



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

COORDINACIÓN GENERAL ACADÉMICA

Coordinación de Bibliotecas

Biblioteca Digital

La presente tesis es publicada a texto completo en virtud de que el autor ha dado su autorización por escrito para la incorporación del documento a la Biblioteca Digital y al Repositorio Institucional de la Universidad de Guadalajara, esto sin sufrir menoscabo sobre sus derechos como autor de la obra y los usos que posteriormente quiera darle a la misma.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES Y COOPERACIÓN (CON
ÉNFASIS EN AMÉRICA LATINA Y LA UNIÓN EUROPEA)



BARRERAS A LA INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES
MEXICANAS EN EL MARCO DE LA COOPERACIÓN
INTERNACIONAL

Trabajo recepcional para obtener el Grado de
Maestro en Relaciones Económicas Internacionales y Cooperación

Que presenta:

Laura Carmina Maldonado Ruíz

Director:

Dra. María del Rosario Cervantes Martínez

INTRODUCCIÓN

En el contexto de la globalización y la liberalización de los mercados cada vez más constante se encuentran inmersas las pequeñas y medianas empresas o PYMES, que constituyen en la economía mexicana el 99.8% de las unidades empresariales existentes (ProMéxico, 2014). De acuerdo con las condiciones de funcionamiento de las PYMES, estas unidades económicas tienden a desarrollarse de distintas formas dependiendo del giro en el que se especialicen.

El entorno en el que se desempeñan estas empresas es pujante, pues se tiene la competencia constante de las grandes empresas y las empresas transnacionales. Por estos motivos es imperativo que estas unidades económicas busquen la internacionalización, y que de esta forma se encuentren mayores oportunidades de desarrollo para algunas PYMES y la conservación en el mercado para algunas otras.

Sin embargo, en la búsqueda de la internacionalización, las PYMES encuentran una serie de barreras que obstaculizan este proceso evolutivo y necesario. Estas barreras pueden ser internas, dentro de los límites de la empresa, o externas que involucren las economías y el entorno político y social de la región en el que se encuentran o a donde buscan llegar (Leonidou, 2004).

Confinados dentro de las barreras tanto internas como externas se encuentran los derechos de propiedad intelectual, factor que puede ser imprescindible en la internacionalización de una empresa, pues constituye la garantía sobre la propiedad del servicio o producto ofertado. Aunque estos derechos componen gran parte de la estructura empresarial, transmutan en barreras a la internacionalización, cuando es poco probable para una PYME obtener el registro de una marca, un registro de un modelo de utilidad, registro de patente o los derechos de autoría sobre alguna obra. Los elevados costos que tienen que pagarse para ser acreedor a estos derechos y garantías resultan en erogaciones muy pesadas para muchas PYMES, que terminan aquí su lucha por internacionalizarse.

Esta investigación busca identificar las barreras de mayor impacto que tienen que sortear las PYMES mexicanas para su internacionalización en un marco de Cooperación Internacional, en el contexto en el que instituciones como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), pueden constituir una barrera más para las PYMES en su proceso de internacionalización incluso con los programas y plataformas que dicho organismo ha impulsado a fin de aumentar la inmersión comercial de estas unidades económicas.

Mediante un análisis detallado de los elementos más relevantes de la Propiedad Intelectual y los conceptos jurídicos que dan orden y legalidad a los procesos de protección de estos derechos, se identifican los medios por los cuales es posible y necesaria la protección de los intangibles bases de las diversas unidades económicas. También, con base en datos estadísticos se realiza un análisis para identificar la importancia y vinculo que existe entre los registros de marcas y patentes y los volúmenes de exportación en empresas mexicanas, y de esta forma establecer la correlación presente entre las empresas que garantizan sus intangibles y la exportación mexicana existente en los periodos de 2007-2015.

CAPÍTULO I. LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO A TRAVÉS DEL FOMENTO A LA INVERSIÓN Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES

Existen antecedentes de cooperación entre naciones tras la Segunda Guerra Mundial. Esto debido a que los Organismos Internacionales que se formaron con la finalidad de brindar apoyo para la reconstrucción de Europa, luego del conflicto bélico, continuaron funcionando institucionalizando de esta forma la Cooperación Internacional. Sin embargo, el trabajo de estos Organismo Internacionales se desempeñó en un marco mucho más globalizado y con tendencias mucho más enfocadas a los sectores económicos y de liberalización de mercados. Un marco internacional que, además, reflejaba cambios institucionales en los mercados, también cambios ideológicos y por ende cambios en las estructuras de poder.

En este primer capítulo se analizan en principio el concepto de globalización y desarrollo, y la importancia de estos factores, para que los Organismos Internacionales sufrieran una maximización gracias a los eventos catastróficos ocurridos en Europa. Asimismo, se señala la importancia de esta nueva Cooperación Internacional para el Desarrollo desde el neoliberalismo, como una corriente nueva incorporándose a los mercados nacionales de México. Finalmente se analiza un marco de Cooperación para el Desarrollo relacionado entre América Latina y la Unión Europea, haciendo énfasis en el programa AL-Invest, para el fomento y desarrollo de las PYMES y su internacionalización, incluyendo a estas unidades económicas como un motor para las economías en México.

1.1 Globalización y desarrollo económico en México

Mientras algunos autores como Dani Rodrik dejan ver que la globalización dio inicio con las primeras transacciones económicas entre países y con el inicio del comercio de las pieles de castores en siglo XVII (Rodrik, D., 2011); otros consideran que la globalización comenzó con la revolución industrial, en el siglo XVIII gracias a las condiciones favorables en los movimientos mercantiles y la

intensificación comercial que trajeron las importantes aportaciones en la innovación y patentes (Ferrer, A., 1997). La máquina de vapor y la máquina de hilar son ejemplos claros del giro económico que tomó el mundo. Estas obras de la inventiva generaron reestructuración a nivel social, cultural y por supuesto económico.

Por otro lado, Baldwin nos habla sobre procesos de desagregación mediante el surgimiento de ideas como parte del proceso de globalización, refiriéndose en específico al período entre 1980 y 2011, y a la Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) y posteriormente al Consenso de Washington (CW) (Baldwin, R., 2011), que son analizados posteriormente en este trabajo de investigación. En lo que coincide Baldwin con Rodrik es que estos modelos o “grandes ideas” son cambios importantes en la mundialización y por ende en la forma de comercializar los productos y servicios. Además, estos procesos de separación en las fases de la globalización son determinantes para la nueva globalización que dio inicio luego de concluida la Segunda Guerra Mundial (Baldwin, R., 2011).

El final de la Segunda Guerra Mundial, impulsó a los países a tomar decisiones para relacionarse entre sí. Generando procesos de integración económica internacional o mundialización. La miseria y tragedias que dejó la Segunda Guerra Mundial, acentuaron las diferencias entre países más ricos y con niveles más altos de bienestar que otros, que se encontraban en vías de desarrollo. En la Conferencia Monetaria Y Financiera de las Naciones Unidas, celebrada en 1944 en Bretton Woods, New Hampshire EU, se establecieron las normas comerciales a nivel internacional, dando origen al Sistema Bretton Woods. Para costear estas nuevas relaciones comerciales, en esta misma conferencia se creó el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el ahora Banco Mundial (BM), que inicialmente era el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo. Estos acuerdos y organismos dieron origen a un nuevo sistema monetario internacional. Unos años más tarde, en 1947 se celebró el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y el Comercio, mejor conocido como el GATT por sus siglas en inglés.

El GATT fungió a partir de 1948 como organización del comercio con la finalidad de reducir las barreras arancelarias para incrementar el comercio internacional (OMC,2016). Posteriormente en 1994 el GATT se convirtió en la Organización Mundial de Comercio (OMC), misma que administra el comercio internacional en la actualidad. La firma de estos tratados y creación de estos Organismos Internacionales cuando finalizó la Segunda Guerra Mundial, podría considerarse un punto de inflexión y el inicio de una nueva globalización. Pues se generaron cambios en el orden mundial.

Otro ejemplo de cambios se estudia por Wallerstein, quien menciona que la globalización coincide con la caída del liberalismo como ideología global (Wallerstein, 1996). El Estado, luego de terminada la Segunda Guerra Mundial, había adquirido un estado de bienestar europeo pleno, que tenía como finalidad limitar oposiciones al liberalismo, y esto conduce al Consenso de Washington¹, basado en los puntos señalados por Williamson. En la década de los ochenta, el Estado dejó de hacer las veces de tutor, delegando algunas obligaciones a los mercados, como fue la seguridad social. Algunos pioneros para la instauración de estos cambios fueron Margaret Thatcher en Reino Unido, Ronald Reagan en Estados Unidos de Norteamérica, países denominados del centro por Wallerstein. En la semiperiferia y periferia se aplicaron políticas neoliberales sujetas al Consenso de Washington por Carlos Menem en Argentina, Fernando Collor de Mello en Brasil, Alberto Fujimori en Perú, Carlos Andrés Pérez en Venezuela y Carlos Salinas de Gortari en México, entre otros. Margaret Thatcher consideraba que debía instituirse un Estado mínimo y liberalizar los mercados. Llevó a cabo esta política mediante recorte al gasto público en Reino Unido y reduciendo el poder de los sindicatos (González J., 2013).

¹ Consenso de Washington, fue el producto de una serie de planteamientos realizados por John Williamson entre 1987 y 1988, inspiradas en los países del sudeste asiático. El consenso aboga por 10 políticas: "1) Disciplina fiscal. 2) Una reorientación de las prioridades del gasto público hacia campos que ofrezcan las reformas y el potencial para mejorar la distribución del ingreso, como la atención primaria de salud, educación primaria e infraestructura. 3) Reforma tributaria (para bajar las tasas marginales y ampliar el impuesto al hueso). 4) liberalización de los tipos de interés. 5) Un tipo de cambio competitivo. 6) Liberalización del comercio. 7) Liberalización de las entradas de inversión extranjera directa. 8) Privatización. 9) Desregulación (para abolir las barreras de entrada y salida). 10) Asegurar los derechos de propiedad." (Woo, W.T., 2004:3).

Los Organismos Internacionales creados en Bretton Woods (BM y FMI), eran los encargados de diseminar las medidas políticas económicas que tenían la finalidad de dirigir a los gobiernos de países en desarrollo de Latino América, para buscar posibles soluciones para las crisis de deuda externa en esta región, y de esta forma dar estabilidad económica a esta zona.

En México el proceso de globalización de acuerdo con Berumen inició con la adhesión del país al GATT en 1986 (Berumen S.A., 2009). Desde el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988), se vislumbraba que el Estado tendría sus bases ideológicas dentro del neoliberalismo. Esta misma línea, continuó con el Gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), dando prioridad en materia comercial a las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Aun a pesar de que México no se encontraba al nivel competitivo de Canadá y Estados Unidos de Norte América.

La apertura comercial a mercados internacionales que estableció el Consenso de Washington, aunado a la reducción de la participación del Estado, no consideró las diferencias entre países. Berumen señala elementos que fueron ignorados en la aplicación de estas medidas en los siguientes puntos; “1) El grave rezago en desarrollo humano, en particular en la educación de los habitantes y en la baja calificación de los trabajadores. 2) Los elevados índices de corrupción prevalecientes en los gobiernos y las empresas de los países. 3) La gran deuda externa a la que estaba condicionado y comprometido el crecimiento de los países” (Berumen S.A., 2009:705).

Respecto a estas afectaciones, Baldwin señala además que hasta finales de la década de 1980 la globalización se encontraba asociada con el aumento de las acciones del G7 del ingreso mundial que se encontraban situadas en alrededor de 67% en 1988 y que sufrieron una regresión luego de la aplicación del ISI y el CW. Pues para 2011 las acciones del G7 del ingreso mundial se encontraban situadas en un 32% de acuerdo con datos del Banco Mundial (Baldwin, R., 2011). Lo que según el autor refleja un retroceso, en lugar de rupturas estructurales en tendencias mundiales. Este retroceso se encuentra vinculado con los tres elementos aportados por Berumen y que fueron descritos antes.

Sin embargo, la globalización podría tener características positivas. Dentro de sus beneficios brinda las oportunidades comerciales a las empresas de encontrar acceso a nuevos mercados, nuevas tecnologías y nueva financiación. Beneficiando también a los consumidores, mediante la inclusión de una gran variedad en productos para elegir a precios más bajos. Además de mejorar la calidad de vida de las personas. De acuerdo con datos de la Comisión Europea, aproximadamente una quinta parte del aumento de nivel de vida en la Europa de los quince, es atribuible a los procesos de mundialización (Comisión Europea, 2014). Esta característica es uno de los principales motivos por los cuales la Unión Europea es importante impulsora de liberalizar el comercio mundial.

Aun con estos beneficios subsiste el temor de la ciudadanía, tanto en la Unión Europea como en otros países y regiones, de sufrir pérdidas de empleos o bajos salarios por la apertura a comercios que ofrecen productos y servicios más baratos, o que incluso las empresas se desplacen al extranjero. Estos procesos globalizadores que generan apertura de fronteras, acceso a sociedades y economías de distintos países, también son generadores de crisis económicas, como las sufridas en Europa en 2011. Además, estas características de la globalización, como incorporar nuevas empresas a diversos países, provocan una pérdida parcial de la capacidad de control en dichos países, a cambio de traer nuevos mercados.

Esta pérdida es señalada por Giddens, que describe a la globalización como “una serie completa de procesos”, que no solo trasfiere poder de influencia a comunidades locales y países, sino que las naciones pierden poder económico que tenían al transferir esta influencia (Giddens, 2000). Para este autor la globalización afecta el día a día de los individuos, y constituye cambios no solo financieros y económicos, sino culturales y sociales.

De acuerdo con el trabajo de Giddens, los escépticos piensan que los países ganan solo una pequeña parte de su renta con el comercio exterior, y que la mayoría del comercio es más poderoso a nivel regional que mundial. La Unión Europea, por ejemplo, da prioridad al comercio entre los Estados Miembros. Lo mismo ocurre con otros sistemas de integración o grandes bloques. En su trabajo

el autor también nos habla de un frente radical, que piensa que la globalización ha traído pérdida de soberanía y por tanto pérdida de capacidades de los gobernantes para ejercer políticas, además de que las políticas ya existentes no son respetadas por nadie o que la ciudadanía no tenga interés en las propuestas. De acuerdo con su análisis, los radicales creen que el Estado-nación terminó.

Otro efecto negativo de este fenómeno, son la pobreza y desigualdad en algunas regiones. Estas dos características en los países, son los principales generadores de crisis financieras globales. Provocan también la aplicación de políticas contraproducentes para países débiles que pagan la cuenta de lo que no han provocado como lo menciona Giddens: “La mayoría de las empresas multinacionales gigantes están también instaladas en EE.UU. Y las que no, vienen de los países ricos” (Giddens, 2002: 27). A pesar de la tecnología y desarrollo global existe una desigualdad cada vez mayor entre países y dentro de los mismos. Lo que resulta en desconfianza en las instituciones y las políticas públicas administradas por los gobiernos, que finalmente podría generar populismo o nacionalismo y estos a su vez conducir al proteccionismo.

Los procesos globalizadores o de mundialización han traído consigo el aumento de las economías de escala o de alcance, lo que supone entre sus beneficios una reducción de costos de producción, adquisición de materias primas y materiales gracias a los altos volúmenes de consumo. Lo que abarata de forma exponencial una gran variedad de productos y crea una competencia que parece tener pocas posibilidades de alcance para las PYMES.

Las PYMES, por su parte, tienen otro tipo de ventajas competitivas. Una de las principales es su flexibilidad, pues tienen la capacidad de adaptarse a los cambios en el entorno o en el mercado. Un ejemplo claro de esto son los cambios en las cantidades, tipos o calidades de productos que pueden solicitar los clientes. Gracias a que el personal en las PYMES es reducido y que muchas veces los altos mandos son los que se encuentran en contacto directo con la necesidad en el mercado, se facilita y acelera la respuesta para los clientes.

Esta capacidad de respuesta es débil en las grandes empresas, por las grandes cantidades de personal con el cual cuentan, muchas veces este factor

puede entorpecer la logística. Otra ventaja competitiva de las pequeñas y medianas empresas relativa a sus propietarios o directivos, es que estos son los poseedores de la mayor parte de la información disponible para la empresa, por tanto, pueden tomar decisiones rápidas y sintetizar la información con la que cuentan. Sin embargo, esta misma característica supone un obstáculo en los procesos de internacionalización, pues la información que tienen es tan poca que tiene grandes huecos que pueden constituir barreras de conocimiento. Una de estas barreras se encuentra directamente ligada con los intangibles de la empresa. Principalmente en desconocer el valor de la propiedad intelectual de la que hacen uso y de la cual muchas veces son poseedores sin tener la propiedad, y que posiblemente puede constituir el activo más valioso de su negocio.

Las PYMES, además, tienen otros conflictos internos que dificultan su internacionalización, tales como el mantenimiento de equipos, dificultades con sus productos y costos mucho más elevados en materias primas y materiales, toda vez que su consumo es menor. De tal forma que la toma de decisiones en factores internos y externos para la rentabilidad de un negocio se torna imprescindible. La innovación y la incorporación de nuevas tecnologías a países latinoamericanos ha beneficiado trayendo un desarrollo, pero es un desarrollo sectorial y limitado.

Este sesgo en el desarrollo se puede observar en la crisis de la deuda externa originada en México en agosto de 1982, y que, de acuerdo con Guillen, fue causada por la generalización del neoliberalismo a nivel continental: “La crisis de la deuda externa de 1982 señaló el fin del Modelo de Sustitución de Importaciones” (Guillen, 2012:58). El fin del Modelo de Sustitución de Importaciones se dio a raíz de la suspensión de los acreedores al financiamiento voluntario y la rigidez de los programas de ajuste impuestos por el FMI. De tal forma que los países latinoamericanos se vieron obligados a realizar mecanismos que dirigiesen las economías al exterior. Esta acción por ende disminuyó la capacidad para importar y por tanto el empleo. Una vez terminado el Modelo de Sustitución de Importaciones dio inicio el modelo neoliberal para México. Lo cual representó una economía abierta. Con la característica principal de exportar manufacturas. Para México principalmente hacia Estados Unidos.

La Segunda Guerra Mundial obligó a los países latinoamericanos a ver al desarrollo como un proceso sumamente importante. El Modelo de Sustitución de Importaciones consta básicamente de la interrupción del consumo de productos elaborados en otros países, para producirlos y consumirlos de manera interna.

La primera etapa del Modelo de Sustitución de Importaciones para México, parte de 1940 y llega a la década de los años cincuenta. Se caracterizó principalmente por el crecimiento industrial y aumento en producción de mercancías, que se produjo a raíz de la Segunda Guerra Mundial. Existía una necesidad de los países en guerra de dedicarse a la producción de armamentos, de tal forma que se originó una alta demanda de productos que se llenó con mercancías mexicanas. También surgió necesidad de producir las mercancías que se compraban en el exterior a los países directamente afectados por la guerra. De esta forma se dio origen a una etapa de crecimiento industrial en México. Que generó el desarrollo de empresas que producían azúcar, alcohol, cerveza, tabaco, textiles, cemento, papel y vidrio. Este crecimiento fue apoyado por políticas proteccionistas de altos impuestos a productos importados, llevadas a cabo por gobiernos como el de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) y Miguel Alemán Valdés (1946-1952) y los recursos del sector agrícola (Victoria, C.S.J., 2014).

El campo mexicano proporcionó alimentos asequibles a la población urbana, esto hizo posible mantener bajos salarios, lo que atrajo inversionistas. Además, la industria obtenía materias primas baratas, como el algodón para la industria textil. La venta de estos productos en el extranjero, generó recursos que pasaron a la industria para continuar comprando materias primas y maquinaria. El crecimiento agrícola fue principalmente en el sector comercial, enfocándose en la industria y mercado internacional, situación que beneficio principalmente a los empresarios nacionales, estos movimientos se dieron gracias a la revolución verde².

² La revolución verde se dio en la década de los años cincuenta en México. Fue un cambio en las prácticas agrícolas conocidas y utilizadas hasta entonces. “proceso de modernización de la agricultura, donde el conocimiento tecnológico suplantó al conocimiento empírico determinado por la experiencia práctica del agricultor” (Ceccon E., 2008:22). Utilizando innovaciones técnicas como agrotóxicos, fertilizantes inorgánicos y máquinas agrícolas.

El modelo de sustitución de importaciones buscaba que se generara una industria mucho más moderna, que aumentara el empleo por su auge industrial necesario para la producción de los bienes, poca dependencia de mercados extranjeros, creación de nuevos nichos de mercado, creación de nuevas PYMES y mayor mano de obra cualificada. Todo esto llevado a cabo mediante el protagonismo del Estado como ente regulador. Pero también provocó poca mejora en la productividad y muy poca innovación. Principalmente por el proteccionismo. Además, en México, solo una parte de los productores tenían apoyos del Estado, marginándose a gran parte de los campesinos, lo que desplazó a zonas urbanas una gran cantidad de mano de obra agrícola, que posteriormente se vio en la necesidad de emigrar a otros países como Estados Unidos, lo cual fue restando poder al modelo de sustitución por importaciones. Este modelo funcionó por alrededor de 25 años, poco antes de que llegara el neoliberalismo y comenzaran a abrirse los mercados (Guillén, 2013).

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, los países que habían estado involucrados en el conflicto, se dedicaron a orientar sus recursos nuevamente a la producción de mercancías. Esto disminuyó la demanda de los productos en el extranjero. De este modo, México pasó al periodo del Desarrollo Estabilizador, que desplazó a las PYMES, beneficiando a las grandes industrias con apoyo de la inversión extranjera.

Se le llamó Desarrollo Estabilizador porque pretendía mantener estable los precios de las mercancías, los salarios y los costos de materias primas y productos agropecuarios. Entre las pretensiones que se tenían en la práctica era dividir el trabajo del gobierno, los empresarios, los obreros y campesinos. A cada cual correspondía poner algo de su parte como menciona Carlos Tello, profesor de la Facultad de Economía de la UNAM en su nota leída en el Coloquio Desarrollo Económico de México en el siglo de la Revolución:

Los empresarios, incluyendo -a los banqueros-, se comprometían a invertir, y mucho, y a cambio de ello tendrían utilidades considerables. El gobierno les daría el apoyo necesario, incluyendo todo tipo de subsidios, para que así fuese. El sistema tributario no gravaría en exceso a las utilidades de sus empresas y los intereses y los dividendos mantendrían su carácter de ingreso personal anónimo para fines tributarios (Tello C., 2010:67,68).

Para mantener esta política fue necesario un creciente endeudamiento externo de México, con lo cual los procesos de industrialización junto con el gasto del gobierno se hicieron más dependientes del capital extranjero. De tal forma que las industrias nacionales pasaron a un segundo plano en la inversión extranjera, siendo ocupado el primer sitio por las empresas transnacionales que tenían mayor desarrollo tecnológico. Se continuó con el modelo de sustitución de importaciones, pero ahora de bienes de consumo durable, insumos para la industria, equipos y maquinaria durante los gobiernos de Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958), Adolfo López Mateos (1958-1964) y Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) (Ramírez S.J., 2008).

La década de los setenta representó un alza en el precio internacional del petróleo gracias al embargo árabe del crudo. Que pasó de 3 a 12 dólares por barril (Rabasa K.T., 2009) y para 1979 gracias a los conflictos de Irán e Irak, el precio aumentó nuevamente, hasta llegar a los 37 dólares por barril (Rabasa K.T., 2009). Lo que señalaba a países como México y Venezuela para la prosperidad y progreso. Toda vez que se descubrieron grandes yacimientos de petróleo en el sureste de México.

El gobierno de José López Portillo (1976-1982), inició un programa de explotación del petróleo y desarrollo de la industria petroquímica, que proporcionó materias primas a nuevas industrias (Moreno-Brib, J.C., & Ros, J., 2009). Además, se aprovecharon los recursos obtenidos por las exportaciones petroleras para desarrollar un programa de creación de empleos que, sin embargo, se basó en un desmesurado gasto público. Cuando se disminuyeron los precios internacionales del petróleo, el gobierno atravesó problemas de endeudamiento externo, disminución de la actividad industrial, fuga de capitales y pérdida de valor en el peso como señala Guillen:

Las medidas de emergencia no funcionaron. En lugar de resarcir la confianza provocaron mayor inquietud, la fuga de capitales y la dolarización de los pasivos bancarios continuó hasta alcanzar niveles desconocidos para entonces. A pesar de que Don Pepe había ofrecido que -defendería el peso como un perro-, en febrero de 1982 el Banco de México se retiró del mercado de cambios, lo cual provocó una devaluación de la moneda de más de 100% en relación con el dólar (Guillén, R.A., 2000:33).

Para la llegada del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) se encaró el problema disminuyendo el gasto público y vendiendo empresas estatales, además de renegociar la deuda externa y adecuar las condiciones de una apertura comercial cancelando la política de protección a la industria nacional que se había venido gestando anteriormente. Por otra parte, se fomentó la inversión impulsando la producción manufacturera mediante maquiladoras y propiciando el progreso tecnológico por la conocida reconversión industrial (De la Madrid, H.M., 1985):

Tomamos también decisiones que aceleran el ritmo del cambio estructural. Como estímulo a la exportación y para apoyar a nuestros consumidores, cambiamos el instrumental de protección a la industria nacional, activando la sustitución del permiso previo de importaciones por el arancel. Esta medida, que introduce una mayor competencia en la economía, ayudará a combatir la inflación (De la Madrid, H. M., 1985. 2012: 126).

En el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), quien provenía del grupo de los tecnócratas³, se dejaba ver más clara una reforma neoliberal por las ideologías tecnócratas, además, el Consenso de Washington presionaba a México para que la privatización de los cientos de empresas y la apertura externa fueran procesos definitivos (Guillén, R.A., 2000). Sin embargo, la carta fuerte del gobierno de Salinas de Gortari, fue precisamente en materia económica, pues fue capaz de conseguir una reducción de la deuda externa, que pasó de 68% del PIB en 1988 a un 22% en 1994 (Salinas, G.C., 1994.2006).

Pero algo que caracterizó el gobierno de Salinas de Gortari ha sido el emprendimiento de la privatización de las más de mil empresas administradas por el gobierno federal. Muchas de estas empresas eran altamente improductivas y significaban una carga económica importante para México. Sin embargo, la venta de la mayoría fue por un costo menor a su valor real, y otras fueron declaradas en quiebra. Entre otros cambios importantes realizados en el salinato, se encuentran reformas a la constitución en su artículo 27 y 130, modificaciones a la Ley Agraria mexicana y por supuesto, la firma del Tratado de Libre Comercio de América del

³ El término tecnócrata en la política mexicana se refiere a un individuo con nivel educativo, especialización, disciplina, experiencia profesional o en el extranjero, que toma decisiones para resolver problemas sociales mediante el uso de tecnología occidental, como modelo más útil para solución de problemas de desarrollo (Ai, C.R., 1983).

Norte. Abriendo la economía mexicana a uno de los mayores mercados mundiales. Descrita por algunos como el exdiputado por el Partido del Trabajo, Joaquín Humberto Vela González como; reconversión productiva y apertura externa sin límites (Vela, G., 1994.2006).

Para América Latina, el tema de la industrialización y el desarrollo eficaz es abordado por Raúl Prébisch, cuando laborando como secretario ejecutivo de la Comisión Económica de las Naciones Unidas de América Latina y el Caribe (CEPAL) Prébisch menciona que; el único medio disponible para obtener parte del fruto del progreso técnico para los países en desarrollo, era la industrialización (CEPAL, 2016).

Sin embargo, esta industrialización requiere, de acuerdo con Prébisch, de la disposición de los mejores equipos de maquinaria e instrumentos, aprovechando la tecnología. De esta manera se toca el tema de las necesidades latinoamericanas para alcanzar esta industrialización, que giran sobre la falta de una gran cantidad de importación de bienes de capital, y para lograr conseguirla es necesario dar lo que se tiene, es decir, exportar productos primarios. “Cuando más activo sea el comercio exterior de América Latina, tanto mayores serán las posibilidades de aumentar la productividad de su trabajo, mediante la intensa formación de capitales” (Prébisch, 1993). Incluso aquí, hay que anotar que no solo se trata de una visión donde se crezca a expensas del comercio exterior, sino de obtener de este comercio exterior las herramientas para ser parte del desarrollo económico. Es decir que la apertura comercial aportada por el TLCAN a partir de 1994, trae beneficios económicos a México, sin embargo, carece del uso de herramientas que aporten más al desarrollo económico.

Los actores más importantes que impulsan a formar parte del desarrollo económico, en la mayoría de los países latinoamericanos deberían ser las PYMES, que fueron creciendo en número, hasta lograr superar el número de empresas en cada país. Y esta característica de crecimiento se nota en los cuerpos normativos e instituciones que comienzan a formarse en América Latina.

En México, por ejemplo, un antecedente importante en materia regulatoria de las PYMES, es la creación de la banca múltiple. Se trata de una reforma en

materia financiera, que aplica México durante la década de los 70, lo que para el país implicó, una reforma legal, anunciada en 1974, que fueron seguidas por las reformas a la Ley Bancaria en 1978. Se pensó con esta nueva figura bancaria, que se permitiría una amplia penetración de los bancos mexicanos en los mercados financieros extranjeros.

Otro antecedente que marco el impacto de la liberalización de los mercados y la relajación de las fronteras fueron las alianzas comerciales. México cuenta con un gran número de Tratados de Libre Comercio a nivel mundial. Tiene relaciones comerciales con 45 países y tres continentes. Lo que refleja una enorme oportunidad para la inversión y el comercio exterior. Estos acuerdos comerciales con los que cuenta México, han creado un ambiente de certeza entre los entes económicos (ProMéxico, 2014).

El ya antes mencionado TLCAN, es un ejemplo claro del interés mexicano de aumentar relaciones comerciales con sus vecinos del norte. Desde su entrada en vigor el 1 de enero de 1994, el TLCAN ha sido un importante engrane en el motor del desarrollo económico de México. Dio paso a la eliminación de gran número de aranceles para varias exportaciones entre los tres países signatarios, México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá. Como este tratado comercial existen más, acuerdos bilaterales, con Costa Rica, Chile, Bolivia o también los hay regionales como el celebrado con la Unión Europea.

Sin embargo, el TLCAN, es de acuerdo con Guillén; una fase de la reforma neoliberal salinista, “la joya de la corona de la reforma neoliberal” (Guillén, A., 2012:62), y es principalmente un convenio entre gobiernos y grupos empresariales específicos que buscaban en la integración, una plataforma que ampliase las oportunidades de mercado y sus beneficios. Principalmente enfocado en grupos empresariales globalizados y poderosos de los tres países parte del Tratado. De acuerdo con Guillén, el objetivo estratégico más importante del TLCAN del lado de Estados Unidos de Norte América y México se relacionaba principalmente con políticas neoliberales definitivas y limitaba intenciones populistas.

Todos estos acuerdos ostentan que los más beneficiados por la liberalización de los mercados, serán los pobres. Se dice que se crearán nuevos

empleos para los trabajadores que no están calificados, ayudándoles de este modo a formar parte de la clase media, lo cual, de acuerdo con las expectativas de los signatarios, llevará a la ciudadanía a un pronto crecimiento económico que terminará con la desigualdad entre los países. Sin embargo, la desigualdad sigue sin terminar.

Para cuando Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000), llegó a la presidencia de México, el país se encontraba en medio de una crisis económica fuerte, que los tecnócratas no esperaban. Las críticas y el desprestigio al expresidente Salinas de Gortari, obligó a Zedillo a romper relaciones con él, tratando de recuperar simpatía perdida. Sin embargo, los grupos beneficiados por las corrientes neoliberales aplicadas en el país seguían siendo los mismos (Guillén, R.A., 2000). El modelo neoliberal continuaba siendo la ideología de la administración de los gobiernos mexicanos, al respecto señala Guillén:

Más que ajustar el modelo neoliberal, causa de fondo de la crisis de 1994-1995, se intentó relanzarlo bajo nuevas modalidades y condiciones. La fidelidad de la administración zedillista hacia ese modelo y la justificación a ultranza de la incorporación pasiva de México al proceso de globalización, es incuestionable y reconocida (Guillén, R.A., 2000:201).

Los gobiernos panistas de Vicente Fox Quezada (2000-2006) y Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012), que culminaron con los 70 años del priismo en México en las elecciones del año 2000, no culminaron con las estrategias económicas basadas en el Consenso de Washington y el poder de los Organismos Internacionales, señala Guillén: “se mantuvieron sin alteraciones la apertura comercial, la apertura financiera y el programa de privatizaciones, recurriendo a la privatización disfrazada de petróleo y la electricidad” (Guillén, A., 2012:63), así pues, los procesos globalizadores que las políticas neoliberales con el Consenso de Washington han tenido en México y otros países de América Latina efectos que aún siguen mutando la economía latinoamericana. Las PYMES, sufren gracias a estas modificaciones procesos que alteran su productividad nacional, lo que las obliga a luchar por posibilidades de internacionalización y en algunos casos la simple expansión para mejorar su desarrollo.

Este desarrollo se ha desencadenado gracias a varios factores y acontecimientos ocurridos entre naciones. Algunos de los elementos que han

contribuido en los cambios en materia de desarrollo, son los diversos Tratados de Libre Comercio celebrados entre distintos países. Sin duda estos contratos han brindado la oportunidad a múltiples empresas de buscar mercados distintos. Sin embargo, de acuerdo con Schumpeter el desarrollo no es un fenómeno de explicación únicamente económica (Schumpeter, J., 1934). El autor llega a esta afirmación debido a que, de acuerdo con su análisis, la economía en su conjunto se afecta por los cambios del mundo, por tanto, las explicaciones al desarrollo deben estar fuera de la teoría económica. De esta forma Schumpeter separa al desarrollo del crecimiento económico, puesto que el crecimiento económico sufre, de acuerdo con el autor, procesos de adaptación.

Si bien el análisis del concepto de desarrollo estudiado antes, define el lugar que ocupa a nivel global el desarrollo económico y como este puede verse reflejado en el mundo empresarial. No incorpora la Cooperación Internacional, que de acuerdo con autores como Gómez y Sanahuja, se entiende como las actuaciones de instituciones, Estados, ONG's o algún otro actor público o privado que se desempeñan entre países con un nivel de renta distinto, y que tiene la finalidad de impulsar un avance económico y social en los países del sur para equilibrarlos con los países del norte (Gómez, G. & Sanahuja P., 1999).

La Cooperación Internacional se incorpora en la económica global mediante los Organismos Internacionales y la necesidad de desarrollo económico que estos organismos promulgan, incluyendo el desarrollo como un elemento básico dentro de la CI, y además vinculando la institucionalización de la Cooperación Internacional para el Desarrollo (CID), constituyendo de esta forma una poderosa herramienta para lograr el progreso económico y social que supone la CID. Herramienta que podría encontrarse restringida a determinado sector, creando de esta forma barreras en los procesos internacionales del sector privado.

Han ocurrido grandes transformaciones en el sistema internacional en los últimos años. La era de la globalización ha generado impacto importante en materia de Cooperación Internacional. Los conflictos sociales y las crisis económicas que ocurren en un país determinado dan la vuelta al mundo en cuestión de minutos, el acceso rápido a la información es una plataforma que no

existía cuando inicio la Cooperación Internacional, además, no hay que olvidar la incorporación en el escenario global de nuevos actores, como; las ONG's, las universidades y por supuesto el sector empresarial. De tal forma que la Cooperación Internacional para el Desarrollo cuenta ahora con nuevos elementos, mucho más globales, pero también cada vez más restringidos.

1.2 Cooperación Internacional para el Desarrollo desde el neoliberalismo

En el periodo que comprende los primeros años de la posguerra, Europa se encuentra sumamente afectada. Esta etapa fue dominada principalmente por ayuda humanitaria, existía la necesidad de atención a prisioneros y heridos, además, se encontraba una gran desorganización dentro de las naciones involucradas en el conflicto. Este primer apoyo fue administrado por United Nations Relief and Rehabilitation Administration (UNRRA). Dicho organismo tenía la tarea de planear, coordinar y administrar las medidas de apoyo a las víctimas de guerra en cualquier área bajo el control de las Naciones Unidas (United Nations, 2015).

Posteriormente en 1947 Estados Unidos de Norteamérica propuso un plan de ayuda para reconstruir Europa. Dicho plan parecía tener un doble propósito. Primero; continuar con la ayuda para la reconstrucción de Europa, pero, además, buscaba garantizar que las importaciones de productos norteamericanos a Europa continuaran sostenidas. Pues se temía una recesión posbélica a causa del débil poder adquisitivo de Europa, que aún se encontraba en recuperación. Este plan, mejor conocido como el Plan Marshall, cubrió el periodo de 1948 al año 1951. Dicho plan era administrado por parte de Estados Unidos mediante la Administración de Cooperación Económica, mientras que por el lado europeo se constituyó la Organización Europea de Cooperación Económica (OCEE) (OCDE, 2016). Unos años más tarde la OCEE abrió paso a una nueva era de cooperación, cuando Canadá y Estados Unidos se unieron en 1961 y se suscribió la nueva Convención de la ahora Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (OCDE, 2016). En esencia la OCDE, tenía la misma finalidad que la OCEE, apoyo económico y aumento de nivel de vida en los países

miembros, sin el escenario de posguerra, pero, además, se incorporó el interés de expansión del comercio mundial (OCDE, 1960). De esta forma se consolida la expansión comercial global y por tanto se incorpora la idea de apertura de mercados mediante una plataforma a la internacionalización de las empresas con la Cooperación Internacional como herramienta principal.

De acuerdo con Sanahuja y Gómez, la Cooperación Internacional para el Desarrollo (CID), se define como: “el conjunto de actuaciones, realizadas por actores públicos y privados, entre países de diferente nivel de renta con el propósito de promover el progreso económico y social de los países del sur” (Sanahuja, P. & Gómez, G., 2001). Es decir, que tiene de acuerdo con estos autores, la finalidad de equilibrio compensatorio con los países del norte. Es importante mencionar que la CID, en varias ocasiones es confundido con la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD). Sin embargo, la AOD, se constituye como; “los flujos o corrientes dirigidas a países que figuran en la lista de países receptores del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) y las instituciones multilaterales de desarrollo con destino a receptores de esa misma lista” (OECD, 2016). De tal forma que no todos los países son sujetos de AOD.

Generalmente la OAD suele ser otorgada mediante recursos públicos, que se pueden canalizar mediante Agencias Gubernamentales u Organismos Internacionales o sus ejecutivos. Deben cumplir dos condiciones: “a) se administra con el principal objetivo de promover el desarrollo y el bienestar económico de los países en desarrollo, b) es de carácter concesional y lleva un elemento de donación de la menos el 25 por ciento (calculado a un tipo de descuento del 10 por ciento” (OCDE, 2008). Es decir, para que se considere AOD, debe ser otorgado por el sector público, debe ser destinada al desarrollo económico y social, teniendo en cuenta el grado de concesión, la ayuda puede ser reembolsable o no reembolsable, y finalmente el país beneficiario debe ser un país en desarrollo y encontrarse en la lista de países en desarrollo elaborada por el Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD).

La Cooperación Internacional para el Desarrollo se institucionalizó luego de terminada la Segunda Guerra Mundial. Y fue gracias a la expansión económica

impulsada por la CID que se generó una época de bonanza económica dirigida por Estados Unidos. Pero también, durante el periodo de posguerra parecía distinguirse un vínculo del enfoque teórico realista entre las Relaciones Internacionales y el orden mundial. Esto reflejado en las características del realismo y las disputas de las naciones por obtener el poder. Los Estados se encontraban motivados por los intereses propios, primordialmente para obtener una mejor posición dentro del orden internacional como señala Mingst: “Los individuos se organizan en estados, cada uno de los cuales actúa de manera unitaria en búsqueda de su propio interés nacional definido en términos del poder” (Mingst, K., 2006:123). Estas cualidades del realismo se ven manifestadas durante las grandes guerras y luego de finalizadas las mismas. En este sentido la Cooperación Internacional presenta efectos de geopolítica luego de terminada la Segunda Guerra Mundial, en el escenario de la Guerra Fría. Toda vez que la búsqueda del poder por parte de Estados Unidos por un lado y la Unión Soviética por otro, marcó un punto evolutivo en la Cooperación Internacional, como lo señala Griffin (1991) citado en el cuaderno de Cooperación para el Desarrollo:

los programas de ayuda exterior no fueron otra cosa que un subproducto de la guerra fría: la confrontación ideológica entre el Este y el Oeste habría determinado el destino real de los flujos de ayuda, de tal manera que quedaban asignados de acuerdo con criterios geoestratégicos, buscando en último término el establecimiento de “zonas seguras”. (Boni, Calabuig, De los Llanos, Félix, Monzó & Torres., 2010:14).

Es decir que la Cooperación Internacional estaba siendo moldeada de acuerdo a las teorías y sucesos que impactaban el entorno social de la época. Pero también, constituía una herramienta elemental para modificar el orden mundial que había llevado a los países a dos grandes guerras, y a partir de ahí se crearían instituciones especializadas para cooperar.

Sin embargo, para la década de los setentas, los importantes procesos de innovación económica y política generaron un cambio social, que se tradujeron también en modificaciones en el escenario internacional. Estos cambios también pusieron pausa a la bonanza que se había implantado mediante la Cooperación Internacional para el Desarrollo. Entre los cambios más importantes se encuentra la caída del sistema monetario internacional que se había adoptado casi a finales

de la guerra, en Bretton Woods, dejando de lado el tipo de cambio fijo en 1971 y devaluando el dólar. Otro importante proceso de cambios económicos fue los aumentos de precios de energía a nivel mundial en 1973 y 1979. El del 1973 por la primera crisis del petróleo, luego de que la Organización de Países Árabes Exportadores de Petróleo (OPEP) optó por detener la exportación del hidrocarburo a los países que habían apoyado a Israel en la guerra de Yom Kipur⁴. Lo que afectó directamente a países como Estados Unidos de Norteamérica y sus aliados de Europa Occidental que eran importantes consumidores de petróleo.

El desabasto de petróleo ocurrido en 1979 fue a consecuencia de la caída del Shah⁵ del poder iraní. Esto condujo a reorganizaciones políticas internas en Irán, que trajeron como consecuencia el aumento de precios en el petróleo gracias a la huelga petrolera que se gestó. Dicha huelga, posteriormente resultó en manifestaciones de los opositores, que generaron el abandono del Shah del país. Su puesto fue entonces ocupado por Ruhollah Khomeini, ferviente opositor que había sido exiliado de Irán y que regresó para establecer un gobierno islámico, que no apoyaba las exportaciones de petróleo. Por lo tanto, limitó la producción del mismo, terminando con las exportaciones. De tal forma que, Arabia Saudí incrementó su producción de crudo para abastecer parte del hueco que dejaba Irán, pero aun así Europa y Japón se vieron afectados (Robaina, M., 2015).

Estos importantes acontecimientos que derivaron en aumentos de precios en el crudo, acabaron con el crecimiento acelerado que se gestó durante la postguerra. Provocando de este modo, que aumentara la inflación, el desempleo y la importante incursión de nuevas tecnologías, e innovadores sistemas para el ahorro de energía. Estos cambios en el escenario internacional también tuvieron sus repercusiones en la teoría. Los teóricos neorrealistas y neoliberalistas se encontraban debatiendo, generando en las Relaciones Internacionales el debate más importante de las décadas de los 80's y 90's.

⁴Se le llamó la guerra de Yom Kipur, por la mayor celebración religiosa que se llevaba a cabo el día que estalló la guerra árabe-israelí en 1973 (Robaina, M., 2015).

⁵ Shahanshah: es el título de la realeza que ostentaba Mohammad Reza Pahleví hasta la revolución islámica del 11 febrero de 1979 en Irán (American Reference Library,2001).

Keohane, en su obra *After Hegemony* de 1984, aborda al neorrealismo, describiéndolo como la escuela de pensamiento que se funda en la idea de que los Estados se encuentran obligados a actuar en su interés propio, a causa de las estructuras de poder. Y considera que, para la teoría neoliberal, las relaciones internacionales pueden basarse en principios de cooperación sin la necesidad de un poder que domine el escenario global.

Una de las características peculiares que menciona Keohane en su obra, es la armonía, y que mientras esta cualidad exista, no hay necesidad de que exista la cooperación. Es gracias a esta ausencia de armonía actual, que existe un marco para la cooperación, y la cooperación se da en un panorama donde los actores acoplan sus comportamientos de acuerdo a preferencias previstas por otros mediante las políticas de coordinación: “La Cooperación ocurre en el contexto de los regímenes internacionales, y afecta las creencias, reglas y prácticas que forman ese contexto para acciones futuras” (Keohane, R.O., 1984). Es decir que, la característica imperativa para la presencia de la Cooperación Internacional es la falta de armonía en contextos de regímenes internacionales que afecten entornos culturales y reguladores de diversas regiones.

La perspectiva de neoliberalismo abordada por Mónica Salomón en su trabajo: *La teoría de las Relaciones Internacionales en los albores del siglo XXI: diálogo, disidencia, aproximaciones*, señala que: “La corriente neoliberal es la contraparte de la neorrealista, y a su vez, ambas son la continuación de la corriente liberal y realista” (Salomón, G., 2001). Es decir que; luego del debate neo-neo, la atención a los argumentos que autores como Andrew Moravcsik, Stanley Hoffmann al igual que el antes estudiado Keohane, concuerdan con la idea de que la ausencia de estructura gubernamental del Estado, puede ser muy útil para la cooperación. Así pues, Salomón señala que: “la anarquía puede dar lugar a una cooperación sostenida, no coyuntural” (Salomón, G., 2001). Lo que simula que los Organismos Internacionales reguladores de la Cooperación Internacional o los gobiernos mismos de los distintos países, podrían hacer las veces de obstáculo para que exista una cooperación continua y no esporádica, y

que, además, es en su mayoría impulsada por las altas esferas de poder. Pero, además, Salomón señala que:

Es llamativo el hecho de que el debate neorrealismo-neoliberalismo se haya centrado en la dimensión de cooperación y que prácticamente haya dejado intacta la del conflicto (cuando el tema de la utilidad o no de la fuerza militar era uno de los principales en los enfrentamientos entre transnacionalistas y realistas). En teoría, la posibilidad de aplicar el programa del institucionalismo neoliberal está abierta, y así lo ha señalado Keohane (Salomón, G., 2001).

Esta apreciación deja ver el interés que la autora considera, se centralizó en materia de cooperación en el debate neo-neo. Hay que recordar, además, que estos acontecimientos se llevaban a cabo en un escenario global de Guerra Fría. Dentro del cual, los teóricos aportaban a la discusión con orientación al conflicto existente y las posibilidades de solución del mismo.

Por otro lado, las tendencias neoliberales con políticas económicas de esta misma corriente, significaron la adopción del modelo económico mencionado en el apartado anterior; el Consenso de Washington, que tiene como pilares fundamentales liberalización económica, preponderancia en fuerzas de mercado, apertura comercial y por ende mayores exportaciones. Puntos que México siguió al pie de la letra.

Las consecuencias fueron en detrimento del desarrollo social y la cooperación, pues de un escenario donde el sector público ejercía gran parte del poder, aunque poco eficiente, se pasó a una liberalización económica rápida, en la cual se carecía de instrumentos para que el desarrollo social avanzara, y donde además la prioridad era meramente comercio, exportación y liberalización de mercados. Los efectos que tuvieron estas decisiones en la cooperación al desarrollo de acuerdo con **Boni et al**, fueron los siguientes:

En primer lugar, muchos organismos donantes condicionaron la entrega de Ayuda Oficial al Desarrollo al cumplimiento de los planes de ajuste estructural impuestos a cada uno de los países. En segundo lugar, se incorporó a la agenda de los donantes un mayor protagonismo de la empresa privada y un enfoque mucho más favorable al mercado y a la liberalización económica. En tercer lugar, debido al fuerte recorte en el gasto social muchos proyectos de cooperación al desarrollo fracasaron, como consecuencia de falta de financiación local para poder continuar con el manteniendo de los servicios construidos con la financiación de la cooperación al desarrollo, por último la condicionalidad de los planes

de estabilización, inicialmente prevista para el ámbito económico, se fue extendiendo a otras áreas de la cooperación al desarrollo, incluidos los sistemas políticos [...] lo que supone una homogeneización del espacio político funcional a los intereses hegemónicos del proceso de globalización (Boni et al 2010:25)

Lo que demuestra los puntos importantes de la aplicación del modelo económico, y también señala que la ayuda y su condicionalidad hacen las veces de herramientas para difuminar un marco regulatorio que busca constituir un orden mundial regido por el mercado. Dentro de estas “democracias del mercado” como las llama Sanahuja, se encuentra el sector privado, y dentro de este sector empresarial que es una de las partes donde también se localiza la cooperación regional, se encuentra ubicada la relación de cooperación entre la Unión Europea y América Latina que adiciona un apartado especial en materia de inversión.

1.3 El marco de Cooperación para el Desarrollo entre la UE-México y las aplicaciones del programa AL-Invest

El primer antecedente de cooperación entre América Latina y la Unión Europea se remonta al inicio de las relaciones económicas internacionales entre México y la aún Comunidad Económica Europea (CEE). Este primer contacto se dio mediante el Acuerdo Marco celebrado el 15 de julio de 1975. Dicho convenio establece como uno de los motivos principales de su existencia los antecedentes históricos de amistad entre México y la entonces CEE. Pero, además, señala como propósitos dentro del mismo; el establecimiento de promoción de cooperación comercial y económica en todos los sectores de interés para las partes, lo que lo identifica como un acuerdo de segunda generación (Unión Europea, 1975). Dentro de este acuerdo las partes brindaban mutuo trato de nación más favorecida. Comprometiéndose, además, a contribuir en proyectos de cooperación en favor del desarrollo y la diversificación comercial en materia de tecnología e inversión (López, V. & Uscanga, C., 2000).

Posteriormente la adhesión de México al GATT en 1986 buscó relevar los problemas de deuda adquiridos luego del fracaso del modelo de sustitución de Importaciones, e impulsar diversificación, apertura comercial e inversión. Esto último aunado a las negociaciones y perspectivas de un área de libre comercio

entre México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá, despertó mayor interés en México por parte de Europa. Además de la instalación de una delegación de la Comisión Europea en México en 1989, que impulsó, de acuerdo con el Parlamento Europeo las relaciones con dicho país y aportó a la recuperación de la presencia europea en la región. Es también importante señalar que la incorporación de España y Portugal a la Comunidad Económica Europea en 1986 aumentó el interés del Sistema de Integración Regional en la zona de América Latina (López, V. & Uscanga, C., 2000). Pues estos países recién incorporados a la CEE mantenían relaciones privilegiadas con América Latina.

Para el año de 1991 se firmó un acuerdo que sustituyó al firmado en 1975 entre la CEE y México, este nuevo pacto que lleva el nombre de Acuerdo Marco de Cooperación entre la Comunidad Económica Europea y los Estados Unidos Mexicanos, contiene un elemento innovador propuesto por la Unión, dicho elemento es por el cual es llamado un acuerdo de tercera generación, se trata de la cláusula democrática, que dio comienzo a la institucionalización de las relaciones entre la CEE y México, toda vez que con esta cláusula se reflejan los intereses de una de las partes por las cuestiones relacionadas con los derechos humanos. Aunque esta cláusula no fue desarrollada hasta la Solemne Declaración Conjunta celebrada el 2 de mayo de 1995⁶, ya que en 1991 México se opuso considerándola una violación a su soberanía, pues dicha cláusula fue incluida en el acuerdo desde 1991, con previsión de utilizarla con posterioridad.

Este acuerdo además de impulsar el progreso científico y técnico entre las partes, también, alentaba la cooperación entre operadores económicos, especialmente entre las PYMES (Unión Europea, 1991), estimulando la creación de esta forma, de nuevas plataformas para elaborar herramientas para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en México y la CEE, lo que consolida cada vez más el interés de las partes de incorporar el sector privado en las relaciones internacionales mutuas.

⁶ “Las partes, conscientes de sus vínculos históricos (...) reafirman solemnemente su determinación de procurar el fortalecimiento de su cooperación. Conforme a sus valores comunes y en estricto cumplimiento de los objetivos y principios de la Carta de las Naciones Unidas, actuarán, en especial para: Apoyar la democracia, el estado de derecho y el respeto a los derechos humanos y a las libertades individuales (...)” (Comisión Europea, Solemne Declaración Conjunta, 1995)

Sin embargo, este acuerdo no constituyó un parteaguas en las relaciones económicas entre las partes. Además, a pesar de que consta de más cláusulas que el de 1975, el nuevo documento no precisa elementos para aumentar la participación de México al mercado de Europa. Y por su parte Europa, no encuentra protección jurídica suficiente para sus intervenciones comerciales en México.

Posteriormente con la celebración de la Solemne Declaración Conjunta en 1995, se dio pie a uno de los acuerdos más importantes celebrados entre la Comunidad Europea y México, un acuerdo dividido en tres apartados, uno referido a la política, otro para los asuntos comerciales y económicos y un último apartado exclusivo para la cooperación, el nombrado Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación, también llamado Acuerdo Global o Acuerdo Macro, se signó el 8 de diciembre de 1997, y entró en vigor hasta el año 2000 (Comisión Europea, 2016). Dicho acuerdo establece lineamientos específicos para las distintas áreas de la cooperación. Lo que permite establecer con mayor precisión las especificidades de la cooperación entre las partes.

Fue necesario que transcurriera este periodo para que entrara en vigor, pues el Consejo Europeo quería analizar la conveniencia de aumentar las relaciones con México. El resultado fueron tres convenios; el Acuerdo Macro o Global, el Acuerdo Interino sobre comercio y cuestiones relacionadas con el comercio y el Acta Final (SEGOB, 1998). Luego de ratificado el Acuerdo Macro por ambas autoridades representando a las partes, entró en vigor y surgió la necesidad de la adopción de medidas que regularan el comercio de servicios, inversiones y protección de derechos de propiedad intelectual, que se implementaron en 2001, todos estos elementos constituyen el ahora conocido Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM) (López, V. & Uscanga, C., 2000).

Estos importantes acuerdos celebrados entre México y la ahora Unión Europea, abonan al desarrollo en las relaciones entre México y la UE, brindando una oportunidad de mercado y estableciendo un enlace para diversificar el

comercio exterior a esta región, dando así herramientas para independizar a México de los flujos comerciales aglutinados en su mayoría por el TLCAN.

Pero las relaciones entre México y la Unión Europea además de tener un vínculo importante mediante el TLCUEM, también se fueron ampliando gracias a los caminos que abrieron las relaciones con el resto de América Latina mediante los diversos programas y apoyos que se implementaron en la región con la ayuda de la Unión Europea.

En este punto se distingue un importante interés por parte de la Unión Europea y América Latina de incorporar al dialogo la educación, salud, medio ambiente y las empresas o el sector privado entre otros. Dando una aportación neoliberal a la Cooperación Internacional, lo que hace suponer que los elementos y herramientas que se han establecido mediante la cooperación entre las partes podría tener mayores intensiones económicas que cooperación per se.

Sin embargo, es importante analizar estos elementos de oportunidad que brindan estas relaciones, con la finalidad de obtener como lo dijo Prébisch, el aprovechamiento de la tecnología. Así pues, es importante para México incorporarse activamente al comercio exterior, esta labor podría resultar más fácil utilizando las herramientas dispuestas por las relaciones internacionales en materia de inversión e internacionalización para las empresas.

La internacionalización de PYMES, es uno de los temas a raíz de los cuales la UE ha demostrado interés, generando por este motivo programas y apoyos para las empresas. Existe incluso un objetivo del desarrollo sostenible con un estrecho vínculo con las unidades económicas. Se trata del objetivo 9: Construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación, que incluye dentro de sus metas el aumento al acceso de las pequeñas empresas industriales y otras empresas, a los servicios financieros, créditos asequibles y su integración a las cadenas de valor y los mercados, particularmente en los países en desarrollo (Naciones Unidas, 2016). Esto muestra la suma importancia del desarrollo de una PYME y su proceso de

internacionalización lo que nos conduce a las barreras que estas pueden enfrentar al tratar de conquistar otros mercados.

Para lograr identificar las barreras que pueden constituirse al momento de internacionalizar una empresa es importante definir el objeto de análisis. Las pequeñas y medianas empresas, son unidades económicas que cuentan con capacidades y limitaciones muy diferentes a las empresas de gran tamaño. El Servicio de Administración Tributaria (SAT) en México, define a la empresa como “Persona física o moral que busca obtener alguna ganancia al comprometer capital y trabajo en el desarrollo de una actividad” (SAT, 2012). Por su parte la Ley Federal de Trabajo señala que “se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que, como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa” (Ley Federal del Trabajo, art. 16, 2012). De tal forma que se entiende que en una empresa existen características que la identifican, además, dentro de una empresa se tiene interés económico mediante el desarrollo de alguna actividad, que puede ser, producción, distribución, custodia, administración de bienes o servicios, y que dicha actividad puede llevarse a cabo mediante una matriz o sucursal que forme parte de la unidad económica.

La historia de las PYMES o pequeñas y medianas empresas, se va formando junto con el Estado mexicano, es por eso que es difícil encuadrarlas en un tiempo determinado dentro de la historia. Han ido evolucionando con el paso del tiempo, tomando distintas características ajustándose a las necesidades de cada región, y de los fabricantes de producciones mayores que no toman tanta importancia a algunos elementos clave del proceso productivo, por considerarlos pequeños dentro de su plan de producción. Rodríguez señala que “Las rápidas transformaciones económicas, sociales y tecnológicas producidas como consecuencia de revoluciones industriales o guerras, han tenido influencia directa sobre las empresas” (Rodríguez, V.J., 2002:2). Estos motivos son esencialmente lo que las hace distintas en los diferentes países, pero que, sin embargo, se caracterizan por ser unidades económicas presentes en todas las economías.

En México, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa las identifica por el rango de número de trabajadores que en ella laboran. Pueden ir desde 0 a 10 trabajadores en los tres sectores que describe la ley; industria, comercio y servicios. Desde 11 a 50 trabajadores, en los sectores de industria y servicios, de 11 a 30 trabajadores en el sector de comercio, consideradas como empresas pequeñas. De 51 a 250 trabajadores en el sector de industria, para las medianas empresas. De 31 a 100 trabajadores para las empresas medianas en el sector de comercio y finalmente de 51 a 100 en el sector servicios, también para las empresas medianas (Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYME, 2002).

También puede determinarse su medición por el rango de monto de ventas anuales en millones de pesos, como se muestra en el cuadro 1.1. Donde las empresas pequeñas alcanzan un rango desde 4 millones de pesos, hasta 100 millones de pesos anuales, mientras que, para ser consideradas empresas medianas, el rango de monto de ventas anuales va de 100.1 millones de pesos, hasta 250 millones de pesos.

Cuadro 1.1 Clasificación de las empresas de acuerdo a su tamaño en México

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores (7) + (8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		

Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250
-----------	-----------------------	------------------------------	-----

Secretaría de Economía, 2009.

En otros países se les considera PYMES, atendiendo a distintas características. El Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos de Francia (INSEE), por ejemplo, clasifica a las empresas en artesanal, muy pequeñas, pequeñas, medianas, grandes y muy grandes. Donde las empresas medianas cuentan con hasta 1000 trabajadores. La *Small Business Administrations* de Estados Unidos de Norte América tiene un rango que mide a las empresas medianas desde 250 hasta 500 empleados (Rodríguez, V.J., 2000). Este rango amplio y percepción diferente de las PYME a nivel internacional, dificulta la unificación de este sector económico, sobre todo para apoyos internacionales.

De acuerdo con la plataforma ProMéxico⁷, las pequeñas y medianas empresas, constituyen la “columna vertebral” de la economía nacional, ya que en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país (ProMéxico, 2014). Por la importancia de las PYMES, el Gobierno Federal mexicano, mediante la Secretaría de Economía (SE), utiliza diversos instrumentos y programas para fomentar, impulsar y facilitar la actividad de exportación de las PYMES mexicanas.

A su vez las PYMES, por la necesidad de crecer y buscar nuevos campos de acción, han propiciado el acercamiento hacia el Gobierno Federal, buscando apoyos gubernamentales para facilitar su internacionalización y lograr ampliar sus espacios de influencia y mercado. ProMéxico, por su parte cuenta con apoyos para la internacionalización de empresas, tales como; apoyos económicos en asesoría especializada en México, ferias con pabellón nacional, publicidad en medios, reportes estandarizados de mercado, asesoramiento técnico en procesos

⁷ProMéxico es un organismo, que forma parte del Gobierno Federal de México, esta plataforma se creó bajo la figura de fideicomiso, y su principal objetivo es generar vínculos entre México y el exterior, buscando atraer inversión extranjera directa (ProMéxico, 2015).

productivos o desarrollo de nuevos productos, consultoría para registro de marca internacional entre otros.

Adicionales a los programas nacionales ya se habían señalado en el cuadro programas promovidos por parte de la Unión Europea hacia América Latina, en el marco de cooperación entre ambas regiones. Estos programas como iniciativa principal buscan impulsar a los países en desarrollo. Uno de estos programas, y el que tiene relación directa con la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas es el programa AL-Invest, que fue desde su lanzamiento en 1994, el programa insignia, como lo llamó la Comisión Europea, y se observa como una herramienta para lograr impulsar el desarrollo; ya que promueve crecimiento inclusivo y busca crear oportunidades para la internacionalización de PYMES latinoamericanas, con el apoyo de sus socios europeos.

AL-Invest, es un programa de cooperación económica que inicio en 1994 con una fase piloto de 2 años, en la época cuando las políticas de liberalización del comercio facilitaban la expansión comercial internacional. Así con el propósito de apoyar a las PYMES latinoamericanas a lograr aumentar su competitividad, incrementar innovación y fortalecer su internacionalización se lanzó este programa que tiene desde esta fase piloto, el trabajo de acompañar a las pequeñas y medianas empresas dando asistencia logística. Las principales acciones que se tomaron y que fueron las guías del programa para llegar a estos objetivos son:

1. Facilitar vínculos comerciales entre América Latina y las PYMES europeas.
2. Promocionar la integración regional y la cohesión social, las políticas de desarrollo, y las asociaciones empresariales.
3. Conocimiento alentador y transferencia de tecnología.
4. Fortalecimiento de las organizaciones empresariales de América Latina y facilitar la creación de redes con sus homólogos europeos (European Commission, 2016).

Los indicadores de resultados establecidos en las primeras fases, buscaban medir principalmente dos parámetros; “la cantidad de empresas implicadas en el programa y que han abierto canales de relación comercial AL/UE y, por otro lado,

el volumen de nuevos negocios directamente inducidos por las actividades del programa” (Sistema de monitoreo, 2006).

El lanzamiento de este programa, derivó en cuatro subsecuentes etapas; AL-Invest I, que abarcó el período del año 1995 a 1999, AL-Invest II, del año 1999 a 2004, AL-Invest III del año 2004 al 2007, AL-Invest IV del año 2009 al 2013, y el último, y que opera en la actualidad AL-Invest 5.0.

El programa AL-Invest, en sus primeras cuatro etapas ayudó a 30 000 PYMES en América Latina en sus procesos de internacionalización, particularmente en sectores de la industria alimentaria, medio ambiente y telecomunicaciones (Comisión Europea, 2014).

AL-Invest en sus primeras dos etapas, se encontraba orientado a favorecer las inversiones europeas en Latinoamérica. A partir de su segunda fase, modificó su objetivo, dando también importancia a la promoción de las relaciones comerciales entre ambas regiones. En AL-Invest III, el programa se establece como; “un instrumento a disposición de una determinada categoría de operadores económicos considerada particularmente desfavorecida en ambas regiones, las PYMES” (Sistema de monitoreo, 2006), unidades económicas que no logran aprovechar al máximo el poder comercial internacional. Para esta tercera etapa, se utilizan como punta de lanza la Red AL-Invest⁸, y se establece como objetivo específico de esta fase es “fomentar las relaciones entre compañías latinoamericanas y europeas (PYMES) y desarrollar y fortalecer redes de trabajo de las comunidades de negocio local en ambas regiones, de acuerdo con la estrategia regional de la Cooperación Económica para América Latina” (Sistema de monitoreo, 2006). En el objetivo general reforzar esta Cooperación Económica entre ambas regiones mediante la ayuda a la internacionalización de las PYMES de los dos lados.

En 1995, las exportaciones de América Latina a la Unión Europea ascienden a 32.000 millones de euros, esta cifra se incrementó en un 122% para

⁸Red AL-Invest; red de instituciones colaboradoras (Coopecos) y su vinculación con las europeas (Eurocentros) formada en la primera y segunda fase del programa AL-Invest (González & González, 2010).

2007, mostrando crecimiento de 71.000 millones de euros (González & González, 2010). Otra estrategia incorporada en la tercera fase fue la asistencia técnica.

El 83% del programa AL-Invest en sus primeras cuatro etapas, fue cubierto por la Unión Europea, el programa tuvo un costo de 50 millones de euros para los europeos. Mientras que, por parte de América Latina, se crearon tres consorcios que asistieron al programa en distintas zonas geográficas; el consorcio de Centroamérica, México y Cuba (CAMC), el consorcio para la Región Andina (RA) y el consorcio para el Mercosur, Chile y Venezuela (MCV). Cada consorcio contaba con una organización principal de acuerdo a la región. El CAMC, se encontraba formado por organismos e instituciones sin fines de lucro, que tenían como principal objetivo el fomento de la internacionalización de las PYMES de la región. Los miembros del consorcio tenían los papeles de socios líderes, socios CAMC, socios europeos y colaboradores. Los socios del proyecto recibían una subvención del 80% del programa y aportaban el 20% como cofinanciación. Mientras que el socio líder tenía que operar el programa como los otros socios y además llevaba la responsabilidad técnica y financiera del programa ante la Comisión Europea. El socio líder del CAMC, fue Nacional Financiera, S.N.C., para AL-Invest IV (Nacional financiera, 2013).

En el caso de México, se creó el Eurocentro NAFIN México, que es un fideicomiso creado el 1 de junio del año 1995, por la Comisión Europea y Nacional Financiera, con la finalidad de asesorar a las PYMES en búsqueda de su internacionalización.

El Eurocentro NAFIN, servía como guía a las PYMES mexicanas, para que estas desarrollaran sus habilidades empresariales y crecieran obteniendo las ventajas del mercado internacional. Además, otorgaba dos tipos de servicios; como gestor, supervisando y controlando los recursos proporcionados por la Comisión Europea, y como socio, regulando la operación de los proyectos de AL-Invest en beneficio de las PYMES mexicanas (Nacional financiera, 2013). Para el 18 de diciembre de 2009, la Comisión Europea depositó a la cuenta Deutsche Bank 2.8 millones de euros para iniciar la operación del programa AL-Invest IV. El líder del consorcio CAMC, como se mencionó anteriormente fue, Nacional

Financiera, S.N.C, y contaba con el apoyo de socios en Centro América, Cuba y Europa (Nacional financiera, 2009) como se muestra en el cuadro 1.3.

Cuadro 1.3 Consorcio AL-Invest IV

Líder del Consorcio	Nacional Financiera, S.N.C
México	<p>ASERCA: Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria de la Secretaría de Agricultura. SECTOR: AGROALIMENTOS.</p> <p>CMIC: Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción. SECTOR: INFRAESTRUCTURA.</p> <p>CANIETI: Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. SECTOR: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.</p> <p>CANACINTRA: Cámara Nacional de la Industria de Transformación. SECTOR: SERVICIOS, ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN E INNOVACIÓN.</p>
Centro América	<p>AGEXPORT: Asociación Guatemalteca de Exportadores.</p> <p>CADEXCO: Asociación Cámara de Exportadores de Costa Rica.</p> <p>APEN: Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua.</p> <p>COEXPORT: Corporación de Exportadores de El Salvador.</p> <p>FPX: Federación de Agroexportadores de Honduras.</p> <p>APEX: Asociación Panameña de Exportadores.</p>
Cuba	<p>CAMARACUBA: Cámara de Comercio de la República de Cuba.</p>

Europa	ATEGRUS: Asociación Técnica para la Gestión de Residuos y Medio Ambiente. ONUDI Paris: Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. Ministerio Federal Alemán de Educación e Investigación: Bundesministerium fur Bildung undForschung / Federal Ministry of Education and Research. CDO: Compañía de las Operas. PROMOS: Agencia Especial de la Cámara de Comercio de Milán para Actividades Internacionales.
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Nacional Financiera, 2009.

La versión más actualizada del programa AL-Invest, lleva el nombre de AL-Invest 5.0, este programa comenzó a operar el primer semestre de 2016, quedando dentro del Instrumento de Cooperación al Desarrollo (ICD) 2014-2020 (European Commission, 2014).

El objetivo no ha cambiado del todo, continúa centrado en la promoción al desarrollo y estímulo en el crecimiento de las PYMES, sin embargo, ahora se incorpora el elemento de reducción de la pobreza mediante la promoción de las PYMES. Considerándose que se contribuya a un “desarrollo socialmente integrador”, ya que es considerado que entre las empresas latinoamericanas aún existe una importantes “brecha de productividad” (European Commission, 2014). De tal forma que se da prioridad a las empresas que cumplan con las características de capacidad de potenciar el crecimiento y que incluyan actividades de innovación y hábitos de incorporación a la tecnología constante.

Luego de un proceso de selección, llevado a cabo mediante el concurso de licitación convocado por la Unión Europea, se tomó la decisión por parte de la Comisión Europea, de otorgar el derecho de ejecución del programa AL-Invest 5.0, al consorcio de La Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz, Bolivia (CAINCO). Conformado por 11 instituciones, como se muestra en el cuadro 1.4. La función de CAINCO es el Apoyo Financiero a Terceros (AFT), para

que de este modo otras organizaciones puedan dar apoyo a las distintas PYMES de América Latina (CAINCO, 2016)

Para esta quinta fase del programa AL-Invest, se destinan 35 millones de dólares, que se distribuyen a lo largo de los 4 años de duración del programa. Este dinero constituye fondos de cooperación que la Comisión Europea destina para las PYMES de los 18 países en América Latina que se benefician de este programa (European Commission, 2014).

Las expectativas de resultado que se tienen del programa AL-Invest 5.0, son principalmente todos aquellos relacionados con incentivar a las empresas para que generen mecanismos que les permitan internacionalizarse. En la fase 5, se aprecia una notable importancia por la innovación, que es uno de los propulsores más poderosos para que las empresas logren internacionalizarse y que se mantengan en ese anhelado contexto global, y que este modo se logre establecer una plataforma de intercambio de experiencias que facilite a las PYMES que se encuentran en proceso de internacionalización, lograr llegar a mercados internacionales.

Cuadro 1.4 Consorcio AL-Invest 5.0

Región	Organismo
Región Andina	Cámara de Comercio de Lima
Mercosur	<ul style="list-style-type: none"> • Confederación de Asociaciones Comerciales de Brasil • Cámara Nacional de Comercio y Servicios de Uruguay
Centroamérica	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Guatemalteca de Exportadores • Cámara de Comercio de Costa Rica • Cámara de Comercio de El Salvador
Otros Organismos	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Interamericano de Desarrollo (BID) • Cámara de Comercio de París • Euro chambers (Asociación de Cámaras de Comercio e Industria de Europa) • SEQUA

Otras entidades asociadas	<ul style="list-style-type: none"> • Federación de Cámaras y Asociaciones de Exportadores de Centroamérica y Caribe (FECAEXCA) • Asociación Federada de Cámaras de Comercio del Istmo Centroamericano (FEAMCO) • Deutsche Gesellschaft Für Internatioanle Zassummernarbeit GMBH (GIZ) • International Chamber of Commerce´s World Federation (ICC WCF) • Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura (OEI)
----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: (CAINCO, 2016)

En esta fase del programa el papel de México sigue siendo importantes, a pesar de que no es líder del consorcio. Los objetivos principales del proyecto se basan principalmente en reducir la pobreza ayudándose de las PYMES, como se muestra en el cuadro 1.5, y se espera además apoyar a las PYMES para que mejoren desde su interior y que de esta forma puedan fortalecerse y mejorar los servicios y productos que ofrecen.

Cuadro 1.5 Diferencias entre AL-Invest IV y AL-Invest 5.0

AL-Invest IV	AL-Invest 5.0
<p>OBJETIVO GENERAL Contribuir a la cohesión social, mediante el apoyo al fortalecimiento e internacionalización de las PYMES latinoamericanas, y el intercambio de innovación conocimientos y relaciones económicas con sus empresas homólogas europeas</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Contribuir a la reducción de la pobreza en América Latina mediante la mejora de la productividad de las MIPYMES, promoviendo su desarrollo sostenible.</p>

<p>OBEJTIVO ESPECÍFICO Contribuir a que las PYMES latinoamericanas sean el motor del desarrollo local, aprovechando las oportunidades de la globalización, integración regional, acuerdos comerciales y la cooperación empresarial con Europa.</p>	<p>OBEJTIVO ESPECÍFICO Apoyar al desarrollo de las capacidades productivas, empresariales y asociativas de las MIPYMES de América Latina, aprovechando los procesos de integración inter/intrarregional, con inclusión social, oportunidades de empleo y trabajo decente.</p>
<p>Resultados obtenidos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contribución directa para generar nuevas exportaciones por valor de 84.599.457,00 euros en la región de México, Centroamérica y Cuba solo. Los evaluadores calculan que un euro de contribución de la UE, generó 5 euros de nuevos negocios. 2. Creación de más de 20,000 empleos directos y más de 60,000 empleos indirectos en Colombia, Ecuador y Perú. 3. Más de 6,500 PYMES de la Región Andina aumentaron sus exportaciones, de los cuales más de 1,000 exportaron por primera vez. 	<p>Resultados Esperados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover creación de mecanismos asociativos entre las MIPYMES. 2. Trabajar en las MIPYMES para lograr mejoras desde su interior. 3. Fortalecer la capacidad de las organizaciones empresariales para brindar mejores servicios. 4. Dinamizar el mercado de servicios de desarrollo empresarial. 5. Promover la creación de crecimiento de impacto. 6. Desarrollar una plataforma de coordinación e intercambio de experiencias.

Elaboración propia a partir del lanzamiento de ambos programas en Delegación de la Unión Europea en México, 2010-2016.

El programa de cooperación AL-Invest desde su lanzamiento se visualizó como una táctica comercial por parte de la Unión Europea, toda vez que se estableció un panorama donde se pudiesen celebrar convenios de inversión que abrieron las puertas principalmente a PYMES europeas para ampliar su panorama económico, penetrando en mercados aún no explotados del todo para los europeos.

Los programas como AL-Invest, tienen como punta de lanza el apoyo a empresas que representan gran parte del comercio endógeno para varios de los países latinoamericanos, las PYMES, otorgándoles apoyos a estas empresas después de una ardua clasificación y categorización. Una vez logrado superar el exhaustivo trámite burocrático para obtener el apoyo proporcionado por dicho

programa, se presentan nuevas barreras a las empresas internacionales que ya no recibirán más apoyos, y son barreras para las que las empresas no se encuentran preparadas; barreras culturales, de políticas regionales o de costos.

CAPÍTULO II. LOS DETERMINANTES Y LAS BARRERAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES

Existen diversos motivos para que las PYMES busquen internacionalizarse. Pueden tener causas económicas que las impulsen a buscar mayores ingresos en otros mercados ya que consideran que el proceso de maduración de la empresa ha obtenido todo el beneficio regional que era posible. También puede tratarse de necesidades obligadas gracias a que los mercados locales no requieren del producto o servicios que estas empresas ofrecen. En este segundo capítulo se hace un análisis de estos factores que impulsan a las PYMES a buscar mercados extranjeros.

Para observar los determinantes de la búsqueda de estos nuevos mercados de dichas unidades económicas, es necesario estudiar el funcionamiento general de las PYMES y los distintos modelos que existen para que estas empresas se internacionalicen. Es decir, las características específicas dentro de la teoría de internacionalización que encuadra a los diferentes tipos de empresas. De esta forma se podrán extraer de manera lógica las barreras que pueden afectar en el proceso de internacionalización de las PYMES.

Finalmente, dentro de este capítulo se hace un análisis de los programas y apoyos para las PYMES mexicanas y el lugar que ocupa la internacionalización de estas unidades económicas desde la perspectiva de los órganos administrativos de gobierno federales y estatales de México.

2.1 Factores económicos y sociales que contribuyen a la internacionalización de las PYMES y los modelos de internacionalización.

La internacionalización de empresas se entiende como el “grupo de acciones y maniobras que una compañía debe desarrollar para penetrar en un mercado y beneficiarse de los recursos que se originan en ese mercado” (Orlandi, P., 2006). Existen diversos factores que impulsan a las unidades económicas a internacionalizarse. Estas motivaciones pueden ser económicas, por la necesidad

que existe en la empresa de aumentar sus utilidades y productividad, o bien, pueden ser factores sociales de desarrollo para garantizar un lugar en el mercado.

De acuerdo con Kalantaridis (2004), algunas estrategias que utilizan las empresas para la internacionalización se encuentran las citadas por Kleinchmidt y Cooper (1984), que son: "(1) respuesta al cambio en el entorno externo; (2) mejorar competitividad a través de los cambios en el precio y la calidad del producto/servicio; (3) la diversidad y el desarrollo de nuevo mercado" (Kalantaridis, C., 2004). Estas "estrategias clave" como las llama Kalantaridis, son una de las determinantes más importantes que impulsan a las empresas a buscar la internacionalización. Sin embargo esta es una perspectiva que tiene restricciones, pues la investigación de Kalantaridis se limita a PYMES en Inglaterra, lo que de cierta forma hace distinta la percepción de la PYME como tal, y el entorno económico que rodea estas unidades económicas es distinto al entorno que rodea las PYMES de América Latina. No obstante, la investigación de Kalantaridis nos muestra que el vínculo que existe entre la estrategia utilizada para la internacionalización y el tamaño de la empresa es muy débil, y que asimismo la internacionalización no se limita a actividad exportadora, sino que: "permite la exploración de los efectos que tiene en la complejidad de los procesos de trabajo. Además, facilita la investigación del impacto de la experiencia desarrollada a partir de una función en un país para el desarrollo de otro" (Kalantaridis, C., 2004). De esta manera la internacionalización de las empresas genera impacto en todas las economías que permitan el establecimiento de empresas extranjeras.

Para comprender los factores que motivan a la internacionalización de las PYMES, es importante identificar las ventajas y desventajas que trae consigo este proceso dentro de las empresas y en su entorno nacional específicamente. Para así observar el porqué de la internacionalización de estas unidades económicas.

Una de las ventajas de la internacionalización es la diversificación de las exportaciones. Esta ventaja nacional y empresarial, se incrementó con la incorporación de México al GATT, toda vez que esto generó un cambio importante en el papel del comercio en el país. Dando inicio a un vínculo económico importante con varios países. En la actualidad México llega a más de 45 países y

a más de mil millones de consumidores potenciales. Lo que deriva en un gran abanico de alternativas. Sin embargo, México se puede definir como un país monoexportador, pues alrededor del 85% de su exportación se concentra en el mercado estadounidense (INEGI, 2016), según se observa en el cuadro 2.1. No obstante, existe también la oportunidad que ofrecen las 28 naciones que conforman la Unión Europea, y por supuesto el mercado asiático y latinoamericano.

Cuadro 2.1 Exportaciones no petroleras a distintos mercados

Concepto	Estructura % Ene-Jun 2016*	Variación porcentual anual				
		2015	2016			
			Abr	May	Jun*	Ene-Jun*
Total	100.00	0.8	(-) 6.3	2.6	(-) 3.8	(-) 2.8
Estados Unidos	83.05	2.5	(-) 5.4	3.8	(-) 4.0	(-) 1.6
Automotriz	27.55	6.3	(-) 6.3	(-) 0.3	(-) 8.0	(-) 1.6
Otras	55.50	0.7	(-) 5.0	6.0	(-) 1.9	(-) 1.6
Resto del Mundo	16.95	(-) 6.3	(-) 10.6	(-) 3.5	(-) 3.2	(-) 8.4
Automotriz	4.55	(-) 3.7	(-) 20.0	(-) 6.4	0.7	(-) 13.7
Otras	12.40	(-) 7.3	(-) 6.9	(-) 2.3	(-) 4.6	(-) 6.4

Fuente: (INEGI, 2016).

Otra ventaja que se ha generado mediante la ampliación de mercados potenciales a través de esta inmersión comercial, es que da a las empresas la oportunidad de trabajar con insumos del extranjero, accediendo a estos insumos para bajar los costos de producción. Una ventaja más, es la generación de empleos. Además, sin duda es un estímulo importante la oportunidad de permanecer en mercados internacionales. También, se reducen riesgos de producción a la empresa, cuando las circunstancias del país no son idóneas para comercializar los productos, disminuyendo la vulnerabilidad ante las crisis regionales. Se hace entonces uso del abanico de oportunidades comerciales internacionales.

Entre otras ventajas se encuentran la generación de divisas, la oportunidad de una diversidad de productos. Existe además eliminación de barreras no arancelarias en los mercados de destino, lo que resulta en ausencia de impuestos. Hay impulso a la competitividad, reforzando la capacidad de innovación de las empresas y da acceso y asimilación de más tecnología. Se adquiere además una

visión global de los mercados y se pueden estandarizar los procesos productivos. Existe más posibilidad de una mayor tasa de retorno a la inversión, por lo que resulta más rentable algunas veces (Meza, O., 2014). Sin demeritar también como una ventaja, el conocimiento de nuevas culturas. Las PYMES cuentan con una flexibilidad de moldearse acorde a las circunstancias, esto les otorga la oportunidad de adaptación de la que carecen las empresas grandes. La característica de adaptación es muy importante, pues la globalización supone constantes cambios, cada vez más rápidos, y las empresas que logren ajustarse a estos cambios, son quienes tienen mayor posibilidad de prevalecer en el mercado internacional.

Dentro de las desventajas que se encuentran al internacionalizar las PYMES esta la competencia. Esta competencia se presenta al aumentar las empresas que pretenden permanecer en el mercado nacional. Al generarse más competencia, puede ser posible que se genere pérdida de empleos cuando las empresas no se encuentran preparadas para hacer frente a este fenómeno. La competencia resulta en la contraparte de la competitividad, pues habiendo más competencia hay aumento en la calidad de los productos y servicios, variedades, tipos y costos de los mismos.

Además, se le puede encontrar desventajas a la internacionalización de las PYMES en la pérdida de la cultura de las mismas. Otra desventaja importante son las crisis que pueden llegar gracias a la internacionalización, crisis alimentarias o económicas que pueden repercutir en las ideologías nacionales y que están sientan vulnerada su soberanía. Lo que deriva finalmente en barreras mucho más fuertes, que originan disputas o controversias comerciales. Como el caso de las restricciones en mercados de determinados productos, como lo fue en el caso de México con; plátano, tomates, productos de acero, tuberías para perforación petrolera, cemento y dumping entre otras, a lo que Estados Unidos de Norteamérica, la contraparte, respondió reclamando a México por su fructosa, comercialización de cerdos vivos, servicios de telecomunicaciones y el sector de refrescos (Moreno, L., 2014), asuntos que se han ido resolviendo mediante resoluciones de la Organización Internacional del Comercio. No obstante, en tanto

se emite la resolución, se cierra la circulación de estos productos en los mercados de los países involucrados y sirven a los países como medidas proteccionistas que, afectan a las empresas distribuidoras de dichos productos o servicios y por ende al país de procedencia.

Dentro de las ventajas y desventajas para que una PYME se internacionalice, pueden encontrarse barreras que las empresas deben sortear para lograr el éxito comercial internacional. Existen varios factores que pueden representar barreras dentro del proceso de internacionalización. A su vez, existen diversos motivos por los que las PYMES buscan mercados extranjeros. Para identificar las barreras que se pueden presentar en los procesos de internacionalización es importante analizar los modelos y teorías de internacionalización de las PYMES.

Existen diversos modelos para la internacionalización de las PYMES, teorías por medio de las cuales se analizan los motivos de estas unidades económicas para su internacionalización. Estas teorías o modelos de acuerdo con Brenes y León, se agrupan generalmente en dos grandes corrientes: las del enfoque tradicional, es decir el secuencial o por etapas del proceso de internacionalización de las PYMES y las que proponen modelos alternativos (Brenes, L. & León D., 2008).

Otra forma de estudio de las teorías de la internacionalización de las empresas es la presentada por Cardozo, Chavarro y Ramírez. Que clasifican la internacionalización en tres vertientes. La internacionalización desde la perspectiva económica, la internacionalización desde la perspectiva de proceso, y las teorías orientadas a la internacionalización de PYMES o I-Model (Cardozo, P., Chavarro, A. & Ramírez, C., 2013).

Dentro del enfoque tradicional o desde la perspectiva del proceso, se encuentra la explicación para el proceso de internacionalización desde el interior de las PYMES, que surgió a mediados de la década de los años 70 por Jan Johanson y Finn Wiedersheim-Paul, quienes trabajaron en algunos artículos relacionados con la internacionalización de algunas firmas suecas, y establecieron cuatro diferentes etapas importantes para explicar las actividades que observaron

en el análisis del proceso de internacionalización de estas firmas, la investigación brindó cuatro fases:

1. Actividades no regulares de exportación.
2. Exportaciones mediante representantes independientes.
3. Filial comercial en país extranjero.
4. Producción / fabricación en país extranjero (Johanson, J. & Wiedesheim-Paul, F., 1975).

Cada una de estas etapas va aumentando la implicación internacional de la empresa en el mercado. El modelo de la Universidad de Uppsala, como ahora se le conoce al estudio de Johanson y Wiedersheim-Paul, consiste en que una determinada cantidad de empresas inician sus funciones en el mercado nacional y posteriormente la internacionalización es consecuencia del incremento de estas funciones, y estas funciones se consideran parte del proceso global. Es decir que la empresa llegará a internacionalizarse, mediante el incremento gradual de recursos gracias al tiempo laborado y la experiencia en el mercado. Este modelo tiene la característica de referencia a exportaciones esporádicas, en otras palabras, una internacionalización ocasional, dejando fuera una exportación permanente o bajo esquemas programados. Un ejemplo claro de esto son las empresas que se dieron a conocer de algún modo o por algún medio, y tienen una requisición o pedido del extranjero, y no saben el procedimiento a seguir para la exportación del producto o servicio.

El modelo Uppsala podría representar una barrera económica emanada desde el interior de la empresa, pues hasta no encontrarse la unidad económica lo suficientemente desarrollada nacionalmente, esta, de acuerdo con el estudio, no podría internacionalizarse. En el mismo sentido Johanson y Vahlne, mencionan que los elementos característicos de la participación de las empresas en los mercados exteriores se encuentran directamente ligados al conocimiento del mercado de las empresas (Johanson, J. & Vahlne, J., 1990). Es decir, la experiencia de las PYMES en los mercados nacionales, eventualmente hará que aparezcan nuevas oportunidades de mercado para las empresas, supone que deben dominar su mercado nacional primero.

Otra característica importante que es señalada en la investigación de Johanson y Vahlne es la “distancia psicológica” (Johanson, J. & Vahlne, J., 1990). Definiendo este concepto en términos de factores tales como; diferencias de idioma, cultura, sistema político, etc. Lo que implica que cuando la empresa inicia su internacionalización al incorporarse a esos mercados, es cuando finalmente entiende la dinámica de la región con mayor facilidad. Así se pueden descubrir oportunidades y la incertidumbre del mercado es menor (Johanson, J. & Vahlne, J., 1990). Sin embargo, la PYME tendría que superar el concepto de dominio del mercado nacional para llegar a superar los de diferencias de idioma y cultura en mercados internacionales.

Otro de los modelos de internacionalización es el llamado de innovación, este se ubica dentro de las empresas del enfoque tradicional para Brenes y León y dentro de las clasificadas de perspectiva de proceso de Cardozo, Chavarro y Ramírez. Dicho modelo expone que la decisión de una empresa de incrementar el comercio internacional se encuentra directamente relacionado con la de realización de innovación (Cardozo, P., Chavarro, A. & Ramírez, C., 2013). Los estudios realizados por Bilkey y Tesar, concluyen que las decisiones tomadas en el proceso de internacionalización y el de innovación son limitadas por las decisiones tomadas en el pasado, y estas a su vez condicionan a las que se tengan que tomar en el futuro. Además, su estudio indica que las PYMES pueden exportar de manera exitosa, puesto que el tamaño de la empresa no limita la exportación (Bilkey, W. & Tesar, G., 1977). El modelo de innovación de acuerdo con Cardozo, Chavarro y Ramírez se propone en cinco etapas de desarrollo de las PYMES en materia de su internacionalización, “(1) Mercado doméstico. (2) Preexportadora. (3) Exportadora experimental. (4) Exportadora activa. (5) Exportadora comprometida” (Cardozo et.al. 2013:11).

De tal forma que se puede rescatar que; dentro del modelo de internacionalización por innovación, la empresa necesita innovación forzosamente, y se sujeta básicamente a las inversiones y decisiones basadas en innovación en el pasado de la empresa. Inversiones que para llevarse a cabo requieren de capital. Por otro lado, Schumpeter menciona que dentro del proceso de innovación

se, requiere de: “medios de producción” (Schumpeter, J., 1944:79), estos medios deben ser resueltos por la misma empresa. Lo que podría constituir una barrera económica para la internacionalización mediante el modelo de innovación, pues la mayoría de PYMES no cuentan con los recursos inmediatos o facilidades financieras que tienen las grandes empresas para adquirir estos medios de producción de los que Schumpeter hace referencia como necesidad para la innovación. Además de que una vez que la empresa cuente con los elementos necesarios para producir su servicio o producto innovado y exportarlo, es recomendable proteger sus derechos de PI sobre la innovación objeto del negoció. Esto mediante la obtención de una patente; si su innovación tiene estas características, o bien mediante un registro de modelo de utilidad si se trata de modificaciones a un producto o servicio ya patentado. La protección de estos conceptos resulta en gastos adicionales elevados dentro del proceso de internacionalización para la empresa, si se desea garantizar la titularidad de dicha innovación.

Continuando con los modelos encontramos el llamado de planeación sistémica de acuerdo con Miller (1993), citado por Li, Li y Dalgic (2004), quien sugiere que este modelo de internacionalización, basada en una investigación de mercado y análisis, mejoraría el desempeño internacional de una empresa siempre y cuando se sigúan determinados pasos propuestos para la evaluación y selección de planes de operación en el extranjero (Li, L., Li, D., & Dalgic, T., 2004). Más recientemente Yip propuso su “*way station model*” de la internacionalización de las PYMES. Dentro del cual surgen seis pasos; motivación y planificación estratégica, investigación de mercado, selección de mercado, selección del modo de entrada, planificación de problemas y compromiso una vez dentro (Yip, G., Biscarri, J. & Monti, J. 2000). Este modelo se encuadra dentro del rubro de los traicionales de Brenes y León, y dentro de la clasificación de perspectiva de proceso de Cardozo et. al. Además, se encuentra basado principalmente en estudio de caso y evidencias anecdóticas.

Una de las características dentro del modelo de planeación sistémica de Miller de acuerdo con Li, et.al., es que este modelo es extremadamente racional.

Lo que podría constituir una barrera de información para la PYME. Toda vez que dentro del proceso de internacionalización mediante este modelo se incorpora como tesis central la viabilidad de recolección y análisis de datos e información de mercado, lo que para estas unidades económicas resulta difícil, además de que los procesos de internacionalización rápidos que ha brindado la globalización, restan valor a la planificación mediante análisis planificado, pues ralentizan el proceso de internacionalización.

El modelo de ciclo de vida del producto de Vernon se encuentra dentro de la clasificación de los tradicionales de Brenes y León, y de perspectiva del proceso de Cardozo et. al. Está basado en teorías clásicas del comercio internacional. Con un enfoque principal desde el punto de vista de cada una de las PYMES en particular. Vernon utiliza los productos o servicios para explicar las actividades de valor agregado que incorpora la empresa en los mismos, basándose principalmente en el ciclo de vida del producto. Al inicio se imprime este valor agregado en el producto o servicio en el país de origen de la empresa, y se ofrecen solamente en dicho país, posteriormente el producto o servicio se exporta, debido a ventajas de innovación obtenidas en el país de origen (Vernon, R., 1966).

De tal forma que los países seleccionados para exportaciones son los que más se asemejan al país de origen. Posteriormente habrá prioridad en reducir costos en la producción y habrá necesidad de buscar economías de escala. Así cuando la demanda se incrementa los mercados extranjeros crecen y “aumenta el atractivo de localizar las actividades de valor agregado en un país extranjero, en lugar del país de origen.” (Cardozo, et.al., 2013:12). Lo que también podría conocerse como internacionalización indirecta. Este proceso puede acelerarse cuando hay barreras al comercio o cuando los competidores establezcan en los mercados las cuatro etapas de actividad; Introducción, crecimiento, madurez y declive (Cardozo, et.al., 2013). El modelo de ciclo de vida del producto, podría representar una barrera de mercado para la PYME, pues la comercialización de su servicio o producto está sujeto a los países que tengan similitud con aquel del cual emana la PYME.

También dentro de los modelos tradicionales de Brenes y León, y la clasificación de perspectiva económica de Cardozo et.al. se encuentra el paradigma ecléctico de Dunning. Este autor establece que la forma y patrones de la producción internacional se determina por la configuración de tres bloques de ventajas percibidas por las empresas. Primero para que las empresas de una nacionalidad compitan con otras es necesario que posean ventajas, estas deben ser específicas a la naturaleza o nacionalidad a la que pertenecen, además, estas ventajas deben ser capaces de compensar los costos de ajuste y operación en el extranjero (Dunning, J., 1988).

La segunda condición para la internacionalización de las PYMES de acuerdo con Dunning, es las PYMES deben tener interés de explotar la ventaja propia del producto o servicio, en sus propias unidades económicas, en lugar de transferirlas o vender los derechos de uso a empresas de base extranjera (Dunning, J., 1988). Ya que esto sugiere que las empresas detectan que el mercado internacional no es la mejor opción para transacciones de bienes o servicios. Finalmente, el tercer punto es relacionado con las ventajas de ubicación. “el dónde de la producción” (Dunning, J., 1988). Principalmente se debe basar, en una ubicación rentable para la PYME, en cuanto a su dotación de factores no trasferibles y las dotaciones de recursos, precios, calidad, costos de transporte, barreras al comercio, infraestructura del país de destino y también diferencias culturales. Lo que al igual que en el modelo de ciclo de vida del producto de Vernon, también en el de Dunning podría significar una barrera de mercado, pues tiene suma importancia la ubicación geográfica de la empresa.

Dentro de la clasificación de perspectiva económica y tradicional de Cardozo et. al. y Brenes & León, respectivamente, también se encuentran la teoría de la ventaja monopolística o teoría de la organización industrial de Kindleberger (1969) y Hymer (1976). Dicha teoría, tiene la característica de incluir una ventaja competitiva a la empresa. Esta ventaja supone ser exclusiva o “monopolica”, lo que la convierte en el mayor poder de la empresa misma, y la hace competir en mercados nacionales y extranjeros. Puede tratarse del modo de producción, la tecnología utilizada, el método de comercialización de los productos o servicios, e

incluso en el método de elegir mercados. Esta teoría acoge una barrera económica para la PYME, pues la empresa corre con los costos de incorporar la ventaja exclusiva.

Otra teoría que se encuentra dentro del grupo de las tradicionales y de perspectiva económica es la de internalización de Buckley y Casson (1976). Este modelo tiene una estrecha relación con los procesos internos de las empresas, pues se basa en la transferencia de información entre ellas, es por esta característica que dicho modelo de internacionalización es más frecuente en las grandes empresas o multinacionales, ya que se comunican entre filiales (Cardozo, et.al., 2013). Es decir, que las organizaciones de empresas hacen las veces de los mecanismos que sugieren los mercados más adecuados para las unidades económicas, pero además, para que las empresas puedan tener inversiones en el extranjero deben cumplir con la condición de tener ventaja al ubicar actividades en el exterior y también, que resulte más eficiente organizar ellos mismos el producto o servicio en el exterior, en lugar de venderlos o arrendarlos a países extranjeros para que los administren (Trujillo, D., Rodríguez, O., Guzmán, V., & Becerra, P., 2006). Este modelo representa una barra económica, y muy pocas PYMES cubren las características para internacionalizarse mediante este modelo.

La teoría del enfoque macroeconómico de Kojima (1973), es definido como el proceso de internacionalización mediante la inversión directa en el exterior (Cardozo, et al, 2013). Buscando justificar porque los países realizan inversión extranjera. Kojima expone que la IED debe emanar del país de origen con desventajas que se convertirán en ventajas una vez llegue al país de destino. Este modelo de internacionalización podría constituir una barrera geográfica, pues se restringe a los sitios donde se ubiquen importantes componentes para incorporar la ventaja competitiva del servicio o producto ofertado.

El último modelo de la clasificación tradicional de Brenes y León es el modelo de la ventaja competitiva de las naciones de Porter (1990), que también se encuentra en la clasificación de perspectiva económica de Cardozo et al. Este modelo tiene base en el diamante de Porter elaborado en su libro *The competitive Advantage of Nations* (1990). Los elementos integrantes del diamante son

determinantes para que mediante una combinación de estos y un análisis racional se elija sitio, forma y causales para internacionalizar la empresa (Trujillo, et al., 2006). Los elementos del diamante son cuatro: 1) Dotación de factores, refiriéndose estos a los recursos naturales, clima, ubicación geográfica, obtención de mano de obra y tecnología. 2) Condiciones de demanda, mientras mayor sea la demanda de la localidad mayor ventaja competitiva habrá en el mercado. 3) Industrias conexas y de apoyo, una vez que las empresas se internacionalizan y tienen éxito pueden asociarse con otras para obtener ventajas competitivas. 4) Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas, la competencia se incrementa gracias a la rivalidad de las empresas, lo que sugiere motivación para mejoras en las ventajas competitivas existentes e innovación (Trujillo, et al. 2006). Este modelo incluye barreras económicas para las empresas, ya que tiene fundamentos en el desarrollo económico de ambos países; de origen y de destino.

Finalmente, dentro de la clasificación de modelos alternativos de Brenes y León o las de orientación a la internacionalización de PYMES de Cardozo et.al., se encuentra el modelo de las *Born global*. Este tipo de empresas como su nombre lo señala nacen internacionales o se internacionalizan en un corto periodo, aproximado a dos años después de su creación. Los factores determinantes de su función son primordialmente globales. Entre los atributos de estas empresas se encuentra que su motivación para internacionalizarse es que suelen ser proactivas y que son buscadoras activas de nuevos mercados (Brenes, L. & León, D., 2008). Además, buscan explotar ventajas competitivas, mientras las PYMES dentro de la categoría de tradicionales, buscan sobrevivir en los mercados o buscan crecimiento lo que las hace funcionar de forma gradual, mientras las *Born global* lo hacen de manera rápida (Cardozo, et.al., 2013). Sin embargo, este modelo de internacionalización se restringe a sectores muy concretos del comercio, principalmente tecnológicos, lo que podría resultar en una barrera comercial. No todas las PYMES podrían internacionalizarse exitosamente mediante este modelo.

Dentro de esta misma clasificación de modelos orientados a la internacionalización de las PYMES que proponen modelos alternativos también encontramos la teoría de redes de Johanson y Mattsson (1988); que tiene la

característica de entrar al mercado exterior gracias a la interacción entre empresas locales y las redes internacionales de estas. El elemento más importante de este modelo es representado por las relaciones entre personas, empresas o cualquier otro agente relevante dentro de la empresa, que genere relaciones capaces de ser explotadas para obtener mediante el aprovechamiento de esta explotación una ventaja competitiva para la empresa, internacionalizándose por este medio.

Otro modelo en esta clasificación orientada a la internacionalización se encuentran también los modelos de las empresas de enfoque de fases, procesos y ciclo de vida, analizado por Chen y Huang (2004). Estos autores concluyen en su investigación, que las empresas atraviesan un proceso. Dicho proceso se compone de cuatro fases; 1) centros de servicios de alianza después de la venta. 2) Establecimiento conjunto de almacenes de distribución. 3) Desarrollo y comercialización regional de productos y 4) Construcción de canales de distribución minoristas a nivel local y global (Chen, H. & Huang, Y., 2004). El análisis de esta investigación deja una laguna en cuanto al desempeño de las empresas mientras establecen las alianzas o fases que los autores proponen, pues no se midió el efecto que iba generando en las PYME cada una de las fases. Lo que podría resultar en barreras económicas y de logística. Limitando también a determinado sector, pues este modelo es más común en empresas tendientes a la tecnología.

Finalmente, dentro de la categoría de teorías orientadas a la internacionalización de PYMES encontramos las de enfoque estratégico (Cardozo, et.al., 2013). Este enfoque estudiado por Westhead, Wright y Ucbasaran (2001-2001) y por Wolf y Pett (2000). Proponen que las PYMES tienen una estrategia para exportar directamente ligada a sus resultados en el mercado local. Una "exportación reactiva" (Cardozo, et.al. 2013:16). Este fenómeno se podría justificar principalmente por las ventajas competitivas con las que cuentan las unidades económicas y además, porque tienen límites en tanto al modelo o teoría que utilicen para su internacionalización. Dentro de este modelo se incorporan políticas públicas que suelen apoyar al desarrollo natural de la empresa (Cardozo et al. 2013). Lo que podría resultar en una barrera de información para las PYMES en

tanto las capacidades con las que cuenta, pues estas unidades económicas en su mayoría carecen de la cantidad de personal apropiado para utilizar programas nacionales o internacionales de apoyo.

Los modelos y teorías analizados, nos ayudan a encontrar motivos para que las PYMES busquen mercados internacionales y también identifican barreras a las que se enfrentan. En los tres distintos enfoques se presentan barreras económicas como se muestra en el cuadro 2.2. Esto señala que una de las principales barreras para que estas unidades económicas se internacionalicen se reduce a costos diversos dentro de las empresas y en el entorno donde estas se desarrollan.

Mediante el análisis de modelos y teorías, además de barreras que enfrentan las empresas, se obtiene también una perspectiva de las ventajas de una PYME al internacionalizarse. Estas ventajas no se limitan a crecimiento económico, sino representa un desarrollo integral de la empresa, crecimiento o incorporación de ventajas competitivas, mejora constante para los integrantes de la unidad económica y claro una ventaja que afecta de forma indirecta al entorno nacional es que siendo estas empresas sostenibles genera empleos.

Se lograron identificar en conjunto barreras que dificultan el proceso exportador, sin embargo, para un análisis más específico es necesario examinar las barreras desde una perspectiva interna y externa de las PYMES y analizar cuáles son los fenómenos en la internacionalización que representan mayor dificultad para las empresas.

Cuadro 2.2 Teorías o modelos de internacionalización de empresas

Teoría o modelo	Enfoque	Problemática o barrera	Autor
Uppsala	Tradicional- De proceso	Exportación esporádica. Barrera económica.	Johanson, Vahlne, Wiedesheim-Paul, (1975)
Innovación	Tradicional- De proceso	Medios de producción para exportar. Barrera económica.	Bilkey, Tesar, (1977)
Planeación sistémica	Tradicional- De proceso	Análisis de estudio de mercado. Barrera de información y tiempo.	Miller, Root, (1993-1994)
Ciclo de vida del producto de Vernon	Tradicional- De Proceso	Imprime valor agregado al producto en país de origen, lo lleva a países similares al de origen. Barrera de ubicación de mercado.	Vernon, (1966)
Paradigma ecléctico de Dunning	Tradicional- De perspectiva económica	Basado en ventajas específicas de IDE y la producción en determinados mercados. Barrera de ubicación de mercado.	Dunning, J. (1988)
Ventaja monopólica o teoría de la organización industrial de Kindleberger y Hymer	Tradicional- De perspectiva económica	Las empresas deben tener ventaja competitiva exclusiva en cualquier área, esta ventaja supone falla en el mercado. Barrera económica ya que la empresa paga por esta exclusividad de ventaja.	Kindleberger, C. (1969) Hymer (1976)
Internalización	Tradicional- De perspectiva económica	Se basa en transferencia de información entre empresas, más frecuente en multinacionales. Barrera económica y de información.	Buckley, Casson (1976), Williamson (1975)
Enfoque macroeconómico	Tradicional- De perspectiva económica	La IED debe tener origen en el país que la desarrolla con desventaja comparativa y se imprime la ventaja en país extranjero. Barrera económica y de ubicación geográfica.	Kojima (1973)
Ventaja competitiva de las naciones	Tradicional- De perspectiva económica	Basado en estructura del diamante de Porter: "Dotación de factores, condiciones de demanda, industrias conexas y de apoyo, estrategia estructura y rivalidad de las empresas". (Trujillo, et al. 2006). Barrera económica basada en el desarrollo de países de origen y destino.	Porter (1990)

Cuadro 2.2 continuación			
Born Global	Alternativas- De orientación a la internacio- nalización	Empresas que se internacionalizan al ser creadas o a 2 años de su creación. La mayoría del sector de alta tecnología. Barrera del tipo de empresa por el sector de especialización.	Knight, Cavusgil, (1996), Madsen, Servais, (1997), McAuley (1999), Fillis (2001).
Teoría de redes	Alternativas- de orientación a la internacio- nalización	Se caracteriza por ser usada por empresas grandes, que tienen filiales. Las oportunidades de mercados externos llegan a las empresas mediante las redes establecidas. Barrera de tiempo para que surja el desarrollo de la red y barrera económica.	Johanson, Mattsson, (1988)
Fases, proceso y ciclo de vida	Alternativas- de orientación a la internacio- nalización	Se basa en 4 tipos de alianzas; de centros de servicios después de la venta, conjunto de almacenes de distribución, desarrollo y comercialización y construcción de canales de distribución minoristas a nivel local y global. Barrera de económica pues la PYME debe establecer estas alianzas por sus propios medios, y posibles dificultades de logística y obtención de información.	Chen, Huang, (2004)
Enfoque estratégico	Alternativas- de orientación a la internacio- nalización	Las empresas deben generar estrategias para la exportación ligadas a los resultados en el mercado local, obteniendo una "exportación reactiva". Podría significar barreras económicas para la empresa, pues la exportación depende del éxito nacional, además ya que se apoya mucho de programas nacionales podría constituir una barrera de información.	Westhead, Wright, Ucbasaran, (2001) Wolf, Pett, (2002)

Elaboración propia a partir de Cardozo et. al. (2013)

2.2 Barreras externas e internas en el proceso de internacionalización de las PYMES

Es impórtate señalar que desde el interior de las PYMES existen factores que las impulsan a internacionalizarse, y estos factores marcan importantes diferencias para llegar al objetivo de la internacionalización. De acuerdo con el trabajo; *Determinantes para la internacionalización de la PYMES mexicanas*, de J. Irene Jiménez Martínez; considera a partir del paradigma ecléctico que las empresas eligen explotar sus ventajas de competencia en el exterior, mediante la inversión directa, cuando cumplen con ventajas propias como son los activos intangibles, ventajas de internacionalización de sus procesos o que les beneficia su ubicación geográfica (Jiménez, M., 2007). Es decir que, a las PYMES les es mucho más redituable explotar estas ventajas que venderlas o arrendarlas.

Parte de la problemática que se presenta en la internacionalización de las PYMES, es el temor que estas unidades económicas tienen a los mercados externos. Este fenómeno constituye una barrera inicial, pues si el empresario no arriesga capital para incursionar en terrenos desconocidos, las posibilidades de que se consolide un proceso completo de internacionalización es muy limitado. Este temor es originado principalmente por otra barrera importante que tienen las PYMES; no tienen una claridad sobre cómo y por dónde iniciar el proceso de exportación. Esta característica hace a las unidades económicas precisen de mayor respaldo. Existen tantos programas nacionales e internacionales que suponen apoyos importantes para las PYMES, que se crea una confusión, y los empresarios se encuentran finalmente en una búsqueda desesperada, que los dirige a tomar decisiones erróneas.

Las ocupaciones del día a día en una empresa medianamente funcional, puede constituir una barrera más al proceso de internacionalización de una PYME, pues surgen conflictos que atrapan a los empresarios, problemas de producción o alguno de los ciclos de distribución que sólo ellos pueden solucionar. De tal forma que no alcanzan a visualizar que hay más allá de las limitantes de la empresa a nivel nacional.

Se han podido observar limitantes adicionales para las PYMES, en los ciclos, teorías y modelos de internacionalización. Dichos modelos brindan la oportunidad de resaltar los esfuerzos de algunas unidades económicas y los errores que cometen a causa de las barreras a las que nos referimos. Además, es importante considerar la pujante globalización y apertura de mercados, que obliga a las PYMES a internacionalizarse incluso antes de que llegue el proceso natural de maduración de la empresa. Es este mismo proceso globalizador que generó el concepto de empresas las *Born global*.

Sin embargo, no todas las PYMES, se encuentran dentro de esta clasificación, algunas tienen años siendo una PYME que no exporta o que ha exportado ocasionalmente. Y una característica importante de las empresas *Born global* es la estrategia inicial de las mismas, generalmente se habla de servicios o productos con amplia tecnología, que desde el inicio tienen como finalidad lanzarse a la internacionalización. Algunas de estas barreras que obstaculizan a las unidades económicas y evitan que formen parte del mercado global, tienen que ver directamente con un entorno endógeno como puede ser la falta de capital para el desarrollo comercial de las PYMES, o bien de manera externa, con una restricción comercial internacional.

La investigación llevada a cabo por Pablo Orlandi en su artículo; *las PYMES y su rol en el Comercio Internacional*, menciona algunas barreras para la internacionalización de las PYMES, que emanan del interior de estas como lo son; la falta de información de los empresarios, la falta de capital para el desarrollo comercial, capital de trabajo, cobertura de riesgo, capacidades de management insuficientes en relación con la orientación comercial, experiencia internacional y de gestión e idiomas, por último Orlandi también señala como barrera interna; “las políticas de incentivo incompletas y reaccionarias”(Orlandi, P., 2006:6), refiriéndose a la reacción que han tenido algunos Gobiernos mexicanos ante la problemática de las PYMES, sin dar continuidad o seguimiento.

En tanto a las barreras externas Orlandi identifica restricciones técnicas al comercio, dentro de las que incluye; normas de calidad y estandarización (Orlandi, P., 2006), además, menciona como barreras la burocracia en los procedimientos,

problemas de distribución de los productos, falta de atención en seguros de riesgo y elevados costos de logística.

De acuerdo con este análisis, el sector público y privado deberían promover entre las PYMES, capacitación en negocios, idiomas, desarrollo de innovación, certificaciones de calidad, apoyo en propiedad intelectual, pabellones y ferias, investigación de mercados, y financiamientos para la exportación, para derribar gran parte de las barreras que limitan a las PYMES en su crecimiento.

Un posible apoyo para la internacionalización de una PYME desde el interior de la misma, podría ser que esta unidad económica se diseñara un modelo de exportación, para eliminar la barrera del no saber qué hacer. Para que esto sea posible, es indispensable que los empresarios conozcan las estructuras y características de una PYME exportadora, observando y analizando los principales productos elaborados por PYMES con mayor potencialidad, para tratar de utilizarlas como un hilo conductor de apoyo o guía.

Otro análisis que arroja resultados similares, es el realizado por Leonidas C. Leonidou, en su artículo; *Un análisis de las barreras que obstaculizan el desarrollo de las exportaciones de la pequeña empresa*, nos presenta al igual que Orlandi barreras internas y externas. Identificando en las barreras internas las relacionadas con la falta de información de las PYMES, las barreras funcionales y las de marketing. En las barreras externas señala las de tipo procesal, gubernamental y las de tipo medio ambiental, como se explica en el cuadro 2.3.

Es de considerar que, de acuerdo a los estudios de algunos de los investigadores mencionados en este trabajo de investigación, gran parte de las motivaciones y barreras que existen para la internacionalización de las empresas se encuentra en un nivel local, toda vez que los mercados nacionales se encuentran con gran número de competencias internacionales en lo regional. De este modo, puede considerarse que esta competencia impulsa a algunas PYMES a utilizar las herramientas globalizadoras para buscar otros nichos de mercado en el extranjero.

Cuadro 2.3 Barreras internas y externas para la internacionalización de las PYMES

Barreras internas	Barreras externas
<p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de información para localizar mercados e identificar oportunidades de negocio en el exterior. 	<p>Procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos de exportación desconocidos/papeleos. • Problemática para comunicarse con los clientes. • Recuperación lenta de pagos del extranjero.
<p>Funcionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de tiempo gerencial, para manejar las exportaciones. • Falta de capacitación para la exportación. • Falta de exceso de productos para exportación. 	<p>Gubernamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de asistencia gubernamental nacional. • Reglamentos y normativas nacionales desfavorables.
<p>Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco desarrollo de nuevos productos para mercados extranjeros. • Dificultad para adaptar los productos de exportación, (precios, diseño y competencia). • Acceder a canales de distribución para exportación. • Obtener representación extranjera confiable. • Falta de disponibilidad de instalaciones de almacenamiento en el exterior. • Dificultad para mantener el control en los intermediarios. 	<p>Ambientales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condiciones económicas en deterioro en el extranjero. • Riesgo de cambio de moneda extranjera. • Inestabilidad política en el mercado extranjero. • Reglas y regulaciones estrictas en el extranjero. • Altas tarifas y barreras arancelarias. • Diferentes tratos socioculturales. • Prácticas desconocidas de negocios en el extranjero.

Elaboración propia a partir de Leonidou (2004).

La OCDE identifica barreras de internacionalización de las PYME, con base en el estudio realizado entre este organismo y el Foro de Cooperación Asia-Pacífico (APEC). Estos organismos identificaron cuatro principales barreras: 1) escasez de capital de trabajo para financiar las exportaciones. El estudio señala que países como China, Finlandia, India, Indonesia, Irlanda y España entre otros se encuentran limitados en capital y otros recursos de la empresa, además, de poco acceso a infraestructura. 2) Identificación de oportunidades de negocios en el

extranjero. Esta barrera salió a relucir en el análisis por el desconocimiento del mercado de ultramar para empresas australianas. Sugiriendo que aun con la amplia tecnología actual, prevalece una brecha referente a la disponibilidad de información. 3) información limitada para análisis y localización de mercados. Encuestas realizadas por Crick (2007), Barnes (2006), Kneller y Pisu (2007), señalan que hay dificultad para las empresas al obtener representación adecuada en el extranjero, además de la dificultad para encontrar un socio de mercado apropiado. 4) incapacidad para contactar potenciales clientes extranjeros. El estudio señala que el acceso a canales de distribución es inadecuado para las empresas que buscan mercados internacionales (OECD, 2009).

Como barrera adicional analizan la falta de tiempo para gestión, habilidades y conocimientos. Dentro de esta barrera adicional se encuentran barreras que podrían definirse como las barreras que identifica Leonidou como internas de la PYME. La OCDE identifica:

1. Cantidad inadecuada y/o personal no entrenado para la internacionalización.
2. Escasez de capital de trabajo para financiar exportaciones.
3. Información limitada para localizar / analizar mercados.
4. Identificación de oportunidades de negocios en el extranjero.
5. Falta de tiempo de gestión para lidiar con la internacionalización.
6. Incapacidad para ponerse en contacto con posibles clientes extranjeros.
7. Desarrollo de nuevos productos para mercados extranjeros.
8. Prácticas de negocios extranjeras desconocidas.
9. Procedimientos de exportación/ documentación no familiarizados.
10. Cumplimiento de la calidad de los productos de exportación/ norma/ especificaciones (OECD, 2009:9).

Las limitaciones de los empresarios de las PYMES derivadas de la falta de tiempo, conocimiento y habilidades se han colocado como una de las barreras principales en la internacionalización de empresas. De acuerdo con un estudio realizado por UPS Business Monitor de Estados Unidos en 600 empresas, se mostró que solo el 33% participó en comercios internacionales de estos 15% son en calidad de importación. La encuesta, además, describe que los empresarios tienen como “demasiado arriesgado” lanzarse a mercados desconocidos con la

falta de conocimientos sobre mercados internacionales en general, incluyendo normatividades aduanales o tratados y programas de apoyo (UPS, 2007).

Esta limitación del conocimiento de los directivos de las empresas surgió también como barrera en PYMES rusas y sudafricanas. Asimismo, empresas coreanas y españolas demostraron similar interés en conocer el mercado experimental o conocimientos para explicar el proceso internacionalización de PYMES y otras barreras que se vinculan directamente con la administración de las firmas (OECD, 2009). Lo que como ya hemos analizado constituyen barreras internas de las empresas, pues reflejan las limitaciones de los directivos, sus recursos y capacidades insuficientes para mercados exteriores. Esta barrera no se limita a determinado sector, se encuentra en cualquier giro de las diversas unidades económicas.

El documento de la OCDE y la APEC, señala varias encuestas que identifican obstáculos especialmente internos de las PYMES. Sin embargo, estas barreras administrativas y técnicas, como registros de marcas, pagos, tipos de cambio, documentación y competencia del mercado, tienden a disminuir en base a experiencia de las unidades económicas. Lo que nos coincide con los modelos teóricos analizados en el apartado anterior. Modelos como Uppsala o de ciclo de vida del producto y fases, nos muestran que las empresas mejoraran su internacionalización de acuerdo a su tiempo en el mercado y su dominio del mercado local. Sin embargo, las barreras del conocimiento gerencial y capacidades de las PYMES podrían encontrar un importante apoyo en programas estructurados para internacionalizar las empresas. Estos programas podrían resolver el conflicto de costos, acceso a la información y saltar la barrera del tiempo que ata a determinadas empresas a internacionalizarse mediante los modelos tradicionales o de proceso.

2.3 Programas de apoyo para internacionalizar las PYMES en México.

Los gobiernos latinoamericanos y mundiales cuentan con diferentes herramientas o elementos que les ayudan a apoyar a sus PYMES para

consolidarse fuera de los mercados nacionales. Existen programas, plataformas, organismos etc. con lo que se cuenta para guiar a las unidades económicas paso a paso. Varios de estos programas se encuentran vinculados con convenios internacionales o son parte de acuerdos regionales o de tratados de libre comercio.

Uno de los objetivos del Plan nacional de desarrollo en México 2013-2018, es el de la reafirmación del libre comercio y movilidad de capitales (DOF, 2013). Se busca lograr este objetivo mediante el impulso de políticas de apertura comercial que estimulen al país a incorporarse en la economía global. Dentro de las estrategias, se encuentra fortalecer cooperación con otras oficinas de PI, impulsar mecanismos que favorezcan internacionalizar las PYMES y mayor participación en foros internacionales entre otros. Además, se menciona el interés de fomentar la integración regional de México mediante acuerdos económicos para lograr reforzar el libre comercio y diversificar las exportaciones.

Sin embargo, se cuenta con tantos programas y apoyos, origen de este plan, que vienen desde la Secretaría de Económica y Gobierno Federal, Gobierno del Estado o incluso apoyos municipales o del sector privado, que los empresarios terminan en un estado de confusión, sin saber elegir correctamente cuál es el programa más apropiado para su PYME, o cual conviene más al proceso de internacionalización específico de su empresa, su producto o servicio.

La Secretaría de Economía pone a disposición de los empresarios varias plataformas de soporte y desarrollo económico con fines de apoyo al sector PYME en México. Una de las más importantes es la Semana Nacional del Emprendedor. Se trata de un evento empresarial coordinado por el Instituto Nacional del Emprendedor e impulsado por el Gobierno de la República, que cuenta en la actualidad con 3 records Guinness; (1) El seminario de negocios más grande. (2) La lección práctica de negocios más grande. (3) La asistencia más grande a un evento empresarial (Entrepreneur, 2016). Consta de talleres, ponencias magistrales, experiencias de empresarios, tecnología entre otras. Se constituye de once pabellones enfocados en temas diversos en materia de empresas, incluyendo un pabellón destinado para innovación, cultura financiera, semillero de

empresas, red de apoyo al emprendedor, scale up y startup sin fronteras, por mencionar algunos (INADEM, 2016). Constituyendo así un apoyo importante a la educación de los empresarios y por tanto al sector económico.

Sin embargo, los apoyos brindados en esta plataforma, son más de tipo nacional local. Se trata de un foro en el cual se exponen los apoyos a las micro, pequeñas y medianas empresas para que inicien. Una especie de lluvia de ideas para emprender en la región. En la cual la internacionalización de las empresas se encuentra restringida en el área de financiamiento a estas o en startup y scaleup para las empresas *Born global*.

Otro de los apoyos brindados por la Secretaría de Economía es el Fondo PYME, que es el fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa. Dicha herramienta busca apoyar a las empresas, principalmente a las de menor tamaño. Esto lo hace mediante apoyos temporales a programas que fomentan desarrollo, competitividad y sustentabilidad a las PYMES. Es decir, el Fondo PYME no otorga apoyos directamente a las empresas, funciona como organismo intermediario entre el gobierno estatal, sector académico o privado de y el empresario. Se encuentra dividido en 5 sectores; nuevos emprendedores, microempresas, PYMES, gacelas y tractoras (Fondo PYME, 2010).

El sector de las empresas tractoras es el destinado a las unidades económicas con vías a comercio exterior. Cuenta con programas de capacitación, consultoría, estudios y organismos de comercio exterior. También cuenta con un programa dirigido a la propiedad intelectual en materia de denominación de origen, relacionado con la marca Hecho en México.

El instituto PYME, es una organización no gubernamental que opera en 12 países, tiene el objetivo de contribuir al desarrollo de pequeñas y medianas empresas, impulsando capacidades de estas unidades económicas y promoviendo información que es usualmente utilizada por empresas grandes. Cuenta con varios socios gubernamentales, no gubernamentales e incluso organismos internacionales como la OECD (Instituto PYME, 2015). El programa para facilitar el acceso de las PYMES a mercados administrado por el Instituto PYME, tiene la finalidad de reducir la brecha entre el desarrollo de las PYMES y las oportunidades

de mercado. Parte importante de la misión de esta organización está basada en la difusión de conocimiento a los empresarios, para promover un desarrollo sostenible a las PYMES de forma coherente y sistémica.

El Sistema Mexicano de Cooperación Internacional para el Desarrollo, también hace mención de la internacionalización de PYMES. Dicho sistema de cooperación tiene su fundamento jurídico en la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo (LCID). Esta ley establece como instrumentos para la Cooperación Internacional al Desarrollo (CID), a la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID) y el Programa de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2011).

El programa tiene dentro de sus objetivos el incremento de la presencia de México en el mundo, fortaleciendo oportunidades económicas, turísticas y culturales (SEGOB, 2014). Dentro de la estrategia para atraer la inversión y comercio internacional se encuentra coadyuvar en programas para la vinculación productiva de PYMES y motivar a estas unidades económicas para su internacionalización.

No obstante, es un apoyo y mención sumamente laxo. La cooperación internacional que se ha dado en materia de propiedad intelectual no tiene un vínculo como tal. Esto se debe principalmente a que la AMEXCID y el Programa de Cooperación emergen de la Secretaría de Relaciones Exteriores, y responden a los intereses de esta. Por tanto, el vínculo en IED, PI y PYMES entre otros elementos de comercio internacional, son minúsculos.

Entre los elementos de cooperación internacional en materia de PI celebrados entre México con otros países se encuentra el programa de competitividad e innovación México-Unión Europea (PROCEI), donde el gestor es ProMéxico. Inicio con un presupuesto de 18 millones de euros, aportados por los integrantes del programa a partes iguales, es decir 9 millones de euros México y 9 millones de euros provenientes de la Unión Europea (PROCEI, 2015).

Este programa traía consigo un importante objetivo específico para incrementar la competitividad de las PYMES mexicanas y facilitar así su acceso a

mercados europeos. Esto mediante acceso a información sobre mercados europeos con un sistema de inteligencia comercial y de negocios. Esta plataforma de inteligencia, permitía a las empresas mexicanas registrar su capacidad exportadora, sus productos y servicios. Al mismo tiempo las empresas extranjeras podían acceder a la oferta de las empresas mexicanas, vinculando de este modo, la oferta y la demanda. Además, se diseñó la cartera de la exportación, elemento que ayudó a las empresas mexicanas a madurar su capacidad de exportación. Como una hoja de ruta que sigue la empresa para lograr su internacionalización.

Otro componente importante para los empresarios de PYMES fue la incorporación de la visión europea de negocios. Dando la importancia a las certificaciones en las empresas, mediante el mejoramiento de los procesos de calidad de las unidades económicas mexicanas. Pudiendo con esto, garantizar a los clientes de las PYMES, que hay procedimientos que aseguran la calidad de los productos elaborados. Este proyecto terminó en octubre de 2015, luego de 58 meses y participaron en el casi mil cuatrocientas PYMES mexicanas.

Entre otros apoyos de la Secretaría de Economía para la internacionalización de las PYMES en México, y posiblemente la plataforma más importante para las relaciones internacionales comerciales en el país, es ProMéxico. Se trata de un Fideicomiso del gobierno Federal que tiene el objetivo de promover la inversión internacional y el comercio (ProMéxico, 2016). Buscando afianzar a México como un destino atractivo a la inversión extranjera, pero, además, tiene la finalidad de potenciar la actividad internacional de las empresas mexicanas.

Dentro de las acciones y programas de apoyo a las PYMES en ProMéxico se cuenta con un Directorio de Exportadores (DIEX), que facilita la identificación de la oferta exportable mexicana en el extranjero (ProMéxico, 2016). También cuenta con biblioteca de libros realizados por la entidad y capacitación para el comercio internacional mediante cursos, diplomados, talleres y seminarios. Uno de los programas más vinculados con la internacionalización de las PYMES es sin duda el Programa RedExporta.

RedExporta es un programa para el desarrollo de redes de exportación de empresas mexicanas (ProMéxico, 2016). Se trata básicamente de empresas que se asocian para internacionalizarse. El proceso se divide en cuatro etapas, prospección, preparación, implantación y consolidación. Aunque, este programa ya ha tenido éxito con empresas de Jalisco y Guanajuato, se limita a determinados sectores de producción y productos y es forzosamente mediante el impulso de redes o uniones de empresas.

ProMéxico cuenta con apoyos en internacionalización de las empresas en varias formas; apoyo a representante en negocios, asesorías en procesos de producción, constitución de empresas en el extranjero, consultoría para registro de marca internacional, entre muchas más. Sin embargo, estos apoyos son sumamente condicionados al sector o a la producción. Sigue dificultándose el romper las barreras internacionales incluso con esta herramienta.

Además, los apoyos en el sector de Propiedad Intelectual (PI), son limitados. Y hay que puntualizar que para proteger el producto de la imaginación o el valor agregado del servicio o producto que se está comercializando al exterior, es importante registrar la marca o patente. De tal forma que no se reproduzca en otra región de forma ilícita. Esto implica una lucha contra la piratería.

En este sentido, ProMéxico celebró un convenio de colaboración con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) en julio de 2013. Este documento tiene el objetivo de promover entre las PYMES la importancia del registro de conceptos derivados de la PI. Se impartieron talleres, seminarios y capacitación por parte del IMPI a ProMéxico, principalmente enfocados al llenado de las solicitudes ante el Instituto. Las solicitudes relativas al Protocolo Concerniente al Arreglo de Madrid Relativo al Registro Internacional de Marcas y también información sobre cómo funciona el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) (Secretaría de Economía, 2013).

Existe un gran número de programas administrados por el Gobierno Federal mexicano, desde la Secretaría de Hacienda y Crédito público y Bancomext, hasta los apoyos administrados por organismos no gubernamentales como el instituto del exportador, resulta complicado decidir cuál de estos apoyos es el apropiado en

el cumulo de información que se despliega. Estos apoyos como tal, pueden llegar a constituir una barrera más para la internacionalización de las PYMES.

Los modelos y teorías de internacionalización analizadas dejan ver las motivaciones que tienen las empresas para internacionalizarse, asimismo, muestran desventajas y ventajas que las PYMES pueden adquirir en el proceso o al finalizar el mismo. También exhiben barreras que obstaculizan el éxito económico o limitan el desarrollo de la empresa, estas barreras pueden ser a nivel interno de la empresa que incluyen acceso a la información, funcionales o técnicas es decir de poca atención o tiempo a la administración de exportaciones o falta de capacitación para llevarlas a cabo y referentes al marketing de la empresa, acceso a canales de distribución, dificultad para adaptarse a los precios etc. Asimismo, existen barreras a nivel externo, que no dependen del todo de la empresa, pero que sin embargo son barreras que afectan a las empresas directamente, como son las procedimentales, relativas a la serie de pasos concatenados en relación con la exportación , barreras gubernamentales principalmente constituidas por los cuerpos normativos que no favorecen a las empresas y finalmente las barreras ambientales, relacionadas con el entorno de destino de la exportación, las condiciones del país, inestabilidad política en determinado país, por mencionar algunas.

Entre las principales barreras identificadas se encuentra la de administración interna de las empresas, la falta de pericia en manejo y técnica gerencial, hace las veces de barrera potencial para el desarrollo de la PYME. Esta barrera tiene como núcleo la falta de tiempo y experiencia del empresario. El establecimiento de programas nacionales e internacionales busca subsanar este conflicto, sin embargo, el exceso de información abrumba a los administrativos dejándolos confundidos.

Los esfuerzos por el desarrollo integral e internacional de las PYMES y el gran aporte de la teoría dejan ver la importancia del estudio de estas unidades económicas. La incorporación de análisis económicos y tecnología a la internacionalización de las firmas es importante y denota el creciente poder de las

empresas, y logra establecer vínculos clave en los procesos globalizadores y la exportación.

Si bien el éxito exportador de acuerdo con Milesi, Moorí, Robert y Yoguel radica en los “procesos de diferenciación microeconómica, ya sean tecnológicos o comerciales” (Milesi D., Moorí V., Robert V. & Yoguel G., 2007), en ciertos países, sin embargo, existe un sistema nacional de innovación débil, esto limita a las empresas en el desarrollo de ventajas competitivas para mejorar su estatus comercial internacional. De tal forma que es de suma importancia el apoyo al desarrollo de estas ventajas y la garantía de las mismas para poder dar sustento los esfuerzos del desarrollo integral que mencionamos. Lo que incluye el tema de los Derechos de Propiedad Intelectual, pues una vez desarrollada la ventaja competitiva o el valor agregado al servicio o producto ofertado es necesario proteger lo que podría ser el activo más valioso de la PYME.

CAPÍTULO III. RELACIÓN JURÍDICA ENTRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL MARCO DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL

La Cooperación Internacional se conforma de varios elementos. Uno de los principales es que, debe existir una necesidad mutua de las partes para que sean susceptibles de cooperación. Asimismo, deben tener la capacidad de cooperar, de otra forma se habla de ayuda al desarrollo. Entre las plataformas de Cooperación Internacional más importantes en materia se encuentran los Organismos Internacionales, en materia de PI el organismo más importante es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Que presta asistencia a las naciones en desarrollo en materia de protección de Propiedad Intelectual (PI).

Con la finalidad del fomento al desarrollo económico y social, la OMPI, funge como cooperador internacional en el campo del derecho de PI. Gracias a la globalización y la liberalización de los mercados, los derechos de PI han cobrado relevancia. Parece que la apertura comercial obliga a las empresas a buscar nuevos nichos de mercado. Y para lograr establecerse en estos nuevos mercados es de suma importancia contar con un patrimonio protegido que respalde y garantice la propiedad patrimonial del producto o servicio ofertado.

En este tercer capítulo, se aborda la OMPI como un Organismo especializado de Cooperación Internacional en materia de fomento al desarrollo económico. Asimismo, se estudia la importancia de las patentes, las marcas y los derechos de autor, y como estos intangibles producto del intelecto pueden llegar a garantizar y sostener la economía y funcionamiento de una PYME. También se hace un análisis de la dualidad del papel de los intangibles intelectuales, pues estos pueden llegar a constituir una barrera importante para el desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas.

3.1 la Cooperación Internacional y protección de los derechos intelectuales desde la OMPI.

La Cooperación Internacional constituye el marco fundamental más importante para la formación de la mayoría de los Organismos Internacionales. La Organización de las Naciones Unidas (ONU), surgió con la finalidad de mantener la paz entre Estados. Pero, además, la ONU cuenta también con agencias que tienen dentro de sus objetivos la vigilancia y poder de brindar apoyo para fortalecer las economías, ofreciendo estabilidad en los mercados financieros, así lo señala la Carta de las Naciones Unidas:

“Artículo 57: Los distintos organismos especializados establecidos por acuerdos intergubernamentales, que tengan amplias atribuciones internacionales definidas en sus estatutos, y relativas a materias de carácter económico, social, cultural, educativo, sanitario, y otras conexas, serán vinculados con la Organización de acuerdo con las disposiciones del Artículo 63.

Tales organismos especializados así vinculados con la Organización se denominarán en adelante, los organismos especializados” (Naciones Unidas, 1945).

De esta forma y con la finalidad de cooperar de forma Internacional en materia económica y de desarrollo, se conformaron varios organismos especializados de la ONU. Uno de estos organismos ha sido al que se encomendó la protección de las ideas, diseños, invenciones y demás elementos producto de la imaginación.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el organismo internacional más importante en materia de derechos de Propiedad Intelectual. Sus fundamentos jurídicos están conformados además de la Carta de las Naciones Unidas, por el Convenio que establece la OMPI firmado en 1967. Esta organización deriva de Naciones Unidas, como se ha mencionado, y tiene su antecedente en las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BIRPI) que data de 1893 en Berna, Suiza.

Los convenios que dan sustento a lo que hoy en día conocemos como la OMPI son el Convenio de Paris (1883) y el Convenio de Berna (1886). Estos convenios surgieron luego de la necesidad de proteger las obras intelectuales a partir de la exposición universal de Viena en 1873. El conflicto central de esta exposición fue por la inasistencia de algunos expositores que temían que se

podiera transgredir el derecho de propiedad de sus invenciones e ideas, y que, al ser mostradas, estas fueran explotadas en otros países (WIPO, 2016).

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial fue el primer Tratado Internacional de gran alcance con objetivos de protección de obras del intelecto en otros países, garantizando patentes, marcas, dibujos y modelos industriales. De tal forma que en este convenio se establece que:

“La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal” (Convenio de París, 1883:2).

Mediante este apartado se establece la protección de dos derechos importantes. Primero se garantiza el derecho exclusivo o absoluto del producto o servicio, es decir, la marca o patente en un eje central. Por otro lado, también se prohíbe, en un sentido más amplio la competencia desleal, estableciendo por este medio un vínculo para tipificar como falta importante el hecho de competencia desleal y así transferirlo a violación de un derecho exclusivo. De ahí que, para las empresas, la garantía de los derechos de propiedad sobre sus productos o servicios, significa el poder apropiarse de todos los beneficios económicos. Sin una confrontación de la competencia.

El Convenio de París entró en vigor en 1884, contando con 14 Estados miembros que dispusieron de una oficina internacional para las labores administrativas y para las reuniones entre los miembros. Dicho convenio fue adoptado el 20 de marzo de 1883.

Entre las razones fundamentales para la aplicación del Convenio de París se encuentran principalmente, el amparo de los derechos de patrimonio de los creadores con respecto a sus creaciones o inventos. Pero también, tiene la finalidad de promover la creatividad, al fomentar prácticas que pueden contribuir al desarrollo económico y social.

El Convenio de París se encuentra dispuesto en tres categorías, trato nacional, derecho de prioridad y normas comunes. En cuanto al trato nacional de

acuerdo con lo establecido conforme al artículo 2 del Convenio, se garantiza que los nacionales de cada país que se encuentra dentro de la Unión tendrán la protección de la creación, producto de su imaginación en los países que formen parte integrante de la Unión. Refiriéndose exclusivamente a los derechos que protege este Convenio.

En lo que respecta al derecho de prioridad, dispuesto en el artículo 4 del Convenio, es relativo al primer depósito nacional regular de la solicitud de registro. Por tanto, los depósitos de solicitudes efectuados después, en algún otro país de la unión antes del término o expiración de plazo⁹, van a contar como válidas y se les dará la fecha del primer depósito de registro, aunque se presente en otra fecha, siempre y cuando se encuentren dentro del plazo estipulado. Hace las veces de un periodo de gracia para registro. Ya que no es necesario solicitar en todos los países el registro al mismo tiempo, se puede seleccionar en cual se hace registro. Sin embargo, estas solicitudes tardías no pierden validez si aún no se otorga el registro a la primera. Este concepto es bien conocido en el ámbito jurídico; *Prior in tempore, potior in iure*, es decir, el primero en tiempo es primero en derecho.

En cuanto a las normas comunes, el Convenio dispone que todos los Estados contratantes en materia de patentes son independientes entre sí. Es decir, no se podrá negar o anular una patente en otro Estado contratante ya que no se obliga a registrar en todos los Estados simultáneamente. Para esto existe el plazo mencionado en el derecho de prioridad.

En materia de marcas, las normas generales que estipula el Convenio son que no se anula en todos los Estados contratantes solo porque se anuló en uno. Esto es principalmente a raíz de que cada Estado estipula las reglas y condiciones de los registros, no el Convenio de París. Sin embargo, si puede negarse la marca a nivel internacional aún después de haber sido protegida en el Estado de origen, si va contra la moral o al orden público del país de destino, si no incluye carácter distintivo, si puede engañar al público o si afecta derechos adquiridos por terceros.

⁹ Los plazos de prioridad son de 12 meses para patentes y modelos de utilidad y 6 para dibujos o modelos industriales y marcas. Y corren a partir de la fecha de entrega de la primera solicitud (Convenio de París, 1883).

Además, el Convenio dispone la prohibición que cada uno de los Estados contratantes debe hacer para el registro de marcas, tales como, inclusión de escudos de armas y emblemas de Estado entre otros (Convenio de París, 1883).

Con relación a las normas con los dibujos y modelos industriales, el Convenio dispone que estos deben ser protegidos en todos los Estados contratantes aun si no son productos fabricados en el Estado donde se solicite el registro. Finalmente, el Convenio dispone en su artículo 10 *bis*, que todos los Estados contratantes deberán luchar contra la competencia desleal y asegurar una protección para la misma (Convenio de París, 1883).

Posteriormente en 1886, gracias a la iniciativa de Victor Hugo, y la Association Littéraire et Artistique Internationale (ALAI) o Asociación Internacional Literaria y Artística fundada en Paris en 1878 por el mismo Victor Hugo. Se impulsó el reconocimiento internacional de la protección de los autores y su trabajo intelectual, esta asociación logró alcanzar su propósito liderando la realización y firma del Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas en septiembre de 1886 (ALAI, 2016).

Los principios básicos que se encuentran dispuestos en el Convenio de Berna son tres. Primero se menciona la protección de las obras de los autores de Estado contratante del Convenio, estas obras deberán ser protegidas en todos los Estados contratantes, a esto se le denomina el principio de trato nacional. El segundo principio es en relación con los requisitos mínimos de la protección de las obras. De acuerdo con el artículo 2 del Convenio, esta protección será extendida a todas las obras en el campo literario, artístico o científico, sin importar su forma de expresión. Sin embargo, se tiene el derecho con autorización exclusiva de; traducir, adaptar, representar, recitar, transmitir, radiodifundir, utilizar o reproducir las obras protegidas (Convenio de Berna, 1886). Esto claro, sin detrimento a la obra misma, sin perjuicio al autor, mediante la mutilación o deformación del producto de su patrimonio.

En tanto al periodo de protección de la obra, el Convenio de Berna estipula en su artículo 7, que la protección de las obras tendrá un periodo de toda la vida del autor y cincuenta años después de su muerte (Convenio de Berna, 1886). Para

México es un plazo de 100 años después de la muerte del autor, pero este concepto también se prevé en el Convenio de Berna, pues se estipula que cada Estado contratante, puede disponer de un periodo mayor de protección en el país de origen.

Finalmente, el Convenio de Berna permite utilizar sin autorización del propietario de derecho de autor y sin pago alguno compensatorio al mismo mediante el concepto de la “libre utilización” de información originada de una obra registrada en casos especiales. Siempre y cuando no perjudique los intereses del autor (Convenio de Berna, 1886). Incluidas en este concepto las citas tomadas de una obra de libre acceso y sean con fines de enseñanza o informativos y en los cuales se mencione la fuente y el autor.

Las obras protegidas por el derecho de autor son de acuerdo con el artículo 2 del Convenio de Berna; las obras literarias y artísticas, como son libros, folletos, y demás escritos, conferencias, sermones. También las obras dramáticas, musicales, coreográficas, composiciones musicales, obras de artes aplicadas, ilustraciones (Convenio de Berna, 1986).

Fue así que se dieron los primeros pasos en materia de protección de los Derechos de Propiedad Intelectual a nivel internacional. Estos dos convenios sentaron las bases para los inventores y el reconocimiento del producto de su intelecto, así como la ventaja de obtener beneficios únicos y exclusivos para adquirir ganancia por los productos de su intelecto.

Los objetivos de la OMPI se encuentran basados en cooperación entre los Estados y otras organizaciones internacionales. Principalmente para promover la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo. Por otro lado, la OMPI también busca garantizar la cooperación administrativa entre las uniones de propiedad intelectual que se establecen en los mismos tratados de dicha Organización.

Para lograr esto la OMPI incluye en su agenda actividades de creación de normas para la protección de los derechos de propiedad mediante tratados internacionales. También cuentan con asistencia técnica y jurídica, para los Estados miembros de la organización. Además de contar con normalización y

clasificaciones internacionales para facilitar la protección de los derechos de propiedad. Finalmente cuentan con actividades relativas al registro y servicios de apoyo para la elaboración de solicitudes internacionales de marcas, patentes de invención, y dibujos o modelos industriales.

La OMPI cuenta con tres órganos principales de administración que son; la Asamblea General, formada por los Estados miembros del OMPI y de la ONU. Entre sus atribuciones se encuentra designar al Director General y aprobar el presupuesto bienal de gastos (OMPI,1975). Otro órgano es la Conferencia, que se encuentra formada por los Estados miembros integrantes del Convenio de la OMPI, y sus funciones son principalmente aprobar modificaciones al convenio. Finalmente, el Comité de Coordinación, que se forma por miembros elegidos entre integrantes del Comité Ejecutivo de la Unión de París y el Comité Ejecutivo de la Unión de Berna. Entre las funciones del Comité de la OMPI se encuentra aconsejar sobre cuestiones administrativas y financieras de interés común a la Asamblea General, la Conferencia y el Director General. Además, prepara la orden del día de la Asamblea General y de la Conferencia, asimismo propone candidatos para el puesto de Director General de la Asamblea General (OMPI,1975).

Pueden formar parte del OMPI, los miembros de la ONU o de algún organismo especializado, que además formen parte en el Estatuto de la Corte Internacional de Justicia o sean invitados por la asamblea General de la OMPI, para adherirse. Los recursos del OMPI vienen de las tasas que aportan los usuarios privados por los registros internacionales y prestación de solicitudes, en conjunto con las contribuciones que aportan los Estados miembros. Estas ¹⁰cuotas de los Estados miembros son calculadas de acuerdo a las 14 clases dentro de las cuales se incluye a cada Estado. Siendo la clase 1 la contribución más alta (WIPO, 1993).

¹⁰ La adopción al sistema de contribución única, fue originado por las desventajas que generó exigir a los Estados miembros que distinguiesen entre pagos a la Organización por diversos conceptos. Además, desalentaba la adhesión a varios tratados financiados por contribuciones, en especial el Arreglo de Estrasburgo, Arreglo de Niza, Arreglo de Locarno y Acuerdo de Viena (WIPO, 1993).

La OMPI tiene su sede en Ginebra, Suiza. También cuenta con oficinas de enlace en Río de Janeiro, Brasil, Tokio, Japón, Singapur y la ONU en Nueva York, Estados Unidos de Norteamérica.

La propiedad intelectual es considerada como una ventaja competitiva tanto para los particulares como para las empresas y las naciones. Esta capacidad en una empresa en particular, debe encontrarse a la vanguardia para seguir siendo considerada como ventaja. La ventaja competitiva en materia de propiedad intelectual resulta en innovación, y mediante la innovación se amplían las posibilidades de un mejor posicionamiento de las empresas en el mercado. Este liderazgo en una empresa ayuda a la mejor identificación y diferenciación entre un gran número de rivales en los diversos giros de las distintas empresas.

Sin embargo, esta ventaja competitiva y liderazgo mencionado, que distingue y da posicionamiento a una empresa, tiene un costo elevado, y esto limita el acceso, y lo restringe de forma exponencial a las grandes empresas, que pueden disfrutar con mayor facilidad. A pesar de encontrarse las estructuras de Cooperación Internacional dispuestas y establecidas para que todas las empresas obtengan los beneficios de un registro de marca internacional o el de una patente, de alguna forma sigue resultando difícil para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) lograr un registro internacional.

Las PYMES constituyen una importante fuente generadora de empleo, y también son consideradas como importantes contribuyentes a la innovación. Las herramientas proporcionadas por organismos como la OMPI, tienen como objetivo facilitar la protección del capital intelectual que se genera en muchas de las PYMES. Es posible proteger los derechos de propiedad intelectual mediante los derechos legales formales establecidos, como puede ser mediante la protección de los derechos de patentes, derechos de autor o protección para el registro de marcas. Estos derechos otorgan a las PYMES la propiedad de la materia de su imaginación, protegiendo estas ideas de forma legal.

Los derechos para la protección de la propiedad intelectual han alcanzado nuevos niveles con la globalización, ya que mediante este proceso se ha logrado acelerar la incorporación de diversos comercios y servicios a mercados

extranjeros. (Programa Nacional de Innovación, 2011). Existiendo esta expansión de mercados se han celebrado diversos instrumentos jurídicos a nivel internacional que pretenden garantizar y facilitar al solicitante un registro de marca o el registro de la patente que da composición a su empresa.

Estas necesidades de protección de derechos de las PYMES, aunadas a las necesidades de internacionalización de estas unidades económicas propician escenarios donde se firman Tratados Internacionales, protocolos y Convenios que suponen una vía para que los trámites se agilicen, faciliten y sean menos costosos.

Sin embargo, los resultados de los procesos globalizadores como son los Tratados Internacionales de los que México forma parte hoy en día, y que tienen la finalidad de cooperación para la protección de los derechos de propiedad intelectual, y a su vez abonar a la internacionalización de las PYMES parece no ser del todo exitosa.

Estos tratados que a su vez son dirigidos por la OMPI se dividen y administran en tres grupos como se muestra en los cuadros 3.1, 3.2 y 3.3. El primer grupo se forma por los llamados Tratados para la protección de la PI, que se concentran en normas básicas en materia de PI, que han sido convenidas internacionalmente, es decir son cuerpos normativos regulatorios que están dispuestos para cada país en materia de propiedad intelectual. El segundo grupo está constituido por los tratados de registro, dichos tratados incluyen las normas básicas para respaldar las solicitudes de registro de algún elemento de PI. Finalmente se encuentran los tratados de clasificación, que incluye como lo dice su nombre, los clasificadores de información relacionada con tipos de clase para identificar dentro de cual registro se ubica una marca, dibujos y modelos industriales e invenciones (WIPO, 2016). Los tratados regulados por la OMPI, son en su mayoría tratados normativos, es decir que formulan regla de derecho y que la voluntad de los firmantes es la misma.

Cuadro 3.1 Tratados de protección en materia de PI

Tratado	Adopción	Elemento de protección	Características
Tratado de Beijing sobre interpretaciones y ejecuciones audiovisuales	2012	Derechos de P.I. de artistas intérpretes o ejecutantes sobre interpretaciones o ejecuciones audiovisuales	Derecho de reproducción. Derecho de distribución. Derecho de alquiler. Derecho de puesta a disposición.
Convenio de Berna	1886	Obras literarias y artísticas	Tres principios básicos: Obras originarias de Estado contratante. Principio de protección automática. Principio de independencia de la protección.
Convenio de Bruselas	1974	Señales portadoras de programas transmitidos por satélite	Establece obligación a los Estados de tomar medidas para impedir distribución sin autorización de transmisiones por satélite.
Arreglo de Madrid (Indicaciones de procedencia)	1891	Origen del producto (marcas y nombres comerciales)	Relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas
Tratado de Marrakeck	2013	Obras literarias y artísticas	Tiene como objetivo crear limitaciones y excepciones para beneficiar a personas ciegas o con discapacidad visual o dificultad para acceder a textos impresos.
Tratado de Nairobi	1981	Símbolo olímpico (marca)	Protección del uso de los 5 anillos entrelazados con fines comerciales sin autorización del Comité Olímpico Internacional.
Convenio de Paris	1883	Propiedad industrial	Protección de patentes, marcas, dibujos industriales, modelos de utilidad, modelos industriales, nombres comerciales, indicaciones geográficas y represión de competencia desleal.
Tratado sobre el Derecho de Patentes (PLT)	2000	Patentes	Tiene el propósito de agilizar los procedimientos de forma en la solicitud de patentes, establece lista máxima de requisitos para registro.
Convenio Fonogramas	1971	Fonogramas	Protección contra la producción de copias sin consentimiento del productor. (Administrado también por OIT y UNESCO).

Convención de Roma	1961	Obras literarias y artísticas	Protección de las interpretaciones, ejecuciones de obras literarias o artísticas y fonogramas, así como artistas o intérpretes de dichas obras. (Administrado también por OIT y UNESCO).
Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas	2006	Marcas	Agilizar los procesos de registro de marcas en cuanto a la forma y presentación de solicitudes, incluyendo ámbitos tecnológicos de la comunicación que no se incluyen en el TLT.
Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT)	1994	Marcas	Agilizar procesos de registro de marcas en cuanto a la forma y presentación de solicitudes.
Tratado de Washington (IPIC)	1989	Circuitos Integrados	Protección de trazado de circuitos integrados. (No ha entrado en vigor)
Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT)	1996	Derechos de autor	Protección de los derechos de autor en un entorno digital (programas computacionales, bases de datos o compilaciones de datos), sujetándose a las disposiciones del Convenio de Berna y el Acta de París
Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT)	1996	Interpretación o ejecución y fonogramas	Protección de los derechos de PI en base a sus beneficiarios en entorno digital. Siendo estos intérpretes o productores.

Elaboración propia a partir de WIPO (2017).

Cuadro 3.2 Tratados de registro en materia de PI

Tratado	Adoptado	Elemento de protección	Tiempo de protección
Tratado de Budapest	1977	Microorganismo/ material biológico	20 años
Arreglo de la Haya (3 tratados)	1925	Dibujos y modelos industriales	5 años /renovación
Arreglo de Lisboa	1958	Denominación geográfica	Subsistencia de las condiciones que la motivaron/deja de surtir efectos por otra declaración del IMPI
Arreglo de Madrid	1891	Marcas	20 años /susceptible a renovación
Protocolo del Arreglo de Madrid	1989	Marcas	10 años/susceptible a renovación
Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)	1970	Patentes/ Modelos de utilidad	20 años patentes y 10 años los modelos de utilidad (de acuerdo con la ley mexicana)

Elaboración propia a partir de WIPO (2017).

Cuadro 3.3 Tratados de clasificación en materia de PI

Tratado	Adoptado	Elemento de protección	Observaciones
Arreglo de Locarno	1968	Dibujos y modelos industriales	32 clases y 219 subclases
Arreglo de Niza	1957	Productos y servicios para registrar marcas	34 clases de productos y 11 de servicios
Arreglo de Estrasburgo	1971	Patentes	Divide tecnología en 8 secciones con aproximadamente 70,000 subdivisiones.
Acuerdo de Viena	1973	Elementos figurativos de las marcas	29 categorías, 145 divisiones y aproximadamente 1,700 secciones.

Elaboración propia a partir de WIPO (2017).

Estos tratados disponen los lineamientos mediante los cuales se regulan las condiciones de derechos de PI y los titulares de los mismos. Son administrados y regulados por la OMPI, a su vez tienen apoyo y administración anexa mediante los diversos institutos nacionales de cada Estado contratante de los mismos, constituyen el vehículo mediante el cual los derechos de PI pueden garantizarse y contribuir a fortalecer el capital de las empresas que buscan internacionalización.

Los derechos de PI, además de garantizar la propiedad de los intangibles, son una rama del derecho que busca impulsar la creación de obras, productos o servicios fruto de la imaginación, fomentando innovación mediante patentes, marcas, modelos de utilidad y otras obras, que contribuyan al orden de los mercados, resguardando la PI y apoyando al consumidor a elegir un producto o servicio. Dicho apoyo da el poder a las empresas de darse a conocer mediante una marca o de obtener ventaja competitiva mediante una patente o modelo de utilidad.

3.2 Las patentes como garantía económica para las PYMES

Una patente es, de acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial (LPI), “una invención humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1991:7). En otras palabras, las patentes son un derecho de exclusividad conferido por el Estado, con la finalidad de proporcionar propiedad sobre una idea original del intelecto humano. El Derecho Internacional señala 20 años de protección improrrogables a partir de la fecha en que se presenta la solicitud de registro de patente. Durante este período se tiene la propiedad absoluta sobre dicha invención para explotarla según mejor convenga al titular del derecho.

Es susceptible de patente toda invención nueva que pueda aplicarse de forma industrial. La LPI señala como excepciones de patente; procesos biológicos para producir o reproducir plantas y animales, materiales biológicos y genético como se les encuentra en ambiente natural, así como animales, cuerpo humano y sus partes y variedades vegetales. Además, la invención para ser nueva es

considerada bajo el estado de la técnica¹¹ cuando se presenta para su solicitud de patente.

En el contexto de la globalización, las patentes se han convertido en un elemento importante de las empresas. La innovación y la necesidad de ser más competitivos en la prestación de servicios y en la elaboración de productos, ha generado que las PYMES implementen nuevos métodos para realizar su trabajo. Estas creaciones producto del intelecto ya no constituyen un interés exclusivo de los científicos o los abogados de propiedad intelectual. Se trata, además, del valor agregado que representa una ventaja competitiva para el mejor desarrollo de las empresas.

En el mismo sentido se consideran las invenciones conocidos como modelos de utilidad, que de acuerdo con la LPI son objetos, aparatos, utensilios, herramientas o instrumentos que produzcan una utilidad, aportando ventajas a determinada función. Este derecho de exclusividad tiene una protección por un período de 10 años en México (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1991). Es, además, uno de los elementos de protección de la PI más propensos a ser utilizados por las PYMES, pues consisten en la aplicación de pequeñas mejoras a productos ya existentes, de forma que estos modelos pueden adaptarse y mejorar alguna patente de una gran empresa.

Otro intangible susceptible de protección en la propiedad industrial son los diseños industriales. Estos se conforman de dibujos industriales o figuras, líneas que se unan a un producto industrial autentico y los modelos industriales, que pueden ser de forma tridimensional y pueda ser utilizada para crear un producto industrial sin incluir efectos técnicos. Los diseños industriales tienen una protección con vigencia de 15 años improrrogables a partir de la presentación de solicitud (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1991). Tanto las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales, así como las marcas son considerados como propiedad industrial dentro de la propiedad intelectual.

¹¹ El Estado de la técnica se refiere a los conocimientos técnicos que son de dominio público, ya sea por medio de descripción oral, escrita, por su explotación o cualquier otro medio que los diera a conocer. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1991).

Por su parte las patentes son un instrumento jurídico sumamente valioso para una empresa. Pueden proteger la apropiación de un producto del intelecto. De esta forma conceden a las empresas propietarias un monopolio temporal, sobre la explotación del producto de su inventiva. Además, son el incentivo ideal para innovar. Actualmente las patentes ocupan uno de los principales lugares en importancia para que la empresa prospere. Las PYMES, además, de un sostén económico y propulsor importante de los países, son vistas como un motor activo de innovación. Particularmente en productos de naturaleza importante que puede afectar a las grandes empresas. Son también las que suelen hacer mejor uso de los recursos en el proceso de producción y por tanto de innovación. Esto nos lleva a pensar que las PYMES pueden ser mucho más eficientes en materia de innovación y aportación a la I+D que las grandes empresas, lo que se traduce a ventaja competitiva.

Sin embargo, esto puede constituir un problema para las PYMES, cuando se trata de invenciones y producción de estas invenciones a gran escala. Parece que solo las grandes empresas tienen la fuerza y capacidad superior para producir cantidades grandes. Y de esta forma pueden apropiarse de los beneficios de la I+D. Recuperando la inversión original y apropiándose del nicho de mercado. De esta forma las PYMES se encuentran en desventaja. En la medida en que las empresas grandes puedan quedarse con la propiedad de patentes por tener más capital para invertir y por tanto mayores posibilidades de competencia, así también se incrementarán las dificultades de las PYMES, y se reduce la oportunidad para competir.

Existen algunas razones por las cuales las PYMES parecen menos eficaces en el uso de patentes. Primero las PYMES dependen de las patentes como fuente de ingreso, este ingreso puede ser limitado por costos superados por las grandes empresas. Una PYME por lo general, dedica sus ganancias a pago de salarios e inversión en desarrollo, por tanto, si la patente no genera ganancias suficientes para retribuir su inversión, la empresa corre el riesgo de salir del mercado. En este sentido las grandes empresas pueden continuar funcionando sin correr tanto riesgo de quiebra. Por otro lado, las PYMES pueden carecer de la competencia

interna para gestionar una patente de forma eficaz, esto puede ser por la falta de personal o capital para el desarrollo y capacitación del mismo.

Es importante considerar que las PYMES se encuentran sujetas a las patentes dependiendo del tipo de sector al que se dediquen. Es decir, las empresas farmacéuticas o de dispositivos médicos o relacionadas con las TIC's, son mucho más propensas a patentar que otros sectores como el de los alimentos (OMPI, 2011). Además, Las patentes son otorgadas por la OMPI cuando el solicitante proporciona una detallada descripción del producto de su imaginación, esta, debe ser novedosa y original, para así poder ser protegida. Pero esto no garantiza que una vez obtenido el registro de la patente esta se convierta en un éxito comercial para la PYME. Si bien es importante que la patente tenga un importante grado de innovación, esta característica solo puede acercar al propietario a obtener el registro más no el éxito comercial.

En este sentido la innovación juega un papel central, pues es mediante esta que se incorporan cambios en el desarrollo de las ideas. También es la calidad de la innovación la que puede llegar a determinar el éxito comercial buscado. De acuerdo con Schumpeter, la innovación es la explotación de un conocimiento nuevo o invención, que está vinculada al mercado (Montoya, S., 2004). Podríamos decir de tal forma que la originalidad es clave en la descripción de la innovación misma y una característica de éxito para las patentes. Aunque esta innovación u originalidad no es exclusiva de las patentes, existen otras formas de innovación, alternas a las patentes. Si bien es claro para los empresarios que les podría reeditar más la inventiva, muchas PYMES prefieren no arriesgarse. De acuerdo con Hughes y Mina, las empresas prefieren otros medios de protección a las que implican la protección del know-how patentado. Aun si se ha comprobado el importante papel que juegan las patentes en la contribución de la innovación en las empresas. Para las PYMES específicamente es más importante otro tipo de protección como el secreto industrial o ventajas en el tiempo de entrega (Hughes, A. & Mina, A., 2010). No obstante, para algunos sectores productivos es importante la generación de patentes para sostener la PYME, y para que esta

genere la ventaja competitiva necesaria, principalmente para las empresas de alta tecnología y basadas en ciencia.

Puede ser que este tipo de innovación este generando un círculo vicioso que alimente el capitalismo. Como lo menciona Schumpeter “un proceso de destrucción creativa” (Schumpeter, J., 1942:82). De acuerdo con el comunicado publicado por la OMPI relativo a la empresa alemana IP Bewertungs AG (IPB), en la actualidad un gran número de empresas se han percatado de la importancia de las patentes y su poder de ventaja competitiva. De tal forma que están generando interés que va más allá de registrar una patente propia. “Las patentes pueden utilizarse actualmente como garantías para transacciones financieras o como activos para inversiones alternativas” (Loop, D., Scheffer, G. y Lipfert, S., 2016). Inversiones que pueden activar otro tipo de negocios.

Empresas como IPB, se dedican a comercializar las patentes de otras empresas. Una vez adquiridos los derechos de patentes, esta empresa utiliza las figuras del arrendamiento/licencias o la venta sobre las patentes para obtener ganancias de las mismas. Como esta empresa también está la Intellectual Ventures LLC. Dichas empresas son también conocidas como troll de patentes. Se le atribuye el nombre de troll de patentes a Peter Detkin, cuando laborando como consejero de Intel en 2001, tuvo varios problemas de infracción en materia de patentes (Curtis, D., 2016). Detkin tuvo que enfrentarse a empresas que se dedicaban a comprar empresas en bancarrota, generando un negocio especulativo. Dichas empresas teniendo ya la titularidad del derecho de PI de patentes, proceden a demandar por vulneración al patrimonio adquirido a empresas que en efecto han usado la patente. Toda vez que los juicios para la defensa de una patente toman varios meses y mucho dinero, la mayoría de las negociaciones se llevan a cabo fuera de los tribunales, mediante un acuerdo mutuo entre las partes, con intención de resolver de forma menos costosa y más rápida, lo que representa un importante ingreso para la parte demandante. Además, como estos acuerdos son de no divulgación, nadie conoce los términos de los mismos y los trolls pueden argumentar que ganaron la demanda, lo que aumenta su credibilidad en el sector de la protección de los DPI.

La presencia de empresas que se dedican a demandar por DPI y que muchas veces no cuentan ni siquiera con oficinas establecidas, es indicativo de que los intangibles se han convertido en una de las inversiones más redituables a futuro incluso de forma especulativa. Este tipo de empresas no invierten en la empresa generadora de la patente, sin embargo, se quedan con las ganancias de la misma por su venta o su explotación, generando así un nuevo mercado de PI. Es decir que no llevan a cabo el proceso de solicitud, registro y todo lo relativo a trámites administrativos para obtención de la patente, ni los costos que generan.

Entrando un poco en materia procesal, para garantizar la protección de patentes en el extranjero en la mayoría de países, se establece un período de prioridad de 12 meses luego de presentar la primera solicitud. Este periodo es conocido como fecha o derecho de prioridad, se otorga con la finalidad de que el propietario o solicitante de patente, sea el primero en solicitar patente en otros países. También se otorgan estos meses en el caso de modelos de utilidad. Dicho periodo emana desde el Convenio de la Unión de París, por el temor de los inventores a que otros explotaran sus inventos en países distintos al del origen del invento. De esta forma se tiene el periodo de gracia para patentar sin que se invalide el derecho de exclusividad en país distinto (De París, C., 1883).

Resulta problemático no patentar invenciones por varias razones; alguien más podría hacerlo, en casi todos los países la persona o empresa que llegue a solicitar el registro de una invención primero, es quien tiene el derecho sobre la misma, es decir que, si alguien más ha tenido la misma idea o una equivalente y la patenta, tiene el derecho sobre dicha idea y puede sacar a la PYME que se está beneficiando de la misma del mercado, limitando el uso de la invención o también solicitar a la empresa una licencia de uso.

Otro problema es que la competencia puede hacer uso de las invenciones sin el consentimiento del poseedor original, por tanto, pueden utilizarlas y producirlas incluso más baratas aprovechando las economías de escala y obteniendo así mayores ganancias. Además de que sin tener la titularidad de una invención la PYME se imposibilita a transferir dicha tecnología, o si lo hace corre el riesgo de que a quien se la transfiera la registre y le robe la idea, de esta forma la

concesión de licencias resultaría muy arriesgada para el propietario original de la invención.

Las patentes y modelos de utilidad son el apartado de la PI que brindan mayor posibilidad para exportar. Imprimen una clara ventaja competitiva a los productos o servicios de la PYME que es propietaria de la invención, esto es perceptible para los consumidores y por tanto agiliza el comercio de la empresa. Uno de los elementos que abonan en materia de percepción de productos o servicios y que resulta sumamente importante para efecto positivo de la empresa y de apoyo hacia los consumidores, son las marcas, pues hacen fácil la identificación del servicio o producto que busca el cliente y aporta a la empresa una imagen que facilita la comercialización de su producto o servicio ofertado.

3.3 Registro de marcas internacionales, ¿Herramienta o barrera para la internacionalización de las PYMES?

Las marcas son una parte de la propiedad industrial que a su vez es parte de la PI. Sirven para identificar y distinguir el origen y calidad de los bienes y servicios que ofrece algún agente económico. Se encuentran protegidas por las legislaciones nacionales mexicanas de propiedad industrial. Al texto la ley de propiedad Industrial que regula la materia en México, señala que: “Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.” (Ley de la Propiedad Industrial, 1991). Constituyendo así el activo intangible más relevante de toda empresa. Toda vez que el posicionamiento de una marca es lo que puede hacer que un producto o servicio sea conocido y de esta forma más consumido, afectando los mercados.

También de acuerdo con la Ley de Propiedad Industrial, son reconocidas como marcas, las denominaciones y figuras visibles, que logren diferenciar sin crear confusión del producto o servicio que ofrecen en relación con sus rivales comerciales, las formas tridimensionales, los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, e incluso el nombre propio de una persona

física, si este último no es parecido a alguna marca ya registrada (Ley de la Propiedad Industrial, 1991).

La ley explica cuatro tipos de marcas, nominativas que son las que distinguen un producto o servicio mediante un nombre, de acuerdo con la Ley de Propiedad Industrial pueden constituirse por letras o palabras e incluir signos ortográficos que logren su lectura, pueden ser formadas por una o varias palabras, los tamaños y diseños se reservan al gusto del propietario de la marca, ejemplo de este tipo de marcas son scribe®, gamesa® o bimbo®. Otro tipo son las marcas innominadas, estas no incluyen letras ni palabras, se identifican por logotipos o figuras, un ejemplo de esta es la manzana de apple®. El tercer tipo son las marcas tridimensionales incluyen anchura, longitud y profundidad, un ejemplo de este tipo de marcas son los envases o empaques de algunos productos sin incluir en estos signos distintivos adicionales, un ejemplo de este es la silueta de una botella de coca cola®, los propietarios de este tipo de marcas tienen derecho a prohibir el uso de botellas similares que puedan crear confusión en el consumidor. Por último, la ley señala las marcas mixtas que son aquellas que están formadas por la combinación de las marcas nominativas, innominadas y tridimensionales (Ley de la Propiedad Industrial, 1991).

Estos tipos de marcas son reconocidos mundialmente y dependiendo del país de origen de la marca se reserva el derecho de realizar un registro nacional previo al internacional. Es importante señalar que las protecciones de DPI son de orden territorial, es decir que aplican en el ámbito de competencia de la región que se registre para su protección. De tal forma que, si se busca comerciar un producto de forma internacional, debe entonces realizarse un registro internacional con la protección al país a donde se desea comerciar el producto o servicio.

Por otro lado, una cualidad de las marcas es que pueden ser notoriamente conocidas y famosas, con notoriamente conocidas cuando son reconocidas en determinado sector comercial o público, en el caso de México (Ley de la Propiedad Industrial, 1991). La identificación de las marcas notoriamente conocidas se encuentra vinculada con las actividades de uso de la marca, ya sea

en México o a nivel internacional. Por su parte una marca es famosa de acuerdo a la LPI cuando es conocida por la mayoría de los consumidores.

Entre las marcas más famosas de México se encuentran Pemex®, Telmex®, Cemex® y Bimbo® entre otras. Estas marcas son también el reflejo de empresas que se internacionalizaron de forma exitosa. Sin embargo, no son PYMES, ni comenzaron siéndolo. Son empresas que iniciaron siendo grandes y se encuentran dentro de las economías de escala

Por otro lado, las marcas son susceptibles a ser clasificadas. Las distintas clases de marcas sirven para identificar el producto o servicio que se va a registrar, de este modo se diferencian, por ejemplo la marca McCormick® relativa a mayonesa, que se encuentra registrada en marcanet con clases estrictamente vinculadas a productos alimenticios, como son la clase 32 de jugos y polvos para preparar bebidas o la clase 30 de salsas para carne o para ensaladas, mientras que la marca McCormick®, relativa a tractocamiones, se encuentra registrada bajo la clase 12 de tractores, accesorios y refacciones automotrices. Ambas marcas comparten el nombre, pero se encuentran clasificadas de manera distinta. De tal forma que son susceptibles a registro con el mismo nombre ya que comercializan distinto producto o servicio. La clasificación se entiende como el grupo de productos o servicios que se ordenan, atendiendo a su aplicación, composición, función, forma o destino.

Sin embargo, hay que mencionar que esto no aplica en todos los productos o servicios. Se exceptúan las marcas notoriamente conocidas, pues estas cuentan con la protección del Acuerdo de la Ronda de Uruguay con relación a los Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio. Este acuerdo sobre los ADPIC se ubica en el anexo 1C del Acuerdo de Marrakeck, Marruecos, que estableció la OMC en 1994 (OMC, 1994).

Dentro del Acuerdo de los ADPIC, se establece en su artículo 16 fracción 3 que se aplicara *mutatis mutandis* a bienes o servicios no similares. Es decir que se da la condición de que si se lesiona el interés del titular de la marca ya registrada se debe limitar el nombre de la misma a su uso exclusivo, aunque sea distinto el

giro del servicio o producto (OMC,1994), pues siendo la marca conocida por una cantidad considerable de consumidores podría crear confusión.

La clasificación internacional utilizada en materia de marcas para diferenciar estos productos y servicios de los que hacemos mención, es conocida con el nombre de clasificación de Niza; lleva este nombre porque fue establecida en el arreglo de Niza de 1957, arreglo relativo al convenio de Paris, que se revisó en Estocolmo en 1967 y nuevamente en Ginebra en 1977 y en 1979 se modificó para llegar a ser publicada en México en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en 2001. Los países participantes de este convenio en materia de propiedad intelectual adoptan y aplican esta clasificación. La última versión de dicha clasificación es la décima edición y entró en vigor el 1 de enero de 2016. Se divide en 34 productos y 11 servicios, se adjunta a la clasificación una lista alfabética de los productos y servicios para que sea más fácil la ubicación de la clase para realizar el registro (WIPO, 2016).

El clasificador de Niza es de carácter obligatorio para los registros nacionales e internacionales de los países que firmaron el Arreglo de Niza, y para los registros que se lleven a cabo en las oficinas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), esto último a sujeción del Arreglo de Madrid y el Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid. También es de carácter obligatorio para los registros de marcas realizados en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), que en marzo de 2016 cambio su nombre a las Oficinas de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). Asimismo, es obligatorio para las Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI), la Organización Benelux de la Propiedad Intelectual (OBPI) y la Organización Regional Africana de la Propiedad Intelectual (ARIPO), (Gaceta de la PI, 2015). La historia de la Clasificación de Niza data de 1935 y se encuentra en las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BIRPI).

Además del clasificador de Niza existe el clasificador de Viena, que se desprende del Convenio de Viena de 1973. Dicho clasificador es referente a la clasificación internacional de los elementos figurativos de las marcas. Tiene el

objetivo de facilitar la búsqueda de marcas y evitar la reclasificación si hay transferencia de documentos de forma internacional. La más reciente versión de este documento es la séptima edición y entró en vigor el 1 de enero de 2013. Cuenta con 29 categorías, 145 divisiones, 806 secciones principales y 903 secciones auxiliares (WIPO, 2012). Este, a diferencia del clasificador de Niza, además de que solo es para elementos figurativos se le puede encontrar únicamente en los idiomas inglés y francés, mientras que el de Niza es también encontrado en español.

Los clasificadores se han creado principalmente por la necesidad creciente de administrar los registros y gracias a la repetición en los mismos. Constituyen parte de la materia procesal del registro de marcas. Dentro de esta misma materia se encuentran otras herramientas internacionales como son los tratados en materia de protección de los derechos de propiedad intelectual firmados por México en el marco de la cooperación internacional mediante el organismo especializado. Estos tratados incluyen el acuerdo de Madrid y el protocolo al arreglo de Madrid que conforman en conjunto el sistema de Madrid

El sistema de Madrid para el registro de marcas internacionales, es actualmente el vehículo por medio del cual México y los otros países firmantes o miembros de la OMPI, realizan sus registros marcarios. Tanto el Sistema de Madrid, los clasificadores de Niza y Viena son resultado tangible del neoliberalismo y determinan los alcances de la globalización. Estos elementos de la PI se crearon con la finalidad de facilitar a las empresas la protección de su producto o servicio y la ayuda para una más efectiva y rápida comercialización.

Cuando se busca registrar una marca, los propietarios de la misma lo hacen con la finalidad de obtener el derecho de uso exclusivo. Resulta de gran importancia para cualquier unidad económica el registro de una marca, ya que además de diferenciar los productos o servicios, facilita la publicación de estos, y pueden llegar a convertirse en el activo más valioso de la empresa.

Los Tratados Internacionales tienen como base la voluntad y además son fuente importante de obligaciones. Cuando se firma un acuerdo de cualquier índole, se busca obtener beneficios. El Sistema de Madrid no es la excepción.

Este Tratado, tenía entre sus objetivos, facilitar el registro de marcas internacionales, agilizando el trámite y reduciendo el tiempo de entrega de registro de marca.

Aunque la incorporación de México al Protocolo del Arreglo de Madrid de cierta manera parece incrementar el número de solicitudes de registro, no obstante, no desahogó la carga de trabajo para el IMPI, ni agilizó en gran medida el trámite como tal. De hecho, firmas importantes especialistas en PI de reconocimiento nacional en México siguen utilizando el método antiguo de registro, por resultar este “menos complicado” (Alberto Acha® abogados, 2015). El incremento que se observa en el registro de marcas esta principalmente relacionado con la unión de ambos recursos de registro, y se carece de un comparativo de antes de la adhesión al Sistema de Madrid. Es decir, antes de la adhesión a dicho sistema se realizaban registros mediante el Arreglo de Madrid, en la actualidad se registran por ambos medios, pero no se tiene antecedente de números de registros anteriores, lo que no garantiza que el Protocolo al Arreglo de Madrid generara un incremento en el registro de marcas per se. Por otro lado, las tasas son más costosas para los registros mediante el Protocolo al Arreglo de Madrid y los abogados especialistas en PI, prefieren evitarlas registrando mediante el antiguo Arreglo para evitar el pago de las mismas.

3.4 El papel de los derechos de autor en la internacionalización de las PYMES

Como ya se ha analizado existen diversos tipos de PYMES y de la misma forma existen diversos motivos que las impulsan a la internacionalización. Existe un sector muy específico de empresas que precisan de la protección de los derechos de autor, y este sector es dominado por las empresas que se dedican a la explotación o uso de obras, grabaciones de sonido, interpretaciones o retransmisiones que se encuentren bajo la protección de los derechos de autor.

Las empresas que cumplen estas características son; las editoriales, librerías, emisoras de radio o los espectáculos montados en clubes y comercios de

entretenimiento. Sin embargo, también las empresas que comercializan o publican sus productos mediante páginas web, o bien si utilizan algún programa informático, se encuentran sujetas a las disposiciones en materia de derechos de autor, en un mejor grado, por tanto, también influye en estas para su internacionalización.

El derecho de autor se define como el conjunto de normas jurídicas que garantizan la propiedad y titularidad sobre el acervo cultural. De acuerdo con la Ley Federal del Derecho de Autor en México, estos derechos se cubren mediante cuatro tipos de obras. Dentro del primer tipo se encuentran las obras que van de acuerdo a su autor, este puede ser conocido que incluye alguna característica que lo identifica como su nombre. Las anónimas que no incluyen ningún distintivo para identificar su procedencia y finalmente las seudónimas que llevan algún signo que evidencia al autor. La segunda clasificación es de acuerdo a su comunicación, se encuentran las divulgadas o hechas del conocimiento público totalmente, parcialmente o de forma descriptiva. Dentro de esta misma clasificación se encuentran las no divulgadas y finalmente las publicadas, dentro de las publicadas se encuentran obras editadas puestas a disposición del público en cantidades suficientes para ser explotadas ya sea de forma electrónica o tangible. La tercera clasificación va de acuerdo a su origen, pueden ser primigenias o que no tienen bases en una obra anterior y las derivadas, las cuales resultan de transformaciones o adaptaciones de una obra anterior. La última clasificación se constituye de acuerdo a los creadores. Pueden ser individuales, que son creadas por un solo autor, de colaboración y colectivas. Las de colaboración son concebidas por varios autores y las colectivas las crea persona física o moral para explotarlas sin atribuir la autoría específica a los que en ella participaron (Congreso de la Unión, 1996).

La propiedad intelectual puede recaer con varios de los conceptos analizados dentro de este capítulo en un solo objeto. Un ejemplo de esto es que producto de la inventiva se genere un fármaco para curar alguna cardiopatía que requerirá la protección de una patente. Este mismo fármaco necesitará de una marca para poder comercializarse. Finalmente, el inventor podría tener interés de

proteger su investigación documental por medio del derecho de autor. De esta forma convergen los tres elementos de la propiedad intelectual de mayor auge en el comercio. Además, la inversión en protección de la PI no supone solo actuar en defensa de la competencia, también constituye un medio que aumenta valor comercial a los productos o servicios, lo que resulta en un mejor futuro económico para las empresas.

Por otro lado, la Cooperación Internacional en materia de PI, argumenta ser una herramienta indispensable para que las PYMES logren su internacionalización garantizando la protección de este futuro económico antes mencionado. Sin embargo, habría que analizar si resulta un verdadero apoyo el registro y protección de los elementos de PI que poseen las unidades económicas o resulta un obstáculo más para el proceso de exportación dentro de las empresas. Mediante un análisis de exportación y registros se podría observar cual es el impacto en los diversos sectores industriales exportadores con relación al registro de marcas y patentes en México y como los diversos sectores han sido afectados.

Capítulo IV. Evidencias sustento de resultados del impacto de la internacionalización de las PYMES

Las PYMES son las firmas que más abundan en casi todas las economías, representan un 95% en promedio de las empresas en el mundo (OMC, 2016), brindando la mayoría de empleos. Tienen características que las hacen únicas además de su tamaño. Este sector económico tiende a buscar internacionalizarse mediante modelos o teoría de procesos, lo que resulta en una importante inversión de tiempo y dinero. Por otro lado, el proceso para integrarse al comercio internacional resulta muy costoso para las empresas pequeñas, pues los gastos de aduanas, registros de derechos de PI, y el establecimiento de sucursales en país extranjero entre otros gastos, representan erogaciones importantes con el riesgo de no tener éxito en mercados desconocidos.

De acuerdo con el informe sobre el comercio mundial de 2016, las PYMES de países en desarrollo son 70% menos productivas que las grandes empresas (OMC,2016). Sin embargo, continúan surgiendo apoyos para que estas unidades económicas se internacionalicen y existe un impacto importante en el sector PYME gracias a la búsqueda de estas firmas por internacionalizarse.

Este último capítulo refleja el interés de la Unión Europea mediante la implementación del programa AL-Invest, para la internacionalización de las PYMES en América Latina y los resultados que ha brindado dicho programa. Además, se analizan las mediciones de exportaciones y comercio por tamaños de empresa, vinculándolas con las solicitudes de registros de DPI, como son las patentes, marcas, diseños industriales y modelos de utilidad.

4.1 Resultados de AL-Invest en México en materia de internacionalización de PYMES

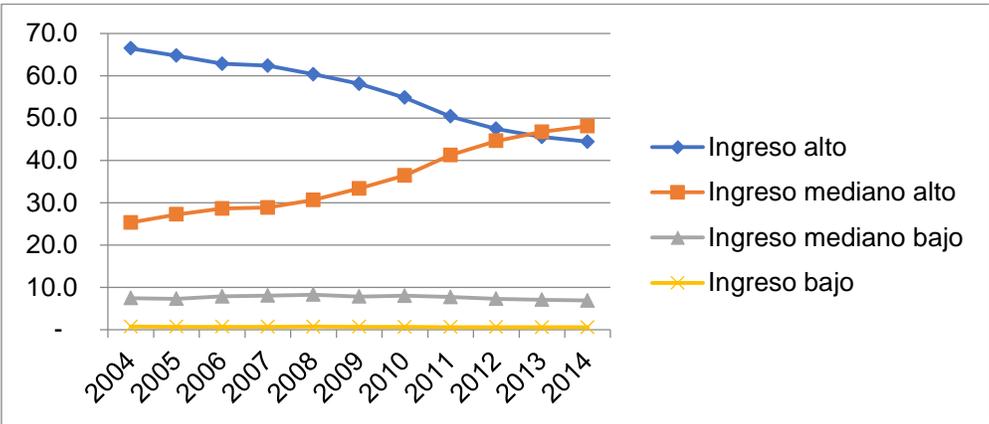
El programa AL-Invest se creó con la finalidad de apoyar a las economías en desarrollo de la región de América Latina,

4.2 Mediciones internacionales de volúmenes de comercio por tamaños de empresas

De acuerdo con datos proporcionados por la OMPI, en los últimos años se han incrementado el número de solicitudes para protección de los diversos

elementos de PI, como son las marcas, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales y otros intangibles sujetos a la protección de los DPI. Analizando específicamente las solicitudes dentro del período de 2004 a 2014, divididas por grupos de países de acuerdo a su nivel de ingresos, se observa que los países de ingreso mediano alto a partir del año 2007 comenzaron a incrementar de manera muy significativa sus solicitudes de registro, como se observa en el grafico 4.1. De forma que, iniciando en 2004 con alrededor de 1.7 millones de solicitudes de registro que representaban un 25% del total de solicitudes de registro de los países de ingreso mediano alto, en 2008 llegaron a más de 2.6 millones de solicitudes, alcanzando un 30% y para el año 2013 este mismo sector de países logró alcanzar y superar a los países de ingreso alto con poco más de 5.5 millones de solicitudes de registros, que representó un 46% sobre el total de solicitudes y un 45% para los países de ingreso alto. Mientras que los países de ingreso mediano bajo y los países de ingreso bajo, permanecen más o menos estáticos sin representar cambios importantes en el número de solicitudes emitidas a la OMPI, alcanzando en 2014, 842 mil y 71 mil solicitudes de registro respectivamente, lo que equivale a un 7% y 0.6% del total de solicitudes de registro (OMPI,2015).

Gráfico 4.1 Solicitudes de registro de elementos de PI de acuerdo con el nivel de ingreso del país



Elaboración propia a partir de la base de datos estadísticos de la OMPI (2015).

Estos números hablan de la importancia que se está tomando en los últimos años en los países de ingreso mediano alto, que intentan mejorar su

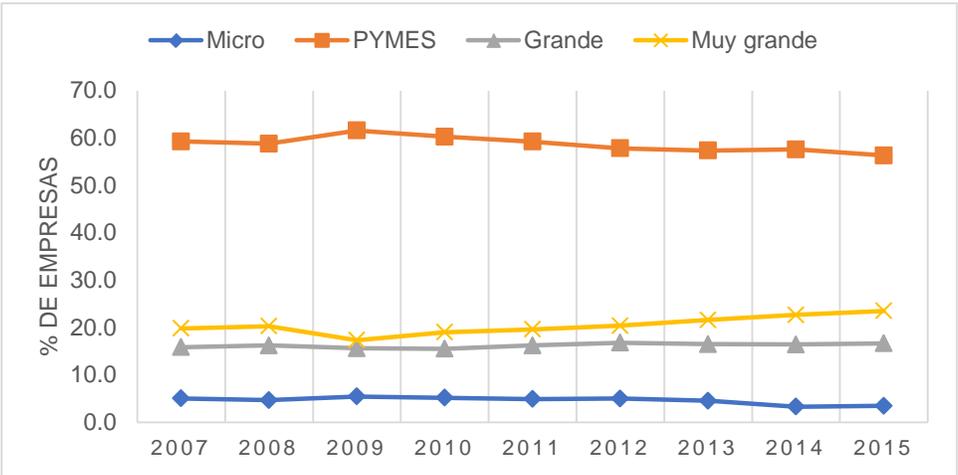
competitividad y que buscan tener una mayor participación en los diversos mercados. Pues diversas empresas de estos países han solicitado registros. Además, estos datos también señalan que los 4.5 millones de solicitudes que representan alrededor de un 70% del total de las solicitudes en 2004, aún pertenecían a países de ingreso alto, mientras que en este mismo año los países de ingreso mediano alto apenas representaban un 25% del total de solicitudes de registro. Por otro lado, este mismo análisis de datos nos muestra un posible círculo vicioso, pues los países de ingreso mediano bajo y los de ingreso bajo, no parecen poder salir del nivel estático que presentan durante el periodo de los años 2004 al 2014. Bien podrían ser estos resultados en el caso de los países de estos rubros causado por falta de información sobre las herramientas existentes para proteger sus elementos de PI, y la Cooperación Internacional en la misma materia o podría ser que no cuentan con la capacidad económica suficiente para proteger su innovación.

Esta variante presentada dentro del período descrito anteriormente, muestra que el tema de protección de DPI en la actualidad, contiene una importancia y relevancia para la investigación en materia de desarrollo económico y las relaciones internacionales. Pues se observa un crecimiento exponencial de las solicitudes de registro. Es así que se busca evidenciar los sectores de la industria que han sufrido un mayor impacto en materia de protección de la PI para la exportación e internacionalización de las PYMES, utilizando como vehículo la Cooperación Internacional para la protección de los DPI.

Por otro lado, el mayor número de empresas existentes en México y en casi todas las economías mundiales son las PYMES. En el caso de México en los sectores de manufactura del total de empresas PYMES exportadoras alcanzaron en 2007 un 59%, superando ampliamente los otros tres estratos de unidades económicas. Toda vez que las empresas muy grandes en ese mismo año constituyen un 19% del total de empresas exportadoras, como se observa en el gráfico 4.2. Para el año 2015 no hubo gran variación en la distribución del total de empresas manufactureras exportadoras de acuerdo a su tamaño. Las PYMES mantenían un 56% del total de empresas manufactureras exportadoras mientras

las grandes un 16% y las empresas muy grandes subieron un poco con respecto del 2007, alcanzando un 23% del total de empresas.

Gráfico 4.2 Empresas manufactureras exportadoras por estrado de unidad económica



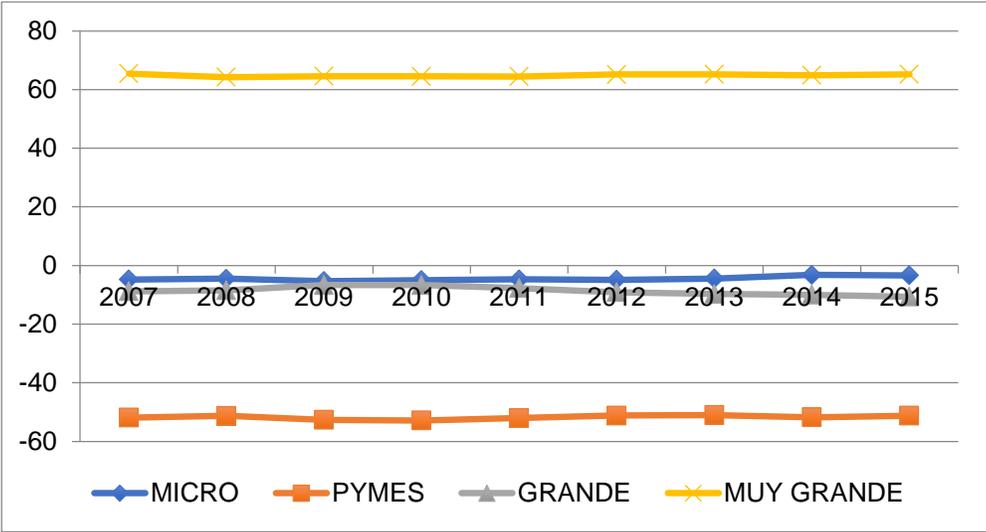
Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

El aumento de la participación en la exportación en las empresas manufactureras muy grandes, se sustrajo de las micro empresas y las PYMES, aproximadamente 2 o 3 puntos porcentuales en cada sector. También las empresas grandes mantuvieron muy poca variación y presentaron crecimiento de 1% en 2015 con relación a 2007, año en el cual las empresas grandes manufactureras tenían un 15% de participación en la exportación. Lo que indica que el crecimiento de la exportación para empresas manufactureras muy grandes parece encontrarse condicionada a la disminución de la participación de empresas más pequeñas. Parece que las micro empresas y las PYMES, podrían estar dejando de exportar o bien podrían cambiar de sector.

Por otro lado, existe una importante diferencia entre la participación de las empresas PYMES en los volúmenes de exportación con relación a las grandes empresas. Si bien las empresas manufactureras exportadoras PYMES superan en número a las empresas grandes y muy grandes el volumen de exportación resulta positivo solamente para las empresas muy grandes como se observa en el gráfico 4.3. en el cual se distingue el volumen de exportación positiva del 65% en el año

2007 y que se mantiene constante en 2015 con un 64% de volumen de exportación. Se observa también a las PYMES con un volumen negativo de exportación estable de -51% de volumen de exportación en 2007, mismo que se conserva hasta 2015 (INEGI, 2015).

Gráfico 4.3 Diferencia entre el porcentaje de participación en el número de empresas y de participación en el volumen de exportaciones por estrado de unidad económica



Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

Lo que se observa en el gráfico 4.3 refleja una paradoja empresarial, que en volúmenes de exportación se puede deducir que ya que las empresas muy grandes exportan mucho más toda vez que producen más que una PYME. Sin embargo, se observa una lucha entre las empresas muy grandes y las PYMES, que no incluye necesariamente a las micro empresas o las empresas grandes.

Por otro lado, en términos de cantidades de millones de dólares en exportaciones para empresas manufactureras mexicanas. Se observa que de un total de \$199,116 millones de dólares de exportación manufacturera en 2007 el 85% que fue a cargo de empresas muy grandes, es decir \$169,767 millones de dólares. Mientras que en este mismo año las PYMES solamente alcanzaron un 7% del total, equivalente a \$14,750 millones de dólares (INEGI, 2015).

Sin embargo, es interesante observar que a pesar de la crisis del 2008, las PYMES manufactureras presentan crecimiento en las exportaciones en los años previos a la crisis, alcanzando \$16,143 millones de dólares en exportación en 2008 e incrementando a un 8% su exportación en manufacturas en 2009, por supuesto fueron superadas por las empresas muy grandes, que alcanzaron \$180,817 millones de dólares, cantidad equivalente a un 84% del total de las exportaciones manufactureras mexicanas en 2008, y presentaron una disminución en 2009, pues tuvieron un 81% de exportación.

Dentro del sector de las manufacturas existe una división de diversos grupos de industrias. Dichas industrias son relativas a los diversos elementos sujetos de exportación, tales como alimentos, productos elaborados a base de madera, de metal, equipo de transporte, entre otros, como se analizan antes en este mismo capítulo. Para un análisis más puntual en cuanto a los sectores que conforman las exportaciones manufactureras de las PYMES, se agruparon las distintas industrias en subsectores como se observa en el cuadro 4.1. De esta forma es más claro determinar en cual área de la industria manufacturera de exportación tienen mayor participación las PYMES.

Cuadro 4.1 Exportaciones manufactureras de las PYMES por subsectores de industria agrupados

Periodo	Alimentos, bebidas, textiles y piel. %	Madera, papel e impresión %	Petróleo, industria química y plástico %	Minerales, metales y maquinaria y equipo %	Computación, aparatos eléctricos y de energía y equipo de transporte %	Muebles y otras industrias %
2007	19.4	2.5	22.4	19.6	30.0	6.1
2008	19.1	2.1	22.8	21.0	28.6	6.4
2009	20.8	2.6	22.1	19.1	27.4	8.1
2010	20.4	3.2	26.6	17.4	26.7	5.7
2011	18.1	2.7	26.8	19.2	26.8	6.4
2012	19.8	2.5	24.9	20.4	25.3	7.1
2013	19.0	2.5	24.7	19.1	27.4	7.3
2014	18.5	2.7	25.2	19.8	26.8	7.0
2015	18.4	3.2	25.5	19.9	25.8	7.2

Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

Estos subsectores se dividen en 6 categorías que se distribuyen acorde con las industrias más similares. De esta forma parece que las industrias de madera y muebles tienen poca presencia en la exportación, manteniendo ligeras variaciones, pero permaneciendo estables en términos generales durante el periodo 2007-2015. Mientras que es interesante observar que, en la industria del petróleo, química y de plástico existe una mayor participación de PYMES exportadoras que el subsector de alimentos y bebidas, incluso cuando este sector incluye textiles que uno de los sectores relevantes para las PYMES en tanto a su nivel de exportación, como se analiza más adelante. Los niveles porcentuales de exportación para las PYMES en este subsector permanecen estables con un 18% en 2015 aunque en 2009 presentaron un ligero incremento, alcanzando un 20% de la exportación total de las unidades económicas, mismo que disminuyó para 2011 a un 18%.

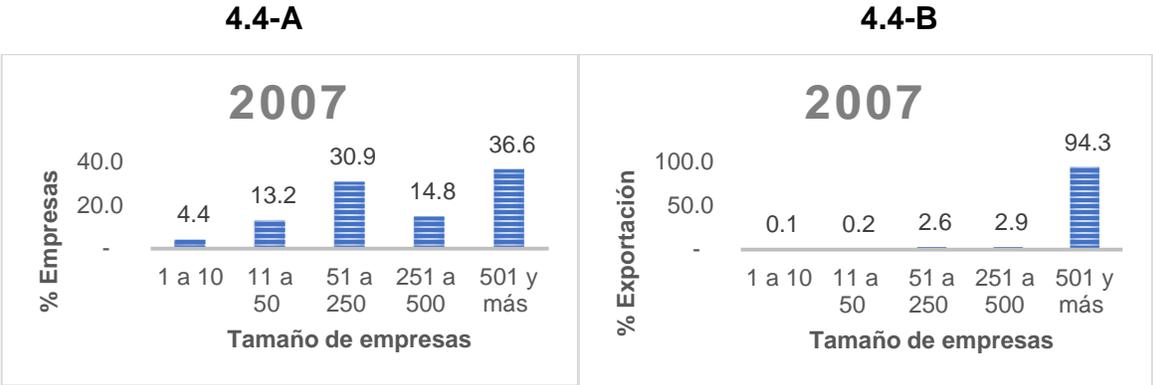
En cuanto al sector de la tecnología y comunicaciones, así como la energía y maquinaria de transporte, se presentaba en 2007 un importante 30% del total de las exportaciones de manufacturas en dicho subsector. Este porcentaje ha ido decreciendo a lo largo de los años subsecuentes hasta alcanzar un 25% en 2015 (INEGI, 2015). Sin embargo, continúa siendo el subsector con mayor participación en exportaciones manufactureras de las PYMES. Este sector en específico es importante en la actualidad.

Por otro lado, dentro de la división de las empresas manufactureras en el sector alimentos las pequeñas y medianas empresas comprenden un poco más del 53% de empresas del sector en el año 2007, mientras que en ese mismo año las empresas grandes representaban solo un 17% y las muy grandes un 24% del total de empresas en dicho sector. Sin embargo, de estos totales solo 29% de empresas exportadoras eran PYMES. Mientras que otro 10% de las exportadoras eran empresas grandes y el 60% de la exportación se reflejaba en empresas muy grandes, constituidas por 501 empleados o más (INEGI, 2012). Lo que parece indicar que las exportaciones, así como las ganancias son dirigidas a empresas muy grandes, pues son estas empresas las que tienen el mayor porcentaje de

participación en exportación en la gran mayoría de los diversos sectores de la industria manufacturera mexicana.

Lo mismo sucede en otros sectores de la industria manufacturera dedicados a elaboración de productos que representan un poder de ingreso importante para México, como lo es la fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos componentes y accesorios electrónicos, que al igual que en la fabricación de equipo de transporte, las exportaciones de estos sectores representan más del 90% de las exportaciones totales anuales atribuidas para empresas muy grandes. Mientras que las PYMES alcanzan apenas un 2.6% de la exportación en dichos sectores como se observa en el gráfico 4.4-B, aunque en número de empresas están más equilibradas con respecto a las empresas muy grandes en este sector que en otros sectores manufactureros como muestra el gráfico 4.4-A. Por ejemplo, en el sector de fabricación de prendas de vestir, en el cual en 2007 contaba con un 69% del total de empresas PYMES dentro del sector, pero solo con el 21% de la exportación. Mientras que había 16% de empresas muy grandes en el mismo sector que representaban el 68% de la exportación (INEGI, 2015).

Gráfico 4.4-A y 4.4-B Total de empresas existentes en la industria de fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos componentes y accesorios electrónicos (4.4-A) y total de las exportaciones en el mismo sector por tamaños de empresa (4.4-B)

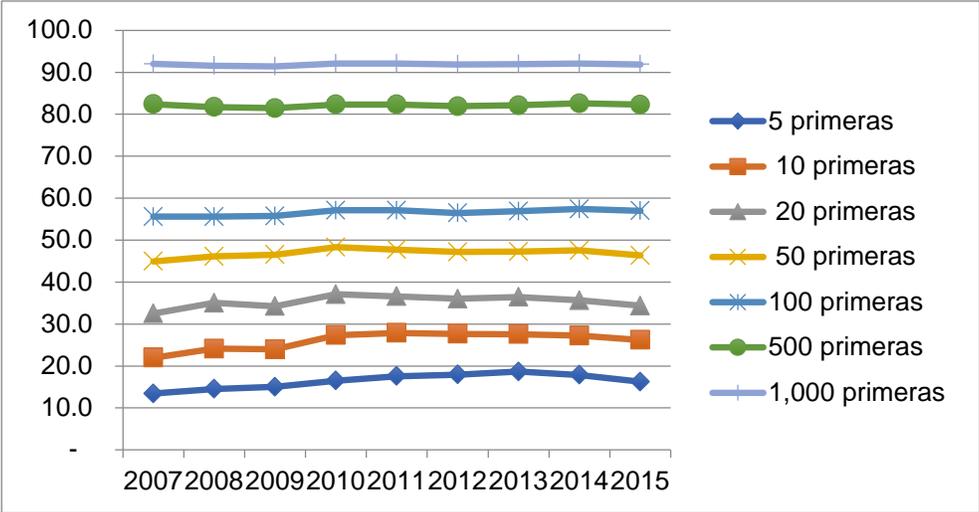


Elaboración propia a partir de INEGI (2015).

Estos datos indican que el mercado internacional es dominado por las empresas muy grandes a pesar de ser superadas en número por las PYMES. Lo que de la misma forma parece indicar que los diversos sectores manufactureros en México al ser absorbidos por las empresas muy grandes dejan a las empresas pequeñas y medianas pocas posibilidades de sobresalir en mercados internacionales.

Esta tendencia en las empresas exportadoras también se observa mediante un análisis de concentración de las exportaciones de las empresas de acuerdo a una división de las unidades económicas por su posición en las exportaciones. Se dividieron las empresas en las primeras 5 en importancia de exportación, posteriormente las primeras 10, 20, 50, 100, 500 y 1000, como se observa en el gráfico 4.5. Para identificar en cual sección se concentra la exportación y determinar la participación de PYMES en exportación.

Gráfico 4.5 Posición de las empresas de acuerdo a su participación en las exportaciones



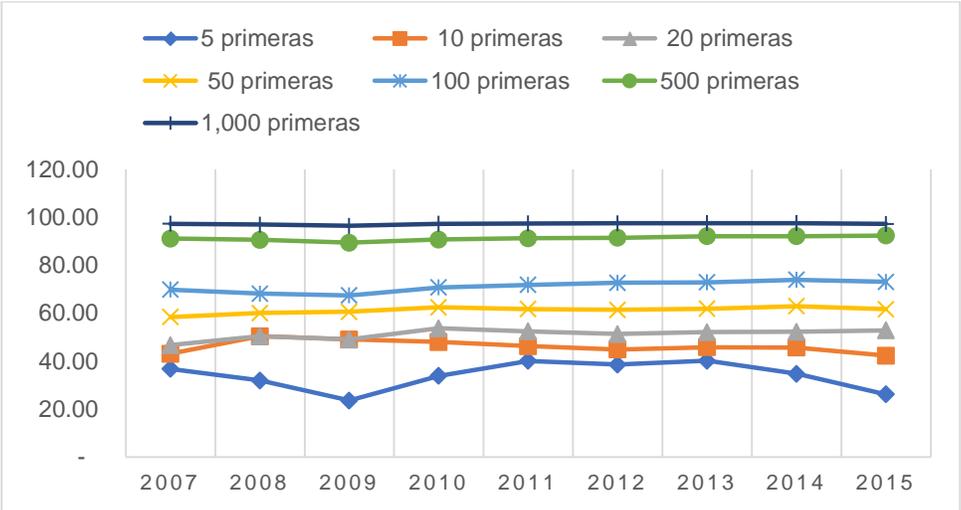
Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

Mediante este análisis, las PYMES parecen tener participación importante a partir de la clasificación de las primeras 500 empresas, en la mayoría de los sectores de la industria manufacturera. Lo que sugiere poca participación en el mercado exportador de forma importante. Por otro lado, también mediante este estudio, se logran identificar sectores de importancia para la participación de las

empresas en la exportación. Principalmente los sectores que reflejan mayor relevancia en volumen de exportación, integrando a mayor número de empresas desde las primeras 5, 10 y 20 empresas son el sector de la fabricación de equipo de transporte con participación de hasta un 36% de las primeras 5 empresas en el año 2007(INEGI, 2015). Lo que parece indicar que estas 5 primeras empresas tienen una importante participación en este sector más o menos estable durante el periodo de 2007 a 2015 como se observa en el gráfico 4.6-A.

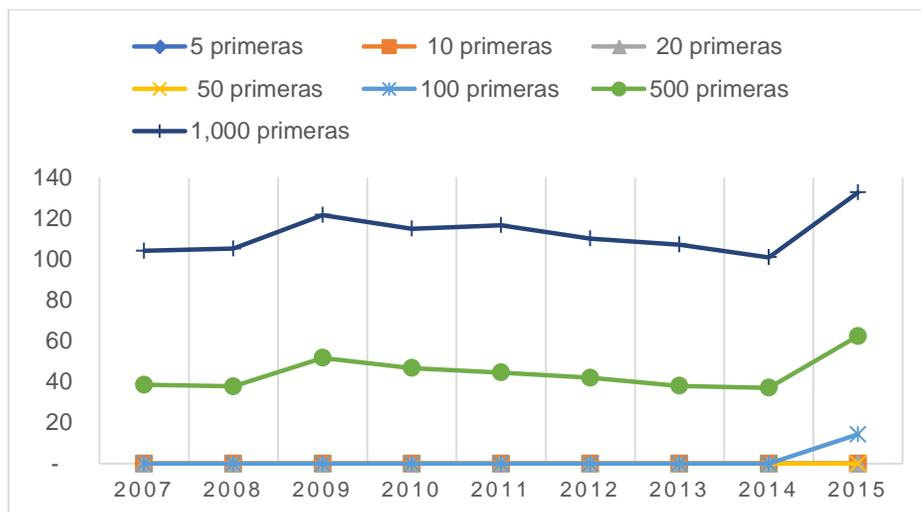
Mientras que en sectores como el de la industria alimentaria la participación importante de las empresas es a partir de las primeras 500 y 1,000. Lo que parece reflejar mayor participación de las PYMES. Como se observa en el gráfico 4.6-B. En tanto en otros sectores como el de fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos componentes y accesorios electrónicos, así como el ya analizado sector de la industria de fabricación de equipo de transporte, la participación a partir de las primeras 5 empresas es importante.

Gráfico 4.6-A Participación de las empresas de acuerdo a su posición en el mercado en la industria de fabricación de equipo de transporte



Elaboración propia a partir del INEGI (2015)

Gráfico 4.6-B Participación de las empresas de acuerdo a su posición en el mercado en la industria alimentaria



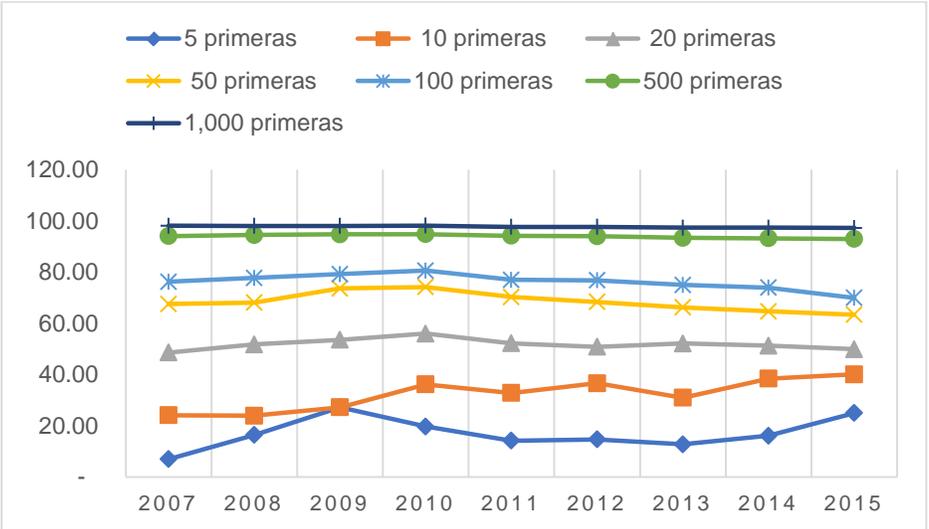
Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

En 2007 por ejemplo, en el sector de fabricación de equipo de computación las primeras 5 empresas representaban una exportación del 7% sobre el total de exportaciones en dicha industria. Alcanzando para 2015 un 25% del total de las exportaciones como se muestra en el gráfico 4.6-C. Lo que sugiere que la participación de las PYMES en dicho sector es muy reducida. Este fenómeno resulta de suma importancia considerando que dicho sector representaba casi el 30% de la exportación total de la industria manufacturera en México en el año 2007. Dicho sector continúa siendo importante en exportaciones, pues en 2015 representa un 19% del total de las exportaciones de manufacturas. Algo similar sucede con el sector de fabricación de equipo de transporte, que en 2007 representaba un 30% del total de las exportaciones y en 2015 alcanza casi la mitad de las exportaciones totales con un 43% (INEGI, 2015).

Tomando en cuenta que, además, el sector de fabricación de equipo de transporte, así como el sector de fabricación de equipo de cómputo, representa mayor participación para las empresas muy grandes que para las PYMES, pues mientras las PYMES representan dentro del sector de transporte apenas un 2% de la exportación, las empresas muy grandes alcanzan un 92% de la exportación en dicho sector en 2007 (INEGI, 2015). Este porcentaje presentó un aumento en 2014 para las empresas muy grandes, pues alcanzaron un 95% de la exportación,

mientras que las PYMES redujeron su participación a un 1% (INEGI, 2015). En tanto en el sector de fabricación de equipo de cómputo, sucedió algo similar, pues, las PYMES, alcanzaron en 2007 un 2% de participación en las exportaciones en este sector, mientras las empresas muy grandes en este año mantenían un 94% de exportaciones, mismo que se redujo en 2014 a un 92% para las empresas de este tamaño, y que se incrementó solo en un punto porcentual para las PYMES en este mismo año, quedando en un 3% de exportación (INEGI, 2015).

Gráfico 4.6-C Participación de las empresas de acuerdo a su posición en el mercado en la industria de fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos componentes y accesorios electrónicos.



Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

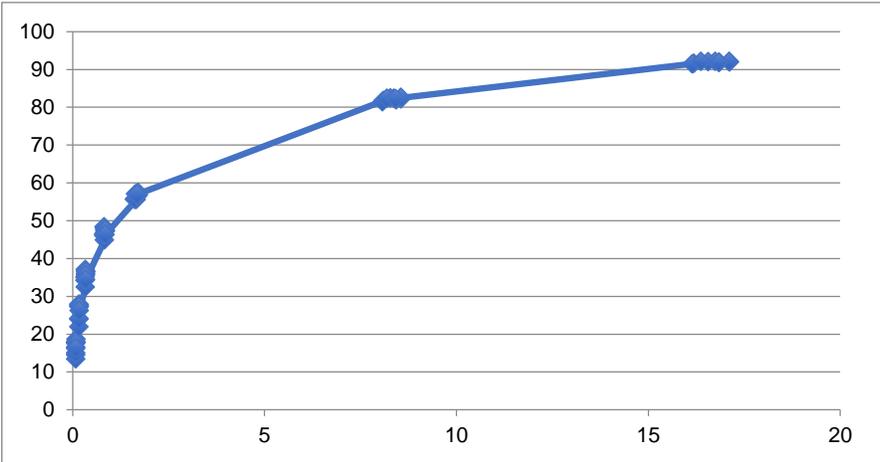
Es importante señalar, que la participación de las PYMES, se observa en mayores niveles en la industria alimentaria, textil, madera, papel, plástico y química. Mientras que, en las industrias restantes de manufactura, la exportación de las PYMES representa menos del 20% de la exportación total dentro del periodo 2007-2014 (INEGI,2015).

La industria de alimentos, por ejemplo, reflejaba en 2007 un 29% de participación para las PYMES, mientras que las empresas muy grandes tenían un 60% de participación de la exportación en ese mismo año. En 2014 continuaba estable este porcentaje para las empresas muy grandes con un 59% de

exportación dentro del sector y para las PYMES se reflejó un 24%. La industria de fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir tenía un 43% de participación en exportación en el sector en 2007, que presentó una importante disminución para 2014 para las PYMES, año en el que cerraron con un 28% de exportación. Mientras que las empresas muy grandes en 2007 tenían un 22% de exportación, casi la mitad de lo que exportaban las PYMES en ese mismo año, sin embargo, el porcentaje aumentó para 2014 a un 44% en las empresas muy grandes, a costa de la disminución de la exportación de las pequeñas y medianas empresas (INEGI,2015).

Otro de los sectores importantes para las PYMES es la industria de la madera, en el cual en 2007 estas unidades económicas tenían un 38% de la exportación. Mientras que las empresas muy grandes mantenían un 32%, seguidas muy cerca por las empresas grandes con un 29% de exportación en el sector. Tanto las PYMES como las empresas grandes presentaron incrementos para el año 2014, con un 44% y un 39% de exportaciones anuales respectivamente. Mientras las empresas muy grandes disminuyeron su participación en este sector, cerrando 2014 con un 15% de exportación (INEGI, 2015).

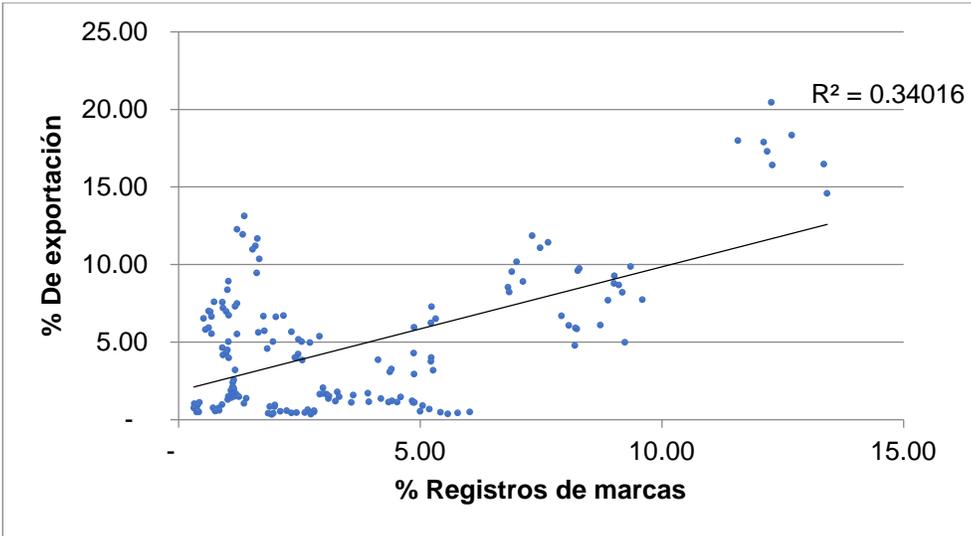
Gráfico 4.7 Concentración de las exportaciones en las primeras empresas, 2007-2015, (porcentajes)



Elaboración propia a partir de INEGI (2015)

Por otro lado, en materia de DPI, se realiza un análisis de correlación mediante la exportación y los volúmenes de registros de marca y patentes. De esta forma podríamos determinar si el aumento de registros de marcas se encuentra vinculado de alguna forma a la exportación de las PYMES, toda vez que se han realizado esfuerzos y campañas por medio de la Cooperación Internacional en materia de DPI, como se ha analizado en los capítulos anteriores, con la finalidad de afianzar la protección de estos elementos de la propiedad y de este modo incrementar el comercio internacional de las empresas mexicanas.

Gráfico 4.8 correlación entre los porcentajes de registros de marcas y la exportación en el período 2007-2014 de las PYMES



Elaboración propia a partir de OMPI e INEGI (2015)

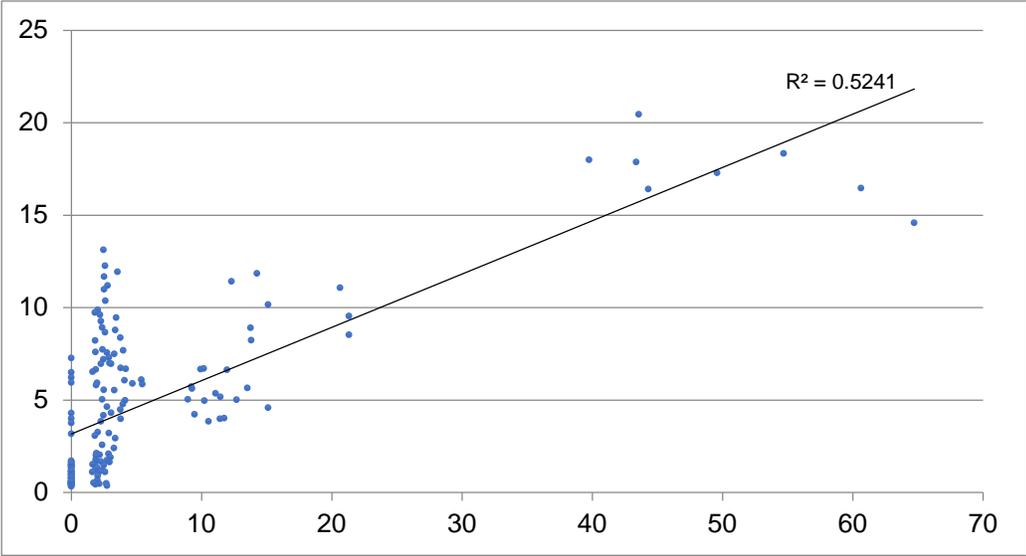
Mediante el cálculo del porcentaje de las variaciones de la variable de respuesta observada en el gráfico 4.8, se muestra una ligera correlación entre la exportación acumulada en los diversos sectores de la industria manufacturera y los registros de marcas en estos mismos sectores, para establecer si los registros de marca son determinantes para la internacionalización de las empresas o si tienen influencia en la misma. Al incorporar los valores se observa una correlación mediante el modelo de regresión donde R^2 tiene un valor de 0.34, lo que indica que existe una ligera relación entre los registros de marcas y las exportaciones de

las empresas mexicanas. Sin embargo, es una relación muy baja si se consideran los múltiples programas de apoyo a las unidades económicas.

En el caso de las patentes se realizó el mismo ejercicio, con la finalidad de observar la correlación entre el aumento de número de patentes obtenidas contra los volúmenes de exportación por sector por año como se observa en el gráfico 4.9. En este análisis R^2 tiene un valor de 0.52. dato que supera la relación entre el registro de marcas y la exportación.

Sin embargo, a pesar de que ambas correlaciones son positivas, este dato no es suficiente para probar que los registros de patentes y marcas son determinantes para la internacionalización de las PYMES en México o que la Cooperación Internacional en materia de DPI se encuentre favoreciendo el comercio internacional para estas unidades económicas.

Gráfico 4.9 correlación entre registros de patentes y la exportación en el período 2007-2014



Elaboración propia a partir de OMPI e INEGI (2015)

El análisis anual de la Organización Mundial del Comercio estudia la participación de las PYMES en el comercio internacional, y las modificaciones del sector comercial para estas unidades económicas, del mismo modo estudia como las PYMES pueden tener mayor inclusión en los mercados globales. Este mismo

informe menciona que se observa con más frecuencia que los acuerdos regionales, incluyen lineamientos para las PYMES y contemplan su inclusión en la firma de diversos acuerdos. Lo que demuestra el interés que despiertan las PYMES en organismos internacionales y la importancia que alcanzan estas unidades económicas.

Esta importancia en las PYMES lleva a estudiar el proceso de internacionalización de estas empresas y las diversas herramientas utilizadas en dicho proceso. Una herramienta para las PYMES han sido las cadenas de valor, estos elementos empresariales y descritos por el modelo de Porter, característicos de la globalización, están compuestos sobre el trabajo de las empresas, centrándose en el esfuerzo de estas, por incorporar con mayor frecuencia un valor al producto y servicio ofertado o crear este valor, procurando hacer los costos mínimos para llevarlo a cabo. De tal forma que sirven a las unidades económicas para que estas se internacionalicen (Porter, M., 1990). Dicho valor es lo que adiciona la ventaja competitiva sobre los productos o servicios.

Sin embargo, dentro de las principales dificultades para las pymes en las redes de distribución extranjera para la explotación de las economías de escala se encuentran los problemas de logística, para el envío de mercancías o servicios, protección de datos, pagos y mano de obra calificada (OMC, 2016). Además de otros obstáculos técnicos al comercio como las medidas fitosanitarias que se han tenido que dilucidar mediante la aplicación de regulación del acuerdo sobre dichas medidas, evitando imponer costos altos a las empresas, toda vez que estos elementos no representan una dificultad para las grandes empresas pero que constituyen barreras a las PYMES, como efecto colateral (OMC,2016). Considerándose la aplicación de esta regulación un elemento de apoyo para las empresas pequeñas y medianas.

Otra de las medidas que sugiere el informe sobre el comercio mundial 2016, es aumentar el acceso a financiación del comercio o dar mayor transparencia para facilitar acceso a la información esencial para que aumente la cantidad de empresas exportadoras internacionales. Sin embargo, si bien el acceso a información es importante, por otro lado, las empresas no cuentan con el capital

suficientes, no invertirán solo en investigación y obtención de información además podría resultar contraproducente adquirir financiamientos que les hereden deudas imposibles de pagar dirigiéndose a una posible quiebra de la unidad económica.

Para sugerir estas herramientas para la internacionalización empresarial, el informe sobre el comercio mundial parte desde el análisis de cuatro formas de internacionalización de empresas. Primero, *la exportación directa*, que, de acuerdo con la OMC en estudios realizados a más de 25.000 pymes de países en desarrollo, las ventas de dichas empresas representan un 7.6 % de las ventas totales de pymes. En específico del sector manufacturero. En tanto las grandes empresas en este mismo sector representan casi el doble. Mientras que en el sector servicios las PYMES alcanzan apenas un .9% y las grandes empresas un 31.9% (OMC, 2016). Aunque las PYMES representan el 78% de exportadores en países desarrollados (OMC, 2016). Solo alcanzan un 34% de exportaciones, ya que la mayor exportación se concentra en servicios. Distribuyéndose estas en 68% para las microempresas y 83% para las PYMES.

El siguiente tipo de exportación que menciona el Informe es el de las *exportaciones indirectas*. En este tipo de exportaciones es más complicado identificar cuantas empresas distribuyen bienes o servicios a empresas con exportación directa, sin embargo, se logra identificar un estimado mediante la incorporación importante de empresas a las cadenas de valor de Porter. Dentro de las cuales en las económicas en desarrollo las exportaciones manufactureras en PYMES ascienden a un 2.4% de ventas totales, mientras que las grandes empresas del mismo sector representan un 14.1 % de ventas totales. Por otro lado, la exportación indirecta de servicios en las PYMES es de un 2.6% y las de las grandes empresas es de un 4.2 % (OMC, 2016), lo que refleja una clara diferencia entre las exportaciones directas y las indirectas en el sector de prestación de servicios.

La tercera forma de exportación son los *acuerdos contractuales no accionariales* como son las franquicias, concesión de licencias u otro tipo de alianzas más estructurales. Finalmente, la cuarta forma de internacionalización que menciona el informe es la *inversión extranjera directa* (IED). Esta puede darse

mediante fusiones empresariales o adquisiciones o mediante coinversión como en el caso de las joint ventures (OMC, 2016). Estas dos formas de internacionalización, sin embargo, incluyen costos fijos que difícilmente se revierten y que para las PYMES representa un gran compromiso. El informe señala que debido a esta complicación las unidades económicas que desean expandir sus mercados y que invierten mediante este método, lo hacen de manera minoritaria en lugar de adquirir la propiedad completa. De esta forma no corren tanto riesgo.

Las empresas pueden hacer uso de cualquiera de estos cuatro métodos para internacionalizarse, sin embargo, la mayoría lo hace mediante la exportación indirecta incorporándose a las cadenas de valor. Este tipo de exportación brinda a las empresas la ventaja de un menor riesgo al entrar a mercados internacionales, pues las PYMES no tienen que enfrentar de manera directa los costos “a fondo perdido” o no recuperables, la búsqueda de nuevos clientes y negociación de contratos (OMC, 2016). Se transfiere este trabajo a empresas intermediarias que tienen mayor experiencia en mercados extranjeros y negociaciones similares. Este tipo de internacionalización requiere menor compromiso de la PYME.

Referencias

- ALAI (2016). "History". Recuperado de web site <http://www.alai.org/en/information/history.html>
- Baldwin, R. (2011) "Trade and industrialisation after globalisation's 2nd unbundling: how building and joining a supply chain are different and why it matters". No. W117716. National Bureau of Economic Research.
- Bilkey, W.J., & Tesar, G. (1977). "The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms". *Journal of international business studies*. Vol.8, no.1, pp.93-98.
- Brenes, L.G. & León, D.F. (2008). "Las born global: Empresas de acelerada internacionalización. *Tec empresarial*. Vol.2, no.2, pp.9-19.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (1991). "Ley de la Propiedad Industrial". Diario Oficial de la Federación, última reforma 2016.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2011). "Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo". Diario Oficial de la Federación, 2015.
- Cardozo, P.P., Chavarro, A., & Ramírez, C.A. (2013). "Teorías de internacionalización. *Panorama*, vol. 1, no.3, pp.4-23.
- Chen, H. & Huang, Y. (2004) "The Establishment of Global Marketing Strategic Alliances by Small and Medium Enterprises". *Small bussiness economics*. Vol. 22, no. 3, pp. 365-377.
- Curtis, D. (2016) "El negocio económico de los "Trolls de Patentes" en EEUU". CEVIPYME. Recuperado de <https://cevipyme.wordpress.com/2016/09/06/el-negocio-economico-de-los-trolls-de-patentes-en-eeuu/>
- Congreso de la Unión (1996) "Ley Federal de Derechos de Autor". Diario oficial de la Federación.
- De Berna, C. (1886). "Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas". Recuperado de www.wipo.int/treaties/es/
- De la Federación, D.O. (2013). "Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018". *Diario Oficial de la Federación*, vol.20.

- De París, C. (1883). "Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial". Recuperado de www.wipo.int/treaties/es/
- Dunning, J. H. (1988). "The eclectic paradigm of international production: A restatement and some posible extensions". Journal of international business studies, Vol.19, no.1, pp.1-31.
- Entrepreneur en español (2016). "Semana del Emprendedor establece 3 récords Guinness". Enterpreneu en español. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/283563>
- Ferrer, A., (1997) "Historia de la globalización: Surgimiento, apogeo y declinación de Gran Bretaña en el Segundo Orden Económico Mundial". Comunicación presentada en la sesión ordinaria del 6 de agosto de 1997. Recuperado de <http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00231.pdf>
- Fondo PYME (2010). "Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa". Secretaría de Economía. Recuperado de <http://www.fondopyme.gob.mx/>
- Gómez, G.M. & Sanahuja, P.J.A (1999) "El sistema Internacional de cooperación al desarrollo: Una aproximación a sus actores e instrumentos". CIDEAL. España.
- Hughes, A. & Mina, A. (2010). "The impact of the patent system on SMEs". University of Cambridge, Centre for Business Research.
- INADEM (2016). "Semana Nacional del Emprendedor". Secretaría de Economía. Recuperado de <http://semanadelemprendedor.gob.mx/el-evento/>
- INEGI (2017) Banco de Información Económica, <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
- INEGI (2016). "Nota técnica Información oportuna sobre la balanza comercial de mercancías de México durante junio de 2016". Boletín de prensa no. 293/16. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/balcom_o/balcom_o2016_07.pdf
- Instituto PYME (2015). "Acceso a mercados". Insituto PYME. Recuperado de <http://www.institutopyme.org/>

- Jiménez, J. (2007). “Determinantes para la internacionalización de las PYMES mexicanas”. *Análisis Económico*, vol. 49, 111-131.
- Johanson, J. & Vahlne, J. (1990). “The mechanism of Internationalisation”. *International marketing review*, vol.7, no.4.
- Johanson, J. & Wiedesheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of management studies*, vol. 3, 305-322.
- Kalantaridis, C. (2004). Internationalization, Strategic Behavior, and the Small Firm: A Comparative Investigation. *Journal of Small Business Management*, vol. 42, 245–262.
- Keohane, R.O. (1984) “After Hegemony: Cooperation and Discord in the World Political Economy”. Princeton University Press.
- Li, L., Li, D., & Dalgic, T. (2004). “Internationalization process of small and médium-sized enterprises: Toward a hybrid model of experiential learning and plannin. *MIR: Management International Review*, pp. 93-116.
- Loop, D., Scheffer, G. y Lipfert, S. (2016). “Lévaluation des brevets pratiquée par PI Bewertungs AG (IPB)”. WIPO. Recuperado de <http://www.wipo.int/sme/fr/documents/patent>
- Meza, O.N. (2014). “10 beneficios de internacionalizar tu empresa”. *Forbes México*. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/10-beneficios-de-internacionalizar-tu-empresa/#gs.GHFjULY>
- Milesi D., Moori V., Robert V. & Yoguel G. (2007) “Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia”. *Revista de la CEPAL*. No. 92, pp. 25-43.
- Montoya, S.O. (2004). “Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico”. *Scientia et Technica*. Año X. No. 25.
- Moreno, L. (2014). “La agridulce relación comercial entre México y EU”. *Milenio diario*. Recuperado de http://www.milenio.com/negocios/relacion_comercial_entre_Mexico_y_EU-peleas_entre_Mexico_y_EU-pleitos_comerciales_0_436156422.html

- Naciones Unidas (1945). "Carta de las Naciones Unidas". Naciones Unidas. La organización. Cap. IX, artículo 57. Recuperada de <http://www.un.org/es/charter-united-nations/index.html>
- Naciones Unidas (2016) "Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación". Objetivos del desarrollo sostenible. Metas del objetivo 9. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/>
- OCDE (1960) "Convención de la OCDE". Recuperado de <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/convenciondelaocde.htm>
- OCDE (2016) "Historia". Recuperado de <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/historia-ocde.htm>
- OECD (2008) "Is it ODA?". Factsheet. Recuperado de <https://www.oecd.org/dac/stats>
- OECD (2009) "Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation", Report by OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD.
- OMC (1994) "Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC)". Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado en Marrakech, Marruecos, 15 de abril de 1994. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips_01_s.htm
- OMC (2016) "Informe sobre el comercio mundial 2016: Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes". Organización Mundial del Comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf
- OMPI (1975). "Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Firmado en Estocolmo, Suecia, el 14 de julio de 1967". Diario Oficial de la Federación. 1975.
- OMPI (2011) "Informe sobre la propiedad intelectual en el mundo: Los nuevos parámetros de la innovación". Economía y estadística. Recuperado de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/944/wipo_pub_944_2011.pdf

- OMPI (2015) “Base de datos estadísticos”, OMPI. Recuperado de <http://www.wipo.int/ipstats/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI. (1967). “Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979”. Diario Oficial de la Federación.
- Orlandi, P. (2006). “Las PYMES y su rol en el comercio internacional”. *White paper series del centro de estudios para el desarrollo exportador*. CEDEX. Universidad de Palermo, Facultad de Ciencias Económicas.
- Porter, M. (1990) “Ventaja Competitiva”. Cesca. México.
- PROCEI (2015). “Programa de Competitividad e Innovación UE-México”. ProMéxico. Recuperado de <http://www.procei.mx/PROCEI/Paginas/Programa-de-Competitividad-e-Innovaci%C3%B3n-UE-%E2%80%93-M%C3%A9xico.aspx>
- ProMéxico (2016). “¿Qué hacemos?”. ProMéxico, gobierno. Recuperado de <http://www.gob.mx/promexico/que-hacemos>
- Salomón, G.M. (2001) “La teoría de las Relaciones Internacionales en los albores del siglo XXI: diálogo, disidencia, aproximaciones”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. No. 56, pp. 7-52.
- Schumpeter, J.A. (1934) “The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle”. Transaction publishers, New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.).
- Schumpeter, J. (1942). “Creative destruction. Capitalism, socialism and democracy”. New York. Harper 1975.
- Secretaría de Economía (2011). “Programa Nacional de Innovación”. Comité Intersectorial para la Innovación. Recuperado de http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/innovacion/ProgramaNacionaldeInnovacion.pdf
- Secretaría de Economía (2013). “El IMPI y ProMéxico suman sus esfuerzos para proteger a la industria mexicana”. Boletín de prensa B.43/13.

Secretaría de Gobernación (1998) “Decreto Promulgatorio del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea”. Diario Oficial de la Federación.

SEGOB (2014). “Programa de Cooperación Internacional para el Desarrollo 2014-2018. Diario Oficial de la Federación, 2014.

Trujillo, D.M.A., Rodríguez, O.D.F., Guzmán, V.A. & Becerra, P.G., (2006) “Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas”. Bogotá. Editorial Universidad del Rosario. No. 30. ISSN: 0124-8219.

Unión Europea (1991) “Acuerdo marco de cooperación entre la Comunidad Económica Europea y los Estados Unidos Mexicanos”. 26 abril de 1991. Recuperado de http://eeas.europa.eu/archives/delegations/mexico/documents/eu_mexico/acuerdo91_es.pdf

United Nations (2015) “United Nations Relief and Rehabilitation Administration (UNRRA)”. Archives and Records Management Section. Reference code AG-018. Recuperado en https://archives.un.org/sites/archives.un.org/files/files/Finding%20Aids/2015_Finding_Aids/AG-018.pdf

UPS (2007) “Survey: American Businesses Missing Global Opportunities”. UPS Business Monitor, recuperado de www.pressroom.ups.com/pressreleases/current/0 13 diciembre 2016.

Vernon, R. (1966). “International investment and international trade in the product cycle”. *The quarterly journal of economics*, pp.190-207.

Villafañe, L.V. & Uscanga, C. (2000) “México frente a las grandes regiones del mundo”. Cap.3 La nueva relación comercial entre la Unión Europea y México en los años noventa en busca del dinamismo perdido, Domínguez R. R. Siglo XXI.

WIPO (2016). “ A brief history”. Inside WIPO. Recuperado de web site <http://www.wipo.int/about-wipo/en/history.html>

- WIPO (1993). "Governing bodies of WIPO and the Unions administered by WIPO". World Intellectual Property Organization. Twenty-Fourth Series of Meetings Geneva, september 20 to 29, 1993. Recuperado de www.wipo.int/mdocsarchives/AB_XXIV.../AB_XXIV_5_E.pdf
- WIPO (2016) "WIPO-Administered Treaties". World Intellectual Property Organization. Recuperado de <http://www.wipo.int/treaties/en/index.html>
- Yip, G.S., Biscarri, J.G., & Monti, J. A. (2000). "The role of the internationalization process in the performance of newly internationalizing firms". *Journal of international marketing*, vol.8, no.3, pp. 10-35.