

Internacionalización de empresas y desarrollo económico en zonas pobres

Internationalization of Business and Economic Development in Poor Areas

Internacionalização de empresas e desenvolvimento econômico em zonas pobres

Tania Elena González Alvarado*

Fecha de recibido: febrero de 2012

Fecha de aprobado: enero de 2013

Para citar este artículo: González Alvarado, Tania Elena (2012). Internacionalización de empresas y desarrollo económico en zonas pobres. *Universidad & Empresa* No. 23, p. 45-59.

RESUMEN

El objetivo del trabajo es analizar las empresas del sector agroindustrial mexicano que se han internacionalizado con impacto positivo en zonas económicamente pobres. Con base en el *realismo crítico*, se realizaron entrevistas en profundidad con informantes clave, se aplicaron cuestionarios a los empresarios y se analizaron 26 casos atípicos con respecto a la teoría sobre internacionalización. Los resultados indican que las empresas no crecieron en correspondencia al aumento en sus compromisos internacionales y que el fracaso derivó en la generación de vínculos empresariales. Estas empresas cuyo entorno económico es poco favorable son competitivas internacionalmente, e impactan de manera positiva en su localidad.

Palabras clave: desarrollo, crecimiento, vínculos empresariales, internacionalización.

Jel: D74, P13, L29, M19

* Investigadora, Facultad de Negocios, Universidad La Salle, Ciudad de México, Benjamín Franklin # 47, Col. Condesa, México, D.F. 06140, correo electrónico: tega@ulsa.mx

ABSTRACT

This article aims to present evidence about the economic development in poor areas by Mexican Agro industry SME. In this study on the process of internationalization of SMEs through the use of corporate networks, 26 companies (atypical cases) have been identified. Based on the results, the companies did not grow up in correspondence to the increase in their international arrangements and the failure produced business associations. Companies with a negative economic environment are internationally competitive and have a positive impact on their locality.

Key words: development, growth, multi-enterprise link, internationalization.

RESUMO

O objetivo do trabalho é analisar as empresas do setor agroindustrial mexicano que têm se internacionalizado com impacto positivo em zonas economicamente pobres. Com afe no realismo crítico, realizaram-se entrevistas em profundidade com informantes chave, aplicaram-se questionários aos empresários e analisaram-se 26 casos atípicos com respeito à teoria sobre internacionalização. Os resultados indicam que as empresas não cresceram em correspondência ao aumento em seus compromissos internacionais e que o fracasso derivou na geração de vínculos empresariais. Estas empresas, cujo entorno econômico é pouco favorável, são competitivas internacionalmente, e causam impacto de forma positiva em sua localidade.

Palavras chave: desenvolvimento, crescimento, vínculos empresariais, internacionalização.

INTRODUCCIÓN

La desigualdad extrema es un freno al crecimiento económico y, por lo tanto, un factor disfuncional en un sistema de libre mercado. En dicho sistema es innegable la relación entre el valor social y el económico. La generación de valor económico en detrimento del valor social conduce al agotamiento de los sistemas económicos locales (Martín & González, 2008). Por el contrario, la generación de valor social en paralelo a la generación de valor económico prolonga el desarrollo local.

Solo la generación de valor social y de valor económico en paralelo genera mecanismos para una redistribución del ingreso menos desigual. Se requiere hacer énfasis en nuevas alternativas de crecimiento y de enfrentar de forma común la pobreza extrema. Entre estas alternativas se encuentra la apuesta por las empresas de menor dimensión como motor de desarrollo.

Algunas de estas empresas han alcanzado la competitividad internacional gracias a los vínculos con su localidad de origen. Estos últimos han sido fuente de recursos intangibles que han permitido generar ventajas competitivas poco imitables, a la vez que han generado una relación positiva entre la generación de valor social y la generación de valor económico con beneficios locales.

El presente trabajo pretende mostrar evidencia sobre una alternativa de crecimiento basada en la internacionalización de la pequeña y la mediana empresa. Cuando esta última se ubica en zonas económicamente pobres, en las que la población es protagonista de la creación de entramados económicos locales, es posible que la región crezca económicamente, y aumente el bienestar de la población.

El desarrollo endógeno se sustenta en la capacidad de la comunidad local para transformar el sistema local. La existencia dentro del sistema local de agentes insertos en los mercados internacionales prolonga el crecimiento económico, provocando tanto la generación de valor económico como social. Estas empresas, definitivamente, se originan en regiones poco favorables para su crecimiento; sin embargo, han demostrado que son capaces no solo de subsistir, sino de ser competitivas internacionalmente.

I. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL MEXICANO: ENTRE LO LOCAL Y LO INTERNACIONAL

El hecho de que la PyME se encuentre actuando en un ambiente internacional no es cuestionable. Aún cuando estén interesadas en actuar solo localmente, se encuentran afectadas por un ambiente internacional.

Este último es resultado del proceso económico de globalización. López (1997, p. 13) define la globalización económica como “[...] el proceso de interrelación compleja entre diversos mercados, generalmente por conducto de agentes privados y cuyo objetivo primordial consiste en ensanchar su escala de ganancias por la venta de productos y servicios o el establecimiento directo de filiales con el fin de reducir costos o el de competir en mercados protegidos [...]”.

La globalización se caracteriza por una relación de competencia muy dinámica entre las regiones más desarrolladas en las áreas de comercio, finanzas, inversiones, entre otras, y por relaciones generalmente asimétricas con los países de las regiones menos desarrolladas.

En el caso de México, como de otros países latinoamericanos, el sistema productivo y el financiero están desarticulados, lo que disminuye los beneficios de la liberalización económica. La mayor parte del capital que entra al país es con fines especulativos, que ante la menor señal de alarma o de desconfianza por parte de los inversores sale con mayor rapidez que con la que entró, dejando a la nación con problemas financieros que deben ser pagados por la ciudadanía.

Una situación muy parecida se refleja en la inversión extranjera directa. En México se apostó por la industria

maquiladora de exportación, la cual no tuvo el impacto que se esperaba en los sistemas económicos locales. La empresa transnacional busca la disminución de costos y la rentabilización de sus actividades, y esta lógica es la que impacta a las localidades en las que se asienta. De esta manera, la maquiladora orientada a la exportación promovida por la inversión extranjera se encuentra ajena a las necesidades reales y sentidas de las localidades en las que opera, a no ser que dichas necesidades le afecten directamente y en el corto plazo. Solo en este último caso, la maquiladora con capital extranjero evaluará cuál es la alternativa más viable para sus intereses: involucrarse con la localidad o reubicar sus instalaciones en otra región. En la mayoría de las ocasiones, el resultado es la reubicación de las actividades.

De la Dehesa (2000) señala una globalización liderada por las empresas transnacionales, donde la pobreza se ha quedado en el nivel local, es decir, aquel que queda desempleado no se desplaza con la misma facilidad que los capitales hacia otra zona del planeta en busca de mejores oportunidades. Con el nivel de liberalización que se ha alcanzado, la pobreza y la riqueza también son exportables, acentuando aún más la desigualdad entre los diferentes territorios. En el caso mexicano, la desigualdad entre las diferentes regiones es aún más marcada a partir de la liberalización

económica. Debido a la ausencia de mecanismos integradores que apoyasen a las empresas locales a adaptarse con éxito a la descentralización y liberalización mexicana.

El campo mexicano quedó desprotegido y, en muchas regiones, abandonado; el sector informal creció y se vinculó estrechamente con el formal; los Estados sufrieron una reconfiguración en sus actividades económicas que acentuó aún más las desigualdades económicas dentro del país; aumentaron los flujos migratorios acompañados por la ilegalidad y la violencia, y la dependencia alimentaria hacia el exterior.

Bendesky (1994) sostiene que para México las oportunidades de la globalización pasan por el problema regional, es decir, por la dimensión espacial, donde debe establecerse una geografía de crecimiento y desarrollo, en la cual se integren los distintos temas que necesitan de un tratamiento territorial.

Para este autor (1994), la fase actual de internacionalización de capitales pone en evidencia, de manera paradójica, la importancia de los fenómenos de carácter regional y local que se expresan de manera simultánea en los ámbitos económico y político, al mismo tiempo que existen formas desiguales de interdependencia entre sectores, regiones y naciones que determinan las modalidades de

cooperación y conflicto entre las economías políticas y los mercados internacionales.

Los estudios realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010a) comprueban la existencia de una importante heterogeneidad entre los países de la región: el dinamismo exportador ha sido más intenso en los países de América del Sur que en México.

Esto último, debido a la marcada demanda de productos básicos de Asia, particularmente de China. Como resultado, la recuperación del comercio regional, aunque significativa, particularmente en América del Sur, ha acentuado el protagonismo algo excesivo de los productos básicos, con una reducida incorporación de conocimiento y de progreso tecnológico (CEPAL, 2010a).

En este sentido, el desafío para México radica en encontrar la manera de aprovechar el momento exportador, reforzar los eslabonamientos entre recursos naturales, manufacturas y servicios, e incentivar la innovación en cada uno de esos eslabonamientos articulándolos en torno a conglomerados productivos que den cabida a las pequeñas y medianas empresas, de modo que el impulso exportador refuerce su capacidad de arrastre sobre el resto de la economía y que los resultados de ese crecimiento

se distribuyan con mayor igualdad (CEPAL, 2010a).

La CEPAL señala la necesidad de un enfoque integrado entre el estímulo a la competitividad y la innovación, tal como se postula en el documento presentado en el trigésimo tercer período de sesiones de la CEPAL, celebrado en Brasilia. Dicho enfoque favorece la articulación entre las políticas de promoción y diversificación de exportaciones, innovación y difusión tecnológica, atracción de inversión extranjera directa (IED) y formación de recursos humanos (CEPAL, 2010a).

La CEPAL (2010b) entiende la *integralidad del desarrollo*, con una perspectiva de derechos, en la articulación sinérgica entre una macroeconomía que lleve el crecimiento a su frontera potencial y cuyo dinamismo tenga efectos virtuosos en el empleo y la inclusión social; un desarrollo productivo que promueva una mayor convergencia entre sectores y actores del mundo del trabajo, y que apunte a una matriz productiva más diversificada y con mayor énfasis en innovación y conocimiento; una matriz territorial que articule los territorios reduciendo brechas tanto en dinámica productiva como en niveles de bienestar; un enfoque de derechos sociales que se exprese claramente en la protección al trabajo, la promoción del empleo decente y las transferencias públicas con ses-

go redistributivo y de ampliación de redes de protección social, y un pacto fiscal que permita, mediante la expansión de la carga tributaria y la remodelación de su estructura, dar margen a la política pública para promover un desarrollo productivo con más igualdad social (CEPAL, 2010b). Bajo esta misma perspectiva sobre integralidad se ha escrito el presente trabajo, sin con ello dejar de reconocer la situación cada vez más difícil en la que se encuentra el sector agroindustrial mexicano.

En relación con la difícil situación, Ayala y otros (2010) encontraron que la producción agrícola en el Estado de Hidalgo presenta desfavorables características para la internacionalización como: propiedad atomizada, minifundio, existencia de monocultivo, productos agrícolas con mínimo valor agregado y escasa integración a nivel de cadena, baja productividad, precios bajos y altos costos de producción unitarios, así como bajos ingresos.

Por otra parte, la gran empresa mexicana que opera en el sector es limitada en número. Adicional a esto, hay que señalar que en México hay diversas industrias en situación de oligopolio: tortilla —Gruma y Minisa—, tabaco y cerveza —Grupo Modelo y Femsa—, refrescos —Femsa y Pepsi— y tequila —Cuervo, Sauza, Herradura— (Rendón & Morales, 2008; Irusta, 2007).

De acuerdo con Coelho y Castillo (2010), los niveles de concentración industrial actuales son producto de un proceso caracterizado por numerosas fusiones y adquisiciones al interior de cada rama de actividad. La agroindustria es una de las actividades clave de la economía mexicana. En el año 2000 representaba 8,4 % del producto interno bruto (PIB) y en 2008, el 9,1 %. El aumento en los costos de las materias primas de base agrícola (como maíz o trigo) y no agrícola (como cobre o vidrio) constituye uno de los principales obstáculos que debe enfrentar la industria alimenticia.

El incremento en la demanda de biocombustible por parte de EE.UU. ha propiciado una demanda creciente del maíz producido en México. En consecuencia, los precios de los bienes derivados, como es el caso de las tortillas, se incrementaron constantemente. Por otra parte, en el marco de un proceso de desregulación y de liberalización económica, luego de la desaparición de Conasupo en 1999 y del control del precio oficial de la tortilla se generó un aumento continuo del precio promedio y, en consecuencia, una disminución en el consumo de las mismas. De manera más general, la liberalización progresiva de los mercados alimentarios y de los intercambios comerciales internacionales propició la degradación del comercio internacional agroindustrial de México (Coelho & Castillo, 2010).

De igual forma, el incremento de los precios de la energía (petróleo, gas natural, entre otros) propició un aumento de los precios de los insumos y de los costos de producción de la industria alimenticia. Asimismo, el proceso de concentración industrial (proveedores y competidores) y comercial (supermercados, mayoristas, entre otros) presiona y reduce la flexibilidad de la industria de alimentos y, en consecuencia, afecta los márgenes económicos y financieros (Coelho & Castillo, 2010).

Asimismo, Witker y Díaz (2011) señalan que, pese a los resultados insuficientes del *Tratado de Libre Comercio con América del Norte* (TLCAN), existe un pequeño grupo económicamente poderoso que se rehúsa al cambio del *statu quo*, como son los dueños de maquiladoras, productores de frutas y hortalizas del norte y oeste de México, que han sido tradicionalmente competitivos por su acceso privilegiado al crédito, entre otras causas.

De acuerdo con estos investigadores (2011), es precisamente en ese pequeño sector donde se generan los “espejismos” favorables tras la entrada del TLCAN, pues se exponen cifras como las siguientes: crecimiento del sector agropecuario del 30 %, entre 1993 y 2005; crecimiento del sector agroindustrial en un 519 % durante el mismo periodo. Las exportaciones agroalimentarias mexicanas a

Canadá y Estados Unidos alcanzaron 9,800 millones de dólares, el triple de las cifras previas para 1993. En contraste, las importaciones mexicanas de productos agroalimentarios superaron los 11,600 millones de dólares, siendo su incremento de 189%. Adicionalmente, entre 2000 y 2005 la migración de mexicanos hacia el norte aumentó casi a medio millón, del cual el 85 % ingresó sin documentos (2011).

Estas cifras demuestran que los supuestos beneficios del TLCAN se limitan meramente a los comerciales, y no así a los económico-sociales del país, pues de ser el panorama tan favorable, los más de 360 mil campesinos que abandonan anualmente sus comunidades estarían trabajando en medio de la bonanza que el TLCAN supuestamente representa (2011).

Esto es resultado de las asimetrías de México con sus socios comerciales de América del Norte, determinadas por condiciones agrológicas de la tierra, mayor desempeño tecnológico, superior infraestructura productiva, e instituciones que incluyen políticas de Estado en materia crediticia y de precios —que protegen con determinación a productores estadounidenses y canadienses, alentándolos a la expansión en diversos mercados (2011).

Por otra parte, la alineación de los precios de los granos al mercado

internacional, y el desmantelamiento de las instituciones públicas de apoyo al campo ocasionaron que los campesinos mexicanos quedaran expuestos a una competencia desigual que agudizó su pobreza y fragmentó la estructura social, fomentando la migración al norte (2011).

Encontrar empresas de menor dimensión que han logrado internacionalizarse, aún bajo estas condiciones desfavorables, hace que estos casos se conviertan en foco de estudio, y en eje vector de nuevas propuestas ante los organismos tanto nacionales como internacionales implicados en el desarrollo de las zonas económicamente pobres de México. Máxime cuando dichos casos provocan y/o prolongan el desarrollo local.

La investigación de la cual se deriva el presente escrito aborda el proceso de internacionalización de la PyME mexicana desde la perspectiva territorial. En otros términos, analiza cómo impacta en el territorio la internacionalización de la PyME, particularmente aquella que se encuentra en el sector agroindustrial.

II. ASPECTOS METODOLÓGICOS

A fin de alcanzar una mejor comprensión del fenómeno estudiado, el proyecto de investigación del cual se derivan los resultados presentados en este espacio se fundamenta

en el *realismo crítico* (Downward & Mearman, 2006). Las empresas analizadas enseñan una realidad objetiva posible de ser conocida por el investigador y que es independiente de su posición ideológica.

El realismo crítico admite que las percepciones y conocimiento juegan un papel importante para la aproximación a la realidad, siendo esta última una fuente de aprendizaje para la generación de nuevo conocimiento. Esta característica permite la exploración sistémica de la internacionalización de la empresa de menor dimensión, el aumento en su competitividad internacional, y el impacto positivo en zonas económicamente pobres.

La investigación se enriquece porque se aprecia desde varias perspectivas un mismo objeto de estudio —la pequeña y mediana empresa que ha aumentado su competitividad internacional, aún en entornos económicos poco favorables—. Phillips & Burbules (2000) definieron esta característica como la consideración de varias “observaciones válidas de un mismo fenómeno”.

Se usan métodos traslapados en función del propio fenómeno, de tal forma que se alcanza la recopilación de datos tanto cuantitativos como cualitativos, cuya complementariedad facilita la profundización en el fenómeno de estudio (Ackroyd,

2002). Además, la epistemología del realismo crítico sugiere que la investigación cualitativa “captura” la textura de las experiencias de un fenómeno, permitiendo la descripción y explicación de los eventos y las experiencias (Willig, 2001). Con esta ventaja se profundiza y gana más contexto en el fenómeno de estudio, en comparación a una aproximación numérica.

La explicación de las causas de un evento considera las relaciones entre factores, en este caso, la relación entre impacto económico en zonas económicamente pobres y la internacionalización de la empresa de menor dimensión, considerando los vínculos empresariales locales como generadores de valores económico y social.

La ontología detrás del realismo crítico consiste en una secuencia de hechos conectados de alguna manera, generalmente mediante relaciones causales, posible de comprenderse a través de la inducción (Downward, Finch y Ramsay, 2002; Downward & Mearman, 2006).

Este escrito concentra los resultados del proyecto ULSA CA 0012/10. La detección y el análisis de los casos atípicos —empresas que a pesar del entorno desfavorable se han internacionalizado impactando positivamente en la economía de la región a la que pertenecen— implica una

tarea compleja y costosa pero, a su vez, enriquecedora.

Yacuzzi (2005) recomienda tomar una posición cercana para el estudio de caso. El investigador parte de que existe una realidad externa, compleja, que puede ser conocida por medio de la observación y la triangulación (la observación es falible); además, el realismo supone la posibilidad de evaluar el conocimiento con medidas de fiabilidad y validez, elementos importantes que requieren para las visitas de campo la presencia de tres expertos y la discusión de la evidencia con los demás miembros del equipo de investigación.

Desde una perspectiva tanto orientada a la comprensión como a la acción, suele ser más importante clarificar las causas profundas de un determinado problema y sus consecuencias que describir los síntomas del problema y la frecuencia con la que estos ocurren. Las muestras aleatorias que acentúan la representatividad raramente producen este tipo de conocimiento; es más apropiado seleccionar algunos casos por su validez (Flyvbjerg, 2004).

La triangulación de resultados y el traslape de los métodos de investigación caracterizaron el presente escrito, acompañado por el análisis de dos casos atípicos, de 26 localizados. Al final se presenta una síntesis de todos.

En primer término, se integró una base con 477 empresas agroindustriales latinoamericanas y españolas de menor dimensión (por medio de los catálogos sobre los encuentros AI-Invest de 2002 a 2010).

Las empresas que conforman esta base principal asistieron a uno o más encuentros AI-Invest durante el periodo 2002-2010, operan en distintas regiones del mundo, y son activas en la búsqueda de nuevos colaboradores tanto nacionales como internacionales. A fin de localizarlas, se integraron 16 catálogos de encuentros organizados en el marco de AI-Invest. Una vez integrados los directorios en uno solo, se procedió a clasificar a las empresas por sector (1115 empresas agroindustriales), y a localizarlas por teléfono e Internet. Esto último permitió detectar qué empresas habían desaparecido y cuáles continuaban operando en el ámbito internacional (477 empresas agroindustriales latinoamericanas y españolas).

Con una base depurada (477 de las cuales 130 son mexicanas), se concentró el estudio de este último año en 26 casos agroindustriales mexicanos que han impactado positivamente en el desarrollo local de las zonas rurales.

Se realizaron visitas de campo y entrevistas en profundidad en 14 empresas de las 26 detectadas. Con excepción de dos casos que actúan

en el ámbito nacional, las 24 restantes tienen que ver con empresas que operan en varias regiones del mundo y mantienen vínculos con su región de origen, trayendo un impacto aparentemente positivo sobre la región —impacto derivado de sus actividades internacionales—.

El proyecto CA-ULSA 0012/10 permitió la continuidad para los resultados alcanzados en el proyecto PAP-PIT IN308008, DGAPA, UNAM. De esta forma, dentro de las 477 empresas hay 66 del sector agroindustrial mexicano que han sido estudiadas durante nueve años en relación con: la creación de vínculos empresariales internacionales, y la forma en que enfrentaron los conflictos y fracasos, así como la manera en que han logrado participar en mercados internacionales.

25 casos localizados formaron parte del primer estudio. Estos casos fueron confirmados, solo se detectó uno más durante el segundo proyecto. También se detectaron empresas con perfiles similares en América Latina, que aún no son visitadas por límites en recursos económicos.

El caso mexicano añadido en esta segunda etapa ya formaba parte de las 66 empresas, pero no había sido caracterizado como catalizador del desarrollo. A continuación se presentan los resultados alcanzados.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el presente escrito, se considera que la competitividad es “[...] la capacidad de la empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en empresas semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo” (Hague-nauer, 1989, p. 23).

Bajo esta óptica, se relacionan la búsqueda de mayor competitividad para el vínculo multiempresa (más de dos empresas con un solo acuerdo de cooperación) con la creación de valor social para la red local. También queda más claro el fortalecimiento de la red local en la medida en que el vínculo multiempresa adquiere mayores compromisos en los mercados extranjeros.

El colaborador que forma parte de un vínculo multiempresa descubre que la creación de valor social es fundamental para que los agentes locales (en su mayoría pequeños productores) conserven su lealtad hacia el vínculo; por lo tanto, el mecanismo de cooperación facilita que el vínculo multiempresa obtenga recursos de la red local y, a su vez, esta le facilite la generación de ventajas. Esto último explica por qué la empresa que se internacionaliza mediante un vínculo multiempresa, basado en una red lo-

cal, difícilmente aumenta su tamaño y, mucho menos, se desprende de la localidad.

Chudnovsky y Porta (1990) señalan que para una mayor competitividad, la empresa recurre a diversos instrumentos, tales como: una mejor administración financiera, una mayor capacidad innovadora en materia de nuevos productos y procesos de producción, un aumento de la productividad de la mano de obra y de mayor capital que el de sus competidores, la reducción de los costos de transacción, la subcontratación, entre otros. Las redes locales son una fuente indiscutible de estos instrumentos para los vínculos multiempresa que

se han detectado. El vínculo multiempresa que es catalizador de la red local tiene la posibilidad de influir en la misma para, con ello, aumentar su competitividad.

La red local facilita al vínculo multiempresa la posibilidad de que, ante la competencia internacional, mantenga factores propios y específicos. Factores como pueden serlo la utilización de una tecnología más avanzada, un mejor aprovechamiento de las economías de escala, una mejor capacitación de la mano de obra, u otros factores que reflejan una dirección más eficiente o una estrategia competitiva más acertada por parte de los empresarios (Chudnovsky y

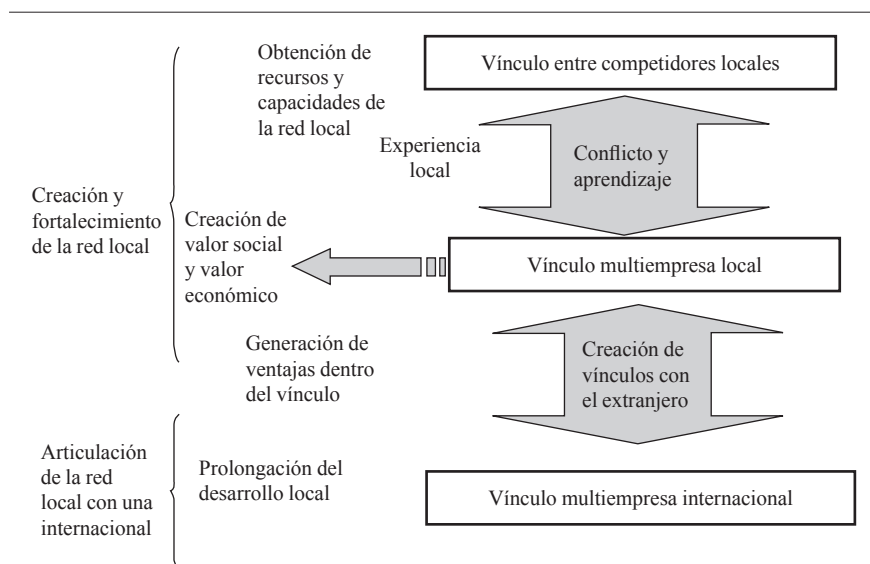


Figura 1. El vínculo multiempresa como catalizador de la red local y agente que articula a esta última con una red internacional

Fuente: elaboración propia.

Porta, 1990). Factores que difícilmente lograría obtener una empresa de menor tamaño y que, gracias a cómo se vincula, los obtiene al mismo tiempo que participa en diferentes regiones del mundo.

Las 26 empresas agroindustriales mexicanas son catalizadoras de una red local; dos de ellas actúan en el ámbito nacional con impacto positivo local, pero aún no cuentan con actividad directa en otras regiones del mundo. Este grupo arroja los siguientes resultados: 65,38% de los empresarios han pasado por experiencias de fracaso y oportunismo, mientras que 96,15% del total busca continuamente nuevos colaboradores. Una de las empresas no cuenta con página de Internet ni aparece en directorios, a pesar de estar exportando de forma constante a Europa.

Cuadro 1. Motivos del fracaso con base en la percepción de los colaboradores entrevistados

Caso 1	Falta de seguimiento
Caso 2	Desconocimiento del mercado
Caso 3	No funcionó la sociedad, por lo tanto, se dio de baja a la empresa
Caso 7	Problemas de administración y situaciones de comercialización
Caso 8	Competencia con precios muy bajos
Caso 10	Cuestiones referentes a los pagos
Caso 11	Abuso

Continúa

Caso 12	Se perdieron 115 mil pesos
Caso 14	Falta de preparación en la gente del campo
Caso 19	Diferencias culturales
Caso 20	Diferencias culturales y prácticas de intermediarios
Caso 22	Información, diferencia de opiniones, incumplimiento de una promesa o un plan que se haya atrasado
Caso 23	Pagaron con acciones de una empresa que quebró
Caso 24	El distribuidor no tenía potencial

Nota: 12 empresarios no respondieron a esta pregunta.

Fuente: elaboración propia con base en los resultados alcanzados en el proyecto CA 0012/10 ULSA.

Se localizaron empresas de menor dimensión con actividades en África, Asia, Europa y América Latina. Dichas empresas han mostrado capacidad para articularse con la localidad de origen de forma que esta última es proveedora de recursos. Esto es una ventaja singular para entrar en mercados extranjeros o establecer alianzas con empresas transnacionales, porque les permite tomar ventaja en el proceso de negociación y obtener mayor provecho de los vínculos internacionales. En otras palabras, los vínculos locales (origen) favorecen el éxito en los vínculos internacionales (otras regiones).

Los resultados alcanzados con base en el estudio de los 26 casos, que incluyen visitas de campo, entrevistas, observación, análisis de sus páginas

en Internet, noticias en medios de difusión y tres talleres foráneos derivan en las siguientes premisas:

Los vínculos empresariales establecidos por una PyME con varias regiones contribuyen a la dinámica económica local mediante la articulación de los diversos agentes en una red proveedora de recursos.

Los vínculos internacionales de cooperación empresarial son generadores de ventaja competitiva para la PyME latinoamericana del sector de negocios agroindustrial. Estos vínculos permiten —a través de la experiencia en entornos económicos desfavorables; el aprendizaje ante el oportunismo y el fracaso, y la negociación permanente dentro de los vínculos con agentes extranjeros— crear sinergias para vencer los obstáculos implicados en las actividades internacionales.

Es posible que la cultura juegue un papel fundamental en la provocation de vínculos locales entre competidores de las comunidades rurales. Esto se ha complementado con el aprendizaje de los colaboradores al participar en las actividades ofrecidas por Al-Invest, programa que ha jugado un papel importante para la creación de dichos vínculos.

Los vínculos empresariales tienen un papel clave en la articulación de la red local con la internacional.

Cuadro 2. Forma en que se establecieron los contactos

Caso 1	Ferias empresariales
Caso 2	Bancomext, ferias y misiones
Caso 3	Ferias y seminarios
Caso 4	Reuniones internacionales, reuniones del Tratado de Libre Comercio
Caso 5	Contratos de producción
Caso 6	Eventos e Internet
Caso 7	Relaciones con empresarios
Caso 8	Ferias europeas
Caso 9	Adquisición de maquinaria
Caso 10	Referencias y eventos
Caso 11	Compra de fertilizantes
Caso 12	Exposiciones y mediante una asociación de verduras congeladas
Caso 13	Venta de productos
Caso 14	Venta de productos
Caso 15	Búsqueda a través de la web y directorios
Caso 16	A través de representantes propios en México
Caso 17	Compra de productos
Caso 18	Ferias
Caso 19	Misiones y encuentros
Caso 20	Misiones y encuentros
Caso 21	Ferias y contactando personas
Caso 22	Trabajo conjunto, cursos de capacitación, consultas telefónicas, venta de productos y compra de maquinaria
Caso 23	Encuentro empresarial
Caso 24	Venta de productos
Caso 26	Europeos se han acercado

Fuente: elaboración propia con base en los resultados alcanzados en el proyecto CA 0012/10 ULSA.

Esto último, porque al conformarse por empresas de menor dimensión, catalizadoras de la red local, facilitan los beneficios indirectos de las actividades internacionales a las mismas, fomentando la flexibilidad de adaptación económica de estas ante los cambios macroeconómicos.

Existe una tendencia al tamaño pequeño por parte de las empresas catalizadoras, las cuales, en su mayoría, incentivan a los pequeños productores locales. Las muy pequeñas tienden a crecer mientras las más grandes, a decrecer. El decrecimiento

podría ser una respuesta a la formación de vínculos empresariales, dado que esto viene acompañado por un mayor compromiso hacia fuera. Por otra parte, habrá que observar el comportamiento de los mismos en un futuro inmediato, particularmente por los problemas de sequía que enfrentan, así como otras circunstancias derivadas por el aumento de los energéticos, la gripe aviar y los cambios climatológicos de los últimos dos años.

El 80,76 % se orienta a la innovación con el fin de generar valor económico

Cuadro 3. Número de empleados y puestos de trabajos indirectos en empresas de menor dimensión del sector agroindustrial que actúan en varias regiones del mundo. Parte I

<i>Código de empresa</i>	<i>Antigüedad en años</i>	<i>Regiones o países en los que opera</i>	<i>Empleados 2003</i>	<i>Empleados 2012</i>	<i>2003/2012 %</i>	<i>Generación de puestos indirectos</i>
Caso 1	50	Alemania, Polonia y Austria	80	120	50	Pequeños productores de agave
Caso 2	¿?	EE. UU., Sudamérica, Europa y Asia	100	70	-30	Pequeños productores de sábila
Caso 3	37	América Latina	30	30	0	Pequeños productores de miel en América Latina
Caso 4	64	Europa, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile, Argentina, Uruguay, Canadá y EE.UU.	4	7	75	Productores de uva. Abarcan diversos tamaños a escala nacional y todos los tipos de producción agroindustrial relacionados con el fruto
Caso 5	28	Europa, Canadá y EE. UU.	20	20	0	Al ser una empresa enfocada en la innovación tecnológica, refuerza la supervivencia y prolongación en el tiempo de las empresas agroindustriales a escala nacional
Caso 6	71	Italia, España y EE. UU.	6	6	0	Pequeños productores de café de la región

Continúa

<i>Código de empresa</i>	<i>Antigüedad en años</i>	<i>Regiones o países en los que opera</i>	<i>Empleados 2003</i>	<i>Empleados 2012</i>	<i>2003/2012 %</i>	<i>Generación de puestos indirectos</i>
Caso 7	31	California (EE. UU.)	100	120	20	Pequeños productores de azúcar y cacao
Caso 8	14	Europa	6	10	67	Pequeños productores de agave y comercializadores de tequila en la región
Caso 9	29	Francia, EE. UU. Panamá, Guatemala	50	50	0	Al ser una empresa enfocada en la innovación tecnológica, refuerza la supervivencia y prolongación en el tiempo de las empresas agroindustriales
Caso 10	12	EE. UU. Canadá y Japón	200	100	-50	Pequeños productores de aguacate de la región

Fuente: elaboración propia con base en los resultados alcanzados en el proyecto CA 0012/10 ULSA.

Cuadro 3. Número de empleados y puestos de trabajo indirectos en empresas de menor dimensión del sector agroindustrial que actúan en varias regiones del mundo. Parte II

<i>Código de empresa</i>	<i>Antigüedad en años</i>	<i>Regiones o países en los que opera</i>	<i>Empleados 2003</i>	<i>Empleados 2012</i>	<i>2003/2012 %</i>	<i>Generación de puestos indirectos</i>
Caso 11	40	EE. UU., Europa	23	21	-8,6	Al ser una empresa enfocada en la innovación tecnológica, refuerza la supervivencia y prolongación en el tiempo de las empresas agroindustriales
Caso 12	24	EE.UU.	230	200	-13	Pequeños productores de verduras a escala nacional
Caso 13	12	Japón, EEUU, Alemania	10	5	-50	Pequeños productores de aguacate, mango, toronja y chile manzano
Caso 14	¿?	Europa	35	30	-14	Pequeños productores de verduras
Caso 15		Europa	30	32	6.7	Pequeños productores de agave
Caso 16	77	Argentina	110	135	22,7	Pequeños productores de trigo, maíz, amaranto, avena, linaza, salvado y soya
Caso 17	12	Bélgica	18	11	-38,89	Pequeños productores de nuez de macadamia

Continúa

<i>Código de empresa</i>	<i>Antigüedad en años</i>	<i>Regiones o países en los que opera</i>	<i>Empleados 2003</i>	<i>Empleados 2012</i>	<i>2003/2012 %</i>	<i>Generación de puestos indirectos</i>
Caso 18	52	EE. UU., Europa, Centro América, Colombia, Puerto Rico, Ecuador, Guatemala	160	130	-18,75	Al ser una empresa enfocada en la innovación tecnológica, refuerza la supervivencia y prolongación en el tiempo de las empresas agroindustriales
Caso 19	36	China, Japón, India, entre otros más	202	89	-56	Pequeños productores de chile y páprika tanto en México como en Asia y África
Caso 20	37	EE. UU., Israel, Europa y Asia	100	100	0	Pequeños productores de tomate, mango, tomatillo, pimientos, chiles picantes y otros vegetales producidos en la región noroeste del país
Caso 21	57	Francia, Canadá, Centro y Sudamérica	100	60	-40	Pequeños productores de aguacate en la región
Caso 22	14	Centro y Sudamérica, el Caribe, EE. UU., Suiza	74	70	-5,4	Productores de trigo en la región
Caso 23	15	EE. UU.	26	70	169	Pequeños productores de agave
Caso 24	¿?	Europa	16	30	87,5	Pequeños productores de agave
Caso 25	60	EE. UU., Europa	¿?	41	¿?	Pequeños productores de agave
Caso 26	15	EE. UU., Europa	¿?	35	¿?	Pequeños productores de agave

Fuente: elaboración de los autores con base en los resultados alcanzados en el proyecto CA 0012/10 ULSA.

Cuadro 4. Actividades como catalizador de la red

	<i>Ejerce liderazgo en la línea tradicional del negocio</i>	<i>Apoya a las cadenas de valor fomentando la investigación y el desarrollo orientado a la generación de valor económico y social</i>	<i>Promueve la inclusión económico-productiva y fomenta servicios en los sectores marginados</i>
No. de empresas	18	21	20
Porcentaje	69,23 %	80,76 %	76,92 %

Fuente: elaboración de los autores con base en los resultados alcanzados en el proyecto CA 0012/10 ULSA.

y social, aun cuando solo el 69,23 % ejerce liderazgo en la línea tradicional del negocio. Este resultado muestra la tendencia de estas empresas a ejercer estrategias de cooperación en los vínculos que establecen.

En los casos expuestos en el presente escrito las acciones colectivas han derivado en la generación de empresas que fortalecen su aportación al desarrollo rural sostenible; son más activas apoyando las cadenas de valor locales y fomentando la investigación y el desarrollo orientado a la generación de valor social; promueven la inclusión económica-productiva, y fomentan servicios a los sectores marginados. Muchas de ellas tienen más de veinte años fortaleciendo sus redes de contacto, situación que se refleja en el fortalecimiento de la red local. A su vez, estas empresas fortalecen su competitividad internacional. A continuación se muestran dos casos.

Caso 1: La innovación en la forma de hacer negocios apícolas

La empresa es familiar y tiene 36 años de antigüedad. Se dedica al servicio de la polinización, produciendo miel de abeja, venta de polen, jalea real y todo tipo de material necesario en insumos para los negocios apícolas. Esta empresa puede considerarse como líder en México en relación con la polinización para

cultivar abejas. Cuenta con más de 16 mil colmenas para las siembras de pepino, berenjena, calabaza, sandía y algunas variedades de hortalizas chinas. No solo se concentra en satisfacer las demandas del mercado, sino también en proteger el medio ambiente con responsabilidad para contribuir al desarrollo social, y no solo al desarrollo económico de la región en la que se localiza.

En varios Estados de México los apicultores necesitan vencer factores climáticos muy adversos. A este reto hay que añadirle la alimentación de las colmenas acompañada de suplementos, siendo esto último importante para que las empresas del sector sean competitivas ante aquellas cuyo clima sí es favorable para la producción de miel. Esta última tarea requiere observar aspectos de manejo de genética y sanidad.

La alimentación con jarabe de alta fructuosa fue detonador del repunte de la empresa analizada, a través de la alimentación en los periodos de polinización, pues de esta forma se evitan las muertes de colmenas por envenenamiento y evasión de colmenas por hambre. Con esto se favorece la sustentabilidad y se evitan los principales problemas que los apicultores enfrentan por usar el *estrepén* vitaminado. Este último lo usan con el fin de estimular la postura de las reinas.

Las abejas son capaces de allegar sus propios alimentos, de almacenarlos, y en la mayoría de los casos sobreviven sin la intervención del hombre; sin embargo, en su explotación, el que sobrevivan no es ni el principal, ni el último objetivo.

En la apicultura moderna, el principal objetivo es aumentar los rendimientos por encima de los costos y, sobre todo, tener rendimientos mayores que los principales competidores (China, Argentina y otros). Esto requiere la conjugación de una serie de técnicas y prácticas como la alimentación, el uso de suplementos, cambio de reinas de calidad, manejo y movilización (Ordoñez, 2012). En relación con los vínculos empresariales, el colaborador asiste regularmente a ferias y encuentros con el fin de encontrar nuevos socios. Adicionalmente, colabora de manera activa dentro de una asociación nacional de apicultores.

El número de empleados aumentó de 20 a 30 en los dos últimos años. En los tres últimos, la empresa innovó en la forma de hacer negocios. Originalmente se concentraba en la producción de la miel; en la actualidad se focaliza en la renta de colmenas a terceros. Apenas está incursionando en el mercado europeo y ha tenido algunas ventas esporádicas hacia esta región. El colaborador considera que los congresos y seminarios nacionales son básicos para la creación y

mantenimiento de los vínculos empresariales. La visión es establecer vínculos con empresas de su mismo giro, pues aún no ha explorado las vinculaciones con empresas de otros sectores. De hecho, mantiene vínculos nacionales que pueden situarse entre los quince y veinte años de antigüedad. Entre los fracasos está una sociedad que no funcionó.

Busca la cooperación para la busca para aumentar la competitividad de la empresa. Relaciona los vínculos de cooperación con la rentabilidad, y considera que los primeros le permiten reducir los costos. Adicionalmente, considera la liquidez como un elemento importante para el éxito en los vínculos empresariales. En la actualidad busca nuevos mercados y canales de distribución para sus productos. Es posible que esta búsqueda lo sitúe ante la decisión de vincularse con empresas que no necesariamente sean de su mismo giro y a incursionar en otras regiones como Europa, Asia y África.

A pesar de ser una empresa cuya dimensión en capital y empleados es pequeña, se ha convertido en catalizadora de un grupo de empresas nacionales, protagonizando para estas la innovación en el proceso de la miel y en nuevos modelos de negocio. De esta forma, aporta a la generación de empleo en zonas rurales en el ámbito nacional.

Caso 2: El tequila y la existencia de vínculos multiempresa simultáneos

La producción del tequila comprende de dos fases distintas: la agrícola (siembra y cultivo de la planta) y la industrial. La planta (agave) tarda en crecer entre ocho y diez años para finalmente ser transportada (piña) a una fábrica en la que se transforma en tequila (Macías, 2001).

El tequila se ha orientado hacia la dependencia progresiva de los capitales extranjeros (empresas multinacionales en el caso del tequila embotellado y embotelladoras estadounidenses para el tequila vendido a granel). Esta dependencia, de acuerdo con Coelho (2007), se debe a los siguientes factores: la estabilización de las relaciones hacia adelante o con sus proveedores de insumos; mejoras continuas y cualitativas de la producción, que funcionan por medio de una aportación de capital y de conocimiento; el papel estratégico de las marcas; las relaciones con el mercado de consumo y el acceso al mercado internacional.

De acuerdo con Macías (2001), las relaciones entre los agricultores del agave y los industriales del tequila han estado marcadas por enfrentamientos y la imposición del poder de los segundos sobre los primeros. Ello ha ocasionado periodos de severa escasez seguidos por otros con

sobreproducción. Los periodos de escasez conducen al aumento del costo en materia prima y, por lo tanto, al cierre de las pequeñas empresas, mientras que en los periodos de sobreproducción existen pérdidas para las unidades agrícolas al perderse el agave, después de ocho años de cuidado e inversión.

La industria del tequila ha tenido en los últimos años un gran dinamismo con el crecimiento de empresas y marcas que se comercializan debido al incremento del mercado de consumo. También ha aumentado el mercado de exportación; según Macías (2001), existen 60 países a los cuales ya se está exportando el producto, si bien continúan exportando el 80 % de lo producido a EE. UU.

La industria cada vez es más madura, con pocas barreras para la entrada y salida de empresas, siendo el acceso a la materia prima la mayor barrera de entrada. Sin embargo, la existencia de cuatro grandes empresas, dos de ellas transnacionales, conduce a que las de menor dimensión apliquen estrategias de diferenciación de sus productos y segmentación de mercados (Macías, 2001).

En este sentido, son evidentes el refinamiento de la bebida y los productos destinados a las mujeres, así como los tequilas de sabores y con envases llamativos, cuyos compradores los adquieren como símbolos

de distinción. Es importante hacer notar que la diferenciación del producto con mayor valor agregado poco tiene que ver con las alianzas a favor del origen, del ambiente o del patrimonio del tequila, como sí ocurre con otras bebidas (Macías y Valenzuela, 2009).

Las empresas analizadas dentro del proyecto han establecido vínculos empresariales entre ellas. Si bien en la mayoría de los casos han creado valor y lo han compartido, los empresarios no reconocen que esto implique la cooperación entre ellos. La razón es que se localizan en la misma región geográfica (Amatitán, Jalisco).

Una de las cuatro empresas (la cooperativa) dio origen a tres de las estudiadas. Esto último muestra el papel clave del aprendizaje local antes de convertirse en exportador. En relación con la cooperativa, aparentemente no ha logrado el objetivo principal para la cual fue creada: lograr la unión de los productores de agave con la finalidad de preservar la producción del mismo y aumentar el bienestar económico y social de la población. La cooperativa ha pasado por periodos difíciles debido a las divisiones entre las empresas tequileras y los productores de agave; sin embargo, ha rendido frutos al permitir que dichos productores de agave pasen a nuevas fases de la cadena de valor del tequila, e inclusive logren

competir en los mercados internacionales con marcas propias.

Respecto a esto último, es importante señalar que sí se han obtenido beneficios para el sector por su creación y permanencia. Entre estos beneficios se citan: la conservación de la producción de agave para los pequeños productores, a pesar de los periodos de escasez y de sobreproducción; la creación de empresas tequileras competitivas bajo el respaldo de esta cooperativa —tal es el caso de tres de las empresas aquí enunciadas—, y, a pesar de la instalación de capitales extranjeros, una cantidad considerable de pequeñas y medianas empresas productoras de tequila y de cientos de pequeñas unidades productoras de agave.

Al analizar los casos estudiados, encontramos que los empresarios se valen de los vínculos entre ellos para mantener sus fábricas trabajando al 100 % y obtener menores pérdidas (en ocasiones ganancias) en tiempos de escasez. Asimismo, en tiempos de sobreproducción, los vínculos tanto locales como internacionales les permiten transformar el agave en tequila y colocarle en barricas con el fin de evitar la pérdida del producto y prepararse para mayores ganancias en la etapa de escasez. Es muy claro que el aprendizaje sobre los vínculos empresariales no ha impregnado a toda la región, siendo Amatitán un caso particular respecto a esto.

Un punto fundamental ha sido que no utilizan los vínculos familiares y de amistad para subsidiar la economía familiar ni tampoco la empresarial. Reconocen que al hacer negocios lo esencial es la creación de valor económico antes que compartir tan solo por solidaridad.

Este último rasgo es lo que condujo a que los empresarios entrevistados (se hizo un seguimiento específico durante dos años a estas empresas, que implicó tres visitas de campo, acompañadas por entrevistas semestrales, más un taller sobre cooperación) no reconocieran verbalmente que cooperaban al colaborar con otros empresarios.

El empresario considera que la solidaridad es un rasgo de la cooperación (de antemano, sabemos que esto no se relaciona de esa forma), le es difícil desasociar la cooperación de la solidaridad y ligarla a la creación de valor económico. Si bien no reconocieron verbalmente que están cooperando, sí lo demostraron mediante hechos, al mostrar los vínculos establecidos con agentes locales y extranjeros; asimismo, han alcanzado resultados favorables que de otra forma no habrían logrado.

Los vínculos creados por las tres empresas graduadas por la cooperativa se caracterizan por abarcar varios niveles. La cooperativa es el pilar estratégico de las otras tres, y

de otras más que no se incluyen en el estudio por no cubrir el perfil completo. Muchos pasaron de ser solo productores a emprendedores dentro de la cooperativa, la cual hoy en día es subvencionada por las empresas graduadas.

Esto es interesante, porque la cooperativa no ha crecido ni producido lo que el gobierno mexicano proyectó cuando la creó. El crecimiento y la producción de la misma se trasladan hacia la creación de nuevas empresas en la red que han establecido los productores regionales tanto de tequila como de agave, y en la oportunidad de aprender a colaborar entre ellos. Esta cooperativa podría conocerse mejor como la incubadora de empresas tequileras y semillero de emprendedores, sin contar que sigue siendo el instrumento de integración de los pequeños productores de agave y tequila de la región.

Todo esto se percibe al mirar que el mercado no está cien por ciento controlado por las transnacionales y, a pesar de que una gran parte de los beneficios son obtenidos por los capitales extranjeros, aún existen en la región productores en pequeño para exportar.

CONCLUSIONES

El desarrollo endógeno en las pequeñas comunidades rurales mexicanas tiene la posibilidad de prolongarse

al articular el sistema local a redes de cooperación empresarial internacionales. El vínculo multiempresa que sirve de catalizador de la red local, y que a su vez la articula a una internacional es propio para lograr el desarrollo de las comunidades económicamente pobres, como se muestra en los casos presentados.

El vínculo que guarda la generación de valor económico con el social se descubre al encontrar que la red local ofrece recursos al vínculo multiempresa, recursos que al ser utilizados dentro de dicho vínculo generan ventajas competitivas para este. Dichas ventajas facilitan la internacionalización del vínculo y su articulación a redes en otras regiones.

Los 26 casos se relacionan con empresas con actividades en distintas regiones del mundo; sin embargo, durante el periodo analizado no han crecido en correspondencia con los compromisos que han adquirido hacia el exterior. Esto se debe a que sustituyen el crecimiento por la generación y fortalecimiento de los vínculos locales. En su mayoría, estos vínculos locales se concentran en pequeños productos locales, permitiendo que de forma indirecta se beneficien de las actividades internacionales de la empresa catalizadora.

La principal explicación a su competitividad internacional radica en la generación de ventajas en función de

los recursos que la localidad de origen les provee. Recursos que al combinarse son difícilmente imitables por los competidores internacionales, permitiéndoles actuar en varias regiones del mundo en paralelo a las transnacionales.

Las empresas implicadas en el estudio, por su antigüedad, han demostrado que la experiencia adquirida a través del tiempo les ha permitido conservar y aumentar su competitividad a pesar del entorno económico desfavorable.

Por otra parte, en la base conformada por las 477 empresas existen casos en América Latina y España con perfiles similares a los estudiados. Es oportuno profundizar en ellos. Asimismo, estos casos evidencian que la PyME es motor de desarrollo, y que la apuesta por su internacionalización fue acertada para los sistemas económicos locales latinoamericanos. Resta la tarea más difícil para las instituciones y gobiernos: hacer que dichos casos dejen de ser atípicos y que existan más empresas catalizadoras del desarrollo en zonas económicamente pobres en función de las actividades internacionales.

Con respecto a la pregunta planteada al principio: ¿de qué manera las pequeñas y medianas empresas (PyME) mexicanas agroindustriales que participan en las redes de cooperación empresarial internacionales están

actuando como instrumentos de desarrollo endógeno?, los resultados mostraron que estas empresas actúan como catalizadoras de redes locales, en función de que estas últimas les proveen recursos, generándose así una relación positiva entre la competitividad en la PyME y la generación de valor social y económico para la localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Ackroyd, S. (2002), *Organization of Business: Applying Organizational Theory to Contemporary change*, New York: Oxford University Press.
- Ayala, A. et al. (2010), “Fortalecimiento de la competitividad del sector agropecuario en Hidalgo.” En: *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1, 2: 231-244.
- Bendesky, L. (1994, noviembre), “Economía regional en la era de la globalización.” En: *Comercio exterior*, 11: 932-939.
- CE (2001), “Construir una Europa empresarial. Actividades de la Unión en favor de la pequeña y mediana empresa (PyME)”. En: COM (ed.). *Informe de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones*.
- CEPAL (2010a), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe 2009-2010: crisis originada en el centro y recuperación impulsada por las economías emergentes*, Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- _____, (2010b, noviembre), *Panorama social de América Latina 2010*, Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Chudnovsky, D. & Porta, F. (1990), *La competitividad internacional. Principales cuestiones conceptuales y metodológicas*, Uruguay: Universidad de la República de Uruguay.
- Coelho, A. & Castillo V. (2010), “Fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas en la industria alimentaria mexicana: balance y perspectivas”. En: *Análisis Económico*, 59: 121-146.
- Coelho, A. (2007), “Eficiencia colectiva y upgrading en el cluster del tequila”. En: *Análisis Económico*, 49: 169-194.
- De la Dehesa, G. (2000), *Comprender la globalización*, Madrid: Alianza.
- Dirección General de Política de la PyME (2000), *La cooperación internacional de la empresa*, Madrid: Dirección General de Política de la PyME/Ministerio de Economía.
- Downward, P. & Mearman, A. (2006), “Retrodution as mixed-methods triangulation in economics into social science”. En: *Cambridge Journal of Economics*, 31: 77-99.
- Downward, P., Finch, J. & Ramsay, J. (2002), “Critical realism, em-

- pirical methods and inference: a critical discussion". En: *Cambridge Journal of Economics*, 26, 4: 481-500.
- Flyvbjerg, J. (2004), "Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso". En: *Reis*, 106, 4: 33-62.
- González, T. & González, S. (2010), "Al Invest en el marco de la cooperación europea: una retrospectiva". En: *Revista Universitaria Europea*, 13: 33-50.
- Haguenauer, L. (1989), "Competitividad, conceitos e medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro". En: *IEI/UFRJ*, TPD, 208.
- Irusta, M. (2007), Grupo Modelo at the Beginning of the XXI Century. Estudio de caso, Sevilla: Instituto Internacional San Telmo.
- López, V. (1997), *Globalización y regionalización desigual*, México: Siglo XXI.
- Macías, A. (2001), "El cluster en la industria del tequila en Jalisco, México". En: *Agroalimentaria*, no. 13: 57-72.
- Macías, A. & Valenzuela A. (2009), "El tequila en tiempos de la mundialización". En: *Comercio Exterior*, 59, 6: 459-472.
- Martín, M. & González, T. (2008), "El papel del vínculo multiempresa para prolongar el desarrollo endógeno. El caso de la empresa agroindustrial". En: *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 15: 15-32.
- Ordoñez, A. (2012), "Alimentación y suplementación." En: *Apiservices - Virtual Beekeeping Gallery*, s.f. obtenida de: www.beekeeping.com/articulos/alimentacion_suplementacion.htm
- Phillips, D. & Burbules, N. (2000), *Postpositivism and Educational Research*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Rendón, A. & Morales, A. (2008), "Grupos económicos en la industria de alimentos. Las estrategias de GRUMA". En: *Argumentos*, 21, 57.
- Sáez y Cabanelas, J. (1997), *Cooperar para competir con éxito*, Madrid: Pirámide.
- Vázquez, A. (2005), *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Barcelona: Antoni Bosch.
- Willig, C. (2001), *Introducing Qualitative Research in Psychology: Adventures in Theory and Method*, Berkshire: Open University Press.
- Witker, J. & Díaz, I. (2011), "El Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Defensa Jurídica Tardía del Campo Mexicano". En: *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 12: 149-168.
- Yacuzzi, E. (2005), *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación*, Buenos Aires: Universidad del CEMA.

