Pymes exportadoras, visitas técnicas y eventos de networking, con el propósito de que todos los participantes tengan la oportunidad de conocerse y generar nuevas redes de asociaciones y establecer contactos, esto para explorar espacios de colaboración y alianzas estratégicas que permitan futuros negocios conjuntos.
- **Fondo del emprendimiento e Innovación de la AP LAB4+:** Consiste en realizar ruedas de negocios, en donde se inscriben personas, ya sea inversionistas de capital de emprendimiento, empresarios o representantes de corporaciones y emprendedores, así como delegaciones de organizaciones de gobierno y autoridades públicas, bancos de desarrollo, centros de innovación e incubadoras o centros de emprendimiento universitarios.⁵⁶
- **Entidades de promoción:** Estas son las encargadas de promover y expandir las exportaciones, atraer Inversión Extranjera Directa, la internacionalización de empresas nacionales y promocionar la llegada de turistas hacia los países miembros. A partir de las agencias de promoción se estableció un plan de acción que contiene el desarrollo de variadas actividades:⁵⁷
 - Aumentar el Intercambio comercial entre los países de la AP
 - Incrementar y fortalecer la presencia en los mercados internacionales

⁵⁴ Comunicado de prensa, BID, “BID apoya emprendimiento e innovación para impulsar la consolidación de la Alianza del Pacífico”, del 3 de julio del 2015, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2015-07-03/bid-apoya-emprendimiento-en-alianza-del-pacifico%2C11195.html>

⁵⁵ Comunicado de prensa de la Alianza del Pacífico, Noticias, “ Chile será sede de la primera reunión de la primera reunión de nuevos exportadores de la alianza del Pacífico”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/chile-sera-sede-de-la-primera-reunion-de-nuevos-exportadores-de-la-alianza-del-pacifico/>

⁵⁶ Página de la Alianza del Pacífico, LAB4+, cuarta Edición del Foro de Emprendimiento e Innovación, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/06/lab4.jpg>

⁵⁷ Página Oficial de la Alianza del Pacífico, “Comercio e Inversiones”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/comercio-e-inversion/>

- Promover las oportunidades de inversión en los países de la alianza.
- Promover la inversión intra Alianza.
- Promoción de turismo
- Internacionalización de emprendimientos innovadores.
- **Macrorrueda de Negocios y Ferias Internacionales:** En conjunto con las agencias de promoción y embajadas de los cuatro países que la integran realizan presentaciones conjuntas en ferias internacionales, macrorruedas de negocios, eventos para promover la innovación y seminarios de negocios en diversos países del mundo.⁵⁸
- **Protocolo Adicional al Acuerdo Marco** El Protocolo complementa y mejora lo contenido en los acuerdos comerciales que los cuatro países de la Alianza del Pacífico mantienen entre ellos. Con ello buscan avanzar en algunos de los objetivos delineados por los cuatro países:
 - Como el incrementar el comercio y la inversión intra Alianza del Pacífico.
 - Lograr economías de escala y desarrollar cadenas de suministro más integradas respondiendo a las nuevas formas de organización de la producción mundial
 - Impulsar una mayor integración comercial en la región para alcanzar niveles más elevados de competitividad en los mercados, con especial énfasis en los del Asia-Pacífico. El Protocolo Comercial de la AP establece los siguientes puntos:⁵⁹
 - A partir del 1 de mayo de 2016, el 92% de los productos que se comercian entre los cuatro países ha quedado libre de aranceles.
 - Los productos restantes eliminarán sus aranceles en períodos de 3 y 7 años.
 - Un porcentaje reducido de productos altamente sensibles estarán sujetos a calendarios de desgravación de hasta 17 años.
 - El azúcar y algunos productos relacionados quedaron excluidos del trato preferencial.
- **Cuatro Ventanillas de Comercio Exterior (VUCE):** Estas ventanillas tienen como principal objetivo reducir tiempo y costos. Es un instrumento informático que permite a los exportadores e importadores realizar los trámites como permisos, autorizaciones, licencias, certificaciones, entre otros documentos necesarios para el ingreso o la salida de mercancías restringidas hacia y

⁵⁸ Comunicado de Prensa de la OCDE, Centro de México, Medios, “IX Cumbre de la Alianza del Pacífico – El desarrollo Pyme para la competitividad”, Consultado el 14 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/ixcumbredelaalianzadelpacifico-eldesarrollopymeparaunamayorintegracionycompetitividad.htm>

⁵⁹ Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, Consultada el 8 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/06/protocoloAP.pdf>

desde los países de origen. Las Partes reconocen la validez de los documentos firmados electrónicamente que son intercambiados entre las VUCE de cada Parte a través de la plataforma de interoperabilidad desde su entrada en vigencia.⁶⁰

- **Innovación:** El Grupo Técnico de Innovación de la Alianza del Pacífico (GTI) junto al grupo de Innovación del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP) y apoyado por el BID a través de un proyecto de Bien Público Regional, elaboraron una agenda público-privada de actividades a desarrollar durante el periodo 2016-2019 con el objeto de crear un ecosistema de innovación y emprendimiento de la AP.⁶¹
 - **ACELERAP:** Red de aceleradoras diseñada para incentivar el rápido crecimiento y asegurar el éxito de proyectos de emprendimiento a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales, que puede incluir renta de espacios físicos, capitalización, coaching, networking (es decir, acceso a una red de contactos) y otros servicios básicos.
 - **ANGELESAP:** conectar a los emprendedores de la región con inversionistas de los cuatro países, dándoles así mayores oportunidades de financiamiento y, a la vez, poner a disposición de los inversionistas mayor diversidad de negocios con potencial de nivel regional. De esta manera tanto emprendedores como inversionistas tendrán acceso a una cartera de proyectos de forma simultánea.
 - **INNOVAP:** Es una red de agencias públicas de innovación de la AP para fortalecer las capacidades de innovación de empresas establecidas, con énfasis en la incorporación de cultura y prácticas de innovación que permitan aprovechar oportunidades a nivel regional. Se propiciará la incorporación de las compañías al ecosistema regional a través del establecimiento de vínculos entre empresas de los distintos países y con las comunidades de empresas emergentes de la región.

2.3.3 Resultados de la relación comercial: México y la Alianza del Pacífico

Con datos de instituciones gubernamentales mexicanas se puede analizar que las exportaciones mexicanas han tenido un aumento desde la creación de la AP. El crecimiento de exportaciones de productos agroalimentarios exportados a Chile y Colombia es el sector que más se ha aprovechado por parte de las empresas mexicanas, y se espera que las Pymes busquen más áreas de oportunidad en el

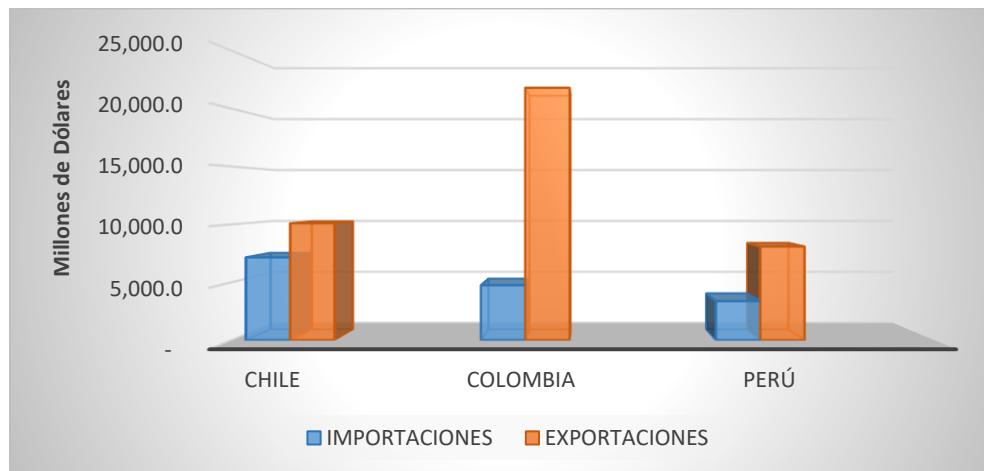
⁶⁰Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno de Perú, “Ventanilla única de Comercio Exterior “VUCE”, Consultada el 14 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/Manual_de_Interoperabilidad_Alianza_Pacifico_de_Certificados_Fitosanitarios_SENASA.pdf

⁶¹ Página Oficial de la Alianza del Pacífico, Innovación, Consultada el 22 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/innovacion/>

mercado internacional, en este caso que se aproveche el instrumento de la AP para su beneficio. Tomando en cuenta el contar con la diversidad de programas ya mencionados puedan considerarse como herramientas para su crecimiento en los mercados internacionales.

En la siguiente gráfica se puede analizar la relación que se ha tenido México con la AP en cuanto a importaciones y exportaciones en el periodo 2012-2016, se puede observar como las exportaciones han sido mayores a las importaciones con los integrantes de la AP. De los tres participantes de la alianza la relación comercial más favorable la tenemos con Colombia, teniendo en menor cantidad a Perú tanto en exportaciones como en importaciones.

Gráfica No.4: Relación comercial México con la Alianza del Pacífico 2012-2016



Fuente: Elaboración propia con información de La Secretaría de Economía, consultada el 14 de marzo del 2018, disponible en: <https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2016-por-socios>

Cabe mencionar que el objetivo que busca la AP es formar parte de cadenas de valor globales, con mayor apertura de mercados internacionales tomando en consideración las oportunidades que se tienen en el mercado global, en conjunto del avance en las tecnologías de información que hagan más eficientes los procesos y monitoreo de logística.

Algunas de las cadenas de valor en la AP, que se han traducido como casos de éxito es en el Sector Automotriz por parte de Perú como Bien intermedio y México como país de transformación. En primera instancia las Autopartes, 12 empresas peruanas de Autopartes identificadas como potenciales proveedores en el 2015, continuando con la planta de producción en México realizada en Monterrey en 2016

y como bien final con 17.55 millones de autos vendidos en EEUU durante 2016 que es el país destino.⁶²

La economía colombiana adquirió importancia para el mercado de las exportaciones mexicanas. Colombia fue la economía receptora: 56.2% de las exportaciones mexicanas; seguido por Chile (24.6%) y el último lugar fue para Perú (19.2%). En el caso de las importaciones, Chile fue la principal abastecedora hacia la economía mexicana (48.7%) y Colombia ocupó el segundo lugar con el 30.1%, seguido por Perú con el 21.2%.⁶³

Con esta información se deduce que aún hay muchos desafíos por alcanzar en la AP, para una mayor integración productiva entre los integrantes de la Alianza. Se considera que es necesario conseguir tasas altas de crecimiento en la región y ganar competitividad frente a otras economías. Respecto de la productividad para América Latina no ha sido suficiente abrir los mercados, pero los avances han sido de gran importancia. A su vez se muestra de nuevo una relación que tiene en primera instancia México con Colombia en cuanto a las exportaciones, por otra parte, poniendo a Chile como principal abastecedor de México.

Por lo tanto, existe una relación directa entre una estrategia de crecimiento con igualdad y la profundización del espacio económico regional. Asimismo, un mercado regional integrado puede actuar como un factor de estímulo al crecimiento. Este potencial se ha visto acrecentado durante la última década, de la mano de la fuerte expansión de la clase media latinoamericana, y por ende del mercado consumidor regional.⁶⁴

A su vez, la AP tiene un enfoque al crecimiento de los negocios intra alianza y sobre todo el poder relacionarse con otras regiones del mundo a favor del crecimiento comercial, es especial con el ASEAN y para ello tanto las empresas grandes como las Pymes deben de tener las herramientas adecuadas y sobre todo tener la capacidad para competir con el mercado asiático. La AP considerada como un elemento clave para el cambio regional de Latinoamérica.

⁶² Ocharan, Mario, subdirector de Inteligencia y Prospectiva Comercial PROMPERÚ, Cadenas Globales de valor, Alianza del Pacífico, Perú, CEPAL, Noviembre 2017. Disponible en: https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/7_mario_ocharan_cadenas_globales_de_valor_alianza_del_pacifico.pdf Consultada el 9 de octubre de 2018.

⁶³ Morales Fajardo, María Esther, Vergara González, Reyna , Relación comercial México-Colombia a veinte años del Tratado de Libre comercio , México, CICE; Economía Actual, Año8, Núm1, Enero- Marzo, 2015, pág. 14, http://web.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e801/EA_ENE_MAR43.pdf (9- marzo-2018)

⁶⁴ Rosales, Osvaldo, La Alianza del Pacífico y el MERCOSUR: Hacia la convergencia en la diversidad, Santiago de Chile, Naciones Unidas en conjunto con la CEPAL, noviembre 2014, pág. 70, Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37304/1/S1420838_es.pdf

Capítulo III. Manejo de un Plan de Negocios para las Pymes

Es este capítulo se conocerá lo que es un plan de negocios y la importancia que tiene para una Pyme el contar uno, y más cuando se pretende iniciar una empresa y sobre todo para realizar negocios internacionales y buscar exportar o importar productos o servicios. Se mencionará el modelo FODA para su análisis junto con el modelo PESTEL esto debido a que cuando una empresa conoce en profundidad el mercado al cual se dirige para obtener una ventaja competitiva y también conocer los puntos débiles y fuertes de la empresa.

Se indica el funcionamiento del plan de negocios, y se conocerá una forma de elaborar un plan de negocios junto con el proceso de investigación y desarrollo. En este apartado se analizarán algunas características de las Pymes en el campo internacional, sobre todo las de América Latina, los factores de fracaso y por último se mencionan algunos mecanismos financieros disponibles para las Pymes mexicanas.

Más de 90% de las Pymes carece de un plan de negocios a mediano y largo plazo que les permita crecer de forma eficiente, lo que las lleva a ser poco competitivas y no generar los empleos que el país requiere. Se sabe que hay un registro de 5 millones 144 000 empresas, de las cuales 92% son Pymes; de ellas se puede calcular que más de 90% carece de planeación, entre otros factores. Se estima que hay 40 millones de mexicanos en el rango de 25 a 40 años de edad, pero únicamente 28 millones de personas tienen empleo en el país. Esto significa que entre 15 y 20 millones de mexicanos no tienen trabajo y se debe en buena medida a que las Pymes, que concentran el 80% de empleos en el país no están generando las oportunidades que el país requiere.⁶⁵

Las Pymes mexicanas como ya se mencionó carecen en su mayoría de un plan de negocios y es indispensable para tener éxito en el mercado y sobre todo si una empresa busca incursionar en el mercado internacional y debido a que las grandes y pequeñas empresas siempre presentaran problemas o dificultades el contar con un plan de negocio ayudaría a disminuir errores y prevención de amenazas. Cuando las Pymes cuentan con un plan de negocios facilita el acceso a un financiamiento además de ayudar a la coordinación de los recursos físicos y humanos de la empresa y hará la operación de la empresa más eficiente.

En conjunto con el Plan de Negocio se recomienda utilizar el modelo PESTEL, (Político, Económico, Socio-Cultural, Tecnológico, Ecológico, Legal) con este modelo se puede hacer un análisis del lugar de negocio, se puede considerar que

⁶⁵ Prieto Sierra, Carlos, Emprendimiento Conceptos y plan de negocios, México, 2014, Pearson Educación, Pág. 217

es un macro análisis del entorno externo y también consiste en un análisis ambiental de cambio, con este modelo se intenta conocer el futuro próximo para poder solucionar posibles problemas.

Esta herramienta técnica de análisis consiste en identificar el entorno donde nos movemos para después saber cómo actuar estratégicamente y se intentará comprender que va a pasar en el futuro próximo y usarlo a nuestro favor. A continuación, se mencionan algunos de los puntos de cada uno de los factores de este modelo.

- **Factor Político:** Se debe analizar las política-económicas, el régimen político y estabilidad política, la legislación del país, si es que favorece el desarrollo de negocios o limita, con qué países ha establecido relaciones internacionales, los grupos de presión, nivel de corrupción, política fiscal, participación en la sociedad civil, la forma de gobierno, Poder Legislativo y Judicial, Políticas proteccionista o de apertura, Elecciones Próximas o Partido que Governa.
- **Factores Económicos:** Se debe analizar las políticas económicas, recursos naturales, inflación, tipo de cambio, infraestructura, PIB, PIB Perca cápita, impuestos (ISR), tasa de desempleo, pobreza, tipos de Interés, moneda, microeconomía, macroeconomía, ciclos económicos del país y países con los que se cuentan Tratados de libre comercio.
- **Factores Socio-Culturales:** Se debe de analizar, el nivel de educación, moda, cultura popular, Gustos, orden social, idioma, nivel de ingreso, consumo, religión, gustos culinarios, salud, esperanza de vida, nivel de población, gastos fijos de la población, lenguas, historia. Es importante esta parte del análisis ya que muchas de las empresas llegan a fracasar ya que al no conocer estos factores su producto o servicio no es bien recibido en el mercado.
- **Factor Tecnológico:** Se debe de hacer un análisis en el presente y futuro de este factor. En este factor se debe examinar; la promoción de las TIC, innovación, aparición de nuevas tecnologías, infraestructura, El nivel de avances que hay en el país, seguridad informática, acceso a internet.
- **Factor Ecológico:** Se deben analizar; tipos de embalajes usados o permitidos, leyes ambientales, ecología actual y futura, regulación sobre consumo de energía y reciclaje, recursos con lo que se cuentan para operar, servicio sin afectar el medio ambiente.
- **Factor Legal:** Se debe de conocer el tipo de licencias, leyes sanitarias, leyes arancelarias, leyes sobre empleo, ley de salud, ley laboral, medidas de solución de controversias, sectores protegidos o regulados.

Otro de los modelos que se recomienda que se realice en la empresa es el Modelo FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la empresa. En el transcurso de la investigación del plan de negocios se puede realizar en el proceso de planeación.

- Las fortalezas y debilidades son factores internos sobre los cuales tienen algún control o influencia.
- Las oportunidades y amenazas son asuntos externos que no puede controlar.

A continuación se mencionan algunas de las áreas de la empresa donde se puede hacer un análisis FODA:⁶⁶

- Fortalezas y debilidades serían: áreas de su negocio como los procesos, administración, mercadotecnia y ventas, experiencias, propiedad intelectual, planta o maquinaria, finanzas.
- Oportunidades y amenazas serían: el mercado, industria, asociación industrial, mercado laboral, mercados financieros, tipo de cambio, grupos de presión, tendencias económicas, políticas de gobierno, desastres naturales.

El tener toda esta información ayuda a crear estrategias, analizar los riesgos y también ayudara a darle valor al plan de negocios. Este análisis se necesita realizar con la mayor objetividad posible pues ayudará a determinar áreas estratégicas para enfocar tu energía y recursos para saber aprovecharlos, sobre todo para conocer a fondo la empresa y el negocio que se pretende establecer.

3.1 ¿Qué es un Plan de Negocios?

Se puede considerar que un plan revisa usualmente la posición actual de una organización y expone una estrategia de negocios general con un plan financiero y más detallado operacionalmente para el siguiente año. El plan y la estrategia cubrirán todas las áreas de negocios. Los asuntos más importantes varían de compañía en compañía, pero en general el enfoque clave es en administración, producto, mercadotecnia y ventas.⁶⁷

El plan de negocios es un documento que reúne ideas de negocio de una persona, en el cual se pretende justificar la creación de una empresa y se analiza la viabilidad de la operación, pero sobre todo este es viable cuando existe la posibilidad de ponerlo en funcionamiento. También puede servir como herramienta de control empresarial, ya se comparan las previsiones establecidas inicialmente con la

⁶⁶ Stutely, Richard, Cómo elaborar un plan de negocios, una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombre de negocio, México, Trillas, 2015, Pág. 67-68

⁶⁷ Ibid. Pág. 30

realidad. En caso de querer involucrar un tercero como lo sería un banco o instancia de gobierno para conceder un préstamo, el plan de negocios ayuda para darle seriedad al proyecto, se puede considerar como una tarjeta de presentación de la empresa.

Este ayuda también para conocer la oferta y demanda del producto o servicio que se va a ofrecer, conocer cuáles son los canales de comercialización, la competencia y cuáles son los costos a los que te vas a enfrentar al mercado. Toda esta información nos ayuda para poder tomar mejores decisiones en el presente e ir conociendo el manejo de la empresa, poder evaluarla y para establecer una distancia considerable y necesaria para futuros cambios o decisiones que se implementen mediante el análisis.

Se considera que un plan de negocios tiene dos propósitos fundamentales, que son:⁶⁸

- Un objetivo externo: obtener financiamiento externo para la empresa. Este financiamiento es fundamental para operar la empresa o hacerla crecer.
- Un objetivo interno: proveer un plan con componentes estratégicos y tácticos para el desarrollo de las empresas.

Este plan guiará a la empresa para que logre sus metas, mantendrá a la empresa y a sus administradores enfocados en la dirección predeterminada y contendrá información concisa sobre cómo la empresa operará durante los próximos 3 a 5 años, según lo indica la situación y objetivos de cada empresa.

Esquema No.4: Fases del proyecto para emprender un negocio



Fuente: Prieto Sierra, Carlos, *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*, México, 2014, Pearson Educación, Pág. 215

En el esquema anterior se puede ver una posible dirección de fases donde comienza con la generación de una idea y esta es la etapa inicial de proyecto para emprender una empresa, sin la creatividad orientada a las necesidades de nuestro mercado o usuarios, sería casi imposible tener tanta diversidad de productos y servicios en el mercado. En la evaluación de la idea se considera si es rentable o

⁶⁸ Barragán, José N. Codina, Pagán, José A., *Administración de las pequeñas y medianas empresas "Retos y problemas ante la nueva economía global"*, Editorial Trillas, 2002, Pág. 27

no para el mercado, si se está dispuesto a asumir los compromisos y financiamiento de seguir en marcha con la idea de negocios. Después se inicia con el plan de negocios donde se detalla la idea principal y es imprescindible que la propuesta en marcha de la empresa como la ejecución de una serie de propuestas y acciones orientadas a la creación y consolidación de una nueva organización en el mercado.

Se sabe que cada representación empresarial inicia con una idea basada en una oportunidad que pueda ser introducida en el mercado. Identificar una oportunidad y desarrollar una idea, el emprendedor⁶⁹ inicia su proyecto empresarial a partir de la identificación de un negocio, pero sobre todo tiene que tener en cuenta sus capacidades creativas, motivaciones y experiencias acumuladas.

Se debe de entender que el tener una idea de negocio no es suficiente o que para una persona sea suficiente la noción de que su negocio funcionara por el hecho de que su producto o servicio gusta de la persona. Se debe de plantear que la idea de negocio debe dar valor para la empresa, los clientes, la sociedad, es decir que sea útil para el mercado al que se dirige y sobre todo debe de estar basada en una oportunidad detectada en el mercado y que sea posible de desarrollar. Una buena idea de negocios, pero él no contar con un plan de negocios bien estructurado y ordenado podría hacer que la empresa fracase.

Algunas de las principales características que debiera tener una idea de negocios es satisfacer las necesidades del mercado, la idea de negocio debe desarrollarse en demanda del mercado. Otra de las características que se considera necesaria es el factor diferenciador, esto es darle un valor añadido que la haga la diferencia a la competencia para tener éxito en el mercado.

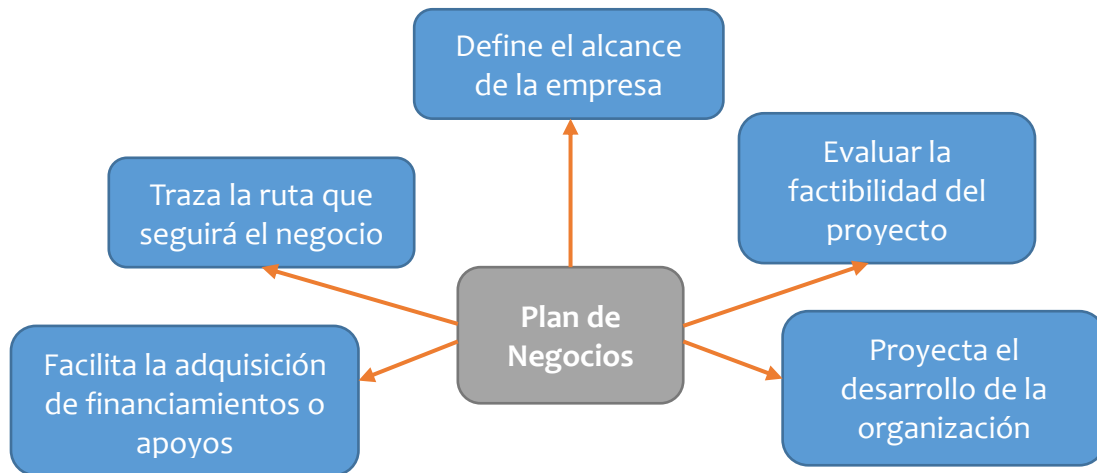
Elegida la idea de negocio se recomienda describir la actividad, conociendo el tipo de negocio que se planea tener, la promoción que planea aplicar en la empresa, la estructura del equipo y sobre todo donde se piensa establecer el negocio. Por otra parte es necesario conocer las normas, leyes, TLC's, cultura, costumbres, etc. Cuando se busca incursionar en el ámbito internacional se recomienda que se busque un producto o servicio de la empresa para exportar, esto como medida para incursionar en un país seleccionado como mercado meta diferente al de origen.

El plan de negocios también indica si el equipo administrativo tiene los conocimientos y la experiencia necesaria para administrar la empresa y si la

⁶⁹ Se entiende por emprendedor, a una persona que identifica una oportunidad de negocio y decide organizar los recursos necesarios para ponerla en marcha. Son los hombres y mujeres en proceso de crear, desarrollar o consolidar una empresa a partir de una idea, que mucha de las veces no cuenta con experiencia empresarial, tecnológica o financiamiento para materializarla. Los emprendedores constituyen la base de la pirámide empresarial. Secretaría de Economía, "Emprendedores", Consultada el 19 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/emprendedor>

empresa ha aprovechado las oportunidades y pensado en los problemas potenciales que puedan ocurrir. Por ello el plan de negocios debe estar bien preparado, con profesionalismo y que comunique efectivamente el potencial de la empresa, este no debe ser un texto muy extenso, debe ser informativo y relevante. Además, el plan debe tener una lógica y ordenamiento que permita demostrar que la empresa es una inversión rentable y con poco riesgo.

Esquema No.5: Algunas de las funciones principales del plan de negocios



Fuente: Prieto Sierra, Carlos, Emprendimiento Conceptos y plan de negocios, México, 2014, Pearson Educación, Pág. 217

Con este esquema se puede concluir que un plan de negocios permite tener claro ideas, soluciones y resultados, este también debe ser flexible y adaptable, ya que establece de acuerdo con el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. Con el plan de negocios se asegura de que una empresa tenga sentido financiero y operativo antes de su puesta en marcha y se busca la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto. Se crea una imagen que permite identificar necesidades, así como prever problemas de recursos y su asignación en el tiempo, también se evalúa el desempeño que tiene un negocio en marcha y ayuda a hacer una evaluación de la empresa en caso de fusión o venta.

3.2 Importancia de un plan de negocios para las Pymes

Se considera que la elaboración de un plan de negocios es crucial para la creación de un negocio, ya que gracias a él se puede estudiar con detalle los pasos a seguir, ayuda a analizar el proceso necesario para el funcionamiento de la empresa antes de iniciar la actividad y evita posibles errores. Se trata de una planificación inicial

para evaluar cuanto antes los posibles errores y aumentar con ello las probabilidades de éxito.⁷⁰

Se debe tener en cuenta que para poder colocar en el mercado algún producto o servicio, es necesario analizar si existe la necesidad o demanda del mismo, la capacidad técnica, si existen los medios necesarios para su venta y si hay suficientes recursos económicos para producir en bien o servicio. Es por eso que un plan de negocios es necesario para poder conocer y estudiar todos los aspectos necesarios porque gracias a ello se puede conocer las posibilidades que ofrece, descubrir los nichos de mercado existentes y captar las fuentes de información sobre las posibles oportunidades de negocio.

El factor diferenciador es la característica o aspectos fundamentales que distingue a las empresas de sus competidores y hace que la clientela sea más leal, como un trato más cordial, descuentos, garantías, productos o servicios de calidad. Por medio de la investigación podemos conocer todas estas características en el mercado para poder aplicarlo en el producto o servicio a desempeñar.

Es importante la focalización de la atención es un tipo de negocio concreto, a esto se refiere a que se debe de hacer un proceso de autoevaluación para elegir ante varias ideas de negocio y así poder conocer el microentorno y el macroentorno para tener una visión aproximada de si el negocio es viable o no.

El plan de negocios es una herramienta vital para la obtención de financiamiento para las empresas, ya sea de un banco o un inversionista. Ellos quieren saber que el plan de negocios ha sido desarrollado de manera seria y profesional para conocer los riesgos del negocio y que tan viable va a ser su éxito en el mercado. Las ventajas de contar con un plan de negocios es mostrar en un documento los escenarios más probables con todas sus variables, con el fin de facilitar un análisis integral que pueda ser presentado a otras partes involucradas en el proyecto.

3.3 Elaboración de un Plan de Negocios

Existen muchas maneras para la elaboración de un plan de negocios, en este trabajo se presenta información general y algunas sugerencias que proveen una base sólida para la preparación de un plan de negocios para las Pymes. Se considera que no hay reglas precisas o formatos formales establecidos para la preparación de un plan de negocios. Cada plan de negocio es único, es un trabajo que expresa y personifica a la Pyme para la cual fue elaborado y escrito.

⁷⁰ Vargas Belmonte, Antonio, UF1820: Marketing y plan de negocios de la microempresa, España, 2013, IC Editorial, Pág. 89

La elaboración de un plan de negocios es un proceso que no se debe omitir, ya que busca darle sentido y significado a la empresa que se pretende crear. Este es considerado como la identidad y la vida de la empresa, con la elaboración del plan de negocios se puede precisar los principios y bases en el que se fundará la organización, es decir, cuál será el concepto, el producto o servicio que brindará, en donde operará, cuál será la dimensión y el alcance de sus áreas funcionales, entre muchos otros elementos.

Es necesario que antes de la elaboración de un plan de negocios se debe responder ¿qué y para qué planea? Esto debe definirse conscientemente, se puede comenzar por el trabajo de planeación donde se deberán de definir las actividades del negocio, la posición actual del negocio, definir el mercado externo, su competencia y su posición en el mercado, definir los objetivos para el periodo del plan, el desarrollo de una estrategia para lograr los objetivos, identificar los riesgos y oportunidades, desarrollar las estrategias para limitar los riesgos y explotar las oportunidades, se debe recabar toda esta información para poder desarrollar un plan de negocios.

Algunos lineamientos básicos que se recomienda tener en cuenta para la preparación del plan de negocios son los siguientes:⁷¹

- Ser fácil de leer y entender: Tener un buen formato, con un orden cronológico de las ideas, un resumen de las operaciones de la empresa.
- Poner énfasis en el mercado, no en el producto: Los inversionistas esperan conocer más sobre como el producto será recibido en el mercado, mencionar sobre el estudio de mercado y como los consumidores se motivarán a comprarlo.
- Incluir el plan de distribución: Se debe indicar como la empresa venderá y distribuirá sus servicios o productos. Debe describirse la forma y el costo de llevar el producto o servicio al mercado.
- Presentar las fuerzas del equipo de administración: Indicar que la empresa tiene personal altamente capacitado para administrar. Mencionar los incentivos que mantendrán al equipo unido.
- Presentación de proyecciones financieras creíbles: Presentar una situación realista, de lo que el financiamiento hará para la empresa.
- Describir claramente como la empresa competirá en el mercado; Demostrar como el producto o servicio puede competir con la competencia y en qué forma.
- Cerrar con broche de oro: Demostrar que la empresa es una buena inversión. Indicar los plazos de pago y cómo, el nivel de riesgo y la tasa de rendimiento.

⁷¹ Barragán Codina, José N., Pagán, José A, Op. Cit., Pág. 29

Debe de demostrarse que el flujo de efectivo puede cubrir los pagos del préstamo.

Derivado de lo anterior, se puede conocer además de las recomendaciones, el formato que podrían presentarse a un posible inversionista, ya será en el sector privado, la participación en alguna incubadora de proyectos o en alguna banca de desarrollo. Se entiende que el desarrollo de estas recomendaciones es para darle valor a la propuesta. Hay muchos detalles que se deben presentar en un plan de negocios y estos dependen del tipo y tamaño de la empresa y lo que se requiere lograr con el plan. A continuación, se hace la mención de algunos componentes que deben usarse como guía de planeación preliminar.

Existen muchas maneras de elaborar un Plan de Negocios, para efectos de esta investigación se recomienda la siguiente estructura:⁷²

- **Introducción:** se realiza la presentación de la idea de negocios, características generales y específicas de la empresa, la oportunidad de negocio y los objetivos generales a alcanzar.
- **Resumen ejecutivo:** Es una parte importante del plan de negocios, donde se toma las oraciones más relevantes de cada sección para proveerle al lector información básica y concisa de la empresa.
- **Misión y Visión de la empresa:** Propósito y razón de ser de la empresa, así como la declaración de su meta a largo plazo
- **Estudio de mercado:** Es la determinación de los productos o servicios que se van a comercializar, especificar el volumen de mercado potencial, datos de la competencia, previsiones de crecimiento, segmento de cliente y demanda. El perfil del cliente, el perfil de la industria y el perfil de la competencia.
- **Plan comercial o de marketing:** se debe realizar una previsión mensual y anual de lo que, a partir del análisis del mercado y de la propia capacidad. Se definen las fuerzas de ventas, junto con el número de vendedores, plan salarial y programas de incentivos.
- **Productos y servicios:** Los dueños deben conocer bien el producto. Se da una descripción concisa de los productos o servicios y la descripción de la necesidad que tendrá en el mercado y sus ventajas. Qué tipo de conocimiento se necesita para venderlo.
- **Plan de producción:** se ha de realizar un análisis del proceso productivo, como se realizará, sus fases y características.
- **Plan operacional:** Se orienta principalmente a los edificios, bodegas, oficinas, el equipo necesario y las capacidades de manufacturación y producción. Se describirá lo que actualmente se tiene y lo que se necesitará en un futuro.

⁷² Vargas Belmonte, Antonio, Op. Cit., Pág. 89

- Organización y recursos humanos: Es la descripción del organigrama de la empresa. Se detallarán las funciones de cada puesto, se analizarán los convenios laborales de cada categoría, jornadas y formas de contratación.
- Sistema de Negocio y organización: Descripción de las actividades de la empresa en función de la interacción completada entre las áreas funcionales.
- Plan económico-financiero: se hace una evaluación de la rentabilidad económica del proyecto de empresa y se presentarán las posibilidades de financiamiento para la inversión necesaria.
- Administración: Se refiere a la cantidad del equipo de administración pues casi siempre determina el éxito potencial de la empresa. Se debe de hacer énfasis en la capacidad y experiencia de los administradores y cómo cada puesto administrativo le añade valor a la empresa.
- Aspectos legales: Descripción de la forma legal bajo la cual se constituirá la empresa y otros aspectos vinculados con la obediencia a la legislación vigente.
- Calendarización: Describir claramente el tiempo y los pasos secuenciales que se tomaran para hacer crecer la empresa, el primer año debe ser cada mes y después por trimestres.
- Investigación y desarrollo: esta parte dependerá mucho de la manera en la que está sumergida la empresa y que tan técnico es este producto o servicio. La patentabilidad de desarrollo y los gastos que se hacen para esta área de la empresa y la importancia que tiene en el mercado.
- Oportunidades y riesgos: Análisis sobre la dinámica de su empresa en función de los obstáculos y situaciones favorables a los que se pueda enfrentar.
- Valoración final: Se hará un resumen sobre la viabilidad del proyecto tanto técnica, como económica y financiera.

Es importante que después de haber identificado la idea del negocio se identifique también las características del producto o servicio y el mercado meta al cual se va a dirigir, describiendo las particularidades de la clientela, los suministradores o proveedores.

Dentro de la previsión y planificación económica, es para poder anticipar el futuro, para poder conocer y saber qué se va a hacer y cómo. Para ello se deben establecer objetivos, desarrollar políticas, programas y presupuestos para conseguirlos. Una manera de conseguir estos objetivos puede ser con estrategias viables, que sean un conjunto de acciones que se implementaran en un momento indicado para lograr el fin propuesto.

En una empresa deben plantearse objetivos generales, estos serán la columna vertebral de la empresa, y unos objetivos estratégicos, que deben ser compatibles con los objetivos generales de la empresa. Se deben formular una estrategia que pueda llevarse a cabo con los recursos que posee (ya sea económicos, técnicos o de capital humano) y que sea compatible con los objetivos y fines generales de la misma.

Para que la organización desarrolle una estrategia viable se deben conocer los objetivos estratégicos y conseguirlos con recursos internos de la empresa, tener un lapso amplio de tiempo debido a que suponen una inversión grande de recursos, también es posible corregir las desviaciones que se vayan produciendo, pero no se puede volver hacia atrás.

3.3.1 Proceso de Investigación y desarrollo del Plan de negocios

Se considera que para crear una empresa con éxito se requiere conocer factores internos, como los son: la idea de negocio, la capacidad de la empresa, la propiedad de factores de producción y saber cómo conducirlo. Del lado de los factores externos se encuentra indispensable conocer la situación de mercado (Oferta-demanda), disponibilidad de otros recursos, factores de localización (facilidad de mercado o logística) y los factores sociales e institucionales.

En el camino de investigación podemos encontrar que, dentro de la sociedad nacional como internacional se encuentra bajo muchos cambios, y es necesario tenerlos presentes ya que pueden ser perjudiciales para la empresa, o también podemos tomarlos como oportunidades de negocio ya que nacen nuevas necesidades.

Algunos de los cambios que se considera analizar son: cambios en el nivel de ingresos, cambio en el nivel cultural, cambio en el tiempo y actividades de recreación, esperanza de vida, cambio en las actividades laborales de hombres y mujeres, estilos de forma de vida, cambios en la seguridad ciudadana y cambio en el entorno de trabajo.

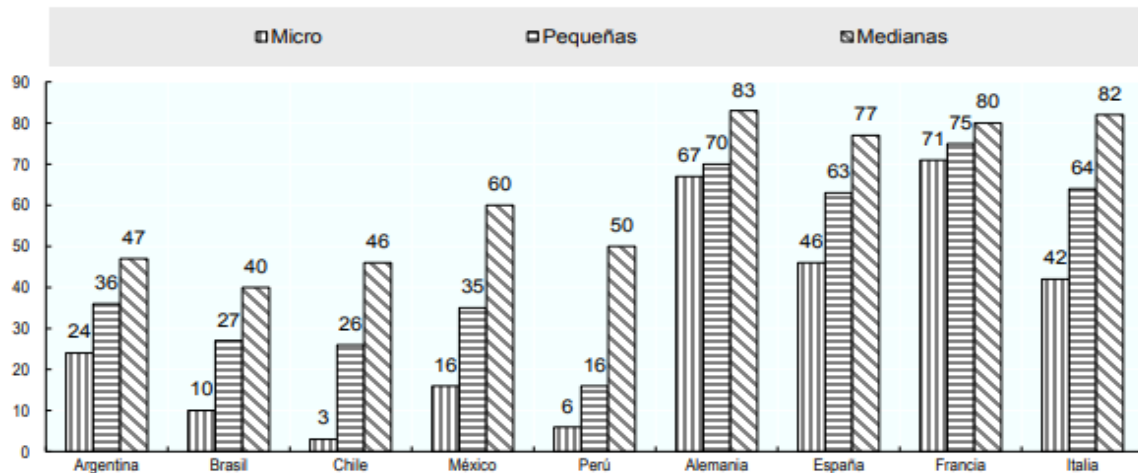
Para localizar los factores diferenciadores de nuestro producto, lo que caracterizara al producto frente a los consumidores con la competencia es imprescindible conocer: factores económicos (precios, condiciones de pago), factores prácticos (comodidad, confianza), factores estéticos (atracción de los clientes) y factores sociales o psicológicos (obtener prestigio o estar de moda).

3.4 Pymes en el Plano Internacional

A pesar de los cambios que han ido surgiendo a través de la historia, las Pymes siempre han sido una parte fundamental para la economía de los países y lo seguirán siendo, en la actualidad hay más empresas que buscan diversificar sus productos o servicios e nivel internacional. La Pymes han atravesado por cambios y seguirán teniéndolos, a medida que estos cambios sean grandes o pequeños las empresas tienen que saber responder ante ello, y también se conoce que las Pymes son un factor sensible ante estos cambios.

Es por eso que tener la información, correcta y necesaria para las empresas es fundamental, pero sobre todo es importante saber manejarla cuando se busca integrarse al mercado internacional. El contar con herramientas necesarias para que las empresas puedan competir con otras, ya que no solo se enfrentaran en mercados desconocidos, sino a empresas con mayor experiencia y de mayor tamaño.

Gráfica No. 5 Comparación de productividad de MiPymes de diferentes países



Fuente: Secretaría de Economía, Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor, Instituto Nacional del Emprendedor, 2016, México, Pág. 6, Consultada el 12 de Octubre del 2018, Disponible en:

<https://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/diagnostico-2016-del-fondo-nacional-emprendedor/>

Derivado de la gráfica anterior, se puede deducir que la competencia que tiene las empresas en cuanto a productividad en diferentes países, México a comparación de las empresas de Latinoamérica tiene buenos márgenes en pequeñas y medianas empresas sobreponiéndose, en cuanto a las micro empresas solo queda por debajo de Argentina, por otra parte las empresas europeas tienen mejor puntaje en la gráfica. Considerando que en un mundo globalizado es necesario que las empresas puedan competir con otras debido a la apertura de mercados, es necesario que las

empresas mexicanas tengan herramientas y conocimientos del sector en el que pretenden realizar las actividades comerciales.

No hay un solo marco teórico que pueda explicar por qué y cómo participan las Pymes en actividades de internacionalización, ya que las estrategias en que se basa la decisión de las pymes de participar o no en la internacionalización, esta tiende a ser gradual, y empieza con exportaciones esporádicas. Algunas pymes pueden integrarse en las cadenas de valor mundiales exportando, directa o indirectamente, a través de grandes empresas exportadoras situadas en su país de origen.⁷³

3.4.1 Frente a que se encuentra una Pyme al introducirse en otro país

Se tiene que comenzar a administrar una amplia gama de ambientes extranjeros que trae el ambiente internacional. Hay que considerar que al volverse una compañía internacional tiene que enfrentarse a diferentes sistemas legales, monetarios y políticos, con diferentes personas, culturas, instituciones, condiciones económicas, etc.

Uno de los impactos funcionales que llegarán a tener podría ser la situación financiera, donde las dificultades de la administración del flujo de efectivo, la planeación local sea diferente, el manejo de monedas nacionales o extranjeras y los requerimientos legales que llegarán a enfrentar.

En la función de la mercadotecnia, las necesidades del producto, los métodos de publicidad y promoción varían al igual que las obligaciones legales y morales, para esto se tiene que hacer un estudio de mercado exhaustivo e incluso estadístico para conocer el mercado. La fijación de precios y el particular la transferencia de precios entre países, por último la diferencia de gustos a nivel internacional que en muchas de las ocasiones se llegan a tropicalizar los bienes o servicios que se buscan ofrecer, se llegan a pedir variaciones del producto estandarizado, por ejemplo de tamaño, sabor, el sistema como se ofrece.⁷⁴

En el área laboral, en la elección de emplear personal local o empleados procedentes del país de origen para ocupar las posiciones gerenciales, que en algunas ocasiones llegan a tener conflicto en el país donde se busca residir. Los impactos que se llegarán a presentar en los ambientes laborales, la variación de las actitudes del personal en diferentes países y la variedad de costumbres y prácticas en el lugar de trabajo, se tiene que entender su cultura corporativa.

⁷³ Organización mundial de comercio, informe sobre el comercio mundial 2016 "igualdad de condiciones para el comercio de las Pymes", 2016, Suiza, Pág. 7, Consultada el 4 de octubre del 2018, Disponible en: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf

⁷⁴ James H. Taggart y Michael C. McDermott, Op. Cit Pág. 5

Las Pymes internacionales se enfrentan a cambios en su ambiente que son controlables como lo son la producción o la forma de organizar las actividades funcionales. Hay otras que son incontrolables como:⁷⁵

1° El ambiente del país de origen será más familiar y se tiene que lograr preparación para el cambio, ya que tales cambios podrían impactar en las actividades internacionales; por ejemplo: las regulaciones o políticas gubernamentales aplicadas a la exportación e importación.

2° En la multitud de ambientes extranjeros, fuerzas internas como externas podrían funcionar de forma diferente dando sin fin de resultados diferentes, estos cambios pueden ser muy difíciles de evaluar.

3° El ambiente internacional que es la interacción de mercado local y de los diversos ambientes extranjeros, por la complejidad de la toma de decisiones y también las dificultades para evaluar las decisiones y los movimientos estratégicos. Y finalmente el nacionalismo siempre ha sido un problema para las empresas internacionales.

Las Pymes atraviesan por una variación de cambios esto tras la apertura de mercados y la globalización que sigue presente, con ello trajo el libre mercado, la eliminación de políticas proteccionistas, la privatización de empresas gubernamentales y las nuevas tecnologías que han sumado cambios. Todas estas acciones han dado como resultado que las Pymes tengan que adaptarse a los cambios para poder prevalecer en el mercado de manera inmediata.

3.4.2 Conocer algunas de las características de las Pymes al momento de Exportar

Las empresas Pymes existen en gran variedad de organizaciones y sectores en el área comercial, desde negocios especializados hasta el mercado local, donde participan redes de operadores complementarios, y empresas que se dedican al mercado internacional, lo cual en ocasiones dificulta hacer generalizaciones de la participación de las empresas, conocer cómo interactúan inclusive entre las pequeñas y medianas empresas, ya que también en muchos casos se apoyan unas con otras en la cadena de abastecimiento.

Muchas de las Pymes que no realizan actividades de importación o exportación es por el hecho de enfrentarse con barreras hacia los mercados internacionales, el desconocimiento los procesos aduanales, las diferencias culturales y la visibilidad de la cadena de suministro.

Como se puede analizar las Pymes se encuentran frente a varios motivos por los cuales se puede fracasar, pero es importante tener conocimiento de todos ellos, ya

⁷⁵ James H. Taggart y Michael C. McDermott, Op. Cit Pág. 8

sea factores internos como obstáculos comerciales que se lleguen a presentar en materia fiscal o procedimientos de acreditación, permisos y declaraciones que se consideran necesarios presentar tener los requisitos necesarios y poder exportar los productos y servicios.

Uno de los obstáculos más comunes para las Pymes son los permisos que se tienen que cubrir para poder exportar los productos por falta de conocimiento y por los altos costos que deben de cubrir al exportar sus productos o servicios; también podría contratar un agente aduanal para su asesoramiento, pero puede ser considerado como un gasto extra. Muchas veces los requisitos y declaraciones que piden las instancias como el SAT pueden llegar a ser un impedimento para las empresas debido a los costos que se tienen que cubrir, y si la empresa aún no tiene ingresos estables comienzan a perder interés al buscar internacionalizar la empresa.

El segundo obstáculo que se considera importante que afrontan las Pymes son las medidas sanitarias y fitosanitarias que deben de cumplir todas las empresas en los productos que desean exportar. Estas son requeridas y establecidas por los países que buscan proteger a las personas, animales o para preservar los vegetales. Este debe ser cumplido rigurosamente y es una obligación de todas las empresas, sin embargo, el obstáculo recae en el tiempo de demora que debe de presentar para tener las autorizaciones necesarias, esto da como resultado que el tiempo de espera para los compradores haga buscar otras opciones.

3.4.3 Factores a considerar para posicionar un producto o servicio en el exterior

A continuación, se mencionan algunos puntos importantes que deben de considerar las Pymes mexicanas que desean posicionar sus productos o servicios en el medio internacional según ProMéxico, esto para tener mayor éxito en el proceso y llegar a consolidar su empresa en el mercado internacional:⁷⁶

1. Cumplir con las obligaciones tributarias dependiendo de las actividades contempladas en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC)⁷⁷. Este documento brinda presencia en el territorio local, nacional e internacional.
2. Revisar con detenimiento cuáles son todos los apoyos y servicios que se han destinado para facilitar el comercio exterior. Se puede solicitar asesoría de y participar en las actividades del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM).

⁷⁶ ProMéxico, Negocios, Retos para la internacionalización de las Pymes Mexicanas, Consultada el 2 de Abril del 2018, Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/revista-negocios/html/2014-11/english/11-2014/paraExportadores/art05.html>

⁷⁷ Toda persona física o moral que desee exportar mercancías clasificadas en las fracciones arancelarias de los sectores listados en el Apartado "B" del Anexo 10 tiene que estar inscrito y activo.

3. Debe conocerse cuál es el marco legal aplicable con el propósito de agilizar su comercialización en otros mercados.
4. Definir el agente o apoderado aduanal con quien se trabajará cotidianamente. El Servicio de Administración Tributaria (SAT) tiene un padrón de personas físicas autorizadas por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para promover el despacho de las mercancías de acuerdo con los regímenes aduaneros existentes.
5. Conocer los mecanismos logísticos más adecuados para exportar productos, considerando tiempo, trámites y permisos, requisitos de entrada, entre otros factores. La logística es un componente crucial que debe afinarse constantemente.
6. Comunicarse permanentemente con el comprador. Debe darse seguimiento puntual a cada pedimento. Los envíos deben complementarse con información clara para el cliente. Nunca debe perderse comunicación entre ambas partes.
7. La revisión de las barreras arancelarias y no arancelarias del mercado donde se planear exportar.

Con esta información se busca dar a conocer los trámites que deben considerar las empresas que buscan posicionar sus productos en el extranjero. Es fundamental que las empresas en general cuenten con los documentos requeridos dentro y fuera del país para no tener contratiempos y esto no se vuelva una amenaza para la empresa. También es importante considerar el tipo de producto que se pretende comercializar, pues cada uno de los productos o servicios tiene diferentes características y documentación.

3.5 Las Pymes Latinoamericanas

Los cambios que se han presentado a nivel internacional llegan a afectar a todas las empresas de todos tamaños y regiones del mundo, uno de los principales cambios que se presentaron en los países latinoamericanos fueron el “nuevo modelo económico”, en el que los gobiernos de la región abandonaron las políticas de sustitución de importaciones que tuvieron en boga del siglo pasado y adoptan medidas económicas que favorecen el libre mercado. Estas transformaciones surgieron como respuesta a los problemas de inflación, deuda externa, desempleo y muchos otros problemas económicos por los que atravesó la región durante la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, la devaluación de la moneda en los países de la región, también ha aumentado los precios de los insumos en el extranjero.⁷⁸

⁷⁸ Barragán Codina, José N, Pagán, José A. Op. Cit.,pág. 16-17

Se sabe que las Pymes latinoamericanas enfrentan diferentes retos, con estos cambios las empresas latinoamericanas han tenido que modificar su estructura y forma de hacer negocios. A pesar de todos los cambios que han tenido las empresas a lo largo de los años se considera que las Pymes siguen presentes en la región gracias a todas las aportaciones que ofrecen a las comunidades y se considera que, con la aplicación de políticas adecuadas las Pymes podrían ser agentes del cambio estructural a través de su contribución al aumento de la productividad.

A continuación, se mencionan algunas de las características de las Pymes de América Latina:

- Las Pymes representan casi el total de las empresas establecidas en la región.
- Están vinculadas casi totalmente al mercado interno.
- Son actores importantes para el desarrollo productivo.
- Dan un medio idóneo para la capacidad de innovadora del emprendedor.
- Es un medio para impulsar el trabajo artesano, del técnico, del profesional.
- Representan desarrollo para servicios y sectores debido a la competencia.
- Genera industrias más apropiadas para el mercado que abastece.
- Participa activamente en el proceso de integración para contribuir el crecimiento de las exportaciones nacionales.
- Contribuyen prácticamente a la autosuficiencia dentro de cada país con la distribución de ingresos, balanza de pagos, acumulación de capital y productividad.
- Las pequeñas empresas llegan a lugares donde las grandes empresas no llegarían.
- Medio de empleo para personas con incapacidades físicas, por edad, desempleo o falta de capacitación profesional.
- Es un sector donde se puede aprovechar más adecuadamente las oportunidades locales y regionales.
- Algunas de las Pymes realizan acciones y actividades ligadas con la Responsabilidad Social de la Empresa.
- No cuenta con apoyos económicos para mantenerse en el mercado.

Se puede reconocer características generales de las Pymes en ciertas regiones, y en la región de América Latina se pueden compartir las mismas semejanzas ya que son en su mayoría países en vías de desarrollo y buscan estándares de crecimiento y también comparten déficit en común como el nivel de educación e ingresos por mencionar algunos.

Las Pymes representan alrededor de 99% del total de empresas y emplean cerca de 67% y el 10% de las Pymes latinoamericanas exportan parte de su producción, en Europa la fracción de Pymes exportadoras asciende al menos a 40% del total. Las Pymes en A.L. varían desde las microempresas de autoempleo en situación de informalidad hasta la empresa innovadora con alta eficiencia y capacidad de exportación.⁷⁹

En la siguiente gráfica se puede observar que para muchos países de la región, se trata del mercado que absorbe la mayor proporción de sus exportaciones totales de manufacturas. La región es también el espacio para la expansión de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas.

Gráfica No. 6: América Latina y el Caribe: participación de América Latina y el Caribe en las exportaciones de manufactura al mundo, 2016 (en porcentajes).



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe Recuperación en un contexto de incertidumbre, 2017, Santiago, Pág. 64, Consultada el 10 de octubre del 2018, Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42315/14/S1701118_es.pdf

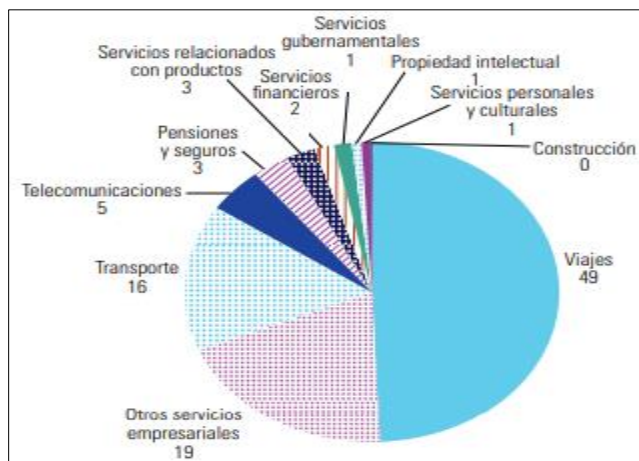
Con la gráfica anterior se puede conocer la importancia que se tiene de este sector debido a la participación de la mayoría de los países de América Latina, a pesar de que la hay participaciones más activas que otras poniendo en primero lugar en exportaciones de manufactura a Paraguay con casi un 80% de y en último lugar a México con un 5%. Más de la mitad de los países de la gráfica mantienen más del 50% como principal mercado para sus exportaciones, se puede considerar como un potencial intrarregional. También se muestra la presencia de los integrantes de la AP, quienes están por encima del 50% de las exportaciones manufactureras, a

⁷⁹ Comisión Económica para América Latina y el Caribe, "Acerca de Microempresas y Pymes", Consultada el 5 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>

excepción de México, debido a que se tienen otras exportaciones como lo son coches, piezas y repuestos, computadoras y teléfonos.

En la siguiente gráfica se puede observar la participación de algunos sectores en donde participan países de Latinoamérica que tienen más concentración dentro de su economía para la exportación de servicios.

Gráfica No. 7: América Latina y el Caribe: principales categorías de exportación de servicios, 2016 (En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe Recuperación en un contexto de incertidumbre, 2017, Santiago, Pág. 88, Consultada el 10 de octubre del 2018, Disponible en:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42315/14/S1701118_es.pdf

Con la gráfica anterior se puede ver como la región se especializa marcadamente en viajes, que representó casi la mitad de sus exportaciones de servicios, como lo menciona la Comisión Económica para América Latina y del Caribe, “La región se especializa marcadamente en turismo, que representó casi la mitad de sus exportaciones de servicios, en comparación con solo un cuarto de las exportaciones mundiales de servicios”⁸⁰. En segundo lugar quedan los servicios empresariales y en tercer lugar el transporte. Con esta información podemos conocer nuevos mercados en los que pueden participar las pymes mexicanas, a su vez podemos percatarnos de los cambios que va teniendo el mercado nacional como internacional, a los cuales se debe tener presente la adaptación e innovación por parte de los empresarios.

⁸⁰ Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe Recuperación en un contexto de incertidumbre, 2017, Santiago, Pág. 85, Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42315/14/S1701118_es.pdf Consultada el 24 de octubre del 2018.

3.6 Factores de fracaso de las Pymes

Debido a estas desventajas muchas de las empresas tienden a fracasar, dentro de estas desventajas encontramos factores externos a las Pymes, como lo es el apoyo oficial, deficientes programas de ayuda, la falta de fuentes de financiación, controles gubernamentales, entre otras. Se considera que no todo es culpa de los factores externos, tiene mucho que ver la planificación inicial, la deficiente gestión de ventas, deficiente producción y operación, deficiente control de la gestión, deficiente planificación estratégica y deficientes enfoques generales de la gestión.

Otros factores que se han encontrado que se presentan para las empresas al interior y el exterior son: ⁸¹

- Competencia más grande en el mercado de lo que se esperaba.
- El número de clientes potenciales en el mercado fue sobre estimado.
- Los esfuerzos de venta, promoción y distribución estaban mal direccionados.
- El precio del servicio o del producto ofrecido fue superior al que pagaría el cliente.
- El producto era igual al de la competencia.
- Faltó capital de trabajo para la venta de productos o servicios.
- Falta de uso de marketing y ventas.
- Nulas reglas en cuanto el manejo del dinero.
- El no plantearse objetivos a corto y largo plazo para hacer un análisis de su realidad interna y externa.
- Delimitar bien el mercado y saber cómo es que queremos ser percibidos y con todo esto desarrollar estrategias de trabajo para conseguir las metas.
- Mantener a los clientes. ⁸²
- No se vende lo que se esperaba.
- Falta de clientela, esto hace que no se mantenga la empresa.
- Verificación de que el negocio es rentable en la sociedad.
- Disciplina de la organización.

Con este listado se puede hacer un análisis para poder anticipar y conocer amenazas que se pueden presentar en las empresas en el mercado e internamente y así poder disminuir en riesgos que usualmente suelen caer las empresas. Y comparando la información con el plan de negocios se puede verificar que las empresas que inician teniendo uno hacen un análisis de los factores de fracaso que

⁸¹ Schnarch K., Alejandro., Op. Cit. pág. 31 y 32

⁸² Esto se refiere a que los clientes son los que hacen rentable a un negocio, no el producto. Es así como las empresas dependen de los mercados y de la forma como estos reaccionan ante sus propuestas de productos o servicios. Una vez que se ha garantizado un producto competitivo, la otra parte de la tarea queda en manos del cliente.

se mencionaron anteriormente pues ya se anticipó haciendo un estudio preciso de todas las áreas donde se va a involucrar la empresa y sobre todo en el mercado que es el campo de interacción frente a los consumidores y a los competidores.

Algunos de los obstáculos que resultan importante son los obstáculos arancelarios, sumado a esto los obstáculos técnicos al comercio y las medidas sanitarias y fitosanitarias.⁸³ Debido a los costos que maneja dependiendo de la mercancía que se pretende comercializar, que las Pymes sean más sensibles a la exportación y se presente como una dificultad pues debido a esto también se relaciona con la cantidad que pueda ser exportada, en muchas de las ocasiones las empresas de menor tamaño tienden a abandonar el mercado o que más pierden en términos de volumen de mercado.

En el siguiente esquema se mencionan algunos de los problemas que pueden llegar a presentar las Pymes al adentrarse al mercado y para mantenerse en él. Estas deben ser consideradas por las empresas mexicanas pues pueden ayudar a prevenir u orientar para no cometer los mismos errores y sobre todo para mejorar la planeación y seguimiento de la empresa.

Esquema No. 6: Pymes: Problemáticas más comunes.

- ◆ Dirección con visión a corto plazo
- ◆ Falta de atención a la calidad
- ◆ Tecnología de producción inadecuada
- ◆ Información de gestión insuficiente
- ◆ Productividad insuficiente
- ◆ Estructuras organizativas inadecuadas
- ◆ Escasos medios de financiamiento
- ◆ Recursos humanos poco calificados
- ◆ Poca atención a mercados internacionales
- ◆ Estructuras financieras inadecuadas

Fuente: Elaboración propia con información de Soto, Eduardo, L. Dolan, Simón, Las PYMES ante el reto del siglo XXI "Los nuevos mercados globales", Thomson, México, 2004, Pág. 24

Como se menciona anteriormente es importante considerar aspectos a los que se puede llegar a enfrentar y también conocer las problemáticas al entrar a un mercado internacional. El comenzar a empatar con la región o país al que queremos entrar, los tipos de cambio hasta los gustos y costumbres de cada región. El conocer la política del gobierno anfitrión para no causar problemas con la empresa y que ello afecte a ambas partes.

⁸³ Organización mundial del comercio, Informe sobre el comercio mundial, Informe de condiciones para el comercio de las pymes, Ginebra, 2016, Pág. 9 disponible en https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf

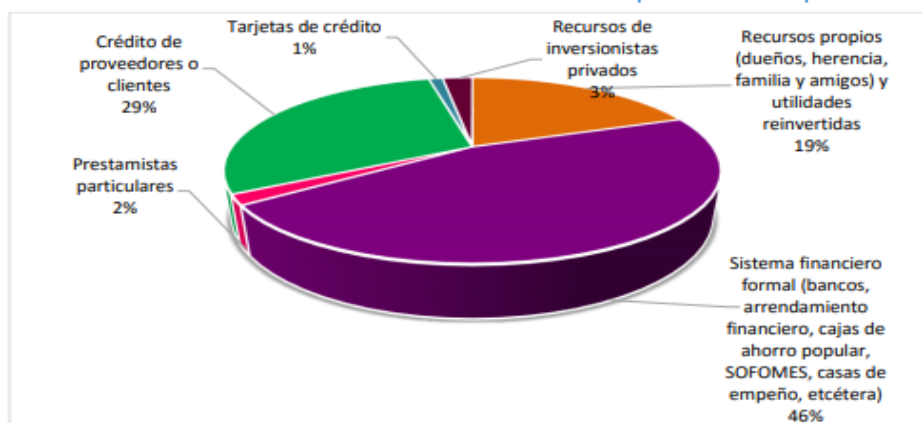
3.7 Mecanismos Financieros para Pymes Mexicanas

Muchas de las empresas Pymes no cuentan con recursos financieros y tecnológicos, los apoyos que se llegan a ofrecer son escasos y muchas de las veces no pueden llegar a acceder a ellos, sobre todo por desconocimiento o no cubrir los requisitos. Es por eso que los programas que se refieren a las Pymes son de gran importancia, ya que pueden llegar a ser un apoyo económico, político y social.

Cada uno de los países ha creado medidas e incentivado políticas nacionales el surgimiento de Pymes, se ha percatado del emprendimiento en la sociedad, la importancia que tienen y han buscado crear programas para apoyar a las empresas y brindar las herramientas necesarias y así sigan manteniéndose en el mercado. En los últimos años se ha tratado de aumentar la inclusión financiera como la facilidad de acceso y de una amplia gama de servicios financieros. Esto en un contexto de transparencia y educación financiera suficientes, para promover el bienestar de sus usuarios, contribuyendo así a un desarrollo económico sostenible.

Se sabe que el desarrollo de las Pymes va más allá del crédito, es por eso que se deben de sumar diversas medidas como: capacitación, monitoreo, asesoría y asistencia técnica. Se espera que la ayuda sea de gran alcance, ya que las Pymes seguirán aumentando y se espera que busquen diversificarse en mercados internacionales. A su vez muchas empresas comienzan obteniendo diferentes entradas de financiamiento, a continuación se presentan diferentes fuentes de financiamiento que buscan las empresas, en primer lugar se encuentra el financiamiento por parte de sistema financiero (bancos, arrendamiento financiero, cajas de ahorro, etc.) en segundo lugar el crédito de proveedores y clientes.

Grafica No. 8: Fuentes de financiamiento para las empresas



Fuente: Secretaria de Economía, Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor, Instituto Nacional del Emprendedor, 2016, México, Pág. 16, disponible en: https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016.pdf

La importancia que tiene para las empresas, de tener un financiamiento adecuado puede ser la vía para poder abrirse al mercado internacional al igual que es necesario que se cuenten con diferentes herramientas y sobre todo recursos económicos ya sea para la contratación de mano de obra, compra de insumos y para la logística. Cabe mencionar que las empresas deben crear confianza en las fuentes de financiamiento que más se adapte a las necesidades de la empresa y por otra parte el apoyo que otorga la banca de desarrollo a las Pymes que quieren alcanzar la internacionalización de la empresa.

3.7.1 Programas que brinda el gobierno mexicano

En la actualidad la importancia de las Pymes ha aumentado y con ello los programas que brindan apoyo económico han tenido mayor auge, se han creado apoyos e instrumentos que buscan el crecimiento de las empresas y también hacia los emprendedores que tienen proyectos de gran alcance, por lo que es necesario contar con un sistema de soporte por parte del gobierno mexicano para generar mayores empresas y que ello traiga más empleos e innovación para el país.

A continuación, se mencionan algunos de los programas que brindan apoyo para las Pymes mexicanas como la búsqueda de recursos financieros, capacitación especializada, certificaciones, consultoría, transferencia de tecnología, entre muchos otros programas:

1. **Bancas de Desarrollo:** Cuyo objetivo fundamental es el de facilitar el acceso al financiamiento; así como proporcionar asistencia técnica y capacitación.
 - Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (Bancomext)
 - Nacional Financiera (NAFIN)

2. **Programas que brinda el gobierno:**
 - Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)
 - ProMéxico

Cabe mencionar que las instituciones deben buscar mejores herramientas para las empresas y proporcionar mayor acceso al financiamiento de las empresas, considerando que una de las desventajas de las Pymes es la falta de capital y sobre todo la forma administración para una mejor inversión en la empresa. Si consideramos la banca de desarrollo y los programas que brinda el gobierno como una guía y apoyo para las empresas, que además de resolver los problemas financieros de los empresarios también guíen a la evolución de la empresa y cuenten con capacitación adecuada dependiendo de las necesidades de cada una de las empresas que pretender comercializar sus bienes o servicios en el extranjero.

3.7.2 Programas de bancos privados a Pymes Mexicanas

Es necesario que las Pymes tengan conocimiento del mercado y riesgos en la contratación de un financiamiento, las condiciones por falta de capital y sobre todo los lapsos de pago, tasa menor, comisiones bajas, etc., esto considerando a que una de las características que cuentan las Pymes es la desinformación que cuentan los empresarios. También se considera importante conocer el destino del préstamo y si se adapta a las necesidades de cada negocio.

Debido a la importancia y presencia que tienen las Pymes en México ya se cuenta con una gran gama de bancos privados que ofrecen financiamiento para las Pymes, a continuación se mencionan algunos:

- Santander
- Banamex
- Inbursa
- BBVA Bancomer
- HSBC
- Banorte
- Scotiabank
- ING
- IXE
- Banco del Bajío

Cabe mencionar que las Pymes que buscan recursos deben de tener la oportunidad de obtener un crédito para el crecimiento de la empresa, que ayude a gestionar la empresa de la mano a una buena administración y seguimiento adecuado de la empresa siempre con el objetivo de fortalecer la empresa al exterior.

La correcta elección del financiamiento tiene que ver no sólo con los intereses y las tasas, además es necesario que existe un tipo específico dependiendo del nivel en el que la idea o desarrollo se encuentre. Conseguir financiamiento es fundamental para impulsar la creación de un nuevo negocio o para lograr su expansión, sin embargo es necesario elegir el producto adecuado para evitar que este préstamo se convierta en una mala experiencia y por el contrario pueda encontrar crecimiento.

Conclusiones

La importancia que tienen las Pymes en nuestro país y el resto del mundo las han convertido un elemento importante para el desarrollo, innovación y productividad en la sociedad y se considera que siga en aumento por lo que es necesario que mantengan una buena administración junto con herramientas que pueda tener a nivel nacional como internacional para lograr el éxito, con elementos necesarios desde su creación para hacer que la empresa vaya madurando, hasta tener una consolidación fuerte en el mercado.

El contar con empresas de diferentes tamaños es indispensable para la economía nacional como internacional y las Pymes están presentes en diferentes sectores, entonces si se cuenta con empresas estables en un mercado nacional se logrará que puedan competir con empresas a nivel internacional y poder formar parte de una cadena de suministro o integrarse en mercados en otras regiones del mundo.

Al analizar las ventajas y desventaja que tienen las Pymes mexicanas es importante recordar que las empresas en general deben estar preparadas para los cambios y adaptarse a los escenarios presentes y futuros que se lleguen a presentar. Los factores de fracaso de las Pymes también es un tema a considerar por parte de las empresas y del gobierno para formar políticas positivas sin restarle importancia a los objetivos que demanden sino, para que no sean una barrera o desaliento para las empresas que buscan internacionalizarse.

En este caso la utilización de un plan de negocios es fundamental para poder tener una empresa solidada, conocer el mercado y poder analizar los objetivos que busca alcanzar, pero sobre todo adaptar estrategias que ayuden a alcanzar estos objetivos y poder analizar las amenazas y prevenir riesgos, esto hace que las empresas tengan mayores fortalezas al poder emprender hacia el exterior y sobre todo conocer cómo puede mejorar su proyecto de negocios. Con un plan de negocios las Pymes mexicanas aumentarían la estadística de éxito en el mercado, tomándola como guía que la impulse y para establecerse en el mercado donde pueda competir no solo con empresas si no con los consumidores a los que busca conquistar.

Dentro de esta investigación se pudo analizar que existen muchos factores de fracaso de las Pymes cuando deciden emprender hacia el extranjero y no solo basta con tener una buena administración en la empresa o contar con las alianzas con diferentes países, son muchos componentes que harán que las empresas tengan éxito, y existen muchas Pymes mexicanas que siguen compitiendo y posicionándose en el mercado internacional. Como se demostró en la investigación, no se puede poner toda la responsabilidad al gobierno o a un plan de negocios exitoso, es necesario utilizar varias vías de apoyo y sobre todo ponerlas en función.

Existe una gran necesidad de impulso en materia de desarrollo económico para que las Pymes puedan adentrarse al mercado internacional y se considera que esto puede ser posible con la colaboración de las autoridades y empresarios para crear un modelo que apoye a las empresas, también de la participación activa de los emprendedores que busquen internacionalizarse para poder enfrentarse al mercado global.

El contar con líneas de apoyo que operen en conjunto, debido a que la exportación es un reto incluso para las grandes empresas y se tiene que tomar en cuenta que es necesario modificar procesos y sistemas de gestión de calidad para desarrollar una mayor oferta comercial. También se considera que la participación de las autoridades debe crear condiciones e infraestructura óptimas para el desarrollo de las Pymes que las lleven a la internacionalización.

Las Pymes mexicanas han demostrado que tienen grandes capacidades, sin embargo, es importante señalar que hay muchas cuestiones importantes dentro del país que son un obstáculo para las empresas como lo es la corrupción y la falta de interés de las autoridades para dar seguimiento y los procesos para la creación de la empresa para la importación y exportación, se debe buscar que el emprendimiento sea un hecho en México y hacer posible los proyectos de negocios que hagan crecer las comunidades y poder tener la capacidad para competir con otros países.

El papel que tienen los Tratados de Libre Comercio, Acuerdos para la promoción y el ser miembro de organismos internacionales es imprescindible para cualquier país y México forma parte de ello activamente, por ello la importancia que debe ocupar para las empresas y aprovecharlas de manera óptima para alcanzar posicionamiento y competitividad.

La internacionalización de las economías ha hecho que más empresas busquen integrarse a nuevos mercados, en el caso de las Pymes han incrementado el interés y búsqueda de interacción en el mercado exterior tanto de exportaciones como de importaciones de bienes y servicios. En la actualidad es importante estar presentes en los mercados internacionales y con ello seguir manteniendo buenas relaciones comerciales.

Con este estudio se busca incursionar a México hacia nuevos mercados, debido a que México tiene la mayor parte de relación de comercio exterior con Estados Unidos, se busca que las Pymes se interesen en mercados como lo sería América Latina y con la Alianza del Pacífico se puede alcanzar esta proyección gracias a que uno de los objetivos principales de la alianza es brindar políticas en conjunto para que las Pymes tengan mayor participación y mayores oportunidades.

A través de esta investigación se pudo conocer la relación comercial que se tiene con cada uno de los integrantes y que las exportaciones hacia esos países han sido mayores a las importaciones de los integrantes y se espera que siga en aumento. Las áreas de oportunidad para hacer negocio es un punto importante a considerar para aquellas empresas que buscan incursionar en cualquiera de los mercados de la Alianza.

La AP busca que las Pymes sean proveedoras de grandes industrias en sus países de origen a través de encadenamientos productivos e incrementar su participación en el comercio regional. Se considera que aún debe fortalecerse e implementarse diversos medios a favor de las Pymes con políticas comerciales en beneficio de los participantes de la alianza y en este caso de las empresas, ampliando las herramientas actuales y creando nuevas para cada uno de los países.

Se debe de aprovechar al máximo esta plataforma regional, tener más acción con las medidas que los Estados propongan para que se tenga éxito en cada uno de los objetivos de la AP. Aún hay muchos retos para la alianza y los integrantes tienen que estar preparados para ello, es por eso que es de gran importancia mirar para nuevos mercados, considerando que se tienen muchas similitudes con esta región y es importante que se explote el comercio con los países de América Latina y la Alianza del Pacífico puede ser el comienzo de una nueva etapa de la historia para los latinoamericanos.

El seguir con el objetivo de la liberalización del comercio de bienes, servicios, movimiento de capitales y personas para convertirse en una plataforma comercial, conjugando todas estas acciones con miras hacia nuevos mercados y fortalecerlos. Estos son solo algunos de los puntos de partida que se considera necesitaría la AP para tener mayor éxito en el mercado regional y mundial para poder competir con China y con otros países de Asia, así como poder elevar la productividad y reducir los costos de producción para exportar. Los esfuerzos nacionales para mejorar la calidad de sus recursos humanos es sólo un punto de partida.

Con esta investigación se puede concluir que se cumplió con la hipótesis de la investigación, ya que la mayoría de las Pymes tienden a fracasar por no contar con un plan de negocios en la creación de la empresa, por el contrario si cada uno de los empresarios pusiera en marcha su idea de negocio le permitiría crecer de manera eficiente y así poder conocer la planeación de la empresa y dirigirla hacia un mercado internacional.

Fuentes Consultadas

Bibliografía

1. Barnes, Harry Elmer, Historia de la economía del mundo occidental, México, UTEHA, 1967, 266pp.
2. Barragán, José N. Codina, Pagán, José A, Administración de las pequeñas y medianas empresas “Retos y problemas ante la nueva economía global”, Editorial Trillas, 2002, 228pp.
3. Cámara, Dionisio, Santibáñez, Javier, Gestión práctica de las PYMES “Como mejorar los resultados de la empresa”, Madrid, Ibergaceta Publicaciones, S.L., 2010, 274pp.
4. del Arenal, Celestino, Introducción a las Relaciones Internacionales (Ed. 4°), España, Tecnos, 2007, 477pp.
5. Eyssautier de la Mora, Mourice, Rodríguez Valencia, Joaquín, Mercadotecnia aplicada en las pequeñas y medianas empresa, México, Trillas, 2017, 208pp.
6. Fernando Palacio, Juan, El sentido de la Alianza del Pacífico “Claves de su trascendencia y sus desafíos, Medellín, Colección Ediciones ESAFIT, 2014, 106pp.
7. H. Taggart, James y C. McDermott, Michael La esencia de los negocios internacionales, México, Prentice - Hall, 1996, 235 pp.
8. Harvey, David Breve historia del Neoliberalismo. Traducción realizada por acuerdo con Oxford University Press, Madrid – España, Akal, 2007, 242pp.
9. Hajar Serrano, Alberto, Introducción al Neoliberalismo (Ed 2°), ITACA, México, 2001,132pp.
10. Irigoyen, Horacio A., Francisco A. Puebla, Comercialización en Pymes, Ediciones Macchi Grupo Editor, Buenos Aires, 1998, 164pp.
11. Kepa Sodupe, La teoría de las Relaciones Internacionales a comienzos del siglo XXI, España, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial, 2003, 254pp.
12. Levy V, Carlos E, La FES Aragón frente a la formación de internacionalistas de alto nivel, México, UNAM/ENEP/Aragón, 2011, 22pp.
13. Prieto Sierra, Carlos, Emprendimiento Conceptos y plan de negocios, México, 2014, Pearson Educación, 366pp.
14. Ramírez G, Juan Carlos, PYMES Más competitivas, Bogotá Colombia, Mayo I Ediciones, 2005, 130 pp.
15. Ríos Camarena, Alfredo La crisis del Neoliberalismo globalizador: hacia un nuevo rumbo económico, México, Editorial Expediente Parlamentario 19, 2009, 359pp.
16. S. Pearson, Frederic, Rochester, J. Martin, Relaciones Internacionales: Situación global en el siglo XXI, (Ed. 4°), 2000, McGraw-Hill Interamericanas, Bogotá, Colombia, 655pp.
17. Schnarch K., Alejandro Marketing para las Pyme: un enfoque para Latinoamérica, México, Alfaomega, 2013, 491pp.

18. Soto, Eduardo L. Dolan, Simón, Las PYMES ante el reto del siglo XXI: Los nuevos mercados globales, México, THOMSON, 2004, 235pp.
19. Stutely, Richard, Cómo elaborar un plan de negocios, una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombre de negocio, México, Trillas, 2015, 336pp.
20. Vargas Belmonte, Antonio UF1820: Marketing y plan de negocios de la microempresa, España, 2013, IC Editorial, 174pp.

Sitios Web

1. Alianza del Pacífico, Consultada el 8 de marzo del 2018, disponible en: <https://alianzapacifico.net>
2. Boletín ABC de la Alianza del Pacífico, 2014, Consultado el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/?wpdmdl=4441>
3. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, “Acerca de Microempresas y Pymes”, Consultada el 5 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
4. Observatorio de Redes Empresariales de Barrabés América, “Pymes generan 88% de empleos de América Latina del 15 de Febrero del 2011”, Consultado el 27 de Febrero del 2018, Disponible en: <https://observatorioredesempresariales.wordpress.com/2011/02/15/pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina/>
5. Página de la Alianza del Pacífico, LAB4+, cuarta Edición del Foro de Emprendimiento e Innovación, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/06/lab4.jpg>
6. Página Oficial de la Alianza del Pacífico “¿Qué es la Alianza?”, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/#valor-estrategico>
7. Página Oficial de la Alianza del Pacífico “Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico”, consultada el 20 de octubre del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/download/acuerdo-marco-de-la-alianza-del-pacifico/>
8. Página Oficial de la Alianza del Pacífico, “Comercio e Inversiones”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/comercio-e-inversion/>
9. Página Oficial de la Alianza del Pacífico, consultada el 14 de marzo del 2017, Disponible en : https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf
10. Página Oficial de la Alianza del Pacífico, consultada el 15 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/comercio-e-inversion/>

11. Página Oficial de la Alianza del Pacífico, Innovación, Consultada el 22 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/innovacion/>
12. Página oficial de la Alianza del Pacífico, Negocios e Inversión, Consultada el 16 de noviembre del 2015, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/#negocios-e-inversion>
13. Página oficial de la CONDUSEF, Usuario Inteligente y Educación Financiera para las Pymes, Consultada el 16 de Agosto del 2017, Disponible en: <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>
14. Página Oficial de ProMéxico, Mapa de Exportaciones de México, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://mem.promexico.gob.mx/info_paises.jsp
15. Página Oficial de ProMéxico, Oficinas de ProMéxico en el exterior, Sectores maduros de inversión y de comercio, consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.promexico.mx/es/mx/bogota#sectores>
16. Página Oficial de ProMéxico, Pymes eslabón fundamental para el crecimiento en México, consultada el 24 de octubre del 2015, Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
17. Página oficial del GEM Global Entrepreneurship Monitor, perfiles económicos, México, Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/country-profile/87> consultada el 19 de septiembre de 2018.
18. Página Oficial del Gobierno de Colombia, Minicomercio, Industria y Turismo, Acuerdos Comerciales y de Inversión, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/6742/resumen_del_acuerdo
19. Página Oficial del Gobierno de la República, Embajada de México en Colombia “Relación Bilateral”, consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/colombia/index.php/relacion-bilateral>
20. Página Oficial del Gobierno de Perú, Acuerdos comerciales del Perú, Acuerdo de Integración Comercial Perú – México, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=98
21. Página oficial Pepe y Toño, ¿Qué son las Pymes?, Consultada el 15 de Noviembre del 2018, Disponible en: http://www.pepeytono.com.mx/novedades/2010/07/que_son_las_pymes
22. Portal Único del Gobierno, Presidencia de la República, Relación México - Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/relacion-mexico-peru>

23. Promexico, Negocios, Retos para la internacionalización de las Pymes Mexicanas, Consultada el 2 de Abril del 2018, Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/revista-negocios/html/2014-11/english/11-2014/paraExportadores/art05.html>
24. Secretaría de Economía, “Emprendedores”, Consultada el 19 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/emprendedor>
25. Secretaria de Economía, área a de microempresas, Consultada el 26 de febrero del 2018, Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario>
26. Secretaria de economía, Conoce el Observatorio Regional PYME de la Alianza del Pacifico, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-el-observatorio-regional-pyme-de-la-alianza-del-pacifico>
27. Secretaria de Economía, consultada el 13 de marzo del 2018, disponible en la siguiente página web: <https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-exterior-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2016-por-socios>
28. Secretaria de Economía, Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor, Instituto Nacional del Emprendedor, 2016, México, Consultada el 12 de Octubre del 2018, Disponible en: <https://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/diagnostico-2016-del-fondo-nacional-emprendedor/>
29. Sistema de Información sobre comercio Exterior, “Tratado de Libre Comercio de la República de Chile y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, Consultada el 8 de Marzo 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/trade/chmefta/Text_s.asp
30. Sistema de información sobre comercio exterior, Consultada el 15 de marzo del 2018 http://www.sice.oas.org/SICE_SME_s.asp
31. Sistema de Información sobre comercio Exterior, Política Comercial de Colombia – México, Consultada el 9 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/G_3/G3_s.asp

Documentos Electrónicos

1. Boletín anual, ABC de la Alianza del pacifico, 2015, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf
2. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe Recuperación en un contexto de incertidumbre, 2017, Santiago, Pág. 64, Consultada el 24 de octubre de 2018, Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42315/14/S1701118_es.pdf

3. Emb. Morales, Víctor Hugo, La relación estratégica México-Colombia, Cámara de Comercio México Colombia, Secretaria de Relaciones Exteriores, Subsecretaria para América Latina y el Caribe, septiembre, 2017, Consultada el 12 de marzo del 2018, Pág. 9 http://ccmexcol.com/wp-content/uploads/2017/09/PRESENTACION-1_SEPTIEMBRE.pdf
4. Gobierno de Chile, “Reunión de la comisión de Libre Comercio TLC Chile-México”, consultada el 8 de Marzo del 2018, Disponible en: http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_MEX/Studies/Evaluacion05_s.pdf
5. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno de Perú, “Ventanilla única de Comercio Exterior “VUCE”, Consultada el 14 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/Manual_de_Interoperabilidad_Alianza_Pacifico_de_Certificados_Fitosanitarios_SENESA.pdf
6. Morales Fajardo, María Esther, Vergara González, Reyna , Relación comercial México-Colombia a veinte años del Tratado de Libre comercio , México, CICE; Economía Actual, Año8, Núm1, Enero- Marzo, 2015, pág. 14, http://web.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e801/EA_ENE_MAR43.pdf (9-marzo-2018)
7. Ocharan, Mario, subdirector de Inteligencia y Prospectiva Comercial PROMPERÚ, Cadenas Globales de valor, Alianza del Pacífico, Perú, CEPAL, Noviembre 2017. Disponible en: https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/7_mario_ocharan_cadenas_globales_de_valor_alianza_del_pacifico.pdf Consultada el 9 de octubre de 2018.
8. Organización mundial de comercio, informe sobre el comercio mundial 2016 “igualdad de condiciones para el comercio de las Pymes”, 2016, Suiza, Pág. 7, Consultada el 4 de octubre del 2018, Disponible en: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf
9. Organización mundial del comercio, Informe sobre el comercio mundial, Informe de condiciones para el comercio de las pymes, Ginebra, 2016, Pág. 9 disponible en https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf
10. Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, Consultada el 8 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/06/protocoloAP.pdf>
11. Reporte trimestral de Comercio Exterior de Chile del primer semestre de 2016, Departamento de Estudios de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministro de Relaciones Exteriores de Chile, agosto 2016, pág. 23, Consultada el 12 de marzo, 2018, disponible en: http://www.sice.oas.org/ctyindex/CHL/DIRECON20162_s.pdf
12. Rosales, Osvaldo, La Alianza del Pacífico y el MERCOSUR: Hacia la convergencia en la diversidad, Santiago de Chile, Naciones Unidas en conjunto con la CEPAL, noviembre 2014,

pág. 70, Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37304/1/S1420838_es.pdf

13. Secretaría de Economía, “México y Chile fortalecen sus relaciones comerciales a 15 años del Tratado de Libre Comercio, Consultada el 8 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/162068/Factsheet_TPP-Chile_2015_R.pdf
14. Secretaría de Economía, “México y Perú fortalecen sus relaciones comerciales como miembros del Mecanismo de Cooperación Económica Asia Pacifico (APEC)”, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/162075/Factsheet_TPP-Per_2015_R.pdf
15. Secretaría de Economía, Contacto ciudadano, Acuerdo de Integración México-Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/224503/2.4.4_Mx-Per_.pdf
16. Secretaría de Economía, Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor, Instituto Nacional del Emprendedor, 2016, México, Pág. 16, disponible en: https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016.pdf
17. Secretaría de Economía, Memorias Documentales, Unidad de Coordinación de Negocios Internacionales, Acuerdo de Integración Comercial entre México y Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/4_md_aic_mexico_peru_sce.pdf
18. Secretaría de Economía, Memorias Documentales, Unidad de Coordinación de Negocios Internacionales, Acuerdo de Integración Comercial entre México y Perú, Consultada el 12 de marzo del 2018, Disponible en: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/files/transparencia/informe_APF/memorias/4_md_aic_mexico_peru_sce.pdf

Notas Periodísticas

1. Alianza del Pacífico, “ Alianza del Pacífico busca incrementar participación de las pymes en comercio intrarregional”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/alianza-del-pacifico-busca-incrementar-participacion-de-las-pymes-en-comercio-intrarregional/>
2. Comunicado de prensa de la Alianza del Pacífico, Noticias, “ Chile será sede de la primera reunión de la primera reunión de nuevos exportadores de la alianza del Pacífico”, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://alianzapacifico.net/chile-sera-sede-de-la-primera-reunion-de-nuevos-exportadores-de-la-alianza-del-pacifico/>

3. Comunicado de Prensa de la OCDE, Centro de México, Medios, “IX Cumbre de la Alianza del Pacífico – El desarrollo Pyme para la competitividad”, Consultado el 14 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/ixcumbredelaalianzadelpacifico-eldesarrollopymeparaunamayorintegracionycompetitividad.htm>
4. Comunicado de prensa, BID, “BID apoya emprendimiento e innovación para impulsar la consolidación de la Alianza del Pacífico”, del 3 de julio del 2015, Consultada el 13 de marzo del 2018, Disponible en: <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2015-07-03/bid-apoya-emprendimiento-en-alianza-del-pacifico%2C11195.html>
5. Corporación Financiera Internacional: Informe anual sobre Pymes, citado en Banco Mundial, “Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos”, del 20 de Junio de 2016, consultado el 26 de febrero del 2018, Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
6. Elizalde, Miguel, “México-Colombia: es hora de resolver el diferido comercial” del 6 de mayo del 2016, consultada el 13 de marzo del 2018, Forbes disponible en: <https://www.forbes.com.mx/mexico-colombia-es-hora-de-resolver-el-diferendo-comercial/>
7. FOMIN, “ Un nuevo fondo para invertir en empresas innovadoras en la Alianza del Pacífico, 4 de Agosto del 2016, consultada el 23 de abril del 2018, Disponible en: <https://www.fomin.org/es-es/PORTADAOld2015/Noticias/Comunicadosdeprensa/ArtMID/3819/ArticleID/10493/Un-nuevo-fondo-para-invertir-en-empresas-innovadoras-en-la-Alianza-del-Pac%C3%ADfico.aspx>
8. Saldaña, El universal, “En 2030, libre comercio en la Alianza del Pacífico” del 2 de mayo del 2016, Consultada el 22 de marzo del 2018, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/finanzas/2016/05/2/en-2030-libre-comercio-en-la-alianza-del-pacifico>