

LA PROPENSIÓN DE LAS MIPYMES DE BAHÍA DE BANDERAS PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CLUSTER VIRTUAL

Área de investigación: Entorno de las Organizaciones

Tania Nadiezhda Plascencia Cuevas¹

Secretaría de Investigación y Posgrado
Universidad Autónoma de Nayarit
México
tanaplacu@hotmail.com

Alma Rosa Malacara Castillo

Campus Bahía de Banderas
Universidad Autónoma de Nayarit
México
almarosa-malacara@hotmail.com

Pedro Madrigal Herrera

Campus Bahía de Banderas
Universidad Autónoma de Nayarit
México
dropemh@yahoo.com

XX
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Datos de contacto: Paseo de la Marina 245, dpto. 3101. Marina Vallarta, Puerto Vallarta; Jalisco. Teléfono (322) 175 15 82.





LA PROPENSIÓN DE LAS MIPYMES DE BAHÍA DE BANDERAS PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CLUSTER VIRTUAL

Resumen

Actualmente, las micro, pequeñas y medianas empresas tratan de implementar acciones que las lleven a competir a un entorno totalmente dinámico y globalizado, intentan hacerlo a través de la búsqueda de formas de cooperación que les permita desarrollar sus metas y objetivos de mejor manera. Dentro de esas formas de cooperación, surgió el llamado cluster virtual, en donde las empresas se unen de forma temporal, con el objetivo de generar oportunidades de negocio, en ese entorno globalizado.

Bahía de Banderas es un municipio con un gran potencial de desarrollo económico a través de la oferta turística que ofrece, sin embargo, la competitividad individual de las MIPYMES en todo el municipio pareciera estar adoleciendo de estrategias empresariales agrupadas, sin objetivos a largo plazo que permitan la competitividad colectiva del destino. En la búsqueda de este objetivo, este tipo de cluster es perfectamente aplicable, ya que a través de esta asociación empresarial, las MIPYMES logran enlazar fuerzas competitivas y cooperativas, generando desarrollo económico en la zona. Este artículo pretende analizar la propensión de las MIPYMES, registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), para la conformación de un cluster virtual, en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit.

Palabras clave: Cluster virtual, MIPYMES, desarrollo económico

Abstract

Currently, micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs), try to implement actions that lead them to compete to a completely dynamic and globalized environment and try to do so looking for forms of cooperation, enabling them to develop their goals and objectives in best way. Within these forms of cooperation, emerged the so-called virtual cluster, where companies meet on a temporary basis, in order to generate business opportunities, in this globalized environment.

Bahía de Banderas is a municipality with a great potential for economic development, through the tourism offering, however, the individual competitiveness of MSMEs in the entire municipality appears to suffer from a lack of business grouped strategy, without long-term goals that allow the collective competitiveness of the destination. In the pursuit of this goal, this type of cluster is perfectly applicable, since through this business partnership, MSMEs manage to link competitive and cooperative efforts, generating economic development in the area. This research pretends to analyze the





propensity of MSMEs, recorded in the Mexican System of Business Information (SIEM), for the creation of a virtual cluster, in the municipality of Bahía de Banderas, Nayarit.

Key words: Virtual cluster, MSMEs, economic development

Introducción

Hoy en día, las micro, pequeñas y medianas empresas están tratando de ser cada vez más productivas y eficientes en el uso de sus recursos, con el objetivo de competir con mayor fuerza en el mundo cada vez más globalizado, haciendo todo lo posible de que sus estrategias sean lo suficientemente buenas de tal forma, que les permita continuar en el negocio de manera efectiva. Dentro de las estrategias que están cobrando mayor fuerza está la asociación empresarial, ya que a través de estas asociaciones es posible disminuir costos y riesgos, ampliar las capacitaciones al personal, tener mayor impacto comercial, entre otros muchos beneficios que traen consigo. Entonces, ¿Qué capacidades tecnológicas, de innovación, de comercialización virtual y de cooperación tienen las MIPYMES de Bahía de Banderas? ¿Se observa propensión a la formación de un *cluster* virtual a partir de estas capacidades? ¿Existe interés por parte de las MIPYMES en asociarse? ¿En qué temas?

A pesar del fuerte impacto que estas asociaciones tienen en el desarrollo económico y social de una localidad, no siempre son exitosas o incluso ni siquiera se llevan a cabo, esto puede deberse a la falta de conocimiento de los empresarios, el poco apoyo por hacer que estas sean formales y la desconfianza o rivalidad, o en su defecto, por el hecho de que es un proceso que hace necesario el trabajo en equipo constante y sincronizado. Esta relación empresarial no necesariamente tiene que involucrar MIPYMES en el mismo espacio geográfico, ya que desde el creciente uso de los medios electrónicos es posible hacer redes empresariales virtuales desde locales hasta regionales y nacionales.

Así pues, en el primer apartado se hace una revisión de la literatura enfocada a la asociación empresarial, señalando que la asociación y cooperación empresarial otorgan ventajas competitivas a sus participantes. En el segundo apartado, se describen los factores que favorecen las diferentes modalidades de asociación empresarial. Finalmente, se presenta un análisis acerca de la propensión para la conformación de un *cluster* virtual de las MIPYMES del municipio de Bahía de Banderas, Nayarit, haciendo una revisión de hallazgos a partir de un instrumento aplicado en la zona.

En los resultados principales se encontró que las MIPYMES de la zona no están dispuestas a formar un *cluster*, tradicional o virtual, ya que sus propietarios consideran y ponen de manifiesto que aunque tienen vínculos con hoteles o con algunos proveedores no necesitan trabajar con otras empresas de manera conjunta, que si bien es cierto, usan bases de datos de clientes y manejan hasta





cierto punto una comercialización electrónica, no creen que la asociación empresarial sea una estrategia que realmente pueda beneficiar a las MIPYMES de la zona.

1. La asociación empresarial

En la actualidad, el aparato gubernamental está tratando de impulsar y activar la dinámica asociada a las MIPYMES, esto debido al volumen de empleo que generan², la inversión que realizan y la cercanía que tienen con el consumidor final. Dentro de las estrategias que hoy en día se están empleando está la asociación empresarial en sus diferentes modalidades, esto es, asociarse a través de distritos industriales, *clusters*, *microclusters*, cadenas de producción, cadenas de valor, sistemas productivos locales, eslabonamientos hacia atrás o hacia adelante, entre otras formas; esto con el fin de abaratar costos y poder aumentar los niveles de productividad y ventas, generando mayores beneficios tanto económicos como sociales, sin dejar de lado que este tipo de estrategias brinda la posibilidad de tener MIPYMES que sean consideradas competitivas y que puedan ser la piedra angular para el progreso social de una comunidad.

Vázquez-Barquero (2010) asegura que si se sigue un modelo de desarrollo endógeno que permita aprovechar potencialidades y tener una participación activa en el proceso de desarrollo de una comunidad, entonces, las micro, pequeñas y medianas empresas serían suficientemente capaces de llegar a obtener niveles altos de competitividad, niveles que pudieran ser comparables a los que alcanzan las empresas grande, sobre todo si se fomenta permanentemente la creación de redes empresariales entre las de menor tamaño. En un contexto empresarial y desde el punto de vista de Albuquerque (2012), fomentar la asociatividad de las empresas es una estrategia importante de desarrollo local, que ofrece la posibilidad de contrarrestar los efectos de la globalización sobre las MIPYMES.

La asociación o articulación productiva según Gómez (2012), es un camino para construir ventajas competitivas con esquemas de cooperación en los cuales maduran sus protagonistas de los sectores privado y público. Por otro lado, Jiménez y Puerta (2012) señalan que la asociación y cooperación entre las empresas que pertenecen a un mismo sector económico, representan una alternativa de desarrollo y construcción de factores que permitan una adecuada inserción en el ámbito internacional. Así mismo, Porter (1990) argumenta que la agrupación empresarial con su respectiva especialización en determinadas actividades productivas específicas, aporta significativa y favorablemente a los cuatro polos del diamante que explica las ventajas competitivas³.

² Según el Plan Nacional de Desarrollo 2013- 2018, las MIPYMES en el país son las responsables del 73% de los empleos son generados.

³ Para más detalle de los cuatro polos del diamante véase la investigación la ventaja competitiva de las naciones de Porter (1990).



Es por ello que se puede considerar que las asociaciones exitosas no necesariamente tienen que ser de forma física, ni es un requisito que las empresas involucradas se encuentren en el mismo espacio territorial, ya que mediante el uso de la tecnología, las asociaciones pueden llegar a alcanzar regiones completas, una vez establecidas las condiciones iniciales, se puede obtener una compenetración empresarial virtual a gran escala, este tipo de asociaciones entran en la categoría de lo que se denomina dimensión sectorial y dimensión cooperativa (Vila, Ferro y Rodríguez, 2000).



En los tipos de asociaciones, el concepto más consolidado es la modalidad de *cluster*. Según Enright, citado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en (2010), un *cluster* es una aglomeración de firmas de un mismo sector productivo, industrial o de actividades económicas vinculadas (cadena de valor sectorial), en un área geográfica delimitada (base territorial); está constituido por empresas de relativa especialización, reflejando una marcada división del trabajo –lo que deriva en ventajas de escala y productividad–, y de base tecnológica semejante y en permanente proceso de adopción de mejores técnicas. Se trata de empresas interrelacionadas, complementarias e interdependientes (horizontal y verticalmente) en el proceso productivo; esta interdependencia se materializa a través de canales comerciales, contratos comerciales o tecnológicos, relaciones de subcontratación y abastecimiento y de otro tipo de vínculos (compartir información comercial y tecnológica, participar en estrategias conjuntas de mejoras de calidad o penetración de nuevos mercados, entre otros), que por la misma modalidad de interacción y complementación generan ventajas colectivas derivadas como *by-product* no intencional de las acciones de cooperación y competencia entre las empresas.



Con el creciente uso del internet, surge el *cluster* virtual siendo el que permite el uso de las tecnologías de la información, en este caso en particular la cercanía geográfica no es un elemento importante, pudiendo existir miembros en diferentes regiones y diferentes países. Las empresas miembros en lugar de proyectarse como competencia, se consideran aliados estratégicos y complementan sus capacidades productivas específicas, señalando que no tiene una entidad jurídica propia, se sostiene de forma virtual con la figura jurídica de cada miembro que lo compone. Del mismo modo, un *cluster* de pymes suele estar presente, en mayor medida, en los países en desarrollo, puede adaptarse rápidamente a las variaciones en términos de productos o procesos y generalmente surgen de manera espontánea y sin planeación.



Según Mitxeo et al. (2004), una de las principales ventajas de establecer un *cluster* es la mejora de la competitividad de las empresas que lo integran, siendo éstas un factor muy importante para mejorar la competitividad de la localidad o región donde se encuentren situadas. Sin duda alguna, se puede decir que un *cluster* virtual da pie a generar y promover la innovación, incrementa la productividad empresarial y ofrece la oportunidad de crear nuevas empresas. Para Plaza y Rufín (2005), es posible definir a la empresa en función de sus





capacidades y recursos, mismos que permitan el desarrollo de sus actividades primarias, donde la estrategia principal sea utilizar dichas capacidades y recursos para alcanzar los objetivos establecidos.

2. Factores que propician modalidades de asociación empresarial

En un análisis de la literatura que lleva a conocer los factores que propician modalidades de asociación empresarial, se podría iniciar conociendo uno de los factores determinantes para que las asociaciones fracasen, siendo las rivalidades entre los empresarios lo más relevante, las cuales se pueden observar en tres grupos principales:

- Rivalidades derivadas de la participación individual de cada uno de los miembros de la asociación.
- Rivalidades generadas por la diferencia de beneficios/ganancias obtenidos debido a la asociación.
- Rivalidades por diferencia de opiniones y dificultades para llegar a consenso entre los miembros de las empresas asociadas.

En contraste, se exponen los factores determinantes que en los países más desarrollados y en los sectores más importantes y dinámicos de la economía han propiciado la asociación de empresas; éstos se pueden clasificar en los factores expuestos en la tabla 1.





Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración



Tabla 1. Factores de la concentración de empresas

1.	<p>Eliminación o suavización del riesgo. La competencia entre las empresas produce una mayor incertidumbre sobre las decisiones a tomar, respecto de los objetivos fijados, volviéndose para la empresa, una lucha por la supervivencia o por evitar que sea desplazada de su sector, por otras unidades más rentables, convirtiéndola en empresa marginal o de posible desaparición, por su falta de competitividad. La reacción lógica para evitar lo anterior, produce los acuerdos inter-empresas o de buscar formas de agrupación o asociación, tratando de eliminar, dentro de lo posible, al riesgo económico.</p>
2.	<p>Racionalización de la producción y la distribución. Cuando se busca racionalizar la producción y la distribución, la asociación radica en la búsqueda de economías de escala, tanto en el consumo de factores, como en la organización del proceso productivo y en el lanzamiento al mercado de los productos, asegurando los objetivos fijados y evitando riesgos innecesarios, al actuar cada empresa por separado. Esta asociación busca también un efecto sinérgico o de sinergia positiva, que se define en el sentido de que "2 + 2 = 5"; es decir, que el efecto del grupo como tal, es superior, al actuar como un todo, y no como la simple suma de los efectos individuales de las partes.</p>
3.	<p>Control económico en su área de operaciones o, lo que es lo mismo, tender hacia una situación monopolística. El proceso de asociación pervigila un control sobre el medio económico, tanto sobre el mercado de abastecimiento de los factores, como respecto al mercado de ventas de los productos. El crecimiento de la empresa y la creación de grupos económicos llevan, de cualquier forma, a incrementar el poder de monopolio, efecto que procurará contrarrestar la Administración Pública, si quiere defender las reglas del juego de las economías de libre mercado. Si la economía está socializada, en mayor o menor medida, las relaciones entre la administración y los grupos económicos estarán pactadas, en el sentido de cuáles son los sectores y los márgenes de actuación de estos últimos, y la asociación con fines de control económico, estará mucho más atenuada.</p>
4.	<p>Motivos de índole financiero:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="568 1197 1487 1249">Grandes dificultades para acceder al mercado de capitales u obtener créditos bancarios a largo plazo. <li data-bbox="568 1249 1487 1302">Interés por vincular la empresa a la banca, con lo que se logra disponer del mecanismo que asegure el financiamiento, necesario para el crecimiento. <li data-bbox="568 1302 1487 1438">La existencia de estos vínculos hace que la banca pueda efectuar inversiones directas en las empresas o bien crear una sociedad <i>holdíng</i> (tenedora), lo que produce una diversificación de la inversión y una distribución del riesgo sobre cada una de estas sociedades, considerada como objetivos o proyectos de inversión.



d.	La posición de privilegio de ciertas empresas en el mercado financiero, permite a éstas el poder ampliar constantemente su volumen de producción y de venta, por lo que su crecimiento es permanente.
5.	Otros factores determinantes: <ul style="list-style-type: none"> a. Estímulos legales para que las empresas se concentren, con el fin de que el dimensionamiento de sus actividades esté más acorde a las necesidades del orden económico considerado. b. Incidencia de la inversión de capital en otros países originados por la explotación de tecnología y por las expectativas de beneficios superiores en los países en vías de desarrollo. c. La complejidad inherente a ciertas explotaciones induce a la concentración de varias empresas, como son los ejemplos de industrias del petróleo, navieras, aeronáuticas, entre otras.

Fuente: Elaboración propia, en base a Cañibano y Cea (1972) y Bueno, Cruz y Durán (2002).

3. Metodología

El objetivo de este estudio es analizar la propensión de las MIPYMES para la formación y participación activa en un *cluster* virtual, donde se plantea como hipótesis central que a pesar de que en el municipio de Bahía de Banderas se está invirtiendo en infraestructura y en tecnología se identifica que las MIPYMES no se encuentran preparadas para formar un *cluster* virtual formal. El diseño de esta investigación se realizó con la recolección de datos y la aplicación de un instrumento⁴, el cual es un precedente y arroja información relevante que permite analizar la disponibilidad para la formación y/o participación de las MIPYMES en un *cluster* virtual, ya que no se encontraron datos específicos para la zona de estudio.

Es un estudio descriptivo transversal obtenido a través de la aplicación de encuesta a las MIPYMES de Bahía de Banderas registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) con una población de 1547. La técnica de muestreo a utilizar es el estadístico no probabilístico con el 95 % de confianza, 5 % de error y una distribución del 50%, obteniendo una muestra de 231 instrumentos que se aplicaron en diferentes comunidades del municipio, en un primer levantamiento se tienen 176 a la fecha. El cuestionario fue diseñado con base en Plaza y Rufín (2005) y Estrella, Jiménez, Ruiz y Sánchez (2012).

⁴ En los anexos se encuentra el formato del instrumento aplicado.



Tabla 2. Matriz de congruencia del instrumento aplicado

Objetivos específicos de investigación	VARIABLES Y SECCIÓN EN EL CUESTIONARIO
Datos de control	A) Datos de control (1.Tamaño, 2. Localidad, 3.Sector,4.Formalidad/RFC, 5.Giro, 6.Antigüedad, 7.-Dueño)
Capacidades y recursos de las MIPYMES para asociarse en un clúster virtual	B) Capacidades y Recursos (1.Recursos tecnológicos disponibles, 2. Capacidades para innovación y manejo de Tecnología, 3. Capacidades para innovación y manejo de Tecnología, 4. Capacidades de comercialización virtual y 5. Capacidades y recursos de cooperación)
Interés y temas de asociación	C) Interés y disposición a iniciar acciones asociativas o para formar un <i>cluster</i> . (1.- Conocimiento del concepto, 2. Interés en formar <i>cluster</i> , 3. Factores y temas de interés)

Fuente: Elaboración propia con información de Plaza y Rufin (2005) y Estrella, Jiménez, Ruiz y Sánchez (2012).

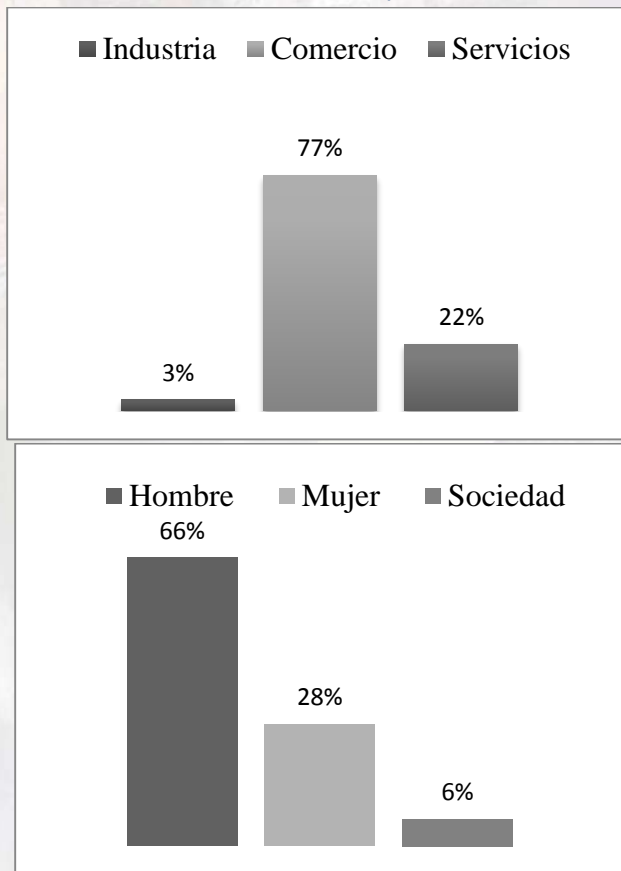
4. Resultados

Bahía de Banderas es un municipio con un gran potencial de desarrollo económico a través de la oferta turística que ofrece, sin embargo, la competitividad individual de las MIPYMES en todo el municipio pareciera estar adoleciendo de estrategias empresariales agrupadas, sin objetivos a largo plazo que permitan la competitividad colectiva del destino.

De las 176 MIPYMES encuestadas que se computaron al 30 de Mayo del 2015 de la muestra establecida en un total de 231, el 97 % (171) son de nivel micro y el 3% (5) de nivel pequeño. En cuanto a su formalidad, el 96% (169) están registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el 3% (5) no, es decir, se les considera en el sector informal, el resto no contestaron. La distribución de las empresas por el giro, se clasificaron con base en lo establecido en el SIEM, encontrando que el 77% son de comercio, que la mayoría de los dueños son hombres y que las MIPYMES tienen una antigüedad promedio de 3.6 años.



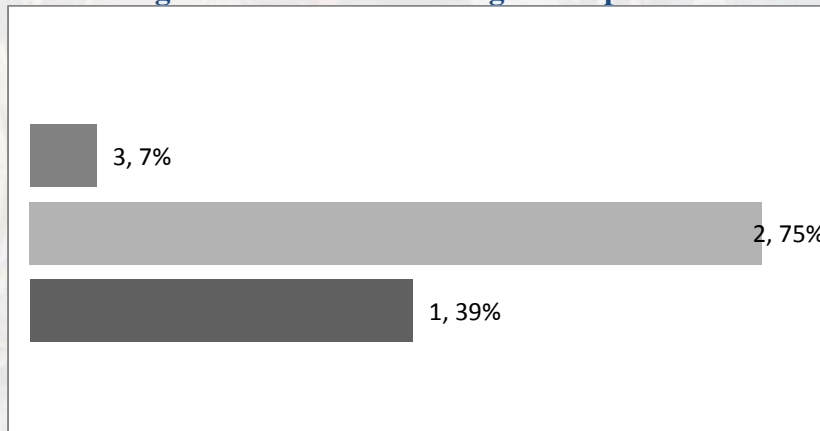
Figura 1. Sector económico de las MIPYMES y ¿Quién es el dueño de la MIPYME?



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

En cuanto a las capacidades para la asociación, comercialización, recursos tecnológicos y colaboración que manifestaron los encuestados, se encontraron los siguientes resultados:

Figura 2. Recursos tecnológicos disponibles

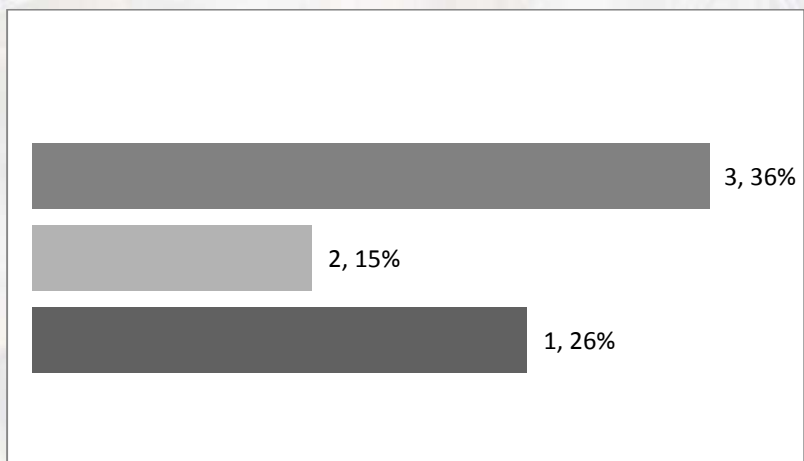




Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

En donde el ítem 3, se refiere al grado de documentación que tienen de su negocio en manuales, certificaciones y estándares, solo el 7% lo tienen. El ítem 1, se observa que el 39% cuenta con tecnologías en la producción del servicio y en la producción y el ítem 2, que representa el 75% cuenta con tecnologías de la información: informática, telecomunicaciones, internet.

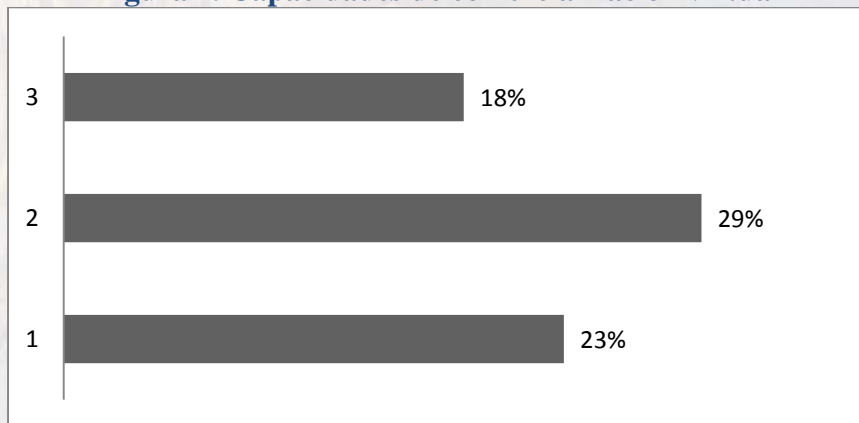
Figura 3. Capacidades para innovación y manejo de tecnología



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

En la figura 3 se muestran las capacidades para innovación y manejo de tecnología, donde 1.- El 26 % de las MIPYMES tienen experiencia y un departamento de investigación y desarrollo. 2.- El 15% cuenta con procesos de generación o asimilación de innovaciones o bien solo de desarrollo de nuevos productos. 3.- En el 36% de las MIPYMES alguno de los miembros de la empresa ha tomado capacitación para implementación de tecnología en los procesos o para el uso del internet o redes sociales.

Figura 4. Capacidades de comercialización virtual

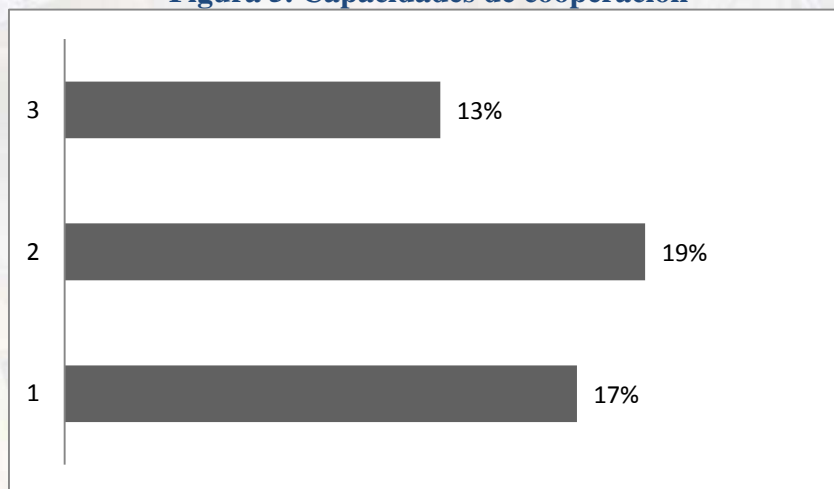




Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

En la figura 4 se exponen las capacidades de comercialización virtual, haciendo especial mención en que el 23% (1) de las MIPYMES tienen acceso a bases de datos electrónicas de clientes, mercados y competencia, el 29% (2) tienen implementadas tecnologías de la información y comunicación en el área comercial: (comercio electrónico, promoción y publicidad, servicios de postventa) y solo el 18% (3) tienen planes de inversión en tecnología o acceso a tecnologías de información en el corto plazo.

Figura 5. Capacidades de cooperación



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

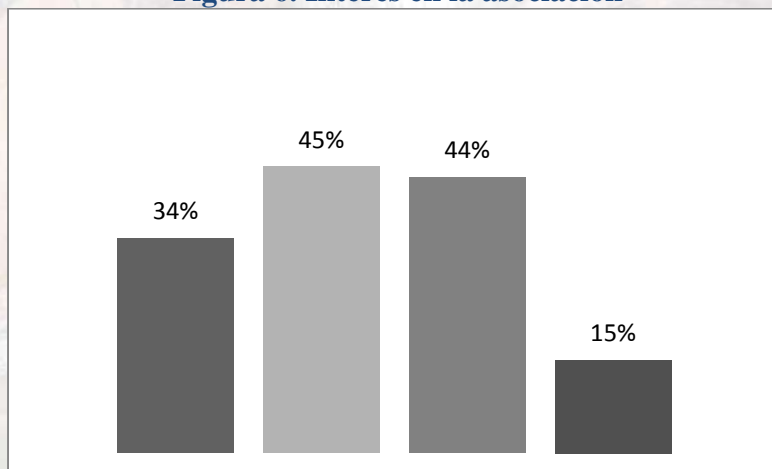
Respecto a las capacidades de cooperación, el 17% (1) de las MIPYMES tienen vínculos formales de cooperación con otras empresas y organismos principalmente con hoteles y empresas más grandes. El 19% (3) es parte de alguna cámara o asociación de empresarios, de las mencionadas la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Cámara Nacional de Comercio (CANACO); Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) y solo el 13% (3) dijo conocer alguno (s) programa (s) público (s) que promuevan la tecnología o la colaboración, sin embargo no recordaron ningún nombre.

Otro aspecto evaluado fue el interés y disposición a iniciar acciones asociativas o para formar un *cluster*, para ello se indagó si conocen el concepto, el 13% contestó que sí saben lo que es un *cluster* y el 87% no. En cuanto al interés por la asociación, solo el 32% estarían interesadas porque les traería beneficios y el 72% no, porque no lo necesitan, son empresas familiares y no les interesa.





Figura 6. Interés en la asociación



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de aplicación de instrumento

De las empresas interesadas en la asociación, el 34% estaría interesado en asociarse con sus proveedores, el 45% con sus clientes, el 44% con empresas del mismo sector, por ejemplo, subcontratación mutua de piezas especiales, subcontratación esporádica o puntual de productos para cubrir pedidos importantes, o piezas cuyo formato hace más rentable su fabricación en otra planta y solo el 15% de manera informal entre empresarios, es decir, relaciones personales, familiares y sociales.

Las 6 empresas de industria que se encuestaron no tienen vínculos formales de cooperación con otras empresas u organismos, son de tamaño micro, es decir, solo tienen menos de 10 empleados y tampoco conocen programas que promuevan la asociación. En cuanto a las empresas del sector comercio, se encuestaron 135 MIPYMES, de las cuales el 22% tiene vínculos formales con otras empresas, 2 de ellas mencionaron que con cámaras empresariales y empresas del sector. El 25% es parte de cámaras o asociación de empresarios y solo el 16% conoce algunos programas que promuevan la tecnología o la colaboración. En el sector servicio, en este caso representado por 38 MIPYMES de manera proporcional, se observan mejores resultados, el 79% de ellas tienen vínculos con organismos o empresas, el 89% es parte de alguna cámara o asociación y solo el 58% conoce programas públicos que promuevan la colaboración.

De las 6 empresas entrevistadas del sector industria, solamente 1 tiene acceso a bases de datos electrónicos de clientes, 3 de ellas tienen implementadas tecnologías de la información y 4 manifestaron tener planes de inversión para adquirir tecnología. En el sector comercio, de las 135 empresas entrevistadas, 25 manifestaron tener acceso a bases de datos electrónicos de clientes, 37 tienen implementadas tecnologías de la información y 21 dijeron tener planes de inversión en tecnología. En el sector servicios, se entrevistaron a 38 empresas de las cuales, 15 dijeron tener acceso a base de datos electrónicos de clientes,





13 manifestaron tener implementadas tecnologías de la información y 8 empresas dijeron tener planes para invertir en la adquisición de tecnología.

En lo que se refiere al interés que manifestaron las MIPYMES por asociarse, se agruparon según los sectores, encontrando resultados que ponen de manifiesto que existe poca disponibilidad a trabajar de forma conjunta y al unísono. En cuanto a la industria, sólo 1 empresa señaló que podría tener interés en asociarse, solo que estaba en sus planes futuros; las otras 5 señalan que no creen necesaria ningún tipo de asociación porque se abastecen a sí mismos. En cuanto al comercio, de las 135 empresas de este sector sólo 43 tienen interés por asociarse, cuyos principales motivos son el obtener mayores beneficios económicos y poder tener más oportunidades; el resto nuevamente señala que no cree necesitar ningún tipo de asociación para seguir en el negocio. Por último, se encuestaron 38 empresas del sector servicios, siendo 11 las que están dispuestas a asociarse, al resto no le interesa. En los tres sectores el común denominador es que tienen la creencia de no necesitar a otros, empresarialmente hablando, para poder crecer o mejorar sus respectivos negocios.

5. Conclusiones

En la presente investigación se hizo una revisión de la literatura de asociación empresarial y los factores que hacen que las diversas asociaciones sean viables y exitosas. Se encontró que las asociaciones empresariales en sus diferentes modalidades están motivadas principalmente porque se pueden abaratar costos y existe la posibilidad de aumentar los niveles de productividad y ventas, generando con esto mayores beneficios tanto económicos como sociales. Así mismo, se considera que dentro de los factores que propician la asociación está la disminución o diversificación del riesgo, los incentivos fiscales y la disminución de los costos de compra-venta relacionados con proveedores y entregas inmediatas.

Desgraciadamente, la gran mayoría de MIPYMES de la muestra no expresaron interés en asociarse en ninguna de las modalidades existentes, esto es, no tienen disponibilidad para la cooperación o formación de ningún grupo empresarial formal, argumentando que no consideran necesaria tal vinculación, ya que no creen que asociarse y/o trabajar de manera conjunta con otras empresas les reporte ningún tipo de beneficio. Se destacan como causales principales para asociarse el obtener mayores beneficios, oportunidades y motivos de índole financiero. Por el contrario, las causales del rechazo a la articulación con otras MIPYMES es porque no consideran que sea necesario para sus actividades actuales.

Se eligió el municipio de Bahía de Banderas debido a que, al igual que la capital, tiene una fuerte inversión en diversas actividades económicas, es un municipio con un gran potencial y sin embargo, no se observan *clusters* en consolidación ni en formación, lo que hace pensar que se carece de estrategias empresariales colectivas, agrupadas y ordenadas. Esto con el objetivo de analizar la





propensión de las MIPYMES para la formación y participación activa en un *cluster* virtual.

Es importante señalar que dentro de los resultados más relevantes obtenidos en este primer acercamiento, está que a pesar de que un buen porcentaje de las empresas tienen medios digitales, acceso a internet, bases de datos de clientes y pretenden ampliarlos sus medios electrónicos, sólo quisieran tener vínculos con sus proveedores, clientes o para subcontrataciones.

Se debe mencionar que la gran mayoría de personas encuestadas desconocía lo que es un *cluster* virtual. Por lo tanto, es posible decir que en esta investigación se acepta la hipótesis nula planteada, donde se señala que a pesar de que en el municipio de Bahía de Banderas se está invirtiendo en infraestructura y en tecnología, se identifica que las MIPYMES no se encuentran preparadas para formar un *cluster* virtual formal.

Dentro de las recomendaciones que se pudieran hacer, se manifiesta que el gobierno municipal debería instrumentar las políticas públicas que permitieran que las MIPYMES estuvieran informadas de todos los beneficios que pudieran obtener con alguna modalidad de asociación empresarial. Además, las universidades pudieran involucrarse en la capacitación y profesionalización de gestores e interlocutores entre las MIPYMES y organismos gubernamentales y no gubernamentales.

6. Referencias Bibliográficas

Albuquerque, F. (2012); Reflexión estratégica sobre nuevos ámbitos de intervención de las agencias de desarrollo local. *Red de entidades para el desarrollo local*.

Bueno Campos, E.; Cruz Roche, I.; Durán Herrera, J. J. (2002); *Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid: Pirámide.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2010); Clusters y políticas de articulación productiva en América Latina. Santiago de Chile: ONU

Cañibano, L.; Cea, J.L. (1972): Los grupos de empresas. Consolidación y censura de sus estados financieros, ICE, Madrid.

Estrella, A.; Jiménez, D.; Ruíz, J.; Sánchez, M. (2012); ¿Cómo compiten las pymes en los mercados internacionales? análisis de un clúster local con vocación exportadora. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* vol.18, No. 1, Enero-Abril 2012, pp. 087-099.

Gómez, R. (2012). Los clusters en la articulación productiva. *Suma de Negocios*, 97-114.





Mitxéo, J.; Idigoras, I.; Vicente, A. (2004); Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco. *Cuadernos de Gestión* Vol. 4. No. 1, pp. 55-67.

Jiménez, R.; Puerta, C. (2012); Municipio saludable como polo de desarrollo local “Implementación de un clúster de papa en la región de Machetá”. Colegio Mayor de Nuestra señora del Rosario, Bogotá. Disponible en <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3634/1010191287%20%202012.pdf?sequence=3>

Plaza, J.; Rufín, R. (2005); Un análisis de la influencia combinada de la capacidad comercial y de las tecnologías informativas (TIC) sobre las Pyme españolas innovadoras. *Estadística Española* Vol. 47, No. 160, pp. 501 - 537.



Porter, M. (1990); *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press.

Vázquez-Barquero, A. (2010); Diversidad territorial y desarrollo endógeno en Argentina. *Cultura Económica* No. 77-78.

Vila, M.; Ferro, C.; Rodríguez, M. (2000); Agrupamientos sectoriales territoriales (A.S.T.): reflexiones acerca de los recursos compartidos. *Revista de Economía y Empresa*, No. 40, vol. XIV, 2000, pp. 87-101.



7. Anexos

CUESTIONARIO PARA MIPYMES

Objetivo: El propósito del presente cuestionario es identificar las capacidades, recursos e interés de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del municipio para vincularse de manera formal entre ellas a través de la tecnología.

NOTA: Este cuestionario es totalmente anónimo, confidencial y con fines estrictamente académicos con el único compromiso de que la información obtenida genere conocimiento y mejora en las empresas de la región.

Instrucciones: Favor de contestar de manera concreta a las preguntas considerando la realidad de su empresa y no lo que debería ser. Y GRACIAS por su COOPERACIÓN.





1.- Tamaño: Hasta 10 De 11 a 50 Entre 51 y 250 2.- Localidad: _____

3.- Sector: Industria Comercio Servicios 4.- Tiene RFC (Hacienda): SI NO

5.- Giro: _____ 6.- Antigüedad (años) _____ 7.- El dueño es: Hombre Mujer Sociedad

B) CAPACIDADES Y RECURSOS (Puede elegir más de una respuesta en cada sección)

1.- Recursos Tecnológicos disponibles

La empresa cuenta con tecnologías en la producción del servicio o producto

Con tecnologías de la información: informática, telecomunicaciones, internet.

Con el saber-hacer del negocio documentado (Manuales, Estándares, etc.)
Certificaciones, cuáles: _____

2.- Capacidades para innovación y manejo de Tecnología

La empresa tiene experiencia y un departamento de investigación y desarrollo

Cuenta con procesos de generación o asimilación de innovaciones o bien solo de desarrollo de nuevos productos

Alguno de los miembros de la empresa ha tomado capacitación para implementación de tecnología en los procesos o para el uso del internet o redes sociales

3.- Capacidades de comercialización virtual

La empresa tiene acceso a bases de datos electrónicas de clientes, mercados y competencia

Tiene implementadas tecnologías de la información y comunicación en el área comercial: (comercio electrónico, promoción y publicidad, servicios de postventa)





Tiene planes de inversión en tecnología o acceso a tecnologías de información en el corto plazo

4.- Capacidades ¿La empresa tiene vínculos formales de cooperación con otras empresas y organismos? Cuáles: _____

de cooperación ¿La empresa es parte de alguna cámara o asociación de empresarios? Cuál _____

¿Conoce alguno (s) programas públicos que promuevan la tecnología o la colaboración? Cuál(es) _____

C) INTERES Y DISPOSICION A INICIAR ACCIONES ASOCIATIVAS O PARA FORMAR UN CLUSTER

1.- ¿Sabe usted lo que es un *cluster* virtual? SI _____ NO _____

2.- ¿Le gustaría formar algún tipo de asociación empresarial? SI _____ NO _____

Porqué: _____

3.- Señale los temas que motivarían o harían que usted o su empresa emprendieran acciones de colaboración:

- a) Con sus proveedores (cliente-proveedor vs. relaciones de colaboración);
- b) Con sus clientes;
- c) Con empresas del mismo sector (por ejemplo, subcontratación mutua de piezas especiales, subcontratación esporádica o puntual de productos para cubrir pedidos importantes, o piezas cuyo formato hace más rentable su fabricación en otra planta),
- d) De manera informal entre empresarios, es decir, relaciones personales, familiares, sociales, etcétera. Es importante mencionar que el último tipo de vínculos canaliza información informal y confidencial sobre clientes, proveedores, trabajadores y técnicos, generando un clima de confianza que es el que al parecer gobierna las relaciones de contratación y de colaboración.

Agradecemos su tiempo y la información presentada, es muy importante para el grupo de investigación

Nombre y firma del encuestador: _____