

LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES Y PYMES MANUFACTURERAS

Autores:

Mtra. Dorie Cruz Ramírez¹
Mtra. Suly Sendy Pérez Castañeda²
Dr. Edgar Hernández Zavala³
L.C. Lourdes Gabriela Quiroz Salas⁴

RESUMEN

La carencia de la competitividad e innovación en las pequeñas y medianas empresas, del sector manufacturero, trae como consecuencia, que estas no crezcan y tiendan a desaparecer a corto plazo. Las Mipymes y Pymes, son el elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, para la contribución al empleo, su aportación al PIB. En México, este tipo de empresas representan el 99.8 % de las unidades económicas, el 73% del personal ocupado, y el 34.7% de la producción bruta. Si tienen tal importancia se requiere analizar porque estas empresas no crecen y en un gran número, desaparecen en los primeros años de su constitución.

La presente es una investigación exploratoria, debido a que su objetivo radica en la obtención de un conocimiento y la realización de un breve análisis sobre conceptos tales como son, la innovación y la competitividad para la industria manufacturera, bajo la perspectiva de una investigación documental de artículos realizados por expertos en la materia tanto a nivel nacional como internacional.

PALABRAS CLAVE: Mipymes y Pymes, Innovación, Competitividad, Industria manufacturera.

¹ Maestra en Gestión Administrativa, Especialista en Impuestos, Licenciada en Contaduría, Profesora Investigadora adscrita a la Licenciatura en Contaduría en la Escuela Superior de Cd. Sahagún, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México; e-mail. doriec@uaeh.edu.mx, tel. cel. 7751357154, oficina 017717172000 ext. 5300 (quien se encargará de la correspondencia)

² Maestra en Administración de Instituciones, Licenciada en Contaduría y Finanzas, así como Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Profesora Investigadora adscrita a la Licenciatura en Contaduría en la Escuela Superior de Cd. Sahagún, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México; e-mail. sulysp@uaeh.edu.mx; tel. cel. 5538060233, oficina 017717172000 ext. 5300

³ Doctor en Economía y Desarrollo Regional, Maestría en Administración y Lic. en negocios Internacionales, adscrito a la Universidad Autónoma de Tlaxcala en la Facultad de ciencias económico-administrativas. México., e-mail . edgarhz@hotmail.com; tel. cel. 246 1096606

⁴ Lic. en Contaduría, adscrita a la Universidad Tecnológica de Tula-Tepeji. México. e-mail. lquiroz@utt.edu.mx, tel. cel. 7731085606 , oficina 7737329100.

INTRODUCCIÓN

Como lo establecen Pérez y Pérez (2008)ⁱ, El conceptualización de competitividad ha sufrido modificaciones tanto en su definición como en su contenido, de acuerdo con los cambios experimentados en el panorama económico mundial. Actualmente, este término está centrado en los ámbitos nacional, sectorial y empresarial. La visión evolucionista señala como factor clave de la competitividad al factor tecnológico.

La competitividad es la capacidad que tiene una organización pública o privada de mantener ventajas que le permitan alcanzar y mejorar la posición socioeconómica ante otras empresas (Zona Económica, 2011)ⁱⁱ.

Por otra parte para Cruz, A. (2012)ⁱⁱⁱ, menciona que para poder mantenerse en el gusto de los consumidores las empresas dedicadas a la producción de algún bien deben buscar la innovación para ser competitivas, sin embargo muchas ven entorpecida esta labor por procesos de negocio y sistemas informáticos inadecuados, que generan fallas de comunicación, errores laborales, retrasos y mayores costos.

COMPETITIVIDAD

Antecedentes

La expresión competitividad es ya de uso común y todo el mundo maneja su propio concepto y sus diversas variables para medirla, lo que ha causado serios debates. Krugman (2009)^{iv} sugiere que el concepto de competitividad puede ser manipulado por quienes tengan una agenda hostil al libre comercio y también, que la ruta hacia la competitividad esconde algunas trampas para quienes no la manejen con cuidado.

Autores como Porter (citado por Rodríguez, 2006)^v, para estableció cuales deben ser consideradas como ventajas competitivas, y las ha numerado en los siguientes aspectos: Estrategia de Liderazgo en Costos, Estrategia de Diferenciación, y Estrategia de enfoque o de nicho.

Conceptualización

Solleiro y Castañón (2005)^{vi} dicen que la competitividad es un concepto complejo que se ha estudiado desde diversos enfoques y disciplinas; sin embargo, no ha sido posible llegar a una definición única y ampliamente aceptada. No obstante, su estudio es necesario para llegar a entender cómo puede impulsarse, a partir de la comprensión de las fuentes que la alimentan y, desde luego, cómo puede traducirse en la elevación del nivel de vida de la sociedad.

Indicadores para medir la competitividad

La Fundación Mexicana para la Innovación y la Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC), emplea 72 indicadores vía Benchmarking para medir la competitividad, con las siguientes variables (Martínez, 2003)^{vii}: Desempeño, Recursos humanos, Calidad ambiental, Producción, Negocios, Dirección y administración, Comercialización y servicios, Calidad e Investigación y desarrollo.

Para Rubio y Aragón (2008)^{viii}, para lograr la competitividad se requiere varios factores, señalando como primero el recurso humano, por los conocimientos, habilidades, actitudes que poseen y cómo éstos trabajan. Otros factores para lograr la competitividad se relacionan con la capacidad directiva para gestionar la empresa, la capacidad de marketing, su clara orientación al mercado y hacia el cliente, la innovación, los recursos tecnológicos, los sistemas de información, la adecuada gestión financiera, valores culturales, estructura organizativa y el know how.

Por otro lado, De la Cruz, et al. (2006)^{ix} sostienen que el desarrollo de las capacidades en un sector y sus empresas contribuye a impulsar la competitividad de una gama de productos o servicios, éstas también influyen profundamente en las capacidades de crecimiento y diferenciación competitiva mucho más allá que en el éxito o fracaso de un producto único. Así, también, a través de las capacidades el sector determina directamente el monto de inversiones, la asunción de riesgos y el horizonte temporal necesario para conseguir su posicionamiento en el mercado.

El desempeño competitivo de la empresa depende, en primera instancia, de su capacidad para manejar los siguientes elementos internos bajo su control: Selección de la cartera de productos, Selección de tecnología y equipo, Organización interna, Adquisiciones, Proyectos de investigación y desarrollo, Sistemas de control de calidad, Contratación, capacitación y gestión de los recursos humanos, Comercialización y distribución así como Financiamiento y administración de los costos.

Según la OCDE (2006)^x el fortalecimiento de la competitividad es un reto en muchos países. Mientras que la visión pesimista considera que la lucha por la competitividad es el resultado de las presiones de la globalización, la visión optimista piensa que al mejorar la competitividad se proporcionan nuevas oportunidades a las personas para utilizar su energía, ideas y su compromiso hacia el trabajo. Claro que la competitividad es el resultado de un gran número de factores y de medidas que deben de ir juntas, incluyendo a las políticas públicas, a la iniciativa privada, a la innovación, etcétera.

Competitividad en la industria manufacturera

Como lo menciona Deloitte (2010)^{xi}, La competitividad del sector manufacturero de un país es esencial para su prosperidad y crecimiento económico a largo plazo. Un sector manufacturero competitivo a nivel mundial crea un ecosistema económico sustentable, promueve la inversión interna y externa y mejora la balanza de pagos de un país si. Además de generar empleos, no solo dentro del sector, sino que estos se extienden hasta áreas tales como servicios financieros, desarrollo y mantenimiento de infraestructura, atención a clientes, logística, sistemas de información, atención médica, educación, capacitación, bienes inmuebles, etc., Un sector manufacturero fuerte a su vez impulsa el capital intelectual y la capacidad de innovación de un país, respaldando la investigación y el desarrollo, impulsando la plataforma tecnológica y el incremento en la demanda de trabajadores y científicos dotados de importantes habilidades. Para poder establecer un análisis sobre la competitividad dentro de las unidades económicas, es necesario identificar los factores de estructura y comportamiento que influyen, y estos son: Tamaño, especialización productiva, costos laborales, actividades de Innovación + Desarrollo, sin dejar fuera sus comportamientos financieros.

La competitividad en la industria manufacturera de un país se manifiesta o revela, por su capacidad para aumentar en forma sostenida su participación en la oferta de sus productos. Una empresa es competitiva si es capaz de ampliar o mantener su posición en el mercado, rivalizando con otras que persiguen metas similares y manteniendo su viabilidad financiera.

Índice sobre la competitividad

Deloitte y el Consejo para la competitividad, establece que existen propulsores que determinan la competitividad de acuerdo a su importancia relativa como son: La innovación impulsada por talento, El costo de mano de obra y materia prima, El costo y políticas de energía, Los sistemas económicos, comerciales, financieros y fiscales, La calidad de la infraestructura física, La inversión gubernamental en manufactura e innovación, Su sistema jurídico y normativo, La red de proveedores, La dinámica local de negocios y la Calidad y disponibilidad de la atención médica

INNOVACIÓN

En lo relativo a este tema, el mundo globalizado necesita empresas con altos grados de innovación que generen valor agregado, por lo tanto las Mypymes y Pymes, deben nuevamente buscar un factor diferenciador que las haga más competitivas y generar crecimiento no solo para estas empresas sino para el país.

Conceptualización

El término innovación hace referencia a la novedad y el valor agregado que se genera al interior de las empresas, si bien, su forma más pura es la creación de productos o servicios que no existen en el mercado, las empresas han encontrado diferentes maneras de innovar en sus procesos, sus canales de distribución y en general en la manera de hacer las cosas, generando valores agregados.

Las Políticas de Gobierno y la innovación

Como lo establece la OCDE (2009)^{xii},

“La innovación es una pieza importante tanto para el desarrollo económico como para el crecimiento de la productividad. Tanto así que los gobiernos están conscientes que uno de los posibles caminos que les puede ayudar a sortear la actual crisis económica y financiera es la inversión en innovación. Esta estrategia ya ha sido utilizada anteriormente por varios países de la OCDE con resultados muy positivos. Dichas inversiones, tanto en los sistemas de innovación regional, como en los mecanismos de transferencia tecnológica pueden facilitar la transición hacia una economía del conocimiento y a la generación de empleo. Para ello, es necesaria la acción conjunta de todos los niveles de gobierno y el sector privado que permitan la evolución del enfoque de lo hecho en México al de creado en México” (p. 1)

La pregunta a realizarse sería ¿cómo apoya el gobierno el desarrollo de sistemas de innovación?

Las políticas públicas nacionales deben de ser capaces de adaptar su apoyo a los Estados que cuentan con capacidades industriales y científicas muy diversas. Como lo establece la OCDE (2009), La tendencia en políticas públicas de los países de este organismo en materia de desarrollo regional, ciencia y tecnología, desarrollo empresarial, y educación superior se ha estado orientando a contar con una visión regional con el fin de alcanzar objetivos nacionales en material de innovación y crecimiento económico. Sin embargo, las políticas nacionales de México no estimulan suficientemente la competitividad en todas las regiones.

Para Góngora y Madrid (2010)^{xiii}, establecen que estudiando los criterios que utilizan las dependencias para otorgar las ayudas públicas, determinan que se refiere a la generación de empleos, la factibilidad del proyecto, el financiamiento por parte de la empresa como requisito para solicitar ayudas. Por lo tanto la creación de nuevos negocios y encadenamiento productivo, el incremento en la productividad y competitividad de la empresa, figuran entre los criterios principales para medir los impactos de las ayudas públicas.

La innovación en México

Al hablar de innovación, se habla de un grado de inversión en investigación y desarrollo (ID). Como lo establece Domínguez (2010)^{xiv}, La innovación en México representa bajos números -apenas 0.5% del Producto Interno Bruto (PIB) - frente a países desarrollados, una encuesta lanzada por la revista expansión ,entre sus lectores dio muestra de que las empresas dan mayor importancia al tema, no sólo a través de nuevos productos que lanzan espontáneamente al mercado, sino desde la correlación y el trabajo de las diferentes áreas, la creación de departamentos de ID, y una inversión mediante la cual se busca establecer un sistema para producir innovaciones. La idea de apostarle a la innovación está igualmente desarrollada en un sector que en otro -lo hacen automotrices y textiles, por ejemplo-, lo cual apoya el hecho de que, en el mundo empresarial, este concepto ha adquirido tal importancia que ya no se conciben negocios que no sean ‘innovadores’.

La innovación en las empresas de manufactura

Así mismo Domínguez (2010), establece que las empresas tienen 2 opciones Innovar o morir. Y que esta podría ser la frase en el mundo de los negocios y de la sociedad. Hoy en día, el concepto de innovación ha terminado por robarle cámara al de globalización, que estuvo de moda en la década de los 90 y principios de este milenio

La revista expansión realizó un estudio a 287 ejecutivos de empresas manufactureras con la finalidad de conocer si las compañías manufactureras entienden que es la innovación y si la aplican, con la finalidad de saber tomar decisiones estratégicas para la empresa. Las compañías que participaron pertenecen, principalmente, a sectores como automotriz, metalmecánico, alimenticio, plásticos, textil, químico, electrónico, farmacéutico, calzado y aeronáutico.

La participación en cuanto al tamaño de la firma fue equitativa entre grandes, medianas, micro y pequeñas. La mayoría, 60%, de las participantes se ubican en el Centro del país, 20% en el Norte y el resto en el Bajío y Occidente. De los encuestados, más de dos terceras partes correspondió a empresas nacionales y el resto son filiales de alguna firma extranjera. Los resultados de dicha encuesta arrojaron los siguientes datos:

- Los proyectos de innovación surgen de diversas áreas, las más representativas son: 48% por el área de Ingeniería y 23% por Investigación y Desarrollo y en menor medida: Diseño, Calidad, Mercadotecnia, Producción, Servicios al Cliente e, incluso de la Dirección.
- La gran mayoría de las empresas, le funciona para emprender o hacer innovaciones, es el establecimiento de relaciones estratégicas con sus clientes.
- Hay empresas que crean áreas de ID dedicadas específicamente para tareas de innovación.
- Otros métodos son más simples e inicia desde el área de Mercadotecnia. Es el caso de una empresa del sector de alimentos.
- Un patrón que se repite en las empresas micro y pequeñas, según este ejercicio, es que los productos innovadores nacen de una exigencia de sus clientes y no de una manera proactiva por ofrecer algo novedoso. "Se desarrollan los productos que nos solicitan los clientes".

En la actualidad las empresas manufactureras están buscando el camino de la innovación. Algunas lo han encontrado y logran hacer cambios importantes en el mercado donde se desempeñan; otras siguen en el intento, pero el hecho de apostarle a lo novedoso, indudablemente, traerá grandes beneficios en un futuro, pero sobre todo generando estrategias que le permitan alcanzarla.

CONCLUSIÓN

La competitividad e innovación del sector manufacturero, en nuestro país, estado o municipio, es fundamental para la prosperidad y crecimiento económico. Hoy en día, dichos conceptos han terminado por robarle cámara al de globalización. Los cambios producidos en la dinámica empresarial, han propiciado el desarrollo de nuevos sistemas contables, financieros, de control interno, de producción, de manejo del personal, mercadológicos y administrativos, que permitan responder exitosamente a las exigencias del entorno. Las empresas Mipymes y Pymes manufactureras están buscando el camino de la innovación y ser competitivas. Las empresas tienen 2 opciones o Innovan o mueren, en nuestra actualidad esta podría ser la frase en el mundo de los negocios.

REFERENCIAS

-
- ⁱ Pérez, A. y Pérez, O. (2008) Competitividad y acumulación de capacidades tecnológicas en la industria manufacturera mexicana. Universidad Autónoma de Zacatecas. Recuperado el 11 de julio de 2012 de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=60111154005>
- ⁱⁱ Zona Económica (2011). Competitividad. Referencia en línea. Recuperado el 16 de marzo de 2012 de: <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- ⁱⁱⁱ Cruz, A. (2012) Pequeñas empresas. Innovación indispensable para empresas de manufactura, Recuperado el 10 de julio de 2012 de <http://www.pymempresario.com/2012/02/innovacion-indispensable-para-empresas-de-manufactura>
- ^{iv} Krugman, P. (2009). El retorno de la economía de la depresión. Editorial Crítica. Referencia en línea. Recuperado el 13 de marzo de 2012 de http://www.elcultural.es/version_papel/LETRAS/25407/El_retorno_de_la_economia_de_la_depresion_y_la_crisis_actual.
- ^v Rodríguez, G. (2006). Desarrollo Empresarial y Ejecutivo. Referencia en línea. Recuperado el 06 de diciembre de 2010 de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/gonzalez_m_jl/capitulo2.pdf
- ^{vi} Solleiro y Castañón (2005). Competitividad y sistemas de Innovación: Los retos para la inserción de México en el Contexto Global. Revista Iberoamericana, vol. 5, pp. 15. Referencia en Línea. Recuperado el 21 de Marzo de 2012 de <http://www.oei.es/salactsi/solleiro.pdf>
- ^{vii} Martínez, E. (2003). La Competitividad de la empresa. Referencia en línea. Recuperado el 08 de marzo de 2012 de www.azc.uam.mx/csh/economía/.../presentación_04_em.ppt
- ^{viii} Rubio A. y Aragón A. (2008). Recursos Estratégicos en las Pymes, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 17, núm. 1, pp. 103-126.
- ^{ix} De la Cruz, Morales y Carrasco (2006). Determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana, *Revista de investigación Institucional*, pp. 3. Referencia en Línea. Recuperado el 19 de marzo de 2012 de <http://www.alafec.unam.mx/docs/pymes.pdf>
- ^x OCDE (Febrero 7, 2006). *Revista el Economista*, Buena competitividad y la gobernabilidad. pp. 1. Referencia en línea. Recuperado el 12 de marzo de 2012 de <http://www.oecd.org/dataoecd/13/41/42582357.pdf>
- ^{xi} Deloitte y Coucil on Competitiveness (2010) Índice global de competitividad en manufactura 2010 Recuperado el 11 de julio de 2012, de [http://www.deloitte.com/.../mx\(es-mx\)indiceGLOBALmanufactura_deloitte](http://www.deloitte.com/.../mx(es-mx)indiceGLOBALmanufactura_deloitte)
- ^{xii} OCDE (2009) *Revista Síntesis*, Innovación regional en 15 estados mexicanos. Abril 2009, p.p. 1-8
- ^{xiii} Góngora, G. & Madrid, A. (2010) *Revista Investigación y Ciencia*. El apoyo a la innovación de la Pyme en México. Un estudio exploratorio. Abril 2010 Núm. 47. p.p. 21-30
- ^{xiv} Domínguez, H. (2010). *Innovación México en el Camino*. Recuperado el 11 de julio de 2012 de <http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2010/10/19/innovacion-mexico-en-el-camino>