

ISSN 2410-4019

Volumen 7, Número 24 – Julio – Diciembre – 2020

Revista de Desarrollo  
**Económico**

**ECORFAN®**

## **ECORFAN-Bolivia**

### **Editor en Jefe**

CHIATCHOUA, Cesaire. PhD

### **Directora Ejecutiva**

RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD

### **Director Editorial**

PERALTA-CASTRO, Enrique. MsC

### **Diseñador Web**

ESCAMILLA-BOUCHAN, Imelda. PhD

### **Diagramador Web**

LUNA-SOTO, Vladimir. PhD

### **Asistente Editorial**

REYES-VILLAO, Angélica. BsC

### **Traductor**

DÍAZ-OCAMPO, Javier. BsC

### **Filóloga**

RAMOS-ARANCIBIA, Alejandra. BsC

**Revista de Desarrollo Económico**, Volumen 7, Número 24, de Julio a Diciembre 2020, es una revista editada semestralmente por ECORFAN-Bolivia. Loa 1179, Cd. Sucre. Chuquisaca, Bolivia. WEB: [www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org), [revista@ecorfan.org](mailto:revista@ecorfan.org). Editor en Jefe: CHIATCHOUA, Cesaire. PhD. ISSN 2410-4019. Responsables de la última actualización de este número de la Unidad de Informática ECORFAN. ESCAMILLABOUCHÁN, Imelda. PhD, LUNASOTO, Vladimir. PhD, actualizado al 31 de Diciembre, 2020.

Las opiniones expresadas por los autores no reflejan necesariamente las opiniones del editor de la publicación.

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin permiso del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

# **Revista de Desarrollo Económico**

## **Definición del Research Journal**

### **Objetivos Científicos**

Apoyar a la Comunidad Científica Internacional en su producción escrita de Ciencia, Tecnología en Innovación en el Área de Ciencias Sociales, en las Subdisciplinas de comercio, actividad económica internacional, aspectos del comercio y las finanzas internacionales, relaciones internacionales y economía política internacional, modelos agregados generales, enfoque cuantitativo, enfoque mixto.

ECORFAN-México S.C es una Empresa Científica y Tecnológica en aporte a la formación del Recurso Humano enfocado a la continuidad en el análisis crítico de Investigación Internacional y está adscrita al RENIECYT de CONACYT con número 1702902, su compromiso es difundir las investigaciones y aportaciones de la Comunidad Científica Internacional, de instituciones académicas, organismos y entidades de los sectores público y privado y contribuir a la vinculación de los investigadores que realizan actividades científicas, desarrollos tecnológicos y de formación de recursos humanos especializados con los gobiernos, empresas y organizaciones sociales.

Alentar la interlocución de la Comunidad Científica Internacional con otros centros de estudio de México y del exterior y promover una amplia incorporación de académicos, especialistas e investigadores a la publicación Seriada en Nichos de Ciencia de Universidades Autónomas - Universidades Públicas Estatales - IES Federales - Universidades Politécnicas - Universidades Tecnológicas - Institutos Tecnológicos Federales - Escuelas Normales - Institutos Tecnológicos Descentralizados - Universidades Interculturales - Consejos de CyT - Centros de Investigación CONACYT.

### **Alcances, Cobertura y Audiencia**

Revista de Desarrollo Económico es un Research Journal editado por ECORFAN-México S.C en su Holding con repositorio en Bolivia, es una publicación científica arbitrada e indizada con periodicidad trimestral. Admite una amplia gama de contenidos que son evaluados por pares académicos por el método de Doble-Ciego, en torno a temas relacionados con la teoría y práctica de comercio, actividad económica internacional, aspectos del comercio y las finanzas internacionales, relaciones internacionales y economía política internacional, modelos agregados generales, enfoque cuantitativo, enfoque mixto con enfoques y perspectivas diversos, que contribuyan a la difusión del desarrollo de las Ciencias Sociales que permitan las argumentaciones relacionadas con la toma de decisiones e incidir en la formulación de las políticas internacionales en el Campo de las Ciencias Sociales. El horizonte editorial de ECORFAN-México® se extiende más allá de la academia e integra otros segmentos de investigación y análisis ajenos a ese ámbito, siempre y cuando cumplan con los requisitos de rigor argumentativo y científico, además de abordar temas de interés general y actual de la Sociedad Científica Internacional.

## **Consejo Editorial**

ALIAGA - LORDEMANN, Francisco Javier. PhD  
Universidad de Zaragoza

ANGELES - CASTRO, Gerardo. PhD  
University of Kent

BELTRÁN - MORALES, Luis Felipe. PhD  
Universidad de Concepción

CAMPOS - QUIROGA, Peter. PhD  
Universidad Real y Pontifica de San Francisco Xavier de Chuquisaca

CHAPARRO, Germán Raúl. PhD  
Universidad Nacional de Colombia

GARCÍA Y MOISES, Enrique. PhD  
Boston University

GUZMÁN - HURTADO, Juan Luis. PhD  
Universidad de Santiago de Compostela

IBARRA - ZAVALA, Darío Guadalupe. PhD  
New School for Social Research

NIEVA - ROJAS Jefferson. PhD  
Universidad Autónoma de Occidente

PALACIO, Juan. PhD  
University of St. Gallen

## **Comité Arbitral**

ALVARADO - BORREGO, Aida. PhD  
Universidad Autónoma de Sinaloa

BECERRIL - TORRES, Osvaldo U. PhD  
Universidad Autónoma del Estado de México

CAMELO - AVEDOY, José Octavio. PhD  
Universidad de Guadalajara

COTA - YAÑEZ, María del Rosario. PhD  
Universidad de Guadalajara

GONZÁLEZ - IBARRA, Miguel Rodrigo. PhD  
Universidad Nacional Autónoma de México

COTA - YAÑEZ, María del Rosario. PhD  
Universidad de Guadalajara

GULLOTTI - VAZQUEZ, María Teresa. PhD  
Universidad Autónoma de Yucatán

HUERTA - QUINTANILLA, Rogelio. PhD  
Universidad Nacional Autónoma de México

CEBALLOS - PEREZ, Sergio Gabriel. PhD  
El Colegio del Estado de Hidalgo

LUIS - PINEDA, Octavio. PhD  
Instituto Politécnico Nacional

MÁRQUEZ - IBARRA, Lorena. PhD  
Instituto Tecnológico de Sonora

## **Cesión de Derechos**

El envío de un Artículo a Revista de Desarrollo Económico emana el compromiso del autor de no someterlo de manera simultánea a la consideración de otras publicaciones serias para ello deberá complementar el Formato de Originalidad para su Artículo.

Los autores firman el Formato de Autorización para que su Artículo se difunda por los medios que ECORFAN-México, S.C. en su Holding Bolivia considere pertinentes para divulgación y difusión de su Artículo cediendo sus Derechos de Obra.

## **Declaración de Autoría**

Indicar el Nombre de 1 Autor y 3 Coautores como máximo en la participación del Artículo y señalar en extenso la Afiliación Institucional indicando la Dependencia.

Identificar el Nombre de 1 Autor y 3 Coautores como máximo con el Número de CVU Becario-PNPC o SNI-CONACYT- Indicando el Nivel de Investigador y su Perfil de Google Scholar para verificar su nivel de Citación e índice H.

Identificar el Nombre de 1 Autor y 3 Coautores como máximo en los Perfiles de Ciencia y Tecnología ampliamente aceptados por la Comunidad Científica Internacional ORC ID - Researcher ID Thomson - arXiv Author ID - PubMed Author ID - Open ID respectivamente

Indicar el contacto para correspondencia al Autor (Correo y Teléfono) e indicar al Investigador que contribuye como primer Autor del Artículo.

## **Detección de Plagio**

Todos los Artículos serán testeados por el software de plagio PLAGSCAN si se detecta un nivel de plagio Positivo no se mandará a arbitraje y se rescindirá de la recepción del Artículo notificando a los Autores responsables, reivindicando que el plagio académico está tipificado como delito en el Código Penal.

## **Proceso de Arbitraje**

Todos los Artículos se evaluarán por pares académicos por el método de Doble Ciego, el arbitraje Aprobatorio es un requisito para que el Consejo Editorial tome una decisión final que será inapelable en todos los casos. MARVID® es una Marca de derivada de ECORFAN® especializada en proveer a los expertos evaluadores todos ellos con grado de Doctorado y distinción de Investigadores Internacionales en los respectivos Consejos de Ciencia y Tecnología el homólogo de CONACYT para los capítulos de América-Europa-Asia-África y Oceanía. La identificación de la autoría deberá aparecer únicamente en una primera página eliminable, con el objeto de asegurar que el proceso de Arbitraje sea anónimo y cubra las siguientes etapas: Identificación del Research Journal con su tasa de ocupamiento autoral - Identificación del Autores y Coautores- Detección de Plagio PLAGSCAN - Revisión de Formatos de Autorización y Originalidad-Asignación al Consejo Editorial- Asignación del par de Árbitros Expertos-Notificación de Dictamen-Declaratoria de Observaciones al Autor-Cotejo de Artículo Modificado para Edición-Publicación.

## **Instrucciones para Publicación Científica, Tecnológica y de Innovación**

### **Área del Conocimiento**

Los trabajos deberán ser inéditos y referirse a temas de Comercio, actividad económica internacional, aspectos del comercio y las finanzas internacionales, relaciones internacionales y economía política internacional, modelos agregados generales, enfoque cuantitativo, enfoque mixto y a otros temas vinculados a las Ciencias Sociales.

## **Presentación del Contenido**

En el primer artículo presentamos *Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros*, por GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael, con adscripción en la Universidad Veracruzana, como segundo artículo presentamos *Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (Fragaria spp.) mexicana*, por QUINTERO-RAMIREZ, Juan Manuel, OMAÑA-SILVESTRE, José Miguel y RAMÍREZ-PADRON, Laura Cecilia, con adscripción en Cátedra CONACyT-CentroGeo, Colegio de Posgraduados y Universidad Autónoma Chapingo respectivamente, como tercer artículo presentamos *Relación comercial México – Latinoamérica*, por GARCÍA-MARTÍNEZ, Reydezel, CONDE-FERNÁNDEZ, Roma Pamela, CASTRO-MORENO, Alonso and ORTEGA-ESTRADA, Gabriela, con adscripción en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, como cuarto artículo presentamos *Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada*, por RUIZ-PÉREZ, Roberto, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio, con adscripción en el Instituto Tecnológico de Sonora.

## Contenido

Artículo	Página
<b>Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros</b> GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael <i>Universidad Veracruzana</i>	1-12
<b>Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (<i>Fragaria spp.</i>) mexicana</b> QUINTERO-RAMIREZ, Juan Manuel, OMAÑA-SILVESTRE, José Miguel y RAMÍREZ-PADRON, Laura Cecilia Cátedra CONACyT-CentroGeo Colegio de Posgraduados Universidad Autónoma Chapingo	13-19
<b>Relación comercial México – Latinoamérica</b> GARCÍA-MARTÍNEZ, Reydezel, CONDE-FERNÁNDEZ, Roma Pamela, CASTRO-MORENO, Alonso and ORTEGA-ESTRADA, Gabriela <i>Universidad Autónoma de Ciudad Juárez</i>	20-30
<b>Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada</b> RUIZ-PÉREZ, Roberto, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio <i>Instituto Tecnológico de Sonora</i>	31-39

## Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros

### Strategies to increase the use of electronic banking among users of financial services

GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro†\*, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael

*Universidad Veracruzana, Veracruz, México.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Luis Alejandro, Gazca-Herrera* / ORC ID: 0000-0001-7637-2909, CVU CONACYT ID: 105089

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Jessica, Garizurieta-Bernabe* / ORC ID: 0000-0002-1443-4737, CVU CONACYT ID: 273881

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Miguel Hugo, Garizurieta-Bernabe* / ORC ID: 0000-0002-1968-5121, CVU CONACYT ID: 476711

ID 3<sup>er</sup> Coautor: *José Rafael, Gómez-Cabañas* / ORC ID: 0000-0002-2411-9669

DOI: 10.35429/JED.2020.24.7.1.12

Recibido: Julio 10, 2020; Aceptado: Diciembre 30, 2020

#### Resumen

Los órganos relacionados con el sistema financiero y la bancarización tienen por objetivo aumentar el número de personas que hagan uso de los servicios financieros, para tener un mayor control de los ingresos percibidos en el país. Una de las estrategias que han implementado las instituciones financieras ha sido, el uso de la banca electrónica, sin embargo, no se ha tenido la participación deseada. Se busca proponer estrategias que apoyen al incremento del uso de la banca electrónica. A través de los datos obtenidos en una investigación de campo, se diseñaron matrices de gestión estratégica para conocer la situación del uso de la banca electrónica. Asimismo, mediante el diseño metodológico descriptivo, se generan estrategias que contribuyan en el aumento de su uso. Al ser un estudio transversal, está limitado en un solo momento temporal, por lo que no se logra diferenciar ciertos factores que pudieran modificar el resultado. No obstante, la información obtenida y las estrategias propuestas pueden ser utilizadas por todo el sistema financiero, contribuyendo positivamente al cumplimiento de los objetivos de la Política Nacional de inclusión financiera y Estrategia Nacional de Educación Financiera, sumando esfuerzos al programa de "Acceso financiero universal para 2020" que promueve el grupo del Banco Mundial.

**Banca electrónica, Servicios financieros, Estrategia**

#### Abstract

The bodies related to the financial system and banking, have the objective of increasing the number of people who make use of financial services, to have better control over the income received in the country. One of the strategies that financial institutions have implemented has been the use of electronic banking, however, they have not got the desired participation. It seeks to propose strategies that support the increased use of electronic banking. Through the data obtained in the field of investigation, strategic management matrices were designed to know the situation of the use of electronic banking. Besides, some strategies are generated that contribute its use, through the descriptive methodological design. Being a cross-sectional study, it is limited in a single moment in time, so it is not possible to differentiate certain factors that could modify the result. Even so, the information obtained and the proposed strategies can be used by the entire financial system, contributing positively to the fulfillment of the objectives of the National Policy for financial inclusion and the National Strategy for Financial Education, joining efforts to the program of "Acceso Financiero Universal para 2020" promoted by the World Bank group.

**Electronic banking, Financial services, Strategy**

**Citación:** GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael. Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros. *Revista de Desarrollo Económico*. 2020. 7-24:1-12.

\* Correspondencia al Autor: (Correo electrónico: Igazca@uv.mx).

† Investigador contribuido como primer autor.

## Introducción

La llegada del internet y las tecnologías de la información ha permitido a los bancos y usuarios tener acceso a la información y servicios, representa un ahorro de tiempo y dinero, al poder realizar diversas operaciones desde cualquier lugar donde se cuente con conexión, sin tener la necesidad de acudir a una sucursal bancaria, al mismo tiempo, representa una disminución de costos para los bancos al permitir tener una mayor capacidad de atención de clientes, mayor oferta de productos y servicios personalizados, es por ello necesario establecer estrategias para que los bancos consideren el uso de la banca electrónica como una ventaja competitiva, dando toda la confianza y seguridad para que los usuarios puedan hacer uso de estos servicios desde las aplicaciones o bien desde el portal web del banco.

Por lo expresado con anterioridad se llevó a cabo esta investigación con el fin de poder identificar aquellas estrategias que permitan incrementar el uso de la banca electrónica, para ello se empleó un enfoque metodológico considerando un análisis descriptivo de tipo cuantitativo, para la selección de la muestra, se consideró una representativa probabilística estratificada no proporcional, de tal forma que, la encuesta se aplicó a personas de la ciudad de Xalapa, Veracruz México, mayores de 18 años y que tengan contratados productos con alguna institución bancaria (los que no tienen banca electrónica, los que tienen banca electrónica, pero no hacen uso de ella, los que tienen banca electrónica, y hacen uso de ella) y dentro del diseño de la investigación, se realizó la aplicación de una encuesta estructurada y semiflexible, y con base en los resultados obtenidos, se desarrollan matrices de gestión estratégica, las cuales permitan determinar de forma objetiva estrategias viables.

Esta investigación permitió proponer estrategias que apoyen al incremento del uso de la banca electrónica con el objetivo de realizar transacciones para el usuario de una manera fácil, recibir beneficios, ahorro de tiempo, dinero, reducción de costos para los bancos, entre otros.

## Marco conceptual

Al estar inmersos en un entorno de constantes cambios toda organización, independientemente de su tamaño y tipo, necesita de un modelo para orientarse en su toma de decisiones respecto a los productos y/o servicios que ofrece. Por lo tanto, para formular apropiadamente una estrategia organizacional, se deben comprender las diversas técnicas para formular estrategias mismas que, de acuerdo con Fred (2003), se integran en un marco decisorio de tres etapas:

- Etapa de Insumos. Esta etapa consiste en realizar un estudio del entorno, esencial para formular las estrategias y está compuesta por la matriz de evaluación de factores internos (EFI) y la matriz de evaluación de factores externos (EFE).
- Etapa de la adecuación. Consiste en la realización de un análisis de los puntos críticos internos y externos, a partir de los cuales es posible generar estrategias alternativas viables y eficaces. Para ellos es necesario desarrollar dos matrices: la matriz interna-externa (IE) y la matriz de las debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas (DOFA).
- Etapa de la decisión. Finalmente, y con la información obtenida en las dos etapas anteriores, se determina cual es la estrategia que se debe llevar a cabo, a través de la aplicación de la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE).

La Matriz de evaluación de los factores internos (EFI), consiste en una técnica que permite evaluar aquellas características del entorno de una organización que son controlables por la misma. Los factores internos se dividen en dos tipos: fortalezas y debilidades. De acuerdo con Ponce (2007), las fortalezas de una organización pueden estar representadas por los recursos con los que cuenta y se consideran valiosos, puesto que le brindan una situación favorable frente a las demás, o alguna función que realiza de forma correcta y diferenciada de su competencia. Mientras que, las debilidades las define como, aquellos factores que hacen vulnerable a la organización frente a las demás.

Para el desarrollo de esta matriz, primeramente, se deben ubicar los factores clave que conforman el entorno interno y de ahí clasificarlos en fortalezas o debilidades. Asimismo, al total de factores se le otorga una calificación del 1 al 4, dependiendo si representa una debilidad mayor o, una debilidad menor o, una fuerza menor o, una fuerza mayor.

Matriz de evaluación de los factores externos (EFE), se identifican como oportunidades cuando son un elemento clave en el crecimiento o mejoría de la organización y como amenaza, cuando representan aspectos negativos o problemáticos y cuya influencia puede afectar el éxito de la organización. Para la elaboración de esta matriz, primero se debe ubicar los factores clave que conforman el entorno externo y de ahí clasificarlos en oportunidades o amenazas. Una vez ubicado los factores, al igual que en la matriz EFI, se debe dar a cada factor un peso, con base en la importancia relativa que tiene para que se logre tener éxito, los pesos van de 0.0 a 1.0 y el total de todos debe sumar 1.0. Posterior a esto, al total de factores se le debe otorgar una calificación del 1 al 4, considerando el nivel de eficacia con el que responden las estrategias actuales de la organización frente a cada factor. Por último, se multiplican los pesos de cada factor por su calificación correspondiente y se suman para determinar el total ponderado.

Matriz Interna-Externa (IE), esta matriz IE, permite evaluar en conjunto los factores internos y externos de la organización a través de una gráfica de nueve cuadrantes. Para ello se hace uso de los totales ponderados de la matriz EFI (eje de las X) y EFE (eje de las Y). Para su elaboración, se debe realizar una gráfica de nueve cuadrantes cuyo origen comience de del lado izquierdo con valor de uno. Posterior a ello, se ubican los índices obtenidos en las matrices EFI y EFE, marcando una línea recta a partir de la puntuación de cada uno de ellos y el cruce de ambas puntuaciones permitirá establecer el cuadrante en que se ubica la organización.

Matriz debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas (DOFA), esta técnica consiste en realizar un cruce de los factores internos que representan una fortaleza o una debilidad al interior de una organización, con los factores externos que representan una oportunidad o una amenaza, a fin de establecer estrategias, ya sea para:

- Aprovechar las Oportunidades para potenciar las Fortalezas (FO).
- Disminuir las Debilidades a través de las Oportunidades (DO).
- Potenciar las Fortalezas para defenderse de las Amenazas (FA).
- Superar las Debilidades para disminuir el efecto de las Amenazas (DA).

Para ello es importante considerar las variables que controla cada una de las matrices antes mencionadas, las cuales son:

Matriz	Variable (factores clave)
EFI	Fortalezas Debilidades
EFE	Oportunidades Amenazas
IE	Tipo de estrategia

Por lo tanto, para el desarrollo de esta matriz se hace uso de los factores clave establecidos en la matriz EFI, y EFE; así como, el tipo de estrategia propuesto a través de la matriz IE.

Matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE), esta matriz constituye una herramienta importante para el análisis estratégico, puesto que expresa de forma objetiva cual puede ser la mejor estrategia posible mediante una evaluación cuantitativa.

Para su elaboración se hace uso de la información obtenida a través de las matrices EFE, EFI y las estrategias planteadas a partir de la matriz IE y DOFA. Para la construcción de esta matriz, se establece del lado derecho los factores clave tanto internos como externos, resultantes de la matriz EFE y EFI, respectivamente, junto con su peso. Y en la parte superior de la matriz se deberán ubicar las estrategias consideradas como clave y resultantes del análisis de la matriz IE y DOFA.

Una vez ubicados los factores clave y las estrategias, se debe calificar el atractivo (CA) de cada estrategia respecto a cada factor. Posterior a ello, se deberá determinar el Total de Calificaciones del Atractivo (TCA) en cual consiste en la multiplicación por hilera del peso de cada factor por la calificación del atractivo (CA), es importante resaltar que, mientras mayor sea este valor, mayor es el atractivo de la estrategia para ese factor. Finalmente, por estrategia se suman toda las Calificaciones totales del atractivo (TCA), y aquella que obtenga la puntuación más alta, será la estrategia más atractiva para llevar a cabo, puesto que representa un alto impacto positivo en los objetivos de la organización.

### Metodología

La investigación inició con un análisis descriptivo, a partir del cual se buscó describir de modo sistemático la percepción de los usuarios de la banca electrónica, para terminar con el desarrollo de matrices de gestión estratégica que permitan no sólo una interpretación fenomenológica sino también, crear, evaluar y elegir estrategias encaminadas a incrementar el uso de la banca electrónica.

### Diseño de la investigación

Para la realización del estudio, en la primera parte se llevó a cabo la aplicación de una encuesta estructurada y semiflexible. Para la segunda parte, con relación al objetivo del estudio y los resultados obtenidos de la encuesta, se desarrollan matrices de gestión estratégica, las cuales permitan determinar de forma objetiva estrategias viables. Para ello, se hace necesario desarrollar cinco matrices. Primeramente, se desarrollan dos para el análisis del entorno:

- Matriz de evaluación de los factores internos (EFI).
- Matriz de evaluación de los factores externos (EFE).

Una vez definidos los factores internos y externos clave, se desarrollan propuestas estratégicas a través de otras dos matrices:

- Matriz Interna-Externa (IE).
- Matriz debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas (DOFA).

Por último, con base en los factores críticos identificados en las cuatro matrices anteriores, se elaboró la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE), con la finalidad de evaluar las diversas alternativas estratégicas y determinar cuáles son las más atractivas para incrementar el uso de la banca electrónica.

### Selección de la muestra

Para la realización de la primera parte de la investigación se consideró una muestra representativa probabilística estratificada no proporcional, de tal forma que, la encuesta se aplica a personas de la ciudad de Xalapa Veracruz, mayores de 18 años con contratos de productos en alguna institución bancaria.

Considerando que el número de usuarios de los servicios bancarios en la ciudad de Xalapa, Veracruz es desconocido, se hace necesario determinar el tamaño de la muestra a través de la fórmula para poblaciones infinitas Anderson, Sweeney y Williams (2008).

$$N = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

z = representa un nivel de confianza del 95%, equivalente a 1.96 sigmas o errores típicos.

pq = varianza de la población, equivalente a .50 por cada uno de ellos.

e = error muestral, equivalente al 5%.

Sustituyendo valores, se obtiene una muestra de 384 personas.

$$N = \frac{(1.96)^2 (.25)}{.05^2} = 384 \quad (2)$$

Dentro de la muestra, es posible ubicar tres tipos de estratos:

- Los que no tienen banca electrónica.
- Los que tienen banca electrónica, pero no hacen uso de ella.
- Los que tienen banca electrónica, y hacen uso de ella.

Debido a que se desconoce la proporción de cada estrato, las encuestas no son aplicadas de forma proporcional.

## Resultados

A partir de las encuestas aplicadas, se determinó que el 23.33% no cuentan con banca electrónica y un 76.67% si la tienen contratada de los cuales, el 82.76% si hace uso de ella y solo el 17.24% no.

Es posible considerar que, aquellas personas que no la utilizan es debido a que prefieren realizar las operaciones personalmente (33.33%), les genera desconfianza (33.33%) o bien, desconocen la forma de utilizarla (16.7%) y se les facilita hacer uso de otros medios (16.7%). Por lo anterior se deduce que, aquellas personas que no utilizan la banca electrónica, es porque se las dieron al momento de la apertura de una cuenta sin haberla requerido y sin una capacitación previa.

Como parte del tercer estrato definido en la investigación, se encuentran las personas que tienen banca electrónica y hacen uso de ella. Aquí se puede observar que, las operaciones que mayormente se realizan son: consulta de movimientos, transacciones interbancarias y pagos de tarjetas bancarias; y las que menos se efectúan son: pagos de servicios y, contratación y liquidación de inversiones.

Para los usuarios de la banca electrónica, los beneficios son considerables puesto que, no sólo pueden realizar transacciones entre diferentes bancos sino también, hacer uso de ella desde cualquier dispositivo; permitiéndoles ahorrar tiempo, al no tener que acudir a una sucursal para realizar alguna operación. Por el contrario, la dependencia que tiene la banca electrónica del internet representa para los usuarios una desventaja, junto con las posibles fallas que pueda presentar el sistema al ser una aplicación tecnológica.

Con base en la información anterior y la investigación documental, a continuación, se hace el desarrollo de las matrices de gestión estratégica, a través de las cuales podrá ser posible evaluar el entorno del mercado de la banca electrónica y las estrategias que actualmente se siguen; con la finalidad de determinar las estrategias necesarias para incrementar el uso de la banca electrónica.

## Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Se identificó seis fuerzas y siete debilidades dentro del mercado de la banca electrónica; sobresaliendo el ahorro de tiempo que representa como la principal fuerza y, por otro lado, la completa dependencia del internet como la principal debilidad.

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total, Ponderado
<b>Fuerzas</b>			
1. El 75% de los usuarios consideran como la mayor ventaja el ahorro de tiempo que representa utilizar la banca electrónica	0.14	4	0.56
2. La banca electrónica puede utilizarse desde cualquier dispositivo, y, por consiguiente, desde cualquier lugar, día y hora.	0.1	4	0.4
3. Hace posible la realización de pago de tarjetas, transacciones entre diferentes bancos y consulta de movimientos, sin tener que acudir a una sucursal.	0.1	4	0.4
4. Los costos de acceso son mínimos tanto para el usuario como para el banco, permitiéndole a este último abarcar un mayor número de clientes a menor costo.	0.03	3	0.09
5. Bajo impacto ambiental al disminuir el uso del papel, puesto que todas las operaciones son realizadas de manera electrónica.	0.03	3	0.09
6. Seguridad en la realización de transacciones a través del uso de códigos cifrados y contraseñas	0.12	4	0.48
<b>Debilidades</b>			
1. Posibles fallas que el sistema pueda presentar inhabilitando su uso	0.1	1	0.1
2. Completa dependencia del internet	0.14	1	0.14
3. Desconfianza por parte de algunos usuarios por motivos de seguridad y privacidad	0.08	1	0.08
4. Falta de información sobre cómo utilizar el producto y sus ventajas	0.03	2	0.06
5. Posibilidad de presentar errores en las transacciones realizadas, omisiones de información o cambios en las operaciones	0.03	2	0.06
6. Del total de usuarios de internet, solo el 12.9% lo utiliza para realizar operaciones bancarias en línea. (INEGI, 2018)	0.08	1	0.08
7. Del total de usuarios de celular con conexión a internet, solo el 16.0% utiliza su dispositivo para instalar alguna aplicación que le permita acceder a la banca móvil (INEGI, 2018)	0.02	2	0.04
<b>Total</b>	1.00		2.58

**Tabla 1** Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Fuente: *Elaboración propia, (2019)*

GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael. Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros. Revista de Desarrollo Económico. 2020

La puntuación total de la matriz EFI se encuentra dentro del promedio de 2.5, lo cual quiere decir que, el mercado de la banca electrónica a pesar de tener puntos muy fuertes como: el ahorro de tiempo, la posibilidad de utilizarla en cualquier momento y lugar, y el cifrado de seguridad para los usuarios; la posibilidad de fallas en el sistema y su completa dependencia del internet, son motivos fuertes para generar desconfianza en el usuario y con ello, disminuir su uso. En este sentido, la banca electrónica, debe generar estrategias que le permitan disminuir su dependencia del internet y al mismo tiempo, implementar controles de seguridad que incrementen la confianza del usuario.

### Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

Mediante la matriz EFE, se identificaron siete oportunidades y siete amenazas; de las cuales destacan, como oportunidad, el incremento de la demanda de las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet por parte de las empresas y las personas, y la accesibilidad al internet. Y, por otro lado, la amenaza del incremento de los fraudes cibernéticos en un 95% y la existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias.

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total, Ponderado
<b>Oportunidades</b>			
1. En México el 50.9% de hogares del total nacional, dispone de internet, ya sea mediante conexión fija (13.2%) o de tipo móvil (86.80%) (INEGI, 2018).	0.12	4	0.48
2. En 2017, el 63.9% de la población de seis años y más, hacen uso del internet. Es decir, seis de cada diez personas son usuarios (INEGI, 2018).	0.05	4	0.2
3. En 2017, el 72.2% de la población de seis años o más utiliza el teléfono celular y ocho de cada diez tiene la posibilidad de conectarse a internet (INEGI, 2018).	0.05	4	0.2
4. El 45.4% del total de hogares en México dispone de computadora (INEGI, 2018).	0.02	3	0.06
5. El 25% de las personas que usan internet realizan una compra de comercio electrónico; representando el 3.37% del total de los pagos, los realizados en dichos establecimientos (CONDUSEF, 2017).	0.1	2	0.2
6. Existencia de diversos productos bancarios.	0.02	1	0.02

7. Las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet ofrecen una solución sencilla y segura para las empresas y las personas, incrementando su demanda.	0.15	3	0.45
<b>Amenazas</b>			
1. El uso de las TIC es mayor en las áreas urbanas que rurales, siendo este último de 14.0% (INEGI, 2018)	0.01	1	0.01
2. El principal problema que representa el internet es la lentitud en la transferencia de la información al navegar (INEGI, 2018)	0.07	2	0.14
3. Del total de fraudes en México, los cibernéticos al 2017 representan el 53%, representando un incremento del 95% respecto del 2016 (CONDUSEF, 2017)	0.15	2	0.3
4. Existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias	0.12	3	0.36
5. Las leyes son confusas en cuanto a la protección de usuarios de la banca electrónica.	0.02	1	0.02
6. Lo desconocido puede causar temor para usuarios bancarios que no estén familiarizados con las TIC	0.03	2	0.06
7. Fallas en los sistemas de comunicación o tecnologías	0.09	2	0.18
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.68</b>

**Tabla 2** Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

Fuente: *Elaboración propia, (2019)*

La puntuación total de la matriz EFE se encuentra un poco por arriba del promedio de 2.5, lo cual quiere decir que, el mercado de la banca electrónica está actuando de forma defensiva ante las situaciones que le presenta el entorno.

### Matriz Interna-Externa (IE)

Mediante los índices obtenidos en las matrices anteriores, se tiene un valor de 2.58 para el eje de las X (Matriz EFI) y un valor de 2.68 para el eje de las Y (Matriz EFE). Lo cual ubica al mercado de la banca electrónica en el cuadrante V, donde se recomienda llevar a cabo estrategias para “conservar o mantener”. La penetración en el mercado y el desarrollo del producto son las dos estrategias más utilizadas en este cuadrante.

		Totales Matriz EFI						
		Fuerte 3 - 4	Promedio 2 - 2.00	Débil 1 - 1.99				
Totales Matriz EFE	Fuerte 3 - 4	I	II	III	4			
					3.5			
	Promedio 2 - 2.99	IV	V	VI	3			
					2.5			
	Débil 1 - 1.99	VII	VII	IX	2			
					1.5			
				1				
		4	3.5	3	2.5	2	1.5	1

**Tabla 3.** Matriz Interna-Externa (IE)

Fuente: *Elaboración propia, (2019)*

Llevar a cabo estrategias de retención o mantenimiento, tiene por objetivo minimizar la pérdida de clientes a través de su fidelización. Se debe ser consiente entonces que, más que incrementar su uso a través de nuevos clientes, que terminen siendo usuarios de una sola vez; se debe buscar incrementar el uso de la banca electrónica a través de la retención de los clientes actuales.

### Matriz debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas (DOFA)

Considerando el enfoque de retención y mantenimiento sugerido en la matriz IE; es posible establecer como objetivo principal incrementar el uso de la banca electrónica a través de los clientes actuales. Bajo este enfoque, y a partir de los cruces de las oportunidades y debilidades del entorno con, las fuerzas y amenazas presentes dentro de la banca electrónica, se proponen estrategias en la matriz DOFA, encaminadas al incremento del posicionamiento de la banca electrónica.

#### Fuerzas

- El 75% de los usuarios consideran como la mayor ventaja el ahorro de tiempo que representa utilizar la banca electrónica.
- La banca electrónica puede utilizarse desde cualquier dispositivo y, por consiguiente, desde cualquier lugar, día y hora.
- Hace posible la realización de pago de tarjetas, transacciones entre diferentes bancos y consulta de movimientos, sin tener que acudir a una sucursal.

- Los costos de acceso son mínimos tanto para el usuario como para el banco, permitiéndole a este último abarcar un mayor número de clientes a menor costo.
- Bajo impacto ambiental al disminuir el uso del papel, puesto que todas las operaciones son realizadas de manera electrónica.
- Seguridad en la realización de transacciones a través del uso de códigos cifrados y contraseñas.

#### Debilidades

- Posibles fallas que el sistema pueda presentar inhabilitando su uso.
- Completa dependencia del internet.
- Desconfianza por parte de algunos usuarios por motivos de seguridad y privacidad.
- Falta de información sobre cómo utilizar el producto y sus ventajas.
- Posibilidad de presentar errores en las transacciones realizadas, omisiones de información o cambios en las operaciones.
- Del total de usuarios de internet, solo el 12.9% lo utiliza para realizar operaciones bancarias en línea. (INEGI, 2018).
- Del total de usuarios de celular con conexión a internet, solo el 16.0% utiliza su dispositivo para instalar alguna aplicación que le permita acceder a la banca móvil (INEGI, 2018).

#### Oportunidades

- En México el 50.9% de hogares del total nacional, dispone de internet, ya sea mediante conexión fija (13.2%) o de tipo móvil (86.80%) (INEGI, 2018).
- En 2017, el 63.9% de la población de seis años y más, hacen uso del internet. Es decir, seis de cada diez personas son usuarios (INEGI, 2018).
- En 2017, el 72.2% de la población de seis años o más utiliza el teléfono celular y ocho de cada diez tiene la posibilidad de conectarse a internet (INEGI, 2018).

- El 45.4% del total de hogares en México dispone de computadora (INEGI, 2018).
- El 25% de las personas que usan internet realizan una compra de comercio electrónico; representando el 3.37% del total de los pagos, los realizados en dichos establecimientos (CONDUSEF, 2017).
- Existencia de diversos productos bancarios.
- Las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet ofrecen una solución sencilla y segura, para las empresas y las personas, incrementando su demanda.

	Fuerzas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO MAXI-MAXI	Estrategias DO MINI-MAXI
Amenazas	Estrategias FA MAXI-MINI	Estrategias DA MINI-MINI

**Tabla 4** Matriz de DOFA

Fuente: *Elaboración propia, (2019)*

#### FO (MAXI-MAXI)

Ofrecer una extensión de horario a los usuarios de la banca electrónica (F2, F4, O1, O3, O4, O7). Mejorar la plataforma, de manera que permita realizar consulta de movimientos y/o programar operaciones, sin conexión a internet (F2, F3, O3, O4, O7).

Incrementar el número de establecimientos que permitan la compra a través de la banca electrónica (F5, O7).

Implementar los servicios de e-money a través de la banca electrónica (F2, F3, F5, O5, O6, O7).

Ofrecer una recompensa a los usuarios de la banca electrónica por utilizarla (F4, O6, O7). Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios (F6, F4, O7).

#### DO (MINI-MAXI)

Disminuir la dependencia del internet, a través de la realización de mejoras que permitan programar operaciones o revisar movimientos, sin necesidad de estar conectado. (D1, D2, O7).

Realizar un análisis de control de calidad del sistema de la banca electrónica, que permita identificar las fallas en el sistema. y a partir de estas, ubicar las áreas de oportunidad que permitan garantizar la satisfacción de los usuarios. (D1, D3, D5, O7).

Incrementar el uso de la banca electrónica mediante recompensas por cada movimiento realizado (D6, O2).

Realizar una campaña publicitaria en redes sociales enfocada a informar sobre el uso y ventajas de la banca electrónica (D4, O1, O2, O3).

#### Amenazas

- El uso de las TIC es mayor en las áreas urbanas que rurales, siendo este último de 14.0% (INEGI, 2018).
  - El principal problema que representa el internet es la lentitud en la transferencia de la información al navegar (INEGI, 2018).
  - Del total de fraudes en México, los cibernéticos al 2017 representan el 53%, representando un incremento del 95% respecto del 2016 (CONDUSEF, 2017).
  - Existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias.
  - Las leyes son confusas en cuanto a la protección de usuarios de la banca electrónica.
  - Lo desconocido puede causar temor para usuarios bancarios que no estén familiarizados con las TIC.
  - Fallas en los sistemas de comunicación o tecnologías.
- #### FA (MAXI-MINI)
- Responsabilizarse ante los usuarios de la banca electrónica en caso de fraudes cibernéticos (F6, A3, A5).
  - Facilitar el proceso de aclaraciones por fraudes cibernéticos a través de la aplicación de la banca electrónica (F1, F3, F4, F5, A3, A4, A5, A6).

- Realizar un análisis de control de calidad del sistema de la banca electrónica, que permita identificar las fallas en el sistema y a partir de estas, ubicar las áreas de oportunidad que permitan garantizar la seguridad de los usuarios. (F6, A3, A5, A7).

#### DA (MINI-MINI)

- Establecer plazos de tiempo más corto para la revisión y análisis del sistema (D1, D3, D5, A3, A7).
- Disminuir la dependencia del internet, a través de la realización de mejoras que permitan programar operaciones o revisar movimientos, sin necesidad de estar conectado. (D2, A2).
- Permitir a los usuarios que tengan la aplicación su celular la realización de operaciones sin necesidad de una de una conexión a internet (D7, A1).

El principio de Pareto aplicado a la planeación estratégica nos dice que, la planificación se debe concentrar en un número estratégico de acciones que permitan alcanzar en buena parte el cumplimiento de las metas. En este sentido, se hace necesario priorizar aquellas estrategias en las cuales tenemos elementos positivos (oportunidades y fuerzas), ya que se dirigen directamente al logro del objetivo, y considerar las demás estrategias como complementarias.

Es decir, las estrategias ubicadas en el cuadrante FO (MAXI-MAXI) serán consideradas como las estrategias principales, y las provenientes de los otros cuadrantes, que se orienten al cumplimiento o apoyo de las estrategias principales, serán consideradas como específicas. Quedando la matriz de estrategias de la siguiente forma.

#### Matriz de Estrategias

Objetivo	Estrategia Principal	Estrategias Específicas
Incrementar el uso de la banca electrónica a través de los clientes actuales	Ofrecer beneficios únicos a los usuarios de la banca electrónica	-Otorgar una extensión de horario a los usuarios de la banca electrónica. -Incrementar el número de establecimientos que permitan la compra a través de la banca electrónica. -Incrementar el uso de la banca electrónica mediante recompensas por cada movimiento realizado. -Realizar una campaña publicitaria en redes sociales enfocada a informar sobre el uso y ventajas de la banca electrónica.
	Mejorar la plataforma, de manera que permita realizar consulta de movimientos y/o programar operaciones, sin conexión a internet	-Disminuir la dependencia del internet, a través de la realización de mejoras que permitan programar operaciones o revisar movimientos, sin necesidad de estar conectado. -Implementar los servicios de e-money a través de la banca electrónica
	Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios	-Establecer plazos de tiempo más corto para la revisión y análisis del sistema -Responsabilizarse ante los usuarios de la banca electrónica en caso de fraudes cibernéticos -Facilitar el proceso de aclaraciones por fraudes cibernéticos a través de la aplicación de la banca electrónica -Realizar un análisis de control de calidad del sistema de la banca electrónica, que permita identificar las fallas en el sistema y a partir de estas, ubicar las áreas de oportunidad que permitan garantizar la seguridad de los usuarios.

**Tabla 5** Matriz de Estrategia

*Fuente: Elaboración propia, (2019)*

### Matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE)

Con la finalidad de poder determinar el atractivo relativo de las estrategias anteriormente planteadas, se desarrolla la siguiente matriz MCPE que se presenta en la tabla 6, la cual permite valorizar las diversas opciones estratégicas y establecer su prioridad de ejecución.

Factores	Peso	Alternativas Estratégicas					
		1. Ofrecer beneficios únicos a los usuarios de la banca electrónica		2. Mejorar la plataforma de manera que permita realizar consulta de movimientos y programar operaciones, sin conexión a internet		3. Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios	
Oportunidades		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
1. En México el 50.9% de hogares del total nacional dispone de internet, ya sea mediante conexión fija (13.2%) o de tipo móvil (86.80%) (INEGI, 2018)	0.12	0	0	1	0.12	3	0.36
2. En 2017, el 63.9% de la población de seis años y más, hacen uso del internet. Es decir, seis de cada diez personas son usuarios (INEGI, 2018)	0.05	0	0	1	0.05	1	0.05
3. En 2017, el 72.2% de la población de seis años o más utiliza el teléfono celular y ocho de cada diez tiene la posibilidad de conectarse a internet (INEGI, 2018)	0.05	0	0	1	0.05	1	0.05
4. El 45.4% del total de hogares en México dispone de computadora (INEGI, 2018)	0.02	0	0	2	0.04	1	0.02
5. El 25% de las personas que usan internet realizan una compra de comercio electrónico, representando el 3.37% del total de los pagos, los realizados en dichos establecimientos (CONDUSEF, 2017)	0.1	4	0.4	1	0.1	3	0.3
6. Existencia de diversos productos bancarios	0.02	4	0.08	2	0.04	3	0.06
7. Las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet ofrecen una solución sencilla y segura, para las personas, incrementando su demanda	0.15	3	0.45	4	0.6	4	0.6
<b>Amenazas</b>							
1. El uso de las TIC es mayor en las áreas urbanas que rurales, siendo este último de 14.0% (INEGI, 2018)	0.01	0	0	4	0.04	0	0
2. El principal problema que representa el internet es la lentitud en la transferencia de la información al navegar (INEGI, 2018)	0.07	0	0	4	0.28	2	0.14
3. Del total de fraudes en México, los cibernéticos al 2017 representan el 53%, representando un incremento del 95% respecto del 2016 (CONDUSEF, 2017)	0.15	0	0	0	0	4	0.6
4. Existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
5. Las leyes son confusas en cuanto a la protección de usuarios de la banca electrónica	0.02	2	0.04	0	0	0	0
6. Lo desconocido puede causar temor para usuarios bancarios que no están familiarizados con las TIC	0.03	1	0.03	0	0	3	0.09
7. Fallas en los sistemas de comunicación o tecnologías	0.09	0	0	4	0.36	4	0.36
<b>Fuerzas</b>							
1. El 75% de los usuarios consideran como la mayor ventaja el ahorro de tiempo que representa utilizar la banca electrónica	0.15	3	0.45	1	0.15	1	0.15
2. La banca electrónica puede utilizarse desde cualquier dispositivo y, por consiguiente, desde cualquier lugar, día y hora.	0.12	2	0.24	4	0.48	3	0.36
3. Hace posible la realización de pago de tarjetas, transacciones entre diferentes	0.12	2	0.24	4	0.48	3	0.36

bancos y consulta de movimientos, sin tener que acudir a una sucursal	0.03	3	0.09	0	0	0	0
4. Los costos de acceso son mínimos tanto para el usuario como para el banco, permitiéndole a este último abarcar un mayor número de clientes a menor costo.	0.03	2	0.06	0	0	0	0
5. Bajo impacto ambiental al disminuir el uso del papel, puesto que todas las operaciones son realizadas de manera electrónica.							
<b>Debilidades</b>							
1. Posibles fallas que el sistema pueda presentar inhabilitando su uso	0.13	0	0	3	0.39	4	0.52
2. Completa dependencia del internet	0.15	0	0	4	0.6	3	0.45
3. Desconfianza por parte de algunos usuarios por motivos de seguridad y privacidad	0.1	0	0	1	0.1	4	0.4
4. Falta de información sobre cómo utilizar el producto y sus ventajas	0.03	3	0.09	0	0	3	0.09
5. Posibilidad de presentar errores en las transacciones realizadas, omisiones de información o cambios en las operaciones	0.03	0	0	0	0	4	0.12
6. Del total de usuarios de internet, solo el 12.9% lo utiliza para realizar operaciones bancarias en línea (INEGI, 2018)	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
7. Del total de usuarios de celular con conexión a internet, solo el 16.0% utiliza su dispositivo para instalar alguna aplicación que le permita acceder a la banca móvil (INEGI, 2018)	0.02	3	0.06	0	0	2	0.04
<b>Totales</b>			<b>2.86</b>		<b>4.51</b>		<b>5.75</b>

**Tabla 6** Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica  
Fuente: Elaboración propia, (2019)

### Conclusiones

A través del estudio y análisis es posible percatarse que, los factores individuales como son las percepciones determinan la actitud del individuo frente a la banca electrónica, ya que de ella se derivan una serie de componentes que tienen que ver con: el nivel de confianza (el 70.8% opinó que le generaba desconfianza) y el grado de complejidad de la plataforma (29.2% no hace uso de tecnologías de la información y por consiguiente se le facilitan otros medios). Esto implica que, la banca debe hacer esfuerzo tanto de marketing como técnicos, para hacer más amigable la interacción a través de la banca electrónica, al mismo tiempo que, disminuir los temores y desconfianza de los usuarios.

Realizar mejoras a la plataforma, podría incidir de forma favorable en los usuarios menos capacitados tecnológicamente, con lo cual se podría modificar la actitud de los usuarios, de manera tal que, se sientan más seguros al utilizarla.

Las entidades bancarias deben buscar configurar la página web o la plataforma que utilicen, de forma tal que, se adapten de forma adecuada y permitan una experiencia al cliente fluida e intuitiva, teniendo en cuenta que la naturaleza de este servicio es que, los usuarios lleven a cabo por sí solos casi todas las operaciones.

Por lo tanto, una forma más simple, que permita a los usuarios lograr resultados tan rápido como sea posible, mejoraría su percepción tanto de los usuarios actuales como de los potenciales.

Las instituciones bancarias deben buscar incrementar la adopción de la banca electrónica entre los diversos usuarios a fin de obtener ventajas de ella, ya sea en costos o abarca un mayor número de mercado, como se mencionó anteriormente.

Si bien es cierto que los beneficios de la banca electrónica tales como, realizar transacciones en cualquier momento y lugar son bien conocidos por los usuarios; estos beneficios no se están diseminando adecuadamente entre los usuarios potenciales o no adoptantes ya que, al preguntarles a las personas que no hacen uso de la banca electrónica que los incentivaría a utilizarla, el 25% mencionó que el poder realizar movimientos desde cualquier lugar sin tener que acudir a una sucursal; por lo tanto los beneficios que representa la banca electrónica no están lo suficientemente claro. Por lo tanto, las entidades deben evaluar la posibilidad de crear campañas de marketing que familiaricen a los clientes con los beneficios de estos canales.

Es decir, no sólo se deben dar a conocer los beneficios que por sí sola genera la banca electrónica, si no también, se debe buscar ofrecer beneficios únicos a las personas que hagan uso de ella, como son: la retribución de un 10% sobre las transacciones realizadas, no pago de anualidad en tarjetas, entre otros.

Otro punto que las instituciones bancarias deben tener en cuenta es la limitación que representa la dependencia de la banca electrónica del internet síncrono.

Por consiguiente, como parte de las mejoras e innovaciones que se podrían incluir en el sistema de banca electrónica, es el poder realizar movimientos u operaciones, sin necesidad de tener conexión a internet de manera síncrona, es decir, para que el usuario no gaste en sus datos podrían quedar guardada la información del cuentahabiente en la aplicación para que en el momento en que encuentra una conexión en una red inalámbrica local pueda enviar los datos (algo similar a lo que hacen los encuestadores o proveedores cuando en una comunidad no cuentan con internet); esto mejoraría la percepción de los usuarios potenciales quienes verían esta innovación como algo conveniente y como consecuencia, una alternativa los canales de la banca tradicional.

Al analizar la información antes expuesta a través de matrices de gestión estratégica, fue posible comprobar que la principal fuerza de la banca electrónica es el ahorro de tiempo que representa (75% de los usuarios consideran esta como su mayor ventaja) y que, si bien es cierto, una de las oportunidades de crecimiento con la que cuenta es que en México el 50.9% de los hogares del total nacional dispone de internet (INEGI, 2018), su mayor debilidad es la completa dependencia que tiene de este. Por el contrario, aunque la mayor amenaza que tiene son los diversos medios para realizar operaciones bancarias, el incremento en la demanda de las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet representan una gran oportunidad para la banca electrónica, puesto que representan una solución sencilla y segura para las empresas y las personas.

En general, y de acuerdo con los resultados de las matrices EFI y EFE, la banca electrónica tanto interna como externamente, se encuentra dentro del promedio (2.5 y 2.68 respectivamente); lo que significa que las estrategias actuales responden a las situaciones negativas que le presenta el entorno, a partir de las fortalezas con las que se cuenta, dejando de aprovechar las situaciones que le podrían dar mayores resultados. De acuerdo con la matriz IE, la banca electrónica no debe aplicar estrategias defensivas sino más bien, estrategias que le permitan incrementar la fidelización de sus clientes actuales. Bajo este enfoque y mediante el desarrollo de la matriz DOFA, es posible concebir tres estrategias principales encaminadas al incremento del posicionamiento de la banca electrónica:

- Ofrecer beneficios únicos a los usuarios de la banca electrónica.
- Mejorar la plataforma, de manera que permita realizar consulta de movimientos y/o programar operaciones, sin conexión a internet.
- Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios.

Finalmente, la matriz cuantitativa de Planificación estratégica (MCPE), hizo posible comprobar aquella estrategia más viable de llevar a cabo y con la cual se logre un mayor impacto, dando como resultado como la mejor alternativa estratégica el número tres, la cual consiste en realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios. Para ello se propone:

- Establecer plazos de tiempo más corto para la revisión y análisis del sistema.
- Responsabilizarse ante los usuarios de la banca electrónica en caso de fraudes cibernéticos.
- Facilitar el proceso de aclaraciones por fraudes cibernéticos a través de la aplicación de la banca electrónica.
- Realizar un análisis de control de calidad del sistema de la banca electrónica, que permita identificar las fallas en el sistema y a partir de estas, ubicar las áreas de oportunidad que permitan garantizar la seguridad de los usuarios.

## Referencias

Anderson, R., Sweeney, D. & Williams T. (2008). Estadística para administración y economía, México D.F. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Avendaño Carbellido, Octavio. (2018). Los retos de la banca digital en México. Revista IUS, 12(41), 87-108. Recuperado en 02 de abril de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-21472018000100087&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100087&lng=es&tlng=es)

Asociación de Internet.mx. AIMX(2017). Estudios de Banca Electrónica 2016. Obtenido de Asociación de internet.mx: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Banca-por-Internet/Estudio-Banca-Electronica-2016/lang,es-es/?Itemid=>

CONDUSEF. (2017). Comercio Electrónico: Estadísticas. Obtenido de Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros: <http://www.condusef.gob.mx/gbmx/?p=estadisticas>

Fred R David. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. 9ª. Edición. Editorial Prentice Hall.

INEGI. (20 de Febrero de 2018). Comunicado de Prensa. Obtenido de Insitituto Nacional de Estadística y Geografía: [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/salade prensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH 2018\\_02.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/salade prensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH 2018_02.pdf)

Jaimes Amorocho, Hernando, Bravo Chadid, Samir Arturo, Cortina Ricardo, Aura Karina, Pacheco Ruiz, Carlos Miguel, & Quiñones Alean, María Gabriela. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. Pensamiento & Gestión, (26), 191-213. Retrieved April 02, 2020, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762009000100009&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100009&lng=en&tlng=es)

Rivas Aceves, Salvador, & Martínez Pérez, Juan Froilán. (2013). El sistema financiero y su efecto en la dinámica del sector privado. Contaduría y administración, 58(4), 175-199. Recuperado en 02 de abril de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422013000400008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000400008&lng=es&tlng=es).

Ponce Talacón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Enseñanza e investigación en psicología, 12(1), 113-130.

## Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (*Fragaria spp.*) mexicana

### Analysis of indicators of revealed comparative advantages: competitiveness of Mexican strawberry (*Fragaria spp.*) exports

QUINTERO-RAMIREZ, Juan Manuel†', OMAÑA-SILVESTRE, José Miguel\*'' y RAMÍREZ-PADRON, Laura Cecilia'''

†'Cátedra CONACyT-CentroGeo Ciudad de México, México.

''Colegio de Posgraduados, Campus Montecillo, Texcoco, Estado de México, México.

'''Universidad Autónoma Chapingo, México.

ID 1<sup>er</sup> Autor: Juan Manuel, Quintero-Ramírez / ORC ID: 0000-0002-1040-2690, CVU CONACYT ID: 292056

ID 1<sup>er</sup> Coautor: José Miguel, Omaña-Silvestre / ORC ID: 0000-0002-5356-549X, CVU CONACYT ID: 59890

ID 2<sup>do</sup> Coautor: Laura Cecilia, Ramírez-Padrón / CVU CONACYT ID: 293776

DOI: 10.35429/JED.2020.24.7.13.19

Recibido: Julio 12, 2020; Aceptado: Diciembre 30, 2020

#### Resumen

China y Estados Unidos de América principales países productores de fresa en 2016, aportaron en conjunto más del cuarenta por ciento del volumen total de fresa producida en el mundo. España, Estados Unidos de América, México y Países Bajos son los principales países exportadores, mientras que los principales países importadores fueron Estados Unidos de América, Alemania, Canadá, Francia y Reino Unido; en ese año, México ocupó el tercer lugar como productor y tercer lugar entre los países exportadores. En el contexto anterior, esta investigación plantea el análisis de la competitividad de la fresa producida en México en relación con España y Estados Unidos de América quienes son los mayores exportadores del producto a nivel mundial; mediante el cálculo del índice de ventaja comparativa revelada de Vollrath (IVCR) para el periodo 1994-2016, el análisis del indicador refiere que la competitividad fue creciente y que México cuenta con una ventaja comparativa revelada en la exportación de fresa.

#### Abstract

China and the main United States of America producing strawberry countries in 2016, contributed as a whole more than forty per cent of the entire volume of strawberry produced in the world. Spain, the United States of America, Mexico and Netherlands are the main exporting countries, while the main importer countries were the United States of America, Germany, Canada, France and the United Kingdom; the same year, Mexico occupied the third place like producing and third place between the exporting countries. In the previous context, this one investigation raises the analysis of the competitiveness of the strawberry produced in Mexico as regards Spain and the United States of America those who are the biggest exporters of the product on a global scale; by means of the calculation of the index of revealed comparative advantage of Vollrath (IVCR) for the period 1994-2016, the analysis of the indicator recounts that the competitiveness was increasing and that Mexico is provided with a comparative advantage revealed in the strawberry exportation.

#### Ventaja comparativa, Fresa, Competitividad

#### Comparative advantage, Strawberry, Competitiveness

**Citación:** QUINTERO-RAMIREZ, Juan Manuel, OMAÑA-SILVESTRE, José Miguel y RAMÍREZ-PADRON, Laura Cecilia. Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (*Fragaria spp.*) mexicana. Revista de Desarrollo Económico. 2020. 7-24:13-19.

\* Correspondencia al Autor: (Correo electrónico: miguelom@colpos.mx)

† Investigador contribuido como primer autor.

## Introducción

La fresa planta herbácea con sistema radicular fasciculado, compuesto por raíces y raicillas; de la familia de las *Rosáceas* y nombre científico es *Fragaria* L., alcanza una altura promedio de 50 cm. Las condiciones climáticas aptas para su crecimiento son temperaturas moderadas y baja humedad entre 15° y 20°. La zona óptima para producción de fresa será aquella que se ubique entre los 1,300 y 2,000 msnm; debido a que las altas temperaturas y días largos con más de 12 horas de luz provocan un crecimiento vegetativo excesivo y, bajas temperaturas y días cortos inducen la floración. En cuanto a suelo se refiere la producción de fresa necesita de un suelo arenoso o franco-arenoso que permita que este bien drenado; sin embargo, debe tener cierta capacidad de retención de agua, ser ricos en materia orgánica y bien aireados (SAGARPA, 2017).

La fresa es una fruta muy apreciada por su intenso sabor y sus excelentes propiedades nutritivas, entre las que destaca su alto contenido en vitamina C, taninos, flavonoides, antocianinas, catequina, quercetina, kaempferol y ácidos orgánicos (cítrico, málico, oxálico) (Kessel, 2012). El 85% de su composición es agua y su aporte calórico es muy escaso: sólo 37 calorías por cada 100 gramos, la fresa como una excelente alternativa para consumo fresco, agroindustria y repostería, con propiedades diuréticas.

En cuanto a la producción de fresa en 2016, los principales países productores eran China, Estados Unidos de América, México, Egipto, Turquía y España, destacan los tres primeros quienes aportaron el 53.68% del total de la fresa producida en el mundo con 3'801,865 ton, 1'420,570 ton y 468,248 ton respectivamente (FAOSTAT, 2018).

Respecto a las exportaciones mundiales de fresa en 2016, ascendían a 853, 218 ton, con un valor de las exportaciones de 2'275,246 miles de dólares, siendo los principales exportadores España, Estados Unidos de América, México y Países Bajos con 314,256 ton, 134,406 ton, 102,631 ton y 48,425 ton exportadas respectivamente.

México es uno de los principales oferentes de fresa, funge como el tercer exportador mundial de fresa, con un valor de exportaciones de 311,099 miles de dólares, con ello el valor de las exportaciones de México representan el 13.67% del valor de las exportaciones mundiales de fresa (FAOSTAT, 2018). Los principales mercados de destino de las exportaciones de fresa producida en México en 2016 son Estados Unidos de América (102,484 ton), Canadá (98 ton) y Belice (24 ton), (UN COMTRADE e ITC). Estados Unidos de América es el principal destino concentrando el 99.8% de las exportaciones de fresa.

Por lo antes mencionado, se destaca la importancia de la fresa producida en México, así como su participación en el mercado internacional, por lo que resulta fundamental el conocer si dicho producto es competitivo en relación con los otros países, en este entendido resulta vital saber que la participación total de mercado de un país en un sector dado de actividad comercial internacional, será conocida como competitividad global involucrando el crecimiento de todos los sectores agregados, la penetración de los países en los mercados internacionales.

La competitividad de un país se presentará de acuerdo con el grado en el cual dicho país, bajo condiciones de mercado libres y justas, produzca bienes y servicios que superen el test de los mercados internacionales (OCDE, 2012). La competitividad desde sus orígenes está ligada a la apertura comercial, entendida como la capacidad de una determinada nación de insertarse exitosamente en el mercado internacional, por lo que el análisis de las ventajas competitivas mediante la medición de los flujos comerciales tanto de importaciones como exportación de un país en el mercado internacional es importante, dicha medición de la participación de un país en los mercados se realiza a través de indicadores indirectos tales como el índice de ventaja comparativa revelada.

Dicha ventaja comparativa es una ventaja natural, y tendrá lugar cuando se produce mejor y con menor costo relativo en comparación con otro país, en donde los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos productos con menor costo relativo (Vargas, 2014); la teoría Ricardiana refiere el concepto de ventaja comparativa revelada a la mayor eficiencia en la producción de algunos bienes nacionales, con menor costo comparativo de producción, llevando a un intercambio más ventajoso; siendo la base de la exportación de los países que participan en el comercio internacional (Salazar, 2015).

La ventaja comparativa entre países se relacionará con la eficiencia en la producción y el país con menor costo de oportunidad será aquel que sea más eficiente y con ello tenga ventaja comparativa sobre los otros (Arias y Segura, 2004), sirve para el estudio de los términos de intercambio entre dos o más países y entre un país determinado y el resto del mundo (Ayvar, et al., 2018), el país en el cual el valor agregado es mayor al valor de los recursos domésticos presentará ventajas comparativas (Contreras, 1999).

Balassa fue el primero en acuñar el término de ventaja comparativa revelada en 1965 para indicar que las ventajas comparativas pueden ser reveladas por los flujos de comercio de mercancías, el intercambio reflejara costos relativos y otros factores que inciden en las transacciones comerciales (Heredia y Huarachi, 2009), además medirá el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo (Pablo y Giacinti, 2011).

Para este estudio, se usará el indicador establecido por Vollrath en donde se examina la competitividad internacional a través de mediciones que utilizan datos de comercio como exportaciones e importaciones y, de esta forma incorpora tanto efecto de oferta y demanda relativa de bienes (González, 2017); esto mediante el índice de ventajas relativa de exportaciones y ventaja comparativa revelada (ventaja competitiva).

## Metodología

La metodología usada en la investigación será el cálculo de la Ventaja Relativa de Exportación y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada, de España, Estados Unidos de América y México dada su posición como los principales países exportadores de fresa, hasta el año 2016.

La Ventaja Relativa de Exportación de acuerdo con Ávila y González (2012) citando a Vollrath (1991), se obtiene de la manera siguiente:

$$VRE_a^i = (X_a^i/X_n^i) / (X_a^r/X_n^r) \quad (1)$$

Donde:

$VRE_a^i$  = ventaja relativa de las exportaciones del producto  $a$  en el país  $i$ .

$X_a^i$  = valor de las exportaciones del producto  $a$  en el país  $i$ .

$X_n^i$  = valor de las exportaciones totales menos el producto  $a$  en el país  $i$ .

$X_a^r$  = valor de las exportaciones del producto  $a$  en el mundo (menos en país  $i$ ).

$X_n^r$  = valor de las exportaciones totales (menos el producto  $a$ ) en el mundo (menos el país  $i$ ).

La ventaja relativa de exportación ( $VRE_a^i$ ) indica las ventajas que tendrá un país en referencia a sus exportaciones totales, así como en su participación al resto del mundo, el valor de  $VRE_a^i$  sugerirá la existencia de ventaja comparativa o especialización en las exportaciones de cierto producto (Ávila y González, 2012), un valor positivo o mayor que 1 (uno) indica la existencia de una ventaja comparativa revelada y mientras más elevado sea el valor del índice mayor será el grado de especialización y se revelara una mayor competitividad la tendencia creciente a lo largo de los años indicará mayor competitividad en el mercado (Avendaño, 2008).

El índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) (Vollrath, 1991), se calcula considerando lo siguiente:

$$VCR_a^i = VCE_a^i - VCI_a^i \quad (2)$$

Donde:

$VCE_a^i$  = ventaja comparativa revelada de las exportaciones y se obtiene de la siguiente forma:

$$VCE_a^i = \ln\left[\frac{(X_a^i/X_n^i)}{(X_a^r/X_n^r)}\right] \quad (3)$$

$VCI_a^i$  = ventaja comparativa revelada de las importaciones calculándose mediante la siguiente ecuación.

$$VCI_a^i = \ln\left[\frac{(M_a^i/M_n^i)}{(M_a^r/M_n^r)}\right] \quad (4)$$

Donde:

$X$  y  $M$  son exportaciones e importaciones respectivamente.

$i$  es el país para el cual se está realizando el análisis.

$r$  se refiere al resto del mundo excepto el país de análisis (país  $i$ ).

$a$  es el bien o mercancías que se está investigando.

$n$  involucra el comercio de todas las mercancías menos el bien en análisis (bien  $a$ ).

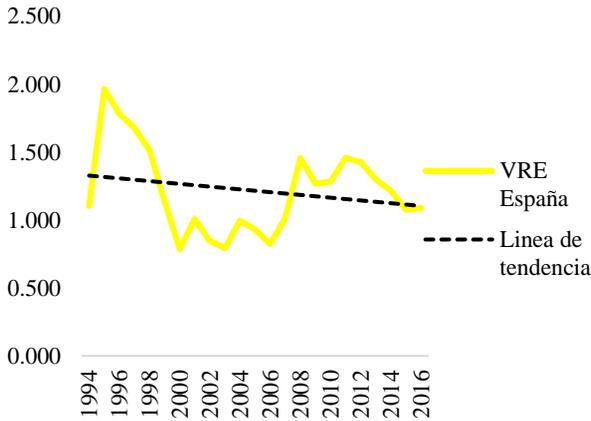
El índice de ventajas comparativas es de utilidad para evaluar la especialización en la exportación de un producto en este caso la fresa, en relación con totalidad de productos exportados por un país en comparación con el mundo (Pablo y Giacinti, 2011), el  $VCR$  puede adoptar valores tanto positivos o negativos, describiendo así la manera en la que un país puede competir en el mercado internacional con el producto o bien sujeto de análisis. Arias y Segura (2004) refieren que cuando el  $VCR$  toma valores mayores a cero, el producto sobre el cual se está realizando el análisis, cuenta con una ventaja comparativa revelada debido a que las exportaciones del país exceden las importaciones, y cuanto más alto sea el valor del  $VCR$  del bien, tendrá mayor competitividad en el mercado internacional.

## Variables

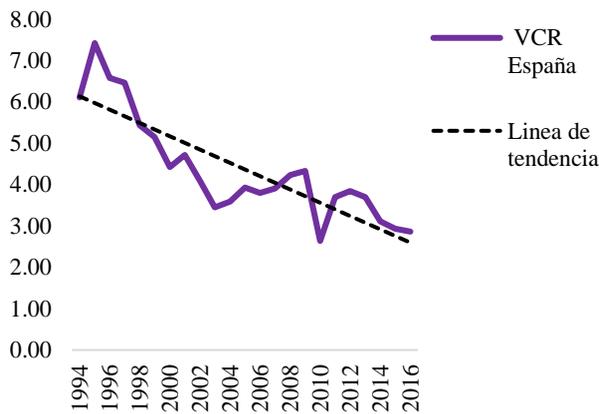
Para el cálculo de la Ventaja Relativa de Exportación y del Índice de Ventajas Comparativas Reveladas de Vollrath, se utilizaron datos reales de comercio tales como valor de las exportaciones fresa en México, valor de las exportaciones totales de productos agrícolas (menos la fresa) en México, valor de las exportaciones de fresa en el mundo (menos México), valor de las exportaciones totales de productos agrícolas (menos fresa) en el mundo (menos México), valor de las importaciones de fresa en México, valor de las importaciones totales de productos agrícolas (menos la fresa) en México, valor de las importaciones de fresa en el mundo (menos México), valor de las importaciones totales de productos agrícolas (menos fresa) en el mundo (menos México). Las fuentes de datos estadísticos utilizados fueron la USDA Foreign Agricultural Service's Global Agricultural Trade System (FAS-USDA) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura en su apartado de base de datos estadísticos (FAOSTAT), el período consultado fue de 1994 a 2016 por referir con información completa y oficial.

## Resultados

España como primer exportador de fresa a nivel mundial, es el país que durante el periodo 1994-2016 ha mantenido un índice de Ventaja Relativa de Exportación ( $VRE$ ) con valores mayores a cero, lo que lo posiciona como el país con mayor grado de especialización y de mayor competitividad en lo que respecta a la exportación de la fresa, en 1994 el valor de  $VRE$  era de 1.105 y en 2016 fue de 1.090 y a pesar de tener una tendencia ligeramente decreciente su posición como el país con mayor ventaja relativa de exportación de fresa la sigue manteniendo (Gráfico 1). En cuanto a su Ventaja Comparativa Revelada ( $VCR$ ) su valor máximo lo alcanzó en 1994 con un valor de 6.10 llegando a bajar a 2.93 y 2.86 en 2015 y 2016 respectivamente, no obstante a pesar de haberse mostrado una tendencia decreciente en el índice  $VCR$  (Gráfico 2), los valores que muestra España son superiores a los que se indican a continuación para Estados Unidos de América y México; por lo que su importancia como el país de mayor competitividad en el mercado de la fresa a nivel internacional y de mayor especialización en la exportación de fresa.

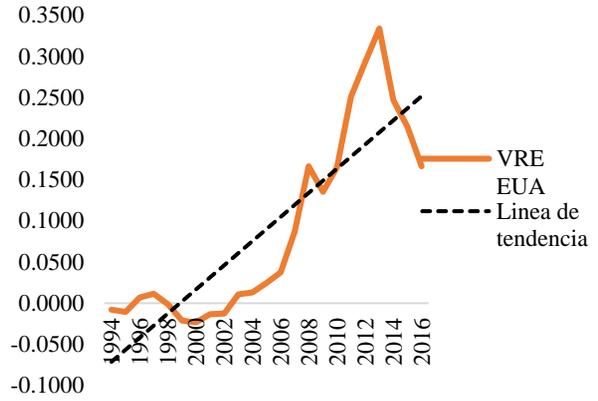


**Gráfico 1** Índice de Ventaja Relativa de Exportación (VRE) de fresa, 1994-2016. España  
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA



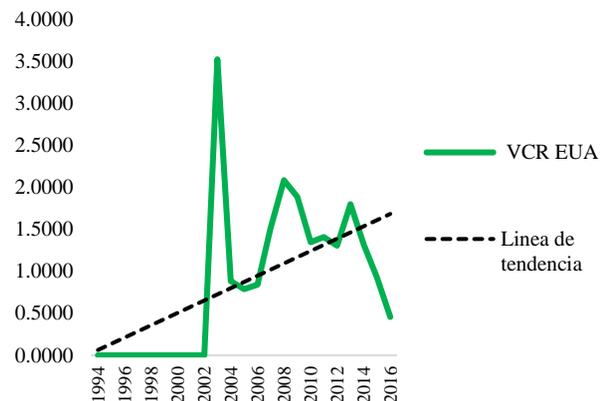
**Gráfico 2** Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de fresa, 1994-2016. España  
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA

El índice de Ventaja Relativa de Exportación (VRE) de fresa producida en Estados Unidos de América cobro mayor relevancia a partir de 2004 hasta 2016 donde los valores del indicador de VRE han oscilado entre 0.0108 a 0.3339 mantuvieron una tendencia creciente, indicando con ello que la fresa producida en Estados Unidos de América es cada vez más competitiva a nivel internacional y sus exportaciones han aumentado en cuanto a su grado de especialización (Gráfico 3).



**Gráfico 3** Índice de Ventaja Relativa de Exportación (VRE) de fresa, 1994-2016. Estados Unidos de América  
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA

En el caso de la VCR de la fresa estadounidense muestra una mayor variación en los datos con varios altibajos siendo que en 2003 mostro su valor más alto con 3.5198 y en 2016 el valor alcanzado fue de solo 0.4543, a pesar de que los valores se han mantenido positivos lo que indica que mantienen un nivel de competitividad en el mercado internacional, esta ha ido disminuyendo al igual que su grado de especialización en la exportación de fresa en relación con la totalidad de productos exportados por Estados Unidos de América en comparación con el mundo (Gráfico 4), tal es el caso que se ha mantenido como el primer país importador de fresa a nivel mundial.

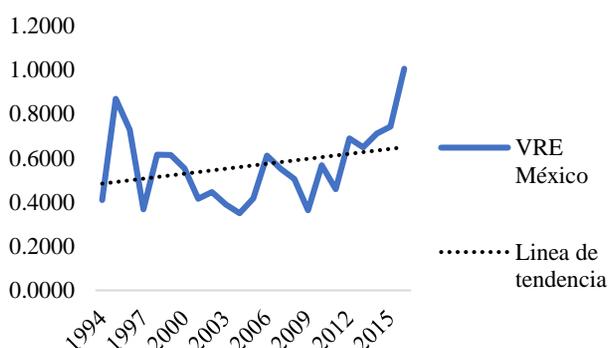


**Gráfico 4** Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de fresa, 1994-2016. Estados Unidos de América  
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA

Por su parte, México a través de los años ha incrementado su participación en el mercado internacional de la fresa, aumentando de forma continua las exportaciones de este producto, pasando de 31,522 miles de dólares en 1994 a 311, 099 miles de dólares en 2016 en el valor de las exportaciones de fresa.

A nivel mundial en 2016, el valor de las exportaciones era de 2'275,246 miles de dólares.

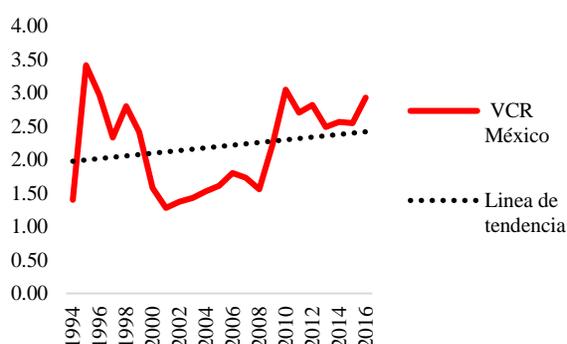
Durante el periodo 1994-2016 el índice de Ventaja Relativa de Exportación (VRE) de fresa mostro una tendencia creciente, alcanzando un valor máximo de 1.0050 en 2016, lo que indica que la fresa mexicana ha ido ganando competitividad en el mercado externo, además los valores resultantes para VRE positivos sugieren la existencia de ventaja comparativa revelada y la especialización en las exportaciones de la fresa (Gráfico 5).



**Gráfico 5** Índice de Ventaja Relativa de Exportación (VRE) de fresa, 1994-2016. México

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA.

En relación a los valores de VCR, los valores más altos se ubican en los años 1995, 2010 con 3.41 y 3.04 respectivamente, seguidos de 1996 (VCR igual a 2.96) y 2016 (VCR de 2.9252) (Gráfico 6); sin embargo, a lo largo del periodo de estudio el VCR mantuvo valores positivos por lo que identificamos a la fresa mexicana como un producto con ventaja comparativa revelada, en donde las exportaciones de fresa de México exceden las importaciones.



**Gráfico 6** Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de fresa, 1994-2016. México

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y FAS-USDA.

Durante 1994-2016, los valores de VCR > 0 y la tendencia creciente a lo largo del tiempo, avalan el desempeño competitivo de México en el mercado externo que ha sido positivo con oportunidad de crecimiento aprovechando la ventaja competitiva que tiene la fresa mexicana en el mercado internacional.

## Conclusiones

España sigue figurando como el país con mayores ventajas comparativas reveladas en lo que respecta a las exportaciones de fresa; sin embargo, las exportaciones de fresa mexicana han ido ganando terreno con una participación creciente en las exportaciones totales agrícolas del país con valores de 311, 099 miles de dólares en 2016.

Durante el periodo de análisis de 1994-2016, México continuó con una posición líder en cuanto a las exportaciones de fresa y ha consolidado su posición como uno de los principales proveedores de este producto en el mundo, teniendo como principal destino el mercado de Estados Unidos de América.

Con índices de VCR mayores a la unidad para el periodo 1994-2016, México se considera como un país con ventaja comparativa revelada en el mercado internacional de la fresa, considerándose este producto competitivo en el mercado externo.

## Referencias

Arias-Segura J, Segura-Ruiz O. (2004). *Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país*. InterCambio. Área de Comercio y Agronegocios. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Avendaño-Ruiz B.D. (2008). *Globalización y competitividad en el sector hortofrutícola: México, el gran perdedor*. El Cotidiano, 23 (147), 91-98.

Ávila-Arce A., González-Millán D. de J. (2012). *La competitividad de las fresas (Fragaria spp.) mexicanas en el mercado nacional, regional y de Estados Unidos*. Agricultura, Sociedad y Desarrollo, 9 (1), 17-27.

- Ayvar-Campos F. J., Navarro-Chávez J. C. L., Delfín-Ortega O. V. (2018). *Competitividad y productividad del sector agropecuario mexicano en APEC, 1980-2015*. Portes, Revista mexicana de estudios sobre la cuenca del Pacífico, 12 (23), 7-30.
- Balassa B. (1965). *Trade liberalization and "revealed" comparative advantage*. England, Manchester School.
- Contreras-Castillo J. M. (1999). *La competitividad de las exportaciones mexicanas de aguacate: un análisis cuantitativo*. Revista Chapingo Serie Horticultura. 5: 393-400.
- FAOSTAT. (2018). *The statistics division of the Food and Agriculture Organization of the United Nations*. [En línea]: <http://faostat3.fao.org/faostat-gateway/go/to/download/T/TP/S>
- FAS-USDA. (2018). *Foreign Agricultural Service-United States Department of Agriculture*. [En línea]: <http://www.fas.usda.gov/>
- González, R. (2017). *Competitividad de las exportaciones: un análisis teórico de indicadores de ventajas comparativas reveladas y su aplicación a los datos de comercio de Paraguay*. Documento de trabajo N. 1. Dirección de Integración. Subsecretaría de Estado de Economía, Ministerio de Hacienda. [En línea]: [http://www.economia.gov.py/application/files/3614/8949/6911/Documento\\_de\\_Trabajo\\_N1\\_-Competitividad\\_de\\_las\\_Exportaciones\\_Agricolas-14\\_marzo\\_2017.pdf](http://www.economia.gov.py/application/files/3614/8949/6911/Documento_de_Trabajo_N1_-Competitividad_de_las_Exportaciones_Agricolas-14_marzo_2017.pdf)
- Heredia P. J., Huarachi Ch. J. (2009). *El índice de la ventaja comparativa revelada (VCR) entre el Perú y los principales exportadores del mundo. El caso de la Región Lambayeque*. Perú: ESAN Ediciones, Cuadernos de Difusión: 26 (14), junio. [En línea]. <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusion/26/HerediaHuarachi.pdf>
- Kessel D. A. (2012). *Mejora Genética de la Fresa (Fragaria ananassa Duch.), a través de métodos biotecnológicos*. Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas. Revista Cultivos Tropicales, 33 (3), 34-41. ISSN impreso: 0258-5936.
- Mortimore M., Bonifaz J. L., Duarte de Oliveira J. L. (1997). *La competitividad internacional: un análisis de las experiencias de Asia en desarrollo y América Latina*. Naciones Unidas División de Desarrollo Productivo y Empresarial. Santiago de Chile.
- OCDE/CEPAL (2012). *Perspectivas económicas de América Latina 2013*. Políticas de PYMES para el cambio estructural. E-ISBN 978-92-64-18374-2. 194 págs. Santiago. Chile.
- Pablo-Valenciano J., Giacinti-Battistuzzi M. A. (2011). *Competitividad en el comercio internacional vs Ventajas Comparativas Reveladas (VCR): ensayo sobre exportaciones de manzanas de América del Sur*. Revista Mexicana de Economía Agrícola y de los Recursos Naturales (REMECAREN), VI (1), 49-82.
- SAGARPA. (2017). *Planeación Agrícola Nacional 2017-2030*. Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Primera edición, México.
- Salazar C. J. (2015). *Estructura y evolución reciente de las ventajas comparativas de México y de sus estados*. TRAYECTORIAS (Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Nuevo León, 17 (40).
- UN COMTRADE e ITC, (2018). *The United Nations Commodity Trade Statistics Database*. [En línea]: <https://comtrade.un.org/>
- Vargas H. (2014). *Desempeño competitivo de productos agropecuarios de Guatemala: una evaluación con base en las ventajas comparativas reveladas por el comercio internacional de 2000 a 2010*. San José, C.R.: IICA, 2014. ISBN: 978-92-9248-520.
- Vollrath T. (1991). *A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage*. Review of World Economics. Weltwirtschaftliches Archiv. 127(2): 265-280

## Relación comercial México – Latinoamérica

### Commercial relationship Mexico - Latin America

GARCÍA-MARTÍNEZ, Reydezel†\*, CONDE-FERNÁNDEZ, Roma Pamela, CASTRO-MORENO, Alonso and ORTEGA-ESTRADA, Gabriela

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Reydezel, García-Martínez* / ORC ID: 0000-0002-9411-0926, Researcher ID Thomson: S-6727-2018, CVU CONACYT ID: 775114

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Roma Pamela, Conde-Fernández* / ORC ID: 0000-0002-9161-1522, Researcher ID Thomson: S-7001-2018, CVU CONACYT ID: 947212

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Alonso, Castro-Moreno* / ORC ID: 0000-0001-6661-3510, Researcher ID Thomson: ABE-3788-2020, CVU CONACYT ID: 947212

ID 3<sup>er</sup> Coautor: *Gabriela, Ortega-Estrada* / ORC ID: 0000-0003-2039-8469, Researcher ID Thomson: S-7891-2018, CVU CONACYT ID: 887796

DOI: 10.35429/JED.2020.24.7.20.30

Recibido: Julio 20, 2020; Aceptado: Diciembre 30, 2020

#### Resumen

En este trabajo se analizan cuantitativamente los intercambios comerciales (importaciones y exportaciones) de México con respecto a sus socios comerciales de centro y sur américa, para tal efecto, se han tomado en cuenta las balanzas comerciales existentes entre los diversos países, sujetando el análisis de la información a la correlación de dos variables; por una parte el coeficiente de correlación, de tal forma que se pueda establecer una relación dependiente entre las citadas economías; así mismo, se determina y analiza la implicación de los tratados en el incremento de las exportaciones. La interpretación de estos datos resulta útil para aquellos que pretendan adquirir una perspectiva panorámica del comercio exterior que efectúan los países latinoamericanos y que tienen como destino a México. Atendiendo a dichos datos y de la ventaja comparativa de estas naciones, se brindan algunos sectores que podrían representar nichos de oportunidad para la exportación de bienes con destino a México de las micro, pequeñas y medianas empresas latinoamericanas.

**Tratados de libre comercio, Latinoamérica, Correlación**

#### Abstract

In this work, commercial exchanges are quantitatively analyzed (imports and exports) of Mexico with respect to its commercial partners in Central and South America, for this purpose, the existing commercial balances between the various countries have been taken into account, subjecting the analysis of the information to the correlation of two variables: on one hand, the correlation coefficient, in such a way that a dependent relationship can be established between the aforementioned economics; likewise, the implication of the treaties in the increase in exports is determined and analyzed. The interpretation of these data is useful for those who intend to acquire a panoramic perspective of the foreign trade that the Latin American countries affect and that keep Mexico as their destination. Taking into account these data and the comparative advantage of these nations, some sectors are provided that could represent niches of opportunity for the export of goods to Mexico for micro, small and medium-sized Latin American companies.

**Free trade agreements, Latin America, Correlation**

**Citación:** GARCÍA-MARTÍNEZ, Reydezel, CONDE-FERNÁNDEZ, Roma Pamela, CASTRO-MORENO, Alonso and ORTEGA-ESTRADA, Gabriela. Relación comercial México – Latinoamérica. Revista de Desarrollo Económico. 2020. 7-24:20-30.

\* Correspondencia del Autor (Correo electrónico: reydezel.garcia@uacj.mx)

† Investigador contribuido como primer autor.

**Introducción**

Se estudian los intercambios comerciales de México con los países del centro y sur de América, así como la relación que guarda la entrada en vigor de un tratado de libre comercio respecto a la balanza comercial de ambas naciones.

Lo anterior debido a que se toma como punto de contrapartida el supuesto de que, con la celebración de un tratado, se obtendrán incrementos sustanciales en las importaciones y exportaciones de ambas naciones, en caso contrario, se deberá determinar que dichos acuerdos y en lo que concierne al intercambio de bienes, no se cumple con las finalidades de la zona de libre comercio.

Los datos que aquí se exponen, así como su análisis, resultan de vital importancia para obtener una visión general del comercio exterior que efectúa México con los países latinoamericanos, y la utilidad que se da de los tratados, mismos que serán abordados de manera concreta en el apartado de desarrollo. De igual forma, facilita futuras investigaciones tomando como referente aquellos países que de alguna forma presentan algún déficit comercial.

Por último, y a fin de aportar supuestos a través de los cuales se pueda fomentar el empleo de los tratados, se atiende a la ventaja comparativa de estas naciones, brindando algunos sectores que podrían representar nichos de oportunidad para la exportación de bienes que tienen como destino a México, sobre todo en lo que concierne a las micro, pequeñas y medianas empresas latinoamericanas.

**Justificación**

Analizar la evolución de las importaciones y exportaciones de México, con respecto a cada uno de los países de centro y sur América, permite conocer la medida en que los tratados de libre comercio han contribuido al intercambio comercial y en consecuencia a la balanza comercial de estas naciones. Esto puede propiciar la identificación de aspectos de oportunidad para el intercambio de bienes, sobre todo, en lo que respecta a las pequeñas y medianas empresas.

De acuerdo con cifras proporcionadas por el Banco de Desarrollo de América Latina (2018), las PyMEs representan aproximadamente el 90% de las empresas a nivel regional. No obstante, solamente logran obtener un cuarto (13%) de las exportaciones totales de la región. En otras palabras, resulta indispensable que este tipo de empresas comiencen a trascender a los mercados internacionales; es así que este trabajo podrá facilitar a dichas empresas una visión panorámica de los alcances del intercambio, tomando en cuenta la integración económica y los principales sectores productivos para la exportación de bienes con destino a México; por último, cabe destacar que lo que aquí se presenta, es uno de los factores clave a analizar para poner en marcha la internacionalización de una organización.

**Revisión de la Literatura**

Actualmente “México cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 46 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración” (Secretaría de Economía, 2015). De los cuales con América Latina tiene iniciativas bilaterales con: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Uruguay. Así como también cuenta con Acuerdo de Complementación Económica No. 54 y No. 55 (Mercosur).

**Relaciones Comerciales de México**

Tratado de Libre Comercio entre Centro América; Este tratado está conformado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y México. Su principal propósito es la facilitación del comercio, estimular la expansión y diversificación comercial, promover condiciones de competencia leal en el comercio, así como aumentar las oportunidades de inversión (Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, 2011).

Acuerdo de Integración Comercial México- Perú; Los temas cubiertos por este son la eliminación arancelaria, reconocimiento y protección de las reglas específicas de origen, cláusulas de salvaguarda, prácticas desleales de comercio, entre otras. Su objetivo principal es eliminar las barreras del comercio y facilitar la circulación de mercancías y servicios entre las Partes (Acuerdo de Integración Comercial México-Perú, 2011). Acuerdo de Complementación Económica No. 66 entre Bolivia y México; Este acuerdo cubre temas más específicos en el sector agropecuario y sus medidas zoosanitarias y fitosanitarias, entre sus principales objetivos se encuentra establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este Acuerdo (Acuerdo de Complementación Económica No. 66 entre Bolivia y México, 2010).

Tratado de Libre Comercio México-Panamá; Los temas más relevantes para este tratado es la cooperación aduanera, obstáculos técnicos del comercio, comercio electrónico, entre otros. Uno de sus principales objetivos es proteger y hacer valer, de manera adecuada y eficaz, los derechos de propiedad intelectual en el territorio de cada Parte (Tratado de libre Comercio México - Panamá, 2014).

Tratado de Libre Comercio México-Uruguay; en este se tratan temas como los procedimientos Aduaneros, prácticas desleales de comercio, política de competencia, etc., Uno de sus principales objetivos es establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado (Tratado de Libre Comercio México-Uruguay (ACE N°60), 2004). Acuerdo de Complementación Económica entre la República de Argentina y los Estados Unidos Mexicanos (ACE N° 6); este tiene por objetivo Promover el aumento del comercio apelando a la consolidación, sobre bases estables, de los entendimientos previos adoptados por ambos países para dar incentivos a programas de intercambio compensado, así como, Coordinar y complementar las actividades económicas, en especial la industria y la tecnología conexas, a través de una eficaz mejora de los sistemas de producción y de las escalas operativas (Acuerdo de Complementación Económica entre Argentina y México, 1993).

Acuerdo de Complementación Económica Brasil - México (AAP.CE N° 53); este acuerdo cuenta con Disposiciones de Internacionalización, por parte de Brasil: Nota N° 175 del 26/09/02 -Decreto N° 4.383 del 23/09/02;Nota 066 del 5/05/03 - Decreto N° 4.683 (CR/di 1524 y 1524.1) y por parte de México: Notas Nros. 71 de 02/04/2003 y 78/03 de 02/05/2003 (CR/di 1598 y 1598.1). Este Acuerdo tiene por objetivo establecer normas y disciplinas para las relaciones económicas y comerciales entre las Partes, en el marco del Tratado Montevideo de 1980, para así, impulsar el desarrollo y la diversificación de las corrientes de comercio, con el objetivo de intensificar la complementación económica (Acuerdo de Complementación Económica Brasil - México, 2003).

Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N° 29 Celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos; El presente Acuerdo tiene por objeto incorporar al nuevo esquema de integración establecido por el Tratado de Montevideo, 1980, las preferencias arancelarias y comerciales que resulten de la renegociación, revisión, y actualización de las ventajas otorgadas en las listas nacionales de Ecuador y México, así como las contenidas en la lista de ventajas no extensivas a favor del Ecuador (Acuerdo de Alcance Parcial Celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos, 1993).

### Metodología

El trabajo se guio bajo un diseño metodológico cuantitativo con alcance descriptivo y correlacional. Se estudiaron los intercambios comerciales entre México con los países del centro y sur américa y las implicaciones de los tratados de libre comercio sobre la balanza comercial, considerando para tal efecto, que de la celebración de un tratado se obtendrán incrementos sustanciales en los intercambios comerciales de ambas naciones, en caso contrario, se deberá determinar que dichos acuerdos internacionales, no han cumplido las finalidades que se buscan al establecer la zona de libre comercio, por lo menos en lo que respecta al intercambio de bienes.

## Hipótesis y pruebas de validez

Pregunta de investigación 1: ¿Cuál es el nivel de dependencia comercial entre las importaciones y exportaciones que efectúa México y sus socios comerciales del centro y sur américa?

H0 No hay correlación de dependencia entre las importaciones y exportaciones que efectúan México y sus socios comerciales del centro y sur américa.

H1 Existe una correlación de dependencia entre las importaciones y exportaciones que efectúan México y sus socios comerciales del centro y sur américa.

Nivel de significancia Alpha: .005

Análisis efectuado a través del coeficiente de Correlación de Pearson, se consideró esta herramienta estadística debido a que permite conocer la correspondencia o relación lineal entre dos variables cuantitativas aleatorias. En este sentido se relacionaron las importaciones efectuadas a México de mercancías originarias de países ubicados en el centro y sur américa, con respecto a las exportaciones mexicanas a cada uno de estos países, considerando para tal efecto el periodo comprendido entre 1993 a 2019, estableciendo el grado de relación que guardan las mencionadas variables a través del tiempo y en consecuencia el grado de dependencia que podría presentarse.

Pregunta de investigación 2: ¿Cuál es el impacto generado en el incremento de las exportaciones con respecto a la entrada en vigor de los tratados de libre comercio con los países de centro y sur américa?

H0 No hay diferencia significativa relacionado a la entrada en vigor del TLC y el incremento a las exportaciones.

H1 Hay una diferencia significativa relacionada a la entrada en vigor del TLC y el incremento a las exportaciones.

Para efectos de la comprobación de las hipótesis, se empleó la comparación de medias a través de T-STUDENT para muestras relacionadas, sujetándose a las siguientes pruebas de hipótesis:

P-Valor  $<$  alpha (.05) se acepta la H1 - P-Valor  $>$  alpha (.05) se rechaza la H1

Los datos analizados se encuentran representados por las exportaciones de México efectuadas de manera concreta a cada uno de los países, dividiéndose los datos en dos grupos, por un lado, aquellas que se efectuaron sin la existencia de algún tratado y por otro las operaciones efectuadas con la entrada en vigor de un TLC.

Estadístico descriptivo empleado para determinar la normalidad de los datos: Shapiro-wilk, se eligió este tipo análisis descriptivo debido a que la muestra no se encuentra sujeta a más de 50 datos, de acuerdo a la siguiente prueba de hipótesis: P-Valor  $>$  alpha (.05) Datos provienen de una distribución normal - P-Valor  $<$  alpha (.05) Datos no provienen de una distribución normal.

Pregunta de investigación 3: ¿Cuáles son los principales sectores productivos que pueden aprovechar las empresas de centro y sur américa para la importación de bienes a México?

H: Atendiendo a la ventaja comparativa y a los volúmenes de exportación para cada uno de los países de centro y sur américa se pueden determinar los sectores productivos para la importación de bienes a México.

## Objetivo general

Analizar las relaciones comerciales de México con respecto a los países del centro y sur américa, atendiendo a su dependencia comercial, tratados de libre comercio y sectores productivos.

## Objetivos específicos

- Establecer la Relación de dependencia entre las importaciones y exportaciones de México con respecto a sus socios comerciales del centro y sur américa.
- Evaluar la utilidad de los tratados de libre comercio suscritos por México con sus socios comerciales del centro y sur américa, respecto al incremento de las exportaciones.

- Identificación de los principales sectores productivos que pueden desarrollar las MiPyMEX de centro y sur américa para la importación de bienes a México.

**Diseño y herramientas**

Para la adquisición de datos fue necesario consultar diversas fuentes como son: SAT, SE, BANXICO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México (1993 - 2019). SNIEG e Información de Interés Nacional.

Una vez obtenida la información se realizaron las tablas y gráficos descriptivos, mismos que no se encuentran en este documento debido a la economía del espacio, sin embargo, se transcribe a los apartados correspondientes aquellos aspectos que contrastaban las hipótesis estadísticas.

Para el análisis relacionado a las preguntas de investigación 1 y 2 se empleó el software SPSS, el cual es un potente programa informático para el desarrollo de investigación en las ciencias sociales, dicho proceso se efectuó realizando el contraste de las hipótesis descritas anteriormente.

Para el análisis relacionado a la pregunta 3 se empleó la herramienta informática proporcionada por el observatorio de complejidad económica, en este sentido se excluyeron sectores productivos que no se encuentran representados por micro, pequeñas y medianas empresas de exportación (MiPyMEX), manteniendo en el apartado correspondiente solo aquellos sectores bajo los cuales se desarrollan este tipo de organizaciones.

**Resultados**

Los resultados se generaron para cada uno de los países, se aplicó el análisis de datos correspondiente y se realizó el contraste de la hipótesis anteriormente mencionada.

**Análisis de los países con los que México cuenta con TLC**

Colombia	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<p><i>Moderada correlación estadística entre las importaciones y exportaciones de ambos países (.733).</i></p> <p>Se observa un crecimiento exponencial de las exportaciones mexicanas a este país, desde en el año 2004, frenándose en el 2012, aparentemente se comienzan a recuperar a partir del 2017.</p> <p>En cuanto a las importaciones de Colombia estas mantienen un lento y constante crecimiento.</p>
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<p><i>Vigente a partir del 13 de junio de 1994. En un inicio a este acuerdo internacional se le denomino G3, debido a que se integró Venezuela.</i></p> <p>No se cuenta con datos previos a la celebración del tratado, razón por la cual no es posible realizar las pruebas pertinentes.</p> <p>No obstante, se puede identificar que a partir del 2004 periodo en el cual ya se encuentran concluidos los procesos de desgravación las exportaciones mexicanas a Colombia se incrementaron considerablemente, descriptivamente se observa que este acuerdo internacional beneficia en mayor medida al estado mexicano.</p>
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEX</b>	<p>Algunas oportunidades que actualmente aprovechan las pequeñas y medianas empresas colombianas son los sectores de la industria química, materias plásticas y de las grasas o aceites vegetales.</p>

**Tabla 1** Relación comercial México – Colombia  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS*

Guatemala	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<p><i>Muy alta correlación entre las importaciones y exportaciones (.954).</i></p> <p>En este sentido, ambos países se ven beneficiados en la misma medida, debido a que ambas variables crecen a la par.</p> <p>El crecimiento ha sido constante, identificándose mínimas fluctuaciones desde 1993 a la fecha, sobre todo en lo que respecta a las importaciones de Guatemala a México.</p>
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<p><i>Tratado de libre comercio de centro américa (22/11/11)</i></p> <p>Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .856 &gt;.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .279 &gt;.05 T-STUDENT Significancia: .001 &lt; 0.5</p> <p>Se presenta una diferencia significativa con respecto a la entrada en vigor del tratado y el incremento de las exportaciones mexicanas.</p>
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	<p>Se puede observar una clara diversificación, focalizada a las siguientes industrias: Grasas, aceites animales o vegetales, Materia plástica, industria alimentaria, textil y ganadero.</p>

**Tabla 2** Relación comercial México – Colombia.

Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS

Costa Rica	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<p><i>Moderada correlación entre las importaciones y exportaciones (.678).</i></p> <p>A pesar de que descriptivamente las importaciones y exportaciones entre ambos países parecen fluctuar a la par, no obstante, al realizar el análisis estadístico no se logra determinar una alta dependencia.</p> <p>Las fluctuaciones que se observan en las variables abarcan desde el año 2003 al 2011, es a partir de este año cuando comienza a estabilizarse el intercambio comercial.</p>
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<p><i>Tratado de libre comercio de centro américa (22/11/11)</i></p> <p>Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .584 &gt;.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .163 &gt;.05 T-STUDENT Significancia: .002 &lt;.05</p> <p>Existe una diferencia significativa con respecto a la entrada en vigor del tratado y el incremento de las exportaciones mexicanas.</p> <p>En este sentido el acuerdo internacional trajo estabilidad a las operaciones de comercio exterior de ambos países.</p>
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	<p>El 38% de las importaciones originarias de Costa Rica pertenecen al sector de grasas y aceites vegetales, de manera concreta el de palma.</p> <p>Por otro lado, los aparatos y artículos de ortopedia, así como las manufacturas de plástico.</p>

**Tabla 3** Relación comercial México – Costa Rica.

Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS

Honduras	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Muy alta correlación (.964) entre las importaciones y exportaciones.</i> Desde 1993 se observa un crecimiento constante de intercambio comercial entre ambos países, excepcionalmente en los años 2000 y 2016 respectivamente se observan fluctuaciones que no afectan la correlación.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Tratado de libre comercio de centro américa (22/11/11)</i> Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .479 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .248>.05 T-STUDENT Significancia: .000<.05  Se presenta una diferencia significativa con respecto a la entrada en vigor del tratado y el incremento de las exportaciones mexicanas.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	El principal sector de exportación de Honduras con destino a México es el textil, abarcando el 45%, por otro lado, los crustáceos y el café, son otras de las actividades comerciales realizadas por PYMEx.

**Tabla 4** Relación comercial México – Honduras  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS.*

Nicaragua	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Alta correlación (.857) entre las importaciones y exportaciones.</i> A pesar de que los datos analizados inician en 1993, el crecimiento de las importaciones y exportaciones comienza a generarse a partir de 1996, mostrando un crecimiento acelerado.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Tratado de libre comercio de centro américa (22/11/11)</i> Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .397 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .055>.05 T-STUDENT Significancia: .000<.05  Hay una diferencia significativa con respecto a la entrada en vigor del tratado y el incremento de las exportaciones mexicanas.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	Existen nichos de mercado para las PYMEx de Nicaragua: cacahuate, crustáceos y aceite de palma.

**Tabla 5** Relación comercial México – Nicaragua.  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS*

El Salvador	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Alta correlación (.863) entre las importaciones y exportaciones.</i> Descriptivamente se puede observar que del periodo comprendido entre el 2004 al 2011 se presentaron fluctuaciones en las exportaciones de México a El Salvador, dicho fenómeno no se observa en las importaciones a territorio nacional. De igual forma se observa de manera evidente un distanciamiento considerable de las variables, lo cual representa en otras palabras mayores beneficios económicos para México.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Tratado de libre comercio de centro américa (22/11/11)</i> Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .606 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .064>.05 T-STUDENT Significancia: .040<.05  Hay una diferencia significativa con respecto a la entrada en vigor del tratado y el incremento de las exportaciones mexicanas. Después de un periodo de inestabilidad de las exportaciones de México a El Salvador de 7 años, se puede observar gráficamente como comienzan a estabilizarse y encontrar crecimiento constante de intercambio comercial para ambas partes.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	El sector textil y sus manufacturas de El Salvador ocupa el 30% de las exportaciones a México, sector al cual podrían acceder algunas pequeñas y medianas empresas. Por otro lado, otro sector que ocupa las importaciones a México se encuentra relacionado a maquinas, cables e hilos eléctricos es un sector que se podría dificultar para estas organizaciones.

**Tabla 6** Relación comercial México – El Salvador  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS*

Chile	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Moderada correlación (.570) entre las importaciones y exportaciones.</i>  Descriptivamente se observa que 1993 a 2006 las variables comienzan a mantener un incremento similar, no obstante a partir de esta última fecha dichos datos comienzan a distar uno del otro, manteniendo una mayor cantidad económica las exportaciones mexicanas frente a las chilenas.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>El tratado entra en vigor el día 1 de agosto de 1999</i>  Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .747 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .124>.05 T-STUDENT Significancia: .194<.05  De acuerdo con los datos recabados se determina que no se puede inferir estadísticamente que la entrada en vigor del tratado beneficiara el intercambio comercial entre ambos países.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEX</b>	Algunos de los sectores en los cuales pueden participar las PYMEs son los relacionados al sector agrícola, ganadero y de la industria alimentaria.

**Tabla 7** Relación comercial México – Chile.

Fuente: elaboración propia a través del análisis de información con SPSS.

Perú	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Alta correlación entre las importaciones y exportaciones (.843).</i>  De 1993 a 2003 las exportaciones e importaciones son correlacionales, no obstante, a partir del 2004 se observa cómo se incrementan las exportaciones mexicanas frente a las peruanas.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Entrada en vigor el 1 de febrero del 2012</i>  Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .738 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .124>.05 T-STUDENT Significancia: .194<.05  La entrada en vigor encuentra alguna relación significativa con el incremento a las exportaciones.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEX</b>	El sector agrícola puede representar un aspecto de oportunidad para las pequeñas y medianas empresas.

**Tabla 8** Relación comercial México – Perú

Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS

Panamá	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Escasa correlación (.494) entre las importaciones y exportaciones.</i>  Se puede observar descriptivamente que las importaciones originarias de Panamá muestran una constante, sin incrementos o decrementos sustanciales. En tanto que las exportaciones mexicanas a dicho país se incrementan significativamente a partir del 2015.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Entrada en vigor 1 de Julio de 2015</i>  Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .595 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .434>.05 T-STUDENT Significancia: .655>.05  De acuerdo con los datos recabados y su análisis se infiere que no existe una relación con respecto a la entrada en vigor del tratado que incremente el intercambio comercial entre estos dos países.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEX</b>	El 77% de importaciones originarias de Panamá se encuentran relacionadas al petróleo, sector que resulta poco costoso para las pequeñas y medianas empresas. No obstante, lo anterior la industria química y pecuaria representan una posibilidad para las PYMEs.

**Tabla 9** Relación comercial México – Panamá

Fuente: elaboración propia a través del análisis de información con SPSS

Uruguay	
<b>Relación importaciones y exportaciones 1993-2019 (Correlación de Pearson)</b>	<i>Moderada correlación (.642) entre las importaciones y exportaciones.</i>  Del 1993 a 2006 el crecimiento entre importaciones y exportaciones originarias de ambos países es posible y correlacional, no obstante, durante los próximos años y hasta la actualidad las variables no encuentran suficiente relación, beneficiándose en mayor medida México.
<b>Evidencia estadística de la utilidad del tratado de libre comercio</b>	<i>Entrada en vigor del TLC 15 de Julio de 2004</i>  Normalidad Shapiro-wil P-valor Previo a la entrada en vigor: .738 >.05 P-valor Posterior a la entrada en vigor: .311 >.05 T-STUDENT Significancia: .006 <.05  La entrada en vigor encuentra alguna relación significativa con el incremento a las exportaciones.  Descriptivamente se observa que una vez celebrado el tratado las exportaciones mexicanas a Uruguay comienzan a incrementarse de manera destacable.
<b>Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx</b>	Los principales sectores de Uruguay que realizan importaciones a México encuentran relación a la industria química, agrícola (arroz), del cuero y pieles, queso y madera contrachapada.

**Tabla 10** Relación comercial México – Uruguay  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS*

### Análisis de los países con los que México no cuenta con tratado o acuerdo de libre comercio

País / Correlación intercambio de bienes de importación y exportación con respecto a México	Principales sectores productivos atendiendo al desarrollo MiPyMEx
<b>Argentina</b> <i>Moderada correlación .612</i>	Industria química, cueros y pieles, vino y aceites vegetales (girasol).
<b>Brasil</b> <i>Moderada correlación .669</i>	Industria química, carne, manufacturas de madera, cueros y pieles.
<b>Paraguay</b> <i>Alta correlación .707</i>	Agrícola en un 70% Soja, cueros y pieles.
<b>Ecuador</b> <i>Alta correlación .706</i>	Productos de la industria alimentaria de manera específica el cacao, así como las grasas y aceites vegetales.
<b>Bolivia</b> <i>Baja correlación .372</i>	Cueros y pieles curtidos y madera.
<b>Cuba</b> <i>Muy baja correlación -.244</i>	Alcohol etílico, cigarro, equipo para laboratorio, cueros y pieles.
<b>Venezuela</b> <i>Muy baja correlación -.231</i>	Papel y cartón, pescado congelado y semillas y frutos oleaginosos.

**Tabla 11** Relación comercial México – resto de Latinoamérica  
*Fuente: Elaboración propia a través del análisis de información con SPSS*

### Conclusiones

Los países que presentan una buena correlación con respecto a las importaciones y exportaciones mexicanas se encuentran representados principalmente por Guatemala y Honduras, además de Nicaragua, El Salvador y Perú, siendo los primeros cuatro países parte del TLC para centro américa. En este sentido se puede inferir que, en términos de comercio exterior de bienes, y en base al análisis exploratorio, dichos estados se ostentan como los principales socios comerciales de México en centro y sur américa. Estas relaciones comerciales han resultado provechosas para ambos países, sin embargo, de la observación de los datos descriptivos se puede determinar que México en millones de dólares, ha obtenido mayores ingresos por sus exportaciones a estos países.

Es en este punto resulta procedente señalar, la necesidad que tienen estas economías de impulsar sus exportaciones a México, ya que a través de la identificación de la ventaja comparativa con la que cuentan los mismos, se pudo determinar que se pueden importar a territorio mexicano bienes relacionados a los sectores industriales de aceites animales o vegetales, manufactura plástica, industria alimentaria, así como el textil, acuícola (crustáceos) y el cafetalero; en los cuales pueden participar pequeñas y medianas empresas.

Por otra parte, Colombia, Ecuador, Paraguay, así como lo son, Costa Rica, Uruguay, Argentina y Brasil presentan en su mayoría moderada correlación, en este sentido el intercambio de bienes y servicios no es del todo correlativo entre ambos países, sin embargo, cabe destacar que, de la observación de los datos se percibe el provecho que ha obtenido México de sus alcances comerciales. De igual forma en este apartado se percibe buena influencia positiva de los tratados de libre comercio suscritos.

Uno de los tratados que ha resultado poco útil es el de Chile, la celebración del tratado no ha impactado las importaciones y exportaciones, en términos de correlación esta se presenta en muy bajos niveles. En cuanto a lo que respecta a Panamá se observa muy poca correlación de intercambio comercial, así como poca utilidad del tratado, lo cual se robustece de la observación de los datos cuantitativos recabados durante el proceso de investigación.

Por último, Bolivia, Cuba y Venezuela, como era de esperarse presenta prácticamente una nula correlación, de hecho, los dos últimos países el grado ínfimo de correlación que presentan es negativo. Esto dadas las políticas comerciales bajo las cuales se desempeñan las economías de los citados países.

Este trabajo pretende ser el preámbulo para la identificación de oportunidades de exportación de productos latinoamericanos que tengan como destino a México; debido a que aquí solo se analizan tres variables, que consisten en determinar el grado de dependencia comercial, la integración económica y sectores productivos acordes a la ventaja comparativa; resulta indispensable que se efectúen futuros estudios que atiendan a otros factores de internacionalización y además se profundice en cada uno de los sectores productivos que aquí se proponen; a fin de facilitar a las MiPyME, aquellos aspectos de oportunidad para su internacionalización.

### Referencias

Acuerdo Alianza del Pacífico. (01 de mayo de 2016). Sistema de información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [www.sice.oas.org/Trade/PAC\\_ALL/Index\\_Pacific\\_Alliance\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/PAC_ALL/Index_Pacific_Alliance_s.asp)

Acuerdo de Alcance Parcial Celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos. (31 de mayo de 1993). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [http://www.sice.oas.org/Trade/ECU\\_MEX/Index\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/ECU_MEX/Index_s.asp)

Acuerdo de Complementación Económica Brasil - México. (02 de mayo de 2003). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [http://www.sice.oas.org/Trade/MexBraACE53/SPA/mexbra\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/MexBraACE53/SPA/mexbra_s.asp)

Acuerdo de Complementación Económica entre Argentina y México. (28 de noviembre de 1993). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [http://www.sice.oas.org/Trade/ARG\\_MEX/ARGMEX\\_ind\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/ARG_MEX/ARGMEX_ind_s.asp)

Acuerdo de Complementación Económica No. 66 entre Bolivia y México. (17 de mayo de 2010). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [http://www.sice.oas.org/Trade/BOL\\_MEX\\_66/BOL\\_MEX\\_Ind\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/BOL_MEX_66/BOL_MEX_Ind_s.asp)

Acuerdo de Integración Comercial México-Perú. (06 de abril de 2011). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Obtenido de SICE: [http://www.sice.oas.org/Trade/MEX\\_PER\\_Integ\\_Agrmt/MEX\\_PER\\_Ind\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/MEX_PER_Integ_Agrmt/MEX_PER_Ind_s.asp)

Chirinos, R. (2007). Comercio y crecimiento: Una revisión de la hipótesis “Aprendizaje por las Exportaciones”. Serie documentos de trabajo del BCRP, 2, 4-6.

Espinoza Díaz, O. E., & Pacheco Espinoza, E. M. (2019). Relación del índice de conectividad de carga marítima y el índice de competitividad de comercio exterior Perú-EEUU para arándanos frescos, período 2012–2017, Trujillo 2019.

Lima, D., Elías, J., & Alvarez, M. (2008). Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial. Documento de Proyecto. División de Comercio Internacional e Integración. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Samaniego, P., Vallejo, M. C., & Martínez-Alier, J. (2015). Déficit comerciales y débitos físicos en Sudamérica. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 1-26.

Xicotécatl, R. I. F., Vázquez, F. A., & Vargas, J. T. (2013). Un análisis de la productividad total de factores ampliada en la industria manufacturera de México 2003-2010. *Investigación Administrativa*, (112), 51-63.

## Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada

### Proposal of a competitiveness model for companies of the bread and tortilla industry: case of microenterprises of Ensenada

RUIZ-PÉREZ, Roberto†\*, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio

*Instituto Tecnológico de Sonora, México.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: Roberto, Ruiz-Pérez / ORC ID: 0000-0001-8884-9890, CVU CONACYT ID: 625356

ID 1<sup>er</sup> Coautor: Erika Ivett, Acosta-Mellado / ORC ID: 0000-0003-3526-8923, Researcher ID Thomson: X-8807-2019, CVU CONACYT ID: 282641

ID 2<sup>do</sup> Coautor: Imelda Lorena, Vázquez-Jimenez / ORC ID: 0000-0002-3716-328X, CVU CONACYT ID: 282641

ID 3<sup>er</sup> Coautor: Luis Antonio, Gaxiola Alcantara / ORC ID: 0000-0001-8110-4255

DOI: 10.35429/JED.2020.24.7.31.39

Recibido: Julio 25, 2020; Aceptado: Diciembre 30, 2020

#### Resumen

El artículo muestra resultados preliminares de una investigación sobre la propuesta de un modelo sobre como la competitividad (Y) influye en las capacidades del negocio para permanecer en el mercado (X1) y las capacidades organizacionales (X2) en microempresas de Ensenada Baja California de la industria de harina y pan. El objetivo de la investigación es determinar que variables son significativas para la generación de modelo que establezca relaciones causales. La investigación es cuantitativa con establecimiento de relaciones causales para la comprobación de las hipótesis. Se elaboró un instrumento con cinco variables tomando como referencia la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). Para la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en las cuales se encuentran listadas 382 empresas, con un error del 10% se requieren encuestar a 58 empresas. Para el proceso de información de la base de datos se utilizó SMART PLS. Los resultados preliminares revelan que existe evidencia estadísticamente significativa entre las relaciones causales de la variable dependiente con dos de las variables independientes.

**Competitividad, Capacidades del negocio con el mercado, Capacidades organizacionales**

#### Abstract

The article shows preliminary results of an investigation on the proposal of a model on how competitiveness (Y) influences business capacities to stay in the market (X1) and organizational capacities (X2) in microenterprises of Ensenada Baja California of the flour and bread industry. The objective of the research is to determine which variables are significant for the generation of a model that establishes causal relationships. The research is quantitative with the establishment of causal relationships for testing the hypotheses. An instrument with five variables was developed taking as a reference the National Survey on Productivity and Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (ENAPROCE). For the sample, the National Statistical Directory of Economic Units (DENUE) was used, in which 382 companies are listed, with an error of 10%, 58 companies are required to be surveyed. SMART PLS was used for the information processing of the database. The preliminary results reveal that there is statistically significant evidence between the causal relationships of the dependent variable with two of the independent variables.

**Competitiveness, Business capabilities with the market, Organizational capabilities**

**Citación:** RUIZ-PÉREZ, Roberto, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio. Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada. Revista de Desarrollo Económico. 2020. 7-24:31-39.

\* Correspondencia del Autor (Email: roberto.ruiz@itson.edu.mx)

† Investigador contribuido como primer autor.

## Introducción

En la actualidad las entidades económicas se han visto inmersas en procesos de competencia cada vez más agresivos, en consecuencia, los productos que se ofertan al mercado han optado por presentar características diferenciadoras de sus competidores cercanos, tal como lo expresan Cuadros y Samaniego (2016). Esas estrategias diferenciadoras pueden ir desde la calidad del producto hasta la forma en la cual administrativamente se llevan a cabo las operaciones para la elaboración de este, provocando con ello lograr ventajas.

Así mismo Michael Porter (1987) explica que existen dos tipos principales de ventajas competitivas: una es la relacionada con el liderazgo en los costos de producción y la otra tiene que ver con la diferenciación de los productos o servicios. Se dice entonces que se logra una ventaja competitiva cuando los consumidores finales están dispuestos a pagar un valor por esos bienes. Bajo este contexto el precio puede ser un diferenciador (precios más bajos) o bien la experiencia especial que se ofrece por la enajenación del artículo.

En publicaciones realizadas Annhery, Jaiham, y Garc (2015), mencionan que, a través de una adecuada administración, las empresas pueden lograr una optimización de la toma de decisiones generando con ello un incremento en la competitividad y con ello un mejor desempeño financiero, lo cual es un indicador favorable sobre la permanencia en el mercado en un corto y mediano plazo.

Es por ello por lo que la competitividad cobra un papel importante en las organizaciones, ya que los antiguos modelos económicos donde sólo se incorporaban factores como tierra, trabajo y capital han quedado desfasados. Con esta investigación se desea atender la problemática sobre en qué medida una propuesta de modelo sobre la competitividad favorece las condiciones de las microempresas para aminorar el riesgo; esta problemática ha sido abordada por distintos autores (Romer, 1990; Porter, 1987; Sarmiento, 2008).

Del problema anterior planteado se desprende el siguiente objetivo: proponer un modelo sobre como la competitividad (Y) influye en las capacidades del negocio para permanecer en el mercado (X1) y las capacidades organizacionales (X2) en microempresas de Ensenada Baja California de la industria de harina y pan. Con ese contexto se desprenden dos hipótesis correlacionales a comprobar:

H<sub>1</sub> Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades del negocio respecto al mercado

H<sub>2</sub> Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades organizacionales.

Esta investigación muestra resultados preliminares, ya que a raíz de la pandemia no se había concluido con el levantamiento de la muestra definitiva de las encuestas, se lleva un avance del 52%.

## Marco teórico

Uno de los pioneros en los temas de competitividad es Porter (1979) el cual cita que las empresas cuentan con un bagaje de estrategias competitivas (explícitas e implícitas), pero eso no es suficiente ya que éstas deben enfocarse hacia el mercado en el cual se encuentran compitiendo; en función de ese funcionamiento se deciden cuáles son las estrategias “hechas a la medida” que mejoren el desempeño de la organización y con ello se hagan más competitivas.

De igual forma Sarmiento (2008) encontró que la competitividad es un proceso en el cual las organizaciones se van adaptando según las condiciones del mercado, es decir, en función del dinamismo de los mercados surgen distintas exigencias, de tal suerte que las empresas que se adapten con mayor facilidad serán más competitivas. Esto se lleva a cabo a través de un proceso de aprendizaje y negociación, la denominada brecha de conocimiento.

Es por ello que Porter (1980) enfatiza en que los empresarios deben de estar capacitados para establecer relaciones con los proveedores y con ello lograr menores costos de producción; otra manera es realizando inversión en tecnología de punta que favorezca los procesos productivos haciéndolos más eficientes; en ese sentido, también es importante la relación con los clientes para estimular el incremento en las ventas de los productos o servicios. Según Chiavenato (2009) la competitividad son los cimientos para que las organizaciones alcancen el éxito.

La complejidad de los mercados ha dado por hecho que los productos y servicios son competitivos, por lo cual la calidad a dejado de ser catalogado como un valioso valor añadido, ya que es parte de la normalidad y es lo mínimamente necesario para poder sobrevivir en el mercado. A diferencia que, en el pasado, en esta época hay un sinnúmero de productos y servicios que están a la espera de suplir al proveedor que ha fallado, al producto defectuoso o al producto que no ofrezca una reputación sólida. (Berumen y Palacios, 2009).

De igual forma, al ser productos de consumo genérico, los empresarios deben de tener claridad en el contenido de materia prima requerida para la elaboración de cada uno de los productos que se ofertan, ya que según (Chicango, 2020) a futuro los productores locales pudieran hacer propuestas de rutas gastronómicas con los productos derivados de la industria de pan y tortillas. Con esto se pudiera incrementar la competitividad y fortalecer el comercio interno regional.

### **Teoría de la competitividad sistémica**

En publicaciones realizadas por Vizcaino, Robles y Jiménez (2007) mencionan que la teoría de Competitividad Sistémica (CS) enriquece la teoría de la competitividad de Porter (1980) y surge como una herramienta teórica ante los altos niveles de complejidad que se han alcanzado por la sociedad en la era de la globalización y cambio tecnológico. Este concepto forma parte de un marco de referencia para los países industrializados como en desarrollo. El concepto de competitividad Sistémica fue formulado por un grupo de investigadores del Instituto Alemán del Desarrollo por Esser, Hillebrand, Mesnner, Meyer y Starmer en 1996.

Este concepto tiene como base la integración social por lo que no solo propone reformas económicas sino también un proyecto de transformación de la sociedad. Proponen que el análisis de competitividad debe considerar cuatro niveles siendo estos el Meta económico, Macroeconómico, Meso económico y Microeconómico. (Vizcaino, Robles y Jiménez, 2007).

### **Teoría de la ventaja comparativa**

La ley de ventaja comparativa fue propuesta por David Ricardo y surge con base a los pensamientos de Adam Smith y su teoría de la ventaja absoluta, en la ley de la ventaja comparativa se postula que a pesar de que un país posee ventaja en la producción de bienes sobre otro, siempre es posible el comercio y que ambos se verán mutuamente beneficiados. Melera (2011). Por su parte Krugman (2007) la define como aquel que logre tener un costo de oportunidad menor respecto al resto de los demás productores. De aquí surge la especialización de la producción.

Con base en los estudios realizados por Cervantes, Ballesteros y Hernández (2012) concluyen que el análisis empírico de la ventaja comparativa sirve para determinar si ciertas actividades competirán en diferentes regiones de un país, en el mediano plazo, con productos similares a los comercializados en los mercados internacionales, bajo el supuesto de eliminación de apoyo gubernamentales y distorsiones del tipo de cambio.

Tal como mencionan GAGLIANO, LUJÁN y MONTROYA (2020). Los productos alimenticios como el pan tienden a satisfacer necesidades básicas, es por ello que presentan una alta demanda y por consiguiente, una elevada cantidad de oferentes. Es por ello que para incrementar las oportunidades de éxito en el mercado es necesario establecer ventajas comparativas que hagan verdaderos diferenciadores de los productos. Al hacer esto los empresarios son visionarios en atender las necesidades presentes y futuras de los clientes.

## Competitividad

Para Michael Porter (1990) quien fue el precursor en realizar una estructura y sistematizar un cuerpo teórico en torno al concepto de competitividad, la define como: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población”. La competitividad es la medida en que una nación es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito los mercados internacionales todo esto basado en condiciones de un mercado libre y leal. Logrando mantener y aumentar la renta real de sus ciudadanos. (Ivancevich y Lorenzi, 1997).

Por su parte Labarca (2007) define la competitividad de un país como la posibilidad que tienen los ciudadanos para alcanzar un nivel de vida elevado y creciente. Tomando en cuenta que en la mayoría de los países el nivel de vida está determinado por la productividad mediante el uso de los recursos nacionales. Por lo que determina que la competitividad sólo puede sostenerse alcanzando niveles más altos de productividad en los negocios ya existentes o ya sea incursionando en nuevos negocios con mayor productividad.

## Variables para medir la competitividad

Existen diversos indicadores para medir la Competitividad de las empresas. Los que se exponen a continuación, están tomados de la investigación desarrollada por el Ministerio de Economía y Finanzas de la Republica de Uruguay, citados por (Izquierdo, Schuster, 2008) denominado "Matriz de Indicadores de Competitividad", en el cual se plantea la construcción de un sistema de indicadores, tomando como fuente los reportados por el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial (Doing Business Project), el Banco Central del Uruguay y el Instituto Nacional de Estadística, entre otras instituciones

- Indicadores de eficiencia
- Indicadores de productividad
- Comparaciones de precios/costos:
- Indicadores de capacidad

- Gasto en equipo de automatización de la producción/ventas
- Estrategia de calidad y medio ambiente:
- Estrategia de inversión y capacidad productiva:

Para efectos de esta investigación se elaboró un instrumento de medición utilizando como referencia los indicadores basados en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). En dicha encuesta, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018) se tiene como objetivo central obtener información con representatividad nacional, que permita tener conocimiento acerca de las características de operación y desarrollo de las Microempresas.

Los indicadores utilizados para llevar a cabo el desarrollo de la presente investigación son los siguientes:

Capacidades del negocio con el Mercado (X1). Este rubro se caracteriza por estimar como el administrador del negocio lleva a cabo las actividades en función del entorno. Algunas de las preguntas que se realizaron en este apartado tienen que ver con: visitas a los negocios con los que compete, exploración de precios de sus competidores, necesidades futuras de los clientes, relación con los proveedores sobre tendencias de mercado, estrategias de publicidad y ventas, canales de distribución, entre otros.

Respecto a este apartado, Martínez, Laborín y Salazar (2020) encontraron que los empresarios de las Pymes que poseen mejores habilidades para la capacidad en cuanto a la operación del negocio (relacionadas con la integración de factores sociales, institucionales y comerciales) tienen mayor facilidad para detectar oportunidades de los mercados y con ello obtener mejores rendimientos monetarios. Ya que este tipo de empresario optimiza la gestión de los recursos (económicos, ambientales y económicos).

Capacidades Organizacionales (X2). En este rubro se desea establecer como el administrador tiene sistematizada la información. Algunas de las preguntas realizadas con este apartado tienen que ver con: registros físicos o tecnológicos de las actividades del negocio, registros de estados financieros, registros de ventas, tendencias de ventas o costos, estimación de la rentabilidad por producto, pronósticos de ventas, pronósticos de costos, entre otros.

Dando soporte al párrafo anterior, en estudios realizados por De la Rosa y Chan (2020) en Panaderías de Yucatán, México, encontraron hallazgos sobre la importancia de que los administradores de las unidades de negocio realicen esfuerzos significativos para la inversión en maquinaria y equipo, de igual forma se requiere que hagan un mejor uso de las tecnologías de la información; así como innovaciones en los procesos productivos que se traduzcan en un incremento en la conectividad respecto al mercado, ya que algunos se han quedado rezagados.

### Metodología

El tipo de investigación fue cuantitativa con un alcance descriptivo e inferencial. Es inferencial dado que se estimaron las variables mediante técnicas estadísticas y además es transversal porque solo se consideró información sobre un periodo de tiempo específico en cual se aplicó la encuesta para medir las variables.

Para la recolección de los datos se emplearon distintas técnicas. Una de ellas fue la técnica documental y bibliográfica donde se hizo una revisión de la literatura relevante para la construcción del marco de referencia. Posterior a ello se procedió al diseño del instrumento de medición y luego se procedió al levantamiento de la encuesta.

### Sujeto de estudio

El sujeto de estudio son las microempresas pertenecientes a la Industria de panadería y tortillas y otras industrias, que cuenten con hasta 5 empleados en la ciudad de Ensenada Baja California, donde la ciudad se ubica en el noroeste de la república mexicana. En lo particular la investigación se centró en el ámbito de medición de la competitividad de las microempresas en el país.

### Materiales

Los materiales que se utilizaron fue la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) la cual se utilizó para elaborar un instrumento de medición de la competitividad. Por la parte del cálculo de la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) el cual ofrece los datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de las empresas. En cuanto a la aplicación del modelo fue mediante el programa de SmartPLS 3.

### Cálculo de la muestra

Para llevar a cabo el cálculo de la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2020), donde se procedió a realizar la búsqueda de las empresas pertenecientes a la industria de panadería y tortillas y otras industrias, que cuenten con hasta 5 empleados en Ensenada Baja California, dando como resultado 382 empresas según datos del (DENUE). Con un intervalo de confianza del 90% y un error del 10% dando como resultado un total de 58 empresas.

Por motivos de contingencia que se está viviendo actualmente debido a la pandemia del coronavirus (covid-19), el tamaño de la muestra se ve afectado reduciéndose a 30, ya que solo fue posible entrevistar a 30 microempresas, es decir el 52% de la muestra planteada originalmente.

### Resultados

Cómo se mencionó anteriormente éstos son resultados preliminares.

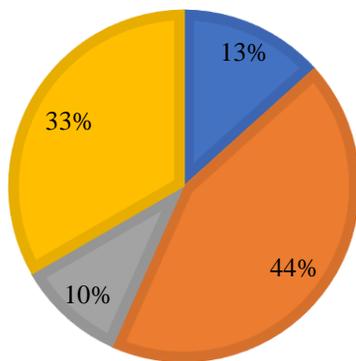
#### *Estadística descriptiva*

La estadística descriptiva tiene como objeto central presentar información de forma conveniente para que la información brindada sea más útil y comprensible. De esta manera es posible realizar comparaciones entre una o varias informaciones de un mismo hecho. A través de ella es posible describir el comportamiento del objeto de estudio.

El 100% de las empresas que se investigaron se encuentran operando como personas físicas. Esto concuerda con los estudios realizados por Manzanero (2018) presidente del Colegio Nacional del Notariado Mexicano donde menciona que en México los microempresarios o emprendedores inician operaciones regularmente como personas físicas, ya que esta formalidad te permite emprender solo y requiere menores obligaciones administrativas y fiscales.

Respecto a la forma en la cual las organizaciones obtuvieron los recursos al inicio de sus operaciones se obtuvo el Gráfico 1.

- Bancos
- Recursos propios
- Recursos propios y bancos
- Recursos propios y apoyo Gubernamental



**Gráfico 1** Origen de capital invertido  
Fuente: Elaboración propia, 2020

Se encontró que hay 2 meses durante el transcurso del año donde la industria presenta mayores ganancias, siendo este noviembre y este diciembre. Sin embargo, diciembre es el mes que mayores ganancias representa ya que el 63% de los establecimientos presentan un aumento en sus utilidades en dicho mes. Mientras que solo el 37% en noviembre mencionan que es el mes en que presentan mayores ganancias.

El 70% de las empresas encuestadas en la investigación realizaron algún tipo de inversión en el último año, inversiones las cuales fueron destinadas a compra de bienes que brinden mejoras a los procesos en la entidad, (maquinaria y equipo, transporte, y equipos de cómputo) mientras que el 30% menciona que no realizó ningún tipo de inversión en la organización.

*Estadística inferencial*

La estadística inferencial se encarga de realizar deducciones, es decir inferir conclusiones sobre una muestra estadística, para determinar el comportamiento de una determinada población o conjunto de datos, mediante el uso de métodos o técnicas estadísticas los cuales son el método de estimación de parámetros y método de contraste de hipótesis.

En la siguiente tabla se muestra el valor de las betas obtenidas al llevar a cabo la experimentación de las variables que se mencionan en dicha tabla.

Trayectorias	Betas
Competitividad → Capacidades Organizacionales	0.382
Competitividad → Capacidades del Negocio	0.442

**Tabla 1** Coeficientes Betas  
Fuente: Elaboración propia, 2020

El coeficiente de determinación obtenido del modelo, el cual indica el nivel de variación de la variable explicada con una o más variables explicativas o predictoras. Si el coeficiente de determinación es igual a cero, se dice que la ecuación de regresión no explica en nada la variación en la variable dependiente, por otra parte, si es valor es igual a 1 se puede decir que la ecuación de regresión explica la totalidad de la variación en los valores de la variable explicada. Howard (1990). Por lo que contar con un valor que tenga una mayor aproximación a 1, se puede entender como un modelo más fiable.

El valor de coeficiente de determinación o  $r^2$ , en el modelo aplicado resulto 0.569, lo cual indica que el modelo posee fiabilidad, ya que las variables tomadas en consideración se encuentran ajustadas.

En la tabla 2, se observan las Alfas de Cronbach de los ítems utilizados en el modelo siendo estos la Competitividad de la organización, la Competitividad del Mercado e Inversión en Capacitación.

Variable	Alfa de Cronbach
Capacidades del negocio	0.872
Capacidades del Organizacionales	0.961
Competitividad	0.822

**Tabla 2** Alfas de Cronbach  
Fuente: Elaboración propia, 2020

Todos los constructos utilizados son fiables, ya que cumplen con el valor mínimo aceptable de 0.7. Todos los valores por debajo de 0.7 poseen una consistencia interna baja. (Celina, Campo, 2005). De manera que un valor superior a 0.7 revela una intensa relación entre las preguntas.

Hipótesis	Coef. Beta	Est. t	Sig.
H <sub>1</sub> Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades del negocio respecto al mercado	0.44	8.57	0.000
H <sub>2</sub> Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades organizacionales.	0.38	23.95	0.000

**Tabla 3** Comprobación de Hipótesis

Fuente: elaboración propia, 2020

Se comprueban ambas hipótesis ya que las Betas son mayores a 0.2, los estadísticos t son mayores a 1.76 y se cuenta con una significancia al 0.000. Por lo cual se concluye que ambas variables independientes son estadísticamente significativas y deben de incluirse en el modelo.

## Conclusiones

La implementación de un estudio basado en la competitividad de las MiPymes en Ensenada, Baja California brinda información privilegiada acerca de los niveles de competitividad que poseen las empresas nacionales. El contar con una investigación de esta índole sirve como soporte para que el estado y el sector empresarial realicen actividades en conjunto que fomenten el desarrollo y competitividad de las empresas en la región.

Dentro de los principales hallazgos se encontró que la mayoría de los establecimientos iniciaron operaciones con capital propio lo cual podría indicar que el Gobierno Federal no está realizando medidas eficientes, que propicien mejores condiciones para la creación de microempresas, pese a que estas conforman el 95% de las empresas en México y logran emplear el 40% de la población económicamente activa. Secretaria de economía (2012).

A pesar de las condiciones del entorno al que las empresas se afrontan diariamente, estas siguen realizando inversiones que les ayuden a eficientizar sus sistemas de producción para lograr potencializarse y obtener una mejor posición en el mercado frente a sus competidores, ya que el 70% de los establecimientos en la ciudad realizaron algún tipo de inversión en el último año, donde el 62% de estas fueron realizadas en la adquisición de maquinaria y equipo.

Gracias al modelo aplicado se puede afirmar que una empresa puede elevar los niveles de competitividad cuando incrementa sus capacidades del negocio y las capacidades organizacionales. Como ya se menciona anteriormente es necesario adaptarse a las condiciones, ya que actualmente hay un cambio constante y acelerado tecnológicamente y es a través de la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades que los trabajadores se adaptaran más fácilmente a nuevas exigencias.

Es por ello por lo que para que una empresa mantenga su competitividad en un entorno de continuos cambios, debe contar con trabajadores capaces de cambiar e innovar rápidamente (Boorth y Snower, 1996). Diversos estudios realizados en países desarrollados demuestran que la capacitación en el trabajo genera significativos retornos en términos de productividad. A pesar de ello una gran parte de las empresas, en particular las pequeñas no ofrecen algún tipo de capacitación formal (Batra y Tan, 2002; Luthria, 2002; Padilla y Juárez, 2006).

De acuerdo con Capcha (2020), en los estudios que realizó encontró que los microempresarios se caracterizan por tener estudios secundarios, por lo cual los incentiva a que continúen con su preparación; esto se debe reforzar ya que las decisiones que toman se verán fortalecidas por un respaldo de conocimiento de la situación del entorno. Un empresario bien informado, tenderá a buscar mejores opciones que incrementen la rentabilidad del negocio.

El futuro y bienestar de las microempresas en el país depende de los niveles de organización y consolidación, es por ello que es necesario el contar con capital humano competente. Para que los pequeños comerciantes logren subsistir y hacer frente a las empresas transnacionales que llegan a establecerse en territorio nacional, ya que estas se apoderan del mercado mediante altos niveles de infraestructura y tecnología en sus procesos productivos y organizacionales. Para futuras investigaciones se pudiera estudiar cual es el efecto de la cercanía de la frontera norte con Estados Unidos de Norte América y las empresas nacionales respecto a sus niveles de competitividad.

### Referencias

- Annherys, P., Jaiham, H., & Garc, J. (2015). Toma de decisiones: reto para crear ventajas competitivas en las distribuidoras de alimentos gourmet. *Desarrollo Gerencial*, 7(2).
- Batra, G. Y H. W. Tan (2002), "Upgrading Work Force Skills To Create Highperforming Firms", In I. Nabi Y M. Luthria (Eds.), *Building Competitive Firms*, Banco Mundial, Washington
- Berumen, S. Palacios, O. (2009). *Competitividad Clusters E Innovación*. Editorial, Trillas. México, D.F.
- Booth, A. Y D. Snower (1996), *Acquiring Skills, Market Failures, Their Symptoms And Policy Responses*, Cambridge University Press, Cambridge, M. A.
- Capcha Castillejo, W. N. (2020). Auditoría, tributación, finanzas y rentabilidad, de las micro y pequeñas empresas nacionales sector industria, rubro panaderías del distrito de Padre Abad, 2020.
- Cervantes, M. Ballesteros, B, B. Hernández, F. (2012). *Programas Para Elevar La Competitividad De Las Empresas En México*. Eumed.Net. Eumed.Net Recuperado De <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/Mx/2012/Vlc.html>
- Chiavenato, I. (2009). *Introducción A La Teoría General De La Administración*. México: McGraw Hill.
- Chicango-Fuertes, L. E. (2020). *Propuesta de ruta gastronómica de productos emblemáticos para la difusión del patrimonio cultural inmaterial en el Centro Histórico de Quito* (Doctoral dissertation, UNIB. E).
- Cuadros, C. R. C., y Samaniego, J. F. R. (2016). *Estrategia de diferenciación: el caso de las empresas industriales*. *Ingeniería industrial*, (34), 165-174.
- de la Rosa, E. P., & Chan, M. Á. P. (2020). Factores endógenos y su relación con la competitividad de las micro y pequeñas empresas panaderas de mérida. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 26(75), 176-196.
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (2020). DENU. URL: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Gagliano, G., Luján Salas, S. M., & Montoya Espinoza, D. (2020). *Automatización de líneas de producción de pan de molde y bollería en una industria panificadora argentina*.
- Howard B, C. (1990). *Estadística paso a paso*. 3ª Ed, México. Trillas, (reimpreso, 2012).
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional Sobre Productividad Y Competitividad De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. 26/Julio/2020, De INEGI Sitio Web: <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproc/e/2018/default.html#documentacion>
- Ivancevich, J. Y Lorenzi, P. (1997). *Gestión De Calidad Y Competitividad*. 2da. Edición. McGraw-Hill. España.
- Izquierdo García, Belinda, & Schuster Fonseca, Juan. (2008). *Construcción De Indicadores Para La Competitividad. Caso De Empresas Dirigidas Por Mujeres En La Región De Xalapa, Ver., México*. *Investigación Administrativa*, 37(102), 82-102. Recuperado En 27 De Julio De 2020, De [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782008000200082&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782008000200082&lng=es&tlng=es).
- Krugman, P. (2007). *Introducción A La Macroeconomía*. Editorial Reverte. Barcelona, España.

Labarca, N. (2007) Consideraciones Teóricas De La Competitividad Empresarial. *Omnia*, 13(2),158-184

Luthria, M. (2002), "Supporting Technology Generation And Diffusion At The Firm Level, En Nabi Y Luthria (Eds.), Pp. 98-117.

Manzanero, J, E. (2018). La diferencia entre emprender como persona física y persona moral. *Entrepreneur*. México. 16/Octubre/2020. Obtenido de: <https://www.entrepreneur.com/article/311399>

Martínez Navarro, M. L., Laborín Álvarez, J. F., & Salazar Solano, V. (2020). Validación de la escala de liderazgo en Pymes para la industria alimentaria. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8(22).

Melera, F, M. (2011). Las Ventajas Comparativas De Mendoza, Respecto De La Nación. Las Políticas Que Han Influido En Las Mismas Desde 1900 Hasta La Actualidad. Repositorio OAI Biblioteca Digital Universidad Nacional De Cuyo. Argentina.

Padilla, R. Juarez, M. (2006). Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe. Efectos De La Capacitación En La Competitividad De La Industria Manufacturera. Mexico. [Http://is7-e2.cepal.org/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf](http://is7-e2.cepal.org/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf)

Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva*. México: Patria

Romer, P. M. (1990). Endogenous Technical Change. *Journal Of Political Economy*, Vol. 98.

Sarmiento, S. (2008). Competitividad Regional. *Dialnet*, (6), 19-37,

Vizcaino, M. Ma. Guadalupe, Robles Z. Francisco J. Y Jiménez G. Amparo (2007). *Revista Educateconciencia*. Competitividad Empresarial De Las MIPYMES Del Sector Alimentario. (11), No. 12 Tepic, Nayarit.

**[Título en Times New Roman y Negritas No. 14 en Español e Inglés]**

Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1<sup>er</sup> Autor†\*, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1<sup>er</sup> Coautor, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 2<sup>do</sup> Coautor y Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 3<sup>er</sup> Coautor

*Institución de Afiliación del Autor incluyendo dependencia (en Times New Roman No.10 y Cursiva)*

*International Identification of Science - Technology and Innovation*

ID 1<sup>er</sup> Autor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 1<sup>er</sup> Autor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 1<sup>er</sup> Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 1<sup>er</sup> Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 2<sup>do</sup> Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 2<sup>do</sup> Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 3<sup>er</sup> Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 3<sup>er</sup> Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

(Indicar Fecha de Envío: Mes, Día, Año); Aceptado (Indicar Fecha de Aceptación: Uso Exclusivo de ECORFAN)

**Resumen (En Español, 150-200 palabras)**

Objetivos  
Metodología  
Contribución

**Indicar 3 palabras clave en Times New Roman y Negritas No. 10 (En Español)**

**Resumen (En Inglés, 150-200 palabras)**

Objetivos  
Metodología  
Contribución

**Indicar 3 palabras clave en Times New Roman y Negritas No. 10 (En Inglés)**

**Citación:** Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1er Autor, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1er Coautor, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 2do Coautor y Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 3er Coautor. Título del Artículo. Revista de Desarrollo Económico. Año 1-1: 1-11 (Times New Roman No. 10)

\* Correspondencia del Autor (ejemplo@ejemplo.org)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

**Introducción**

Texto redactado en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

Explicación del tema en general y explicar porque es importante.

¿Cuál es su valor agregado respecto de las demás técnicas?

Enfocar claramente cada una de sus características

Explicar con claridad el problema a solucionar y la hipótesis central.

Explicación de las secciones del Artículo

**Desarrollo de Secciones y Apartados del Artículo con numeración subsecuente**

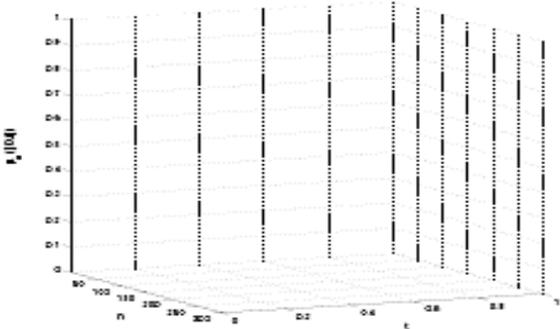
[Título en Times New Roman No.12, espacio sencillo y Negrita]

Desarrollo de Artículos en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

**Inclusión de Gráficos, Figuras y Tablas-Editables**

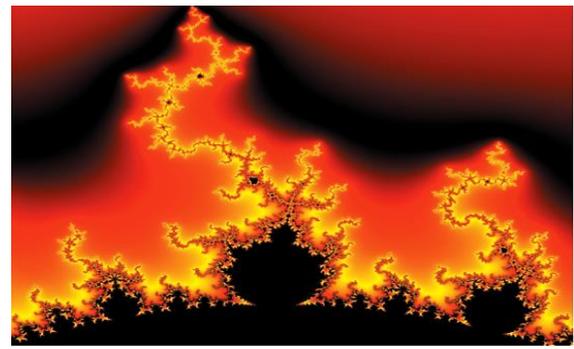
En el *contenido del Artículo* todo gráfico, tabla y figura debe ser editable en formatos que permitan modificar tamaño, tipo y número de letra, a efectos de edición, estas deberán estar en alta calidad, no pixeladas y deben ser notables aun reduciendo la imagen a escala.

[Indicando el título en la parte inferior con Times New Roman No. 10 y Negrita]



**Gráfico 1** Titulo y Fuente (*en cursiva*)

No deberán ser imágenes, todo debe ser editable.



**Figura 1** Titulo y Fuente (*en cursiva*)

No deberán ser imágenes, todo debe ser editable.


**Tabla 1** Titulo y Fuente (*en cursiva*)

No deberán ser imágenes, todo debe ser editable.

Cada Artículo deberá presentar de manera separada en **3 Carpetas**: a) Figuras, b) Gráficos y c) Tablas en formato .JPG, indicando el número en Negrita y el Título secuencial.

**Para el uso de Ecuaciones, señalar de la siguiente forma:**

$$Y_{ij} = \alpha + \sum_{h=1}^r \beta_h X_{hij} + u_j + e_{ij} \quad (1)$$

Deberán ser editables y con numeración alineada en el extremo derecho.

**Metodología a desarrollar**

Dar el significado de las variables en redacción lineal y es importante la comparación de los criterios usados

**Resultados**

Los resultados deberán ser por sección del Artículo.

**Anexos**

Tablas y fuentes adecuadas.

**Agradecimiento**

Indicar si fueron financiados por alguna Institución, Universidad o Empresa.

**Conclusiones**

Explicar con claridad los resultados obtenidos y las posibilidades de mejora.

**Referencias**

Utilizar sistema APA. No deben estar numerados, tampoco con viñetas, sin embargo en caso necesario de numerar será porque se hace referencia o mención en alguna parte del Artículo.

Utilizar Alfabeto Romano, todas las referencias que ha utilizado deben estar en el Alfabeto romano, incluso si usted ha citado un Artículo, libro en cualquiera de los idiomas oficiales de la Organización de las Naciones Unidas (Inglés, Francés, Alemán, Chino, Ruso, Portugués, Italiano, Español, Árabe), debe escribir la referencia en escritura romana y no en cualquiera de los idiomas oficiales.

**Ficha Técnica**

Cada Artículo deberá presentar un documento Word (.docx):

Nombre de la Revista

Título del Artículo

Abstract

Keywords

Secciones del Artículo, por ejemplo:

1. *Introducción*
2. *Descripción del método*
3. *Análisis a partir de la regresión por curva de demanda*
4. *Resultados*
5. *Agradecimiento*
6. *Conclusiones*
7. *Referencias*

Nombre de Autor (es)

Correo Electrónico de Correspondencia al Autor

Referencias

**Requerimientos de Propiedad Intelectual para su edición:**

-Firma Autógrafa en Color Azul del Formato de Originalidad del Autor y Coautores

-Firma Autógrafa en Color Azul del Formato de Aceptación del Autor y Coautores

## **Reserva a la Política Editorial**

Revista de Desarrollo Económico se reserva el derecho de hacer los cambios editoriales requeridos para adecuar los Artículos a la Política Editorial del Research Journal. Una vez aceptado el Artículo en su versión final, el Research Journal enviará al autor las pruebas para su revisión. ECORFAN® únicamente aceptará la corrección de erratas y errores u omisiones provenientes del proceso de edición de la revista reservándose en su totalidad los derechos de autor y difusión de contenido. No se aceptarán supresiones, sustituciones o añadidos que alteren la formación del Artículo.

## **Código de Ética – Buenas Prácticas y Declaratoria de Solución a Conflictos Editoriales**

### **Declaración de Originalidad y carácter inédito del Artículo, de Autoría, sobre la obtención de datos e interpretación de resultados, Agradecimientos, Conflicto de intereses, Cesión de derechos y distribución**

La Dirección de ECORFAN-México, S.C reivindica a los Autores de Artículos que su contenido debe ser original, inédito y de contenido Científico, Tecnológico y de Innovación para someterlo a evaluación.

Los Autores firmantes del Artículo deben ser los mismos que han contribuido a su concepción, realización y desarrollo, así como a la obtención de los datos, la interpretación de los resultados, su redacción y revisión. El Autor de correspondencia del Artículo propuesto requisitara el formulario que sigue a continuación.

Título del Artículo:

- El envío de un Artículo a Revista de Desarrollo Económico emana el compromiso del autor de no someterlo de manera simultánea a la consideración de otras publicaciones seriadas para ello deberá complementar el Formato de Originalidad para su Artículo, salvo que sea rechazado por el Comité de Arbitraje, podrá ser retirado.
- Ninguno de los datos presentados en este Artículo ha sido plagiado ó inventado. Los datos originales se distinguen claramente de los ya publicados. Y se tiene conocimiento del testeo en PLAGSCAN si se detecta un nivel de plagio Positivo no se procederá a arbitrar.
- Se citan las referencias en las que se basa la información contenida en el Artículo, así como las teorías y los datos procedentes de otros Artículos previamente publicados.
- Los autores firman el Formato de Autorización para que su Artículo se difunda por los medios que ECORFAN-México, S.C. en su Holding Bolivia considere pertinentes para divulgación y difusión de su Artículo cediendo sus Derechos de Obra.
- Se ha obtenido el consentimiento de quienes han aportado datos no publicados obtenidos mediante comunicación verbal o escrita, y se identifican adecuadamente dicha comunicación y autoría.
- El Autor y Co-Autores que firman este trabajo han participado en su planificación, diseño y ejecución, así como en la interpretación de los resultados. Asimismo, revisaron críticamente el trabajo, aprobaron su versión final y están de acuerdo con su publicación.
- No se ha omitido ninguna firma responsable del trabajo y se satisfacen los criterios de Autoría Científica.
- Los resultados de este Artículo se han interpretado objetivamente. Cualquier resultado contrario al punto de vista de quienes firman se expone y discute en el Artículo.

## Copyright y Acceso

La publicación de este Artículo supone la cesión del copyright a ECORFAN-Mexico, S.C en su Holding Bolivia para su Revista de Desarrollo Económico, que se reserva el derecho a distribuir en la Web la versión publicada del Artículo y la puesta a disposición del Artículo en este formato supone para sus Autores el cumplimiento de lo establecido en la Ley de Ciencia y Tecnología de los Estados Unidos Mexicanos, en lo relativo a la obligatoriedad de permitir el acceso a los resultados de Investigaciones Científicas.

Título del Artículo:

Nombre y apellidos del Autor de contacto y de los Coautores	Firma
1.	
2.	
3.	
4.	

## Principios de Ética y Declaratoria de Solución a Conflictos Editoriales

### Responsabilidades del Editor

El Editor se compromete a garantizar la confidencialidad del proceso de evaluación, no podrá revelar a los Árbitros la identidad de los Autores, tampoco podrá revelar la identidad de los Árbitros en ningún momento.

El Editor asume la responsabilidad de informar debidamente al Autor la fase del proceso editorial en que se encuentra el texto enviado, así como de las resoluciones del arbitraje a Doble Ciego.

El Editor debe evaluar los manuscritos y su contenido intelectual sin distinción de raza, género, orientación sexual, creencias religiosas, origen étnico, nacionalidad, o la filosofía política de los Autores.

El Editor y su equipo de edición de los Holdings de ECORFAN® no divulgarán ninguna información sobre Artículos enviado a cualquier persona que no sea el Autor correspondiente.

El Editor debe tomar decisiones justas e imparciales y garantizar un proceso de arbitraje por pares justa.

### Responsabilidades del Consejo Editorial

La descripción de los procesos de revisión por pares es dado a conocer por el Consejo Editorial con el fin de que los Autores conozcan cuáles son los criterios de evaluación y estará siempre dispuesto a justificar cualquier controversia en el proceso de evaluación. En caso de Detección de Plagio al Artículo el Comité notifica a los Autores por Violación al Derecho de Autoría Científica, Tecnológica y de Innovación.

### Responsabilidades del Comité Arbitral

Los Árbitros se comprometen a notificar sobre cualquier conducta no ética por parte de los Autores y señalar toda la información que pueda ser motivo para rechazar la publicación de los Artículos. Además, deben comprometerse a mantener de manera confidencial la información relacionada con los Artículos que evalúan.

Cualquier manuscrito recibido para su arbitraje debe ser tratado como documento confidencial, no se debe mostrar o discutir con otros expertos, excepto con autorización del Editor.

Los Árbitros se deben conducir de manera objetiva, toda crítica personal al Autor es inapropiada.

Los Árbitros deben expresar sus puntos de vista con claridad y con argumentos válidos que contribuyan al que hacer Científico, Tecnológica y de Innovación del Autor.

Los Árbitros no deben evaluar los manuscritos en los que tienen conflictos de intereses y que se hayan notificado al Editor antes de someter el Artículo a evaluación.

### **Responsabilidades de los Autores**

Los Autores deben garantizar que sus Artículos son producto de su trabajo original y que los datos han sido obtenidos de manera ética.

Los Autores deben garantizar no han sido previamente publicados o que no estén siendo considerados en otra publicación seriada.

Los Autores deben seguir estrictamente las normas para la publicación de Artículos definidas por el Consejo Editorial.

Los Autores deben considerar que el plagio en todas sus formas constituye una conducta no ética editorial y es inaceptable, en consecuencia, cualquier manuscrito que incurra en plagio será eliminado y no considerado para su publicación.

Los Autores deben citar las publicaciones que han sido influyentes en la naturaleza del Artículo presentado a arbitraje.

### **Servicios de Información**

#### **Indización - Bases y Repositorios**

RESEARCH GATE (Alemania)

GOOGLE SCHOLAR (Índices de citaciones-Google)

REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico- CSIC)

MENDELEY (Gestor de Referencias bibliográficas)

DULCINEA (Revistas científicas españolas)

UNIVERSIA (Biblioteca Universitaria-Madrid)

SHERPA (Universidad de Nottingham- Inglaterra)

#### **Servicios Editoriales**

Identificación de Citación e Índice H

Administración del Formato de Originalidad y Autorización

Testeo de Artículo con PLAGSCAN

Evaluación de Artículo

Emisión de Certificado de Arbitraje

Edición de Artículo

Maquetación Web

Indización y Repositorio

Traducción

Publicación de Obra

Certificado de Obra

Facturación por Servicio de Edición

#### **Política Editorial y Administración**

21 Santa Lucía, CP-5220. Libertadores -Sucre – Bolivia. Tel: +52 1 55 6159 2296, +52 1 55 1260 0355, +52 1 55 6034 9181; Correo electrónico: [contact@ecorfan.org](mailto:contact@ecorfan.org) [www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org)

**ECORFAN®**

**Editor en Jefe**

CHIATCHOUA, Cesaire. PhD

**Directora Ejecutiva**

RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD

**Director Editorial**

PERALTA-CASTRO, Enrique. MsC

**Diseñador Web**

ESCAMILLA-BOUCHAN, Imelda. PhD

**Diagramador Web**

LUNA-SOTO, Vladimir. PhD

**Asistente Editorial**

REYES-VILLAO, Angélica. BsC

**Traductor**

DÍAZ-OCAMPO, Javier. BsC

**Filóloga**

RAMOS-ARANCIBIA, Alejandra. BsC

**Publicidad y Patrocinio**

(ECORFAN® Bolivia), [sponsorships@ecorfan.org](mailto:sponsorships@ecorfan.org)

**Licencias del Sitio**

03-2010-032610094200-01-Para material impreso, 03-2010-031613323600-01-Para material electrónico, 03-2010-032610105200-01-Para material fotográfico, 03-2010-032610115700-14-Para Compilación de Datos, 04 -2010-031613323600-01-Para su página Web, 19502-Para la Indización Iberoamericana y del Caribe, 20-281 HB9-Para la Indización en América Latina en Ciencias Sociales y Humanidades, 671-Para la Indización en Revistas Científicas Electrónicas España y América Latina, 7045008-Para su divulgación y edición en el Ministerio de Educación y Cultura-España, 25409-Para su repositorio en la Biblioteca Universitaria-Madrid, 16258-Para su indexación en Dialnet, 20589-Para Indización en el Directorio en los países de Iberoamérica y el Caribe, 15048-Para el registro internacional de Congresos y Coloquios. [financingprograms@ecorfan.org](mailto:financingprograms@ecorfan.org)

**Oficinas de Gestión**

21 Santa Lucía, CP-5220. Libertadores -Sucre – Bolivia.

# Revista de Desarrollo Económico

“Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros”

**GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael**

*Universidad Veracruzana*

“Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (*Fragaria* spp.) mexicana”

**QUINTERO-RAMIREZ, Juan Manuel, OMAÑA-SILVESTRE, José Miguel y RAMÍREZ-PADRON, Laura Cecilia**

*Cátedra CONACyT-CentroGeo*

*Colegio de Posgraduados*

*Universidad Autónoma Chapingo*

“Relación comercial México – Latinoamérica”

**GARCÍA-MARTÍNEZ, Reydezel, CONDE-FERNÁNDEZ, Roma Pamela, CASTRO-MORENO, Alonso and ORTEGA-ESTRADA, Gabriela**

*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*

“Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada”

**RUIZ-PÉREZ, Roberto, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio**

*Instituto Tecnológico de Sonora*

