

PROPUESTA PARA EL VII CONGRESO DE LA AMET.

MESA TEMATICA 02: EMPRESAS Y EMPRESARIOS

18-20 MAYO DE 2010

VISIÓN HACIA LA CULTURA DE EXPORTACIONES DE LOS EMPRESARIOS DE LAS PYMES DEL ESTADO DE HIDALGO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO REGIONAL

Blanca Josefina García Hernández, M.A.
Blancaj_garcia@hotmail.com

Danae Duana Ávila, Dr*
duananos@hotmail.com

RESUMEN

El presente es un estudio descriptivo cuyo propósito es distinguir la manera como los emprendedores y empresarios mexicanos que han dado origen a las pequeñas y medianas empresas del estado de Hidalgo visualizan el proceso de exportación, así como su actitud y apertura para capacitarse en materia de Comercio Exterior, como una oportunidad de hacer crecer sus empresas y abarcar nuevos y mayores mercados, unificando sus objetivos personales, su contexto laboral y el impacto que esto genera en el desarrollo de su región y el bienestar social.

Palabras clave: **visión empresarial, exportaciones, PyMES, desarrollo regional.**

ABSTRACT

This is a descriptive study which purpose is to distinguish how entrepreneurs and Mexican managers who have given rise to small and medium-sized enterprises of the State of Hidalgo, display the export process as well as their attitude and openness to train in the field of foreign trade, as an opportunity to make grow their businesses and cover new and larger markets, unifying their personal goals, his

work context and the impact that this generates in the development of their region and social welfare.

Keywords: **Business vision, exports, regional development.**

INTRODUCCIÓN

A partir de la afirmación “en materia de comercio internacional, aún existen barreras que limitan el intercambio internacional de bienes y servicios. Además, las disparidades en las disposiciones de los distintos acuerdos comerciales del país y los trámites excesivos incrementan los costos de transacción en las operaciones de comercio exterior y dificultan la operación aduanera”, establecida en el Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010) nos permite suponer que la actividad comercial internacional se ve afectada preponderantemente por las barreras políticas, legales o fiscales del país, o bien por la situación económica mundial, sin embargo, queda sin dilucidar si esas limitaciones también pueden ser consecuencia de las actitudes y paradigmas de los propios empresarios, quienes podrían otorgar un valor significativo a la situación dentro de su contexto laboral, sin considerar el tamaño de su organización, sino otros factores de carácter individual. (Presidencia, 2007).

Por su parte la Secretaria de Desarrollo (SE con datos de BANXICO), informa que las exportaciones realizadas en México desde 1993, han tendido un crecimiento sostenido en promedio de 6,896 millones de dólares, viéndose afectadas en 2009, con resultados negativos, en virtud de la crisis mundial a la cual se enfrentó nuestro país, tal como lo vivieron otros países, pero para 2010, se vislumbra un escenario positivo, mostrando indicadores favorables principalmente frente a países como Estados Unidos y Canadá, los cuales son considerados los principales socios comerciales de México. (Economía, 2010). Sin embargo,

haciendo una comparación con Brasil, en el periodo de 1993 a 2007, su nivel de exportaciones fue de 8.606 millones de dólares, frente a los 6.519 millones registrados en México por el mismo periodo (CEPAL), lo que nos muestra la magnitud de las operaciones realizadas en ese país frente a las realizadas en México, a pesar de tener a un socio comercial como vecino (CEPAL, 2010).

De conformidad con información publicada en el Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009, las empresas en México se clasifican por su tamaño, considerando el número de trabajadores multiplicado por 10%, adicionando el monto de ventas anuales por 90%, es decir, que la cifra resultante debe ser igual o menor al tope máximo combinado de cada categoría, yendo de 4.6 (micro) hasta 250 (medianas). Así se concluyen las siguientes cifras:

CLASIFICACION DE EMPRESAS EN MEXICO POR SU TAMAÑO				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todos	10	\$4	4.6
Pequeña	Comercio	11-30	\$ 4.01 - \$100	93
	Industria y Servicios	11-50	\$ 4.01 - \$100	95
Mediana	Comercio	31-100	\$100.01- \$250	235
	Servicios	51-100	\$100.01-\$250	235
	Industria	51-250	\$100.01-\$250	250

(Federación, 2009)

En el caso de México, las pequeñas y medianas empresas tienen sus orígenes principalmente en el seno familiar y muchas veces surgen como una necesidad frente escenarios adversos, en el momento en que el jefe de familia o principal sostén de esta se ve amenazado por el desempleo o la falta de ingresos suficientes que le permitan satisfacer las necesidades personales y de su familia, aunque también existen los casos en los cuales personas emprendedoras e

inquietas crean sus propias empresas, con la intención de generar, innovar y ofrecer soluciones a problemas específicos que aquejan a la sociedad.

En el primer caso, cuando las empresas emanan de situaciones poco favorables, la primera intención de los empresarios es encontrar el mecanismo de crecer y generar un negocio rentable que les permita subsistir y concentran su atención en su contexto local o acaso regional, pero sin pretensiones más allá de lo que sus capacidades económicas, tecnológicas y operativas les permiten.

Cualquiera que sea el caso, los emprendedores son la primer fuerza del desarrollo económico (Schumpeter, 1934), además de ser, según Porter (Porter, 1990), el corazón de la ventaja competitiva nacional.

No descartamos el hecho de que existen factores importantes que propician que la cultura emprendedora se tipifique de conformidad con factores regionales que afectan su desempeño. Malach-Pines, Levy, Utasi, y Hill (Malach-Pines, 2005) argumentan que la cultura influye el grado de calidad de emprendedurismo en una sociedad, ya que hay sociedades en donde se percibe a un microempresario como héroe, tal es el caso de Israel, país líder en poseer centros de Tecnologías de Información, en donde el emprendedor se ha convertido en un héroe cultural y un modelo para muchos jóvenes (Lerner, 1999), lo cual no podría ser considerado como un fenómeno generalizado, ya que existen culturas como la mexicana en donde un emprendedor no es más que un individuo autoempleado, que en los mejores casos genera empleo, pero que quizá a sí mismo no se visualiza como un empresario. Además dentro de sus organizaciones se aprecian deficiencias como el que carezcan de profesionalización en sus sistemas de información y de administración ya que no aporta a los responsables de la organización elementos adicionales para mejorar su competitividad (Sánchez & Briones, 2010).

Si enfocamos nuestra atención hacia la perspectiva que estos empresarios tienen en torno a la expansión de sus negocios a través de la exploración de mercados internacionales, la situación parece ser más compleja y nos incentiva a investigar

las razones por las cuales en México esta actividad refleja un dinamismo limitado, no obstante que fortalece la economía y el desarrollo regional de la entidad.

II. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Importancia de las exportaciones para el desarrollo regional y nacional.

La exportación se define como la venta de productos producidos en un país para residentes de otro (Hill, 2007), de tal manera que se vislumbra frente a los empresarios como la promesa de incrementar las oportunidades de mejorar sus ingresos al encontrar mercados extranjeros y la posibilidad de participar en más industrias.

La importancia del intercambio de mercancías en el mundo ha sido abordado por diversas teorías a través del tiempo y el incremento de la actividad comercial ha sido alentado a través de diversas teorías enfocadas al mercantilismo desde los siglos XVI y XVII, subrayando la importancia de que cada nación debe esforzarse en tener mayores exportaciones y menores importaciones a fin de favorecer una balanza comercial sana. Adam Smith y su teoría de la Ventaja Absoluta es el primero en afirmar que el libre comercio es benéfico para un país, además de sostener que es la mano invisible del mecanismo del mercado quien debe determinar lo que se importa o exporta en un país y el gobierno no ejerce influencia hacia el establecimiento de cuotas o impuestos a los ciudadanos que adquieren bienes de otro país, dando por resultado el libre comercio (Hill, 2007).

Hacia finales del siglo XIX, David Ricardo expone su teoría de la Ventaja Comparativa, sentando las bases del argumento moderno para el libre comercio sin restricciones, además de sostener que en virtud de las condiciones que posee cada país en cuanto a sus recursos naturales, debe darse la oportunidad de que cada nación intercambie los productos en los cuales es rico y recibir a cambio los productos de los cuales carece o sobre los cuales posee menos posibilidades de obtener. Asimismo, tanto Eli Heckscher y Bertil Ohlin, Adam Smith y David Ricardo

en algún momento ofrecen una perspectiva común, al afirmar que la economía de un país podría ganar si los ciudadanos compran ciertos productos de otros países, que podrían ser producidos en casa, lo cual se evidencia en las cada vez más amplias modalidades para penetrar mercados internacionales, a través de mecanismos integradores de negocios, tal es el caso de las alianzas estratégicas, que permiten reducir el impacto negativo hacia las empresas extranjeras al hacer partícipes a inversionistas y empresarios locales, disminuyendo la percepción “nacionalista” de los comparadores locales, permitiendo además generar el crecimiento y desarrollo de la región y del país.

Hacia la década de los años 80, Paul Krugman del Massachusetts Institute of Technology sostuvo que algunos países se especializan en la producción y exportación de productos, no por sus diferencias subyacentes en sus condiciones de factor, sino porque en ciertas industrias el mercado mundial puede soportar solo un limitado número de firmas y en este caso, las empresas que llegan primero al mercado son capaces de desarrollar una ventaja competitiva que es difícil de superar (Kindleberger, 1993).

Finalmente, Michael Porter en 1990, destaca los factores de país tal como la demanda y la rivalidad doméstica para explicar el dominio de la nación en la producción y exportación de productos en particular, siendo factores determinantes para el logro de la competitividad.

En resumen, son varias las teorías económicas que sostienen que ante la presencia de una economía abierta al comercio internacional, surgen beneficios dinámicos como:

1. El incremento en el inventario de recursos del país como el incremento de suministros de mano de obra y capital del exterior y permanecen disponibles en el país, y
2. El comercio exterior puede incrementar la eficiencia dentro del país que usa esos recursos económicos en su desarrollo y crecimiento.

La apertura de negocios en el extranjero, sea cual fuere la modalidad de penetración de mercados, a través de la creación de subsidiarias, franquicias, licenciamientos o inclusive a través de mecanismos integradores como las alianzas estratégicas, es una medida eficaz para expandir los negocios en un contexto global, incrementar las ventas, incrementar la cartera de clientes y en consecuencia incrementar las utilidades de una empresa, además de otorgar múltiples beneficios en cascada.

Dentro de las ventajas que la exportación puede aportar a las empresas, se distinguen:

- ✓ En un plano macroeconómico, el incremento de las exportaciones permite a los países manejar una balanza comercial positiva.
- ✓ Permite efectuar economías de escala que den como resultado la optimización de recursos de las empresas, disminuyendo los costos unitarios de producción y la subsecuente posibilidad de mejorar el margen de utilidades.
- ✓ Promueve la prolongación del ciclo de vida de los productos.
- ✓ Permite que la empresa adecue la producción de sus bienes a través de una permanente evaluación del portafolio de productos.
- ✓ Permite diversificar y abarcar mercados externos, frente a situaciones de mercados internos fragmentados.
- ✓ Impulsa la mejora de los estándares de la calidad de los productos, al buscar cumplir con normas internacionales que establecen los mercados demandantes.
- ✓ Mejora el posicionamiento y prestigio de la empresa y sus marcas en el mercado nacional, frente a proveedores, instituciones financieras y la misma competencia.
- ✓ Amplía la posibilidad de establecer relaciones sólidas y duraderas con socios comerciales, que constituyen alternativas de expansión.

Dentro de los beneficios a la sociedad y el entorno nacional, destacan entre otros:

- ✓ Incrementa la oferta de trabajo y en consecuencia mejora las condiciones de vida de la sociedad y de todas las partes involucradas.
- ✓ Fortalece el desarrollo regional a través de la mejora de la infraestructura y servicios asociados.
- ✓ Fortalece la formación de mano de obra especializada y la transmisión de conocimientos y de buenas prácticas, creando sinergias en los sectores productivos de los cuales la empresa forma parte.
- ✓ Los trabajadores que desempeñan en empresas que exportan pueden llegar a tener mejores ingresos a partir de la correlación que existe entre el costo del trabajo y la intensidad de la exportación (Van Reenen, 1996).

Con fundamento en información del INEGI, el 99% de las unidades económicas del país están constituidas por PyMES, además de que representan una aportación del 50% del Producto Interno Bruto y contribuyen a generar más del 70% de los empleos del país. No obstante, con respecto a las exportaciones y de conformidad con información de la misma organización, el nivel de estas de 2008 a 2009 disminuyó un 21.12 %, lo cual se explica por la recesión económica que afectó a todos los países del mundo, no obstante, un comportamiento diferente ofreció el primer semestre de 2009 frente el primer semestre de 2010, ya que hubo un crecimiento en las exportaciones de un 28.8 % (INEGI, 2010). Es preciso destacar que México se posiciona en el lugar 16 de los países que exportan, con 229.7 millones de dólares (CIA, 2010), además de que en el pasado mes de abril de 2010, las exportaciones mexicanas a todo el mundo registraron un crecimiento anualizado de 42 (%), no obstante que las dirigidas a Estados Unidos sólo se incrementaron 34.6 %, de acuerdo con INEGI y el Buró de Censos de Estados Unidos.

Por lo que respecta a las exportaciones en el estado de Hidalgo, estas aumentaron de 1993 a 2000, promediando ese último año 500 millones de dólares, dirigidas a 29 países, desatacando Alemania, Argentina, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Corea, Holanda, Malasia, Japón, Rusia, Italia, España y Egipto,

entre otros, aunque disminuyeron en 2001 a 460 millones de dólares (Poor's, 2003). Más tarde, entre 2005 y 2008, se registra una disminución de 37.88% de empresas exportadoras (Muñoz, 2009). Frente ese porcentaje es necesario resaltar que el volumen físico de la producción manufacturera del estado ofrece una tendencia positiva acumulada de .96 en los primeros 5 meses de 2010, no obstante la crisis por la cual se atravesó durante el año 2009, denotando una discrepancia frente a las cifras reflejadas de la disminución de exportaciones en la entidad.

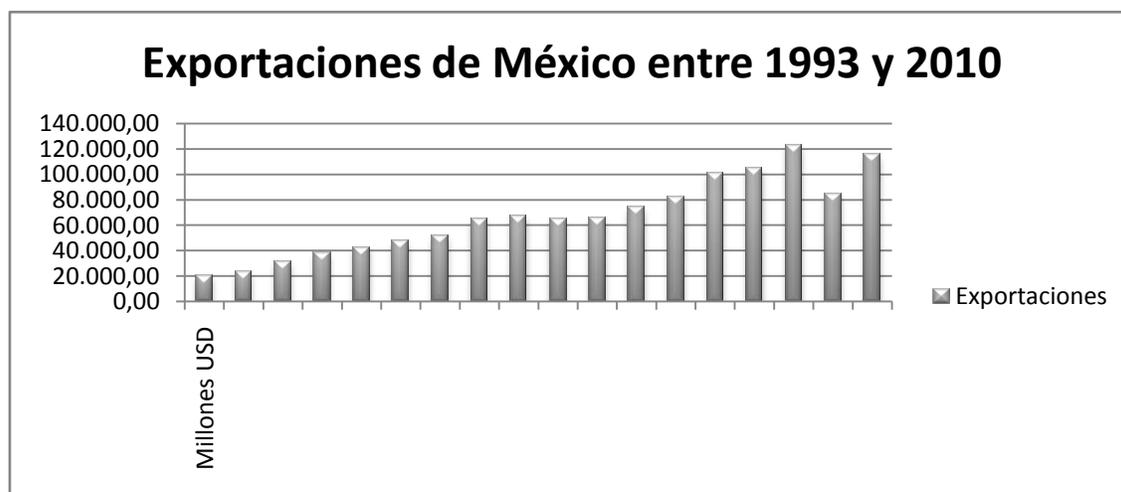
De conformidad con la firma consultora IQOM Inteligencia Comercial, la cual realiza un análisis comparativo de 1980 a 2005 con respecto a políticas sobre comercio exterior y modelos organizacionales en México, los cambios principales en materia de Comercio Exterior han evolucionado principalmente en torno a la liberación de aranceles, la eliminación de permisos previos para la importación y la adhesión al GATT (Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio) en 1986, pero también gracias a la firma de tratados comerciales, principalmente a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLCAN) en 1994 que propició un menor control en las importaciones, una disminución de aproximadamente el 15 % en los aranceles desde 1987, hasta la fecha, dando por resultado que la balanza comercial se inclinase a las importaciones de manera importante, pero además de que más de un 70 % de la actividad comercial se concentrara en las transacciones realizadas a través de la firma del TLCAN y que en un lapso de 30 años las exportaciones se transformaran de ser principalmente petroleras a manufactureras, amén de que la inversión extranjera directa se incrementase en la década de 1994 a 2004, un 15%, generando un escenario aparentemente favorable, debido a que ante ese panorama las prácticas desleales de los Estados Unidos, generaron que el incremento de su actividad comercial se diese de manera preponderante hacia otros países no miembros del TLCAN, pero además de enfrentar prácticas desleales procedentes de otros países como lo es China o los países ex - miembros de la unión soviética, han ofrecido escenarios adversos (Zabludovsky, 2006).

En los mismos estudios se afirma que no existen instancias negociadoras que coadyuven a mejorar la situación, y se adjudica a la falta de promoción para la participación del sector privado dentro de la agenda comercial de México con el mundo, salvo excepciones en las cuales se ven involucrados organismos locales como los Consejos Coordinadores Empresariales, los que tratan, condicionados por la limitación de recursos financieros, de incentivar la participación del sector privado.

2.2 Exportaciones en México

En la Gráfica 1 se aprecia la evolución e incremento que han tenido las exportaciones a lo largo de 23 años, lo cual se relaciona con el crecimiento que han tenido a su vez las maquiladoras en nuestro país y que con el paso de los años sustituyeron los ingresos de México que por muchos años se otorgó por concepto de exportaciones petroleras.

Gráfica 1: Exportaciones de México entre 1993 – 2010



FUENTE: (ECONOMIA, 2010)

Algunos estudios realizados en el Norte del país, indican que gran parte del desarrollo en esa región, se produjo a partir del impulso recibido en las maquiladoras, ya que muchos procesos se realizaban de forma manual, sin embargo, con la apertura de las maquiladoras enfocadas a la exportación de sus

productos, todo los procesos se automatizaron, a través de la utilización de tecnología de punta ya la consiguiente capacitación del personal, generando ambientes armoniosos y otorgando mejores estándares de competitividad (Contreras, 2007).

2.3 Las exportaciones en el Estado de Hidalgo

La Corporación Internacional Hidalgo (COINHI, 2007), indica que existen 110 empresas exportadoras en el estado de Hidalgo, cuya contribución a la balanza comercial estatal principalmente proviene de los sectores automotriz, de autopartes (55.6%) y el textil y de la confección con 25.1 % El porcentaje restante corresponde a otros sectores, tal como se aprecia en la tabla 1.

Tabla 1. Participación de las empresas hidalguenses en la Balanza Comercial

Sector	Participación en la balanza comercial de Hidalgo (%)	Número de empresas
Automotriz y autopartes	55.6	11
Textil y confección	25.1	21
Plástico	7.4	6
Metalmecánico	4.7	11
Construcción	2.2	8
Eléctrico	.8	5
Alimentos y bebidas	.4	17
Químico	.3	5
Artesanías y Regalos	.001	13
Otros	3.2	13

FUENTE: Elaborado con cifras de la Corporación Internacional Hidalgo (COINHI, 2007)

A pesar de que las cifras son reducidas en comparación con otras entidades que contribuyen en la balanza comercial del país, en el año en que se hace el análisis, el estado de Hidalgo reflejó cifras positivas con \$35,740,357 millones de dólares, frente el escenario nacional que presentó un déficit de -\$11,183,000 millones de dólares.

Las cifras previas, reflejan un escenario parcial, pues aparentemente las empresas citadas en el informe de COINHI incluye a las organizaciones que han mantenido contacto con este organismo para realizar exportaciones. Por su parte el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2010), afirma que el 47.4 % son empresas del sector secundario; 48.7 % del sector terciario y sólo el 4.4% del sector primario.

A través de la Secretaría de Economía del Gobierno del estado de Hidalgo y de las similares del Gobierno Federal, existen múltiples programas de apoyo para las exportaciones, tal es el caso de los convenios que celebra el ejecutivo federal por conducto e la secretaria de Comercio y Fomento Industrial y los ejecutivos de los estados para la creación de las comisiones mixtas respectivas para la promoción de las exportaciones, o bien, el Programa Estatal de Fomento a las exportaciones 2005-2011preparado por la Corporación Internacional de Hidalgo, además de los Programas de Fomento a las Exportaciones, difundidos a través de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, teniendo como finalidad promover la productividad y la calidad de los procesos en las organizaciones a fin de incrementar su competitividad, a través de otorgar facilidades e incentivos de carácter fiscal, como es la reducción de cargas arancelarias para insumos y componentes que forman parte de los productos a exportar, o bien la simplificación de trámites administrativos, dentro de los cuales destacan:

ALTEX (Empresas altamente exportadoras)

ECEX (Empresas de Comercio Exterior)

DRAW BACK (Devolución de impuestos)

PITEX (Programa de importación temporal para producir artículos de exportación)

IMMEX (Industria manufacturera, maquiladora y de servicios de exportación)

PROSEC (Programas de Promoción Social)

No se va a analizar en este documento el alcance de cada uno de los programas, sin embargo, es necesario enfatizar que cada uno de ellos se ha diseñado para que sea aplicable, según sea el caso y características de la empresa. Aparentemente los apoyos gubernamentales a los empresarios exportadores van

enfocados a impulsar las exportaciones, como una medida necesaria para que a través de las exportaciones se obtenga una derrama económica a todos los sectores productivos de la entidad y en consecuencia se logre un desarrollo económico de la misma, sin embargo, a través del tiempo las exportaciones parece ser que no prosperan, a pesar de los esfuerzos cotidianos de organismos estatales y federales. Como puede apreciarse en la Gráfica 2, según Standard & Poor's (Poor's, 2003), las exportaciones en Hidalgo no han tenido gran crecimiento y dado el escenario económico adverso de los últimos dos años, el escenario no ha cambiado mucho.

Gráfica 2. Volumen de Exportaciones en el Estado de Hidalgo



FUENTE: Standard & Poor's. Calificación MxA al Estado de Hidalgo. Mayo de 2003

A partir de lo anterior surge la inquietud de identificar las razones por las cuáles la actividad exportadora es limitada en nuestra entidad, partiendo de la propia gestión que realiza el empresario, por lo que consideramos importante otorgar un peso importante a la actitud y la cultura del empresario en el contexto de las pequeñas y medianas empresas jugando un papel importante en el proceso de realizar exportaciones y en consecuencia el subsecuente logro de desarrollo regional de la entidad.

III. MARCO CONCEPTUAL

3.1 Desarrollo Regional

El desarrollo regional se ha convertido en una de las ramas de la economía que ha cobrado un creciente interés, tanto para explicar la diferencia que hay entre las regiones en un país, como para explicar su comportamiento ante los efectos de la globalización generando impactos positivos y negativos en el crecimiento de las regiones.

Debido a la globalización a la cual se enfrentan las organizaciones y los gobiernos del mundo, se plantean múltiples estrategias que permiten abordar problemas similares en diferentes contextos, para lo cual se establecen metas como la reducción de la pobreza, la mejora de condiciones de vida a través de implementar infraestructura de calidad y la permanente capacitación, a través de las cuales se logre un crecimiento equitativo en todos los sectores de la población. Para lograrlo, muchos países optan por agruparse con otros que poseen características similares, favoreciendo la descentralización de industrias, buscando reubicarlas de manera homogénea para que se ofrezca una distribución equitativa de recursos, generando un desarrollo regional.

En México el tema no es nuevo , tratándose de regiones en donde las diferencias geográficas económicas y sociales son heterogéneas pero el impacto en el patrón de desarrollo desigual ha propiciado una concentración de la actividad económica y del empleo en las regiones con mayores recursos humanos, infraestructura y sobre todo con la cercanía a los principales mercados, generando una concentración de la riqueza, frente a niveles de atraso y pobreza típicas de las regiones menos desarrolladas del país, el modelo actual resultado de la apertura comercial teniendo como principal socio comercial a EEUU muestra que no hay encadenamientos hacia otras regiones, generando así un reacomodo de las actividades en tres regiones:

- el Norte del país considerado como una región moderna y exportadora, vinculado a la economía norteamericana vía insumos, crédito y venta de productos, en donde la industria maquiladora constituye la base de sus exportaciones con un alto contenido de Inversión Extranjera(IED) y falta de efectos multiplicadores hacia la economía nacional;
- el centro, caracterizado por una alta migración y cierre de la industria, predominando sectores con actividades tradicionales, los cuales se enfrentan a una desventaja de productos importados a costos accesibles, y
- el Sur, en donde predominan las economías locales, con una baja productividad.

El desarrollo regional puede incluir tópicos como (Maude, 2007):

- divergencia y convergencia
- crecimiento regional y dependencia de recursos
- centralización espacial de la economía
- divisiones espaciales
- la construcción social de identidad regional
- diferenciación entre las capitales y las áreas rurales
- indigenismo
- suburbanización versus centralización
- efectos regionales de la reforma económica
- política regional
- clústeres industriales

Es necesario considerar y destacar la importancia extraordinaria de las teorías de economía regional las cuales permiten explicar la localización de las actividades productivas y más precisamente con la denominada economía del espacio aplicado a la economía. Existe coincidencia entre los investigadores de la economía regional destacando dos obras clásicas en el terreno de la teoría regional que tienen mayor impacto en la ciencia económica regional, sin embargo,

es necesario considerar las aportaciones de Perrox, Williamson, Losch y Christaller.

Otras teorías que abordan el Desarrollo Regional son las siguientes (Flynn, 2008):

3.1.1 Teoría de la ciencia regional. La cual contempla un análisis ambiental y de recursos, estudios de conexión entre geografía y economía regionales.

3.1.2 Teoría de la planeación. Combina el diseño civil, la gerencia corporativa y los sistemas de análisis. Puede incluir también el proceso de planeación a largo plazo que involucra estrategias, además de economía política, sin dejar a un lado los aspectos epistemológicos y metodológicos, que involucre procedimientos, acciones y comportamientos.

3.1.3 Teoría del desarrollo neoclásico. También conocida como modelo de crecimiento exógeno, se enfoca en el crecimiento de la productividad. Se comprende que el crecimiento exógeno es la variación o cambio que ocurre fuera de un sistema, tal es el caso del progreso tecnológico y el impulso del capital humano de una nación, al ofrecer beneficios en cascada como es el caso del aumento de cadenas de suministro y la productividad.

3.1.4 Teoría del nuevo crecimiento. En sentido inverso de la teoría del desarrollo neoclásico, el enfoque de la teoría del nuevo crecimiento se concibe como una teoría de crecimiento endógeno, es decir, que los factores que generan el crecimiento se originan dentro del mismo país y le otorga un peso importante a la investigación y el desarrollo, educación y capital humano.

3.1.5 Teoría del crecimiento político moderno. Esta teoría enfatiza que tanto el desarrollo regional como nacional son altamente influenciados por las relaciones políticas y de poder. Dentro de esos aspectos desatacan la calidad de gobernabilidad, el origen legal, la diversidad étnica, la democracia, la confianza, la corrupción, las instituciones en general, las restricciones geográficas, los recursos naturales y la conexión entre el crecimiento y la integración económica internacional. Desde esta perspectiva, esta teoría sostiene que las regiones pobres y en desarrollo, aunque tengan un potencial

de crecimiento económico, nunca lograrán un crecimiento económico mientras los países carezcan de un soporte institucional e infraestructura (Snowdon, 2006).

Si bien las teorías se enfocan a explicar el desarrollo regional desde una perspectiva nacional, es preciso enfocar la atención al impacto y el grado de involucramiento que tienen las empresas privadas tanto micro, pequeñas y medianas, que aunque quedan fuera del control gubernamental en cuanto al diseño de estrategias, competencias y recursos propios, se involucran en todos los sectores productivos y su contribución es palpable tanto en la creación y retención de empleos, así como en la generación de capital (Flynn, 2008).

La más grande vulnerabilidad de estas empresas consiste en la imposibilidad de controlar la planeación de la infraestructura, lo cual es una competencia propia del gobierno, o bien la posibilidad de contar con incentivos que también corresponde al gobierno el poder disponer de estos y por supuesto la posibilidad de crear redes de integración internacional que permiten generar el desarrollo regional.

Dicha integración internacional genera una unión económica, que permite aumentar las relaciones entre países a fin de lograr acuerdos comerciales y financieros.

Dicha integración puede alcanzar cuatro niveles (Holden, 2007):

- a) Tratados de Libre comercio (FTA)
- b) Uniones de aduanas (CU)
- c) Mercados comunes
- d) Uniones económicas

En los últimos años, Paul Krugman impulsa una nueva línea de investigación en el campo regional y urbano. Los estudios de Krugman se enfocan en los elementos y categorías de análisis novedosos en la explicación del surgimiento, desarrollo y declive de las estructuras regionales y urbanas. La pregunta en la cual se basa el desarrollo contemporáneo de la ciencia urbano-regional es la siguiente. ¿Cómo

emerge y evoluciona una economía regional o urbana? Sin embargo, la pregunta de Krugman ya se encuentra en los desarrollos de la tradición analítica de Christaller y Lösch, enfocada al surgimiento de una economía regional con una teoría económica espacial

Retomando todas las aportaciones teóricas, es necesario considerar que muchas de las propuestas teóricas de alguna manera contribuyen a resaltar el impacto regional como una consecuencia de las acciones emprendidas por todas las entidades productivas dentro de un país participen activamente realizando gestiones comerciales y financieras con otros países, mediante la firma de convenios y tratados, a fin de poder alcanzar un bienestar social satisfactorio.

3.2 Actitud y visión empresarial

Según Fishbein y Ajzen (Citados por Rodríguez, 1991), una actitud es un resumen valorativo de las diferentes creencias de una persona acerca de un objeto o concepto e intervienen tres componentes básicos: Cognitivo, Afectivo y Conativo.

El componente Cognitivo involucra a las percepciones y creencias que tenga el individuo hacia un objeto, además de la información que se posee sobre el mismo, de tal manera que ese ingrediente podría ser vago o erróneo a partir de la intensidad del afecto que se tenga hacia el objeto, por lo que es una condición poseer cierto conocimiento hacia el objeto, en caso contrario no podría generar una actitud. El segundo componente, Afectivo, ofrece un sentimiento hacia un objeto social, pudiendo ser positivo o negativo. Finalmente el componente Conativo otorga una actitud-conducta, lo que deriva en una acción específica por parte del individuo.

Es necesario aclarar que se pueden distinguir tanto actitudes generales como específicas, lo que genera conductas, en el primer caso de actitudes generales y en el segundo, actitudes y/o comportamientos específicos.

En el contexto laboral es posible distinguir tres tipos de conductas que tienen un peso especial en razón de la naturaleza de las relaciones y las situaciones del ámbito laboral (Robbins, 2009):

Actitud hacia la satisfacción en el trabajo. Correlacionando el grado de satisfacción que tiene el trabajador con su trabajo con la manifestación de una actitud positiva.

1. El compromiso con el trabajo. El cual refleja el grado de identificación que el trabajador tiene con las labores que desempeña, así como el interés que demuestra en involucrarse en cada una de las acciones que realiza y la conciencia de que las actividades que él realiza son importantes para la organización, lo cual da como resultado un mejor desempeño y mayor compromiso, disminuyendo ausentismo e inclusive la disminución de accidentes en el ámbito laboral.
2. El compromiso organizacional, el cual evidencia el grado de identificación del trabajador hacia la organización en la cual trabaja, lo que le permite involucrarse en el logro de los objetivos institucionales, asumiendo mayor responsabilidad.

Con base a lo anterior, es necesario distinguir entre un empresario emprendedor dentro del contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas y un empresario “empleado” dentro de una empresa, de la cual no necesariamente es accionista, pues podría existir una gran diferencia en la visión y percepción que cada uno de estos posee sobre su empresa a largo plazo cualquiera que sea su marco de operaciones y el significado de la competitividad.

La visión empresarial es aquella cualidad que posee un individuo para realizar acciones encaminadas a lograr la competitividad de las empresas y que puede representar una filosofía de vida, desde buscar la simplificación de las estructuras organizacionales, encaminarse a reducir gastos y alcanzar la eficiencia; mantener claridad en los objetivos; trabajar con optimismo o ver la actividad empresarial como un mecanismo de crear riqueza, el cual puede ser solo un proceso de

administración temporal, entre muchas otras. Dicha visión muchas ocasiones es heredada, pero muchas otras se genera a partir de la experiencia adquirida con el tiempo (Relea, 2007).

IV Conclusiones

De acuerdo a las afirmaciones hasta ahora abordadas, el Desarrollo Regional de una entidad, se refleja en las condiciones de vida y bienestar que tiene un grupo de individuos. Adicionalmente el Desarrollo Regional ofrece ventajas que van permeando y creando sinergias que favorecen la creación de polos de desarrollo con características únicas.

Esta regionalización puede ofrecer características homogéneas entre los involucrados en el proceso de generar riqueza a partir de entidades productivas, manifestando su impacto en la realización de la actividad exportadora, sin embargo, existen zonas geográficas y en particular el estado de Hidalgo, que no ha tenido un gran despliegue en este tipo de actividad, desde hace más de una década.

Una de las causas que se aprecia que genera ese estancamiento, contrapone las Condiciones de Factor de la entidad, contra las economías de localización, ya que si bien, el estado de Hidalgo es una de las entidades más pobres del país, también cuenta con la ventaja de ubicarse próximo al mercado más grande el país; contar con infraestructura accesible y acceso a proveedores sólidamente establecidos, además de disponer de mano de obra especializada en diversos tipos de industria y sectores productivos, suficientes para dar una proyección hacia un desarrollo mayor, no obstante, identificamos otros factores importantes que frenan ese efecto positivo.

La visión y actitud de los propios empresarios de la entidad pueden en determinado momento llegar a ser el freno que impide un mayor desarrollo, pues después de visualizar algunas cifras, identificamos que si bien la balanza comercial de Hidalgo es fuertemente impactada por las actividades de la industria automotriz y de autopartes al reflejar más del 55% en la Balanza Comercial del estado y en segundo lugar la industria textil con un 25%, no es posible evaluar las cifras de la misma manera, ya que en el primer caso se aprecia la fuerte presencia de empresas trasnacionales que participan en esta actividad y que establecen normas y criterios bien definidos sobre la actuación que conviene a estas a efecto de desarrollar competencias centrales, mientras que en el otro caso hablamos en su mayoría de pequeñas y medianas empresas, que han emergido del seno familiar y que se ven fuertemente influenciadas por las actitudes cognitivas, afectivas y conativas de los propios empresarios, siendo estas las que condicionan las oportunidades de crecimiento y desarrollo positivas o negativas.

Bibliografía

CEPAL, C. E. (04 de OCTUBRE de 2010). *CEPAL - CEPASTAT*. Recuperado el 05 de OCTUBRE de 2010, de http://www.eclac.cl/cgi-bin/getprod.asp?xml=/noticias/paginas/4/21324/P21324.xml&xsl=/tpl/p18f-st.xsl&base=/tpl/top-bottom_acerca.xsl

CIA. (28 de agosto de 2010). *CIA*. Recuperado el 30 de agosto de 2010, de 2. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2078rank.html>.

Citados por Rodríguez, A. F. (1991). *Psicología Social*. México: Trillas.

COINHI. (2007). *Directorio de empresas exportadoras del estado de Hidalgo*. Pachuca: Secretaría de Economía. Gobierno del Estado de Hidalgo.

Contreras, O. y. (2007). Evolución de las maquiladoras en México. Política industrial y aprendizaje tecnológico. *Región y Sociedad. Colegio de Sonora* , 71-87.

Delgadillo Macías, J. T. (S.F.). El Desarrollo Regional de México en el vértice de dos milenios.

ECONOMIA, S. D. (4 de Octubre de 2010). *Economía*. Recuperado el 5 de Octubre de 2010, de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Estadisticas_de_Comercio_Internacional

Economía, S. d. (Enero-Mayo de 2010). *Secretaría de Economía*. Recuperado el 05 de 10 de 2010, de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Estadisticas_de_Comercio_Internacional

Federación, D. o. (30 de Junio de 2009). *Observatorio PyME*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2010, de Observatorio PyME: <http://www.observatoriopyme.org/encuestas-y-estudios/clasificacion-de-las-empresas-de-acuerdo-a-su-tamano-en-mexico/>

Flynn, S. (2008). *EBSCO RESEARCH sTARTERS*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2010, de EBSCO: <http://search.ebscoshost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=12835402&site=ehost-live>

Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales*. México: McGraw Hill.

Holden, M. (8 de November de 2007). *Government of Canada. Stages of economic integration: From autarky to economic union*. Recuperado el 3 de November de 2010, de Depository Services Program: <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LOPBdP/inbrief/prb0249-e.htm>

INEGI. (1 de septiembre de 2010). *INEGI*. Recuperado el 8 de septiembre de 2010, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/soc/sis/sissept/default.aspx?t=des20&s=est&c=9029&e=13>.

Jiménez, E. (S.F.). Globalización: Nuevos enfoques teóricos sobre el Desarrollo Regional en el contexto de la integración económica y la globalización.

- Jiménez, E. (S.F.). Modelos de Desarrollo regional: Teorías y Factores Determinantes.
- Kindleberger, C. (1993). *Problemas históricos e interpretaciones económicas. estudios de historia financiera*. Madrid: Crítica. Grijalbo Comercial, S.A.
- Krugman, P. (1998). The role of Geography in Development. *Paper prepared for the Annual World Bank Conference on Development Economics* .
- Lerner, M. a. (1999). *Global entrepreneurship monitor. israel executive report*. Tel Aviv, Irsael: Tel Aviv University.
- Malach-Pines, I. u. (2005). Entrepreneurs as cultural heros: Across-cultural interdisciplinary perspective. *Journal of Managerial Psychology* 20 (6) , 541-555.
- Maude, A. (7 de November de 2007). *Regional development processes and policies in Australia: A review for research 1990 - 2002*. Recuperado el 3 de November de 2010, de EBSCO: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=12835402&site=ehost-live>
- Muñoz, E. (2009). *Localización de empresas exportadoras en el estado de Hidalgo. Un enfoque real*. Puebla, México: UPAEP.
- Pérez, S. (2008). *Desarrollo regional y Competitividad en México*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Poor's, S. &. (2003). *México-Análisis. Estado de Hidalgo. Calificación mxA*. México: Standard and Poor.
- Porter, .. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: New York: Free Press.
- Presidencia. (01 de 09 de 2007). *Plan Nacional de Desarrollo. Presidencia de la República*. Recuperado el 5 de septiembre de 2010, de <http://pnd.presidencia.gob.mx/>
- Relea, F. (2007). Carlos Slim. Liderazgo sin competencia. En *Zepeda Patterson, Jorge* (págs. 15-47). México, D.F.: Planeta Mexicana, S.A. de C.V.
- Robbins, S. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall - Thomson.
- Sánchez, V., & Briones, B. y. (2010). Factores competitivos en Centros Turísticos Acuáticos del Valle del Mezquital, Estado de Hidalgo. *Coloquio Internacional de Lyon* (pág. 16). Lyon, Francia: IAE Lyon.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Oxford: Oxford University Press.
- SIEM. (26 de octubre de 2010). *Estadísticas de empresas que importan y exportan por Estado*. Recuperado el 27 de octubre de 2010, de SIEM: http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/estadisticas/Est_Explmp_xEdo.asp

Snowdon, B. (agosto de 2006). *EBSCO*. Recuperado el 7 de noviembre de 2007, de EBSCO ON LINE DATABASE BUSINESS SOURCE COMPLETE.:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=12835402&site=ehost-live>

Tarragó, T. (2008). *Desarrollo Regional en México*. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.

Van Reenen, J. (1996). The creation and capture of rents: Innovation and Wages in a panel of British Manufacturing Firms. *Quarterly Journal of Economics*, 111 , 195-226.

Zabludovsky, J. (7 de Agosto de 2006). *Políticas comparativas en Comercio Exterior: Modelos organizacionales y desempeño. Caso de México 1980 - 2005*. Recuperado el 5 de octubre de 2010, de IQOM. Inteligencia comercial:

http://www.fipe.org.br/cursos/~SEMP/sem/sem/mexico_zabludovsky.pdf