

Reseña de Sánchez, J. (coord.) La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global. México: Universidad de Guadalajara, 2016, 264 pp

González Uribe, Elsa Georgina

Reseña de Sánchez, J. (coord.) La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global. México: Universidad de Guadalajara, 2016, 264 pp

Mercados y Negocios, núm. 33, 2016

Universidad de Guadalajara, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864083008>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Reseña de Sánchez, J. (coord.) La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global. México: Universidad de Guadalajara, 2016, 264 pp

Elsa Georgina González Uribe
Universidad de Guadalajara, México
guribe@cucea.udg.mx

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864083008>

Sánchez, J.. La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global. 2016. Universidad de Guadalajara., 264pp.

Recepción: 04 Mayo 2016
Aprobación: 02 Junio 2016

RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

Sánchez, J. (coord.) La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global. México: Universidad de Guadalajara, 2016, 264 pp.

De acuerdo con la introducción a La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global, las investigaciones en el marco de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad contienen en su planteamiento, desarrollo y resultados materia prima, no sólo para la construcción de conocimiento científico, sino para la toma de decisiones en las organizaciones que operan internacionalmente.

Se considera, por tanto, a la Red como un catalizador del conocimiento en competitividad y líder en nuevas propuestas para aumentar la competitividad tanto en el nivel empresarial como regional para Latinoamérica. La presente obra, que refleja lo antes dicho, se divide en cuatro secciones: 1) Gestión del conocimiento, responsabilidad y sustentabilidad y educación; 2) Estrategias financieras e industrias globales dinámicas; 3) Globalización y tecnología para la competitividad; y, 4) Estrategias y ventaja competitiva.

En la primera sección se presentan siete capítulos. Es de interés resaltar el contenido del segundo capítulo, sin menoscabo de los otros seis. La razón principal es que este presenta resultados de investigación sobre la economía informal. Se incluye un modelo que establece las relaciones entre los factores que incentivan al capital humano, que inventa e innova, y los factores que impulsan el uso de externalidades en la economía informal. Varela Castro, Briceño Santacruz, Guzmán Cedillo y Castro Solano analizan las nuevas prácticas empresariales y las preferencias del consumidor de piratería en la creciente economía informal.

El lector encontrará este tema bajo el título Composición del sector informal y su impacto en las variables de competitividad. Esta investigación busca ubicar y caracterizar las externalidades, también conocidas como el uso de la innovación e invención generada por el capital humano en el contexto de lo intangible. Estableciendo en este contexto su relación con el valor de la invención y la innovación en dos planos: el privado (propiedad intelectual) y el público (externalidades). De esta forma, los investigadores encuentran algunos problemas y controversias entre estas dos dimensiones. Primero, porque las innovaciones e invenciones incorporan información y si se publica se convierte de inmediato en un “bien libre” a utilizar por la economía informal, debido a que el costo de transmisión de la información es tan bajo que se puede reproducir a un costo casi nulo. Y en segundo, porque existe la remuneración a la inversión empresarial y al capital humano para que continúen destinando recursos a la investigación y al desarrollo. La libertad de comercio (derecho de competencia) en la economía formal se limita al instaurarse el monopolio de una

innovación o invención apoyada en los derechos de propiedad intelectual. Esta limitante en la economía formal y la externalización hacia la economía informal conduce a cuestionar justamente el papel que juegan las externalidades como relación entre estas variables.

Respecto al perfil del consumidor de piratería se concluye que son personas que saben diferenciar la calidad y los precios de los productos. En general, una mayoría de personas compran productos piratas porque generalmente son baratos, hay más variedad y están al alcance, según expresaron los entrevistados. Muchos de los consumidores consideran que se generan empleos pero que también es un problema que fomenta la ilegalidad.

El segundo apartado del libro Estrategias financieras e industrias globales dinámicas también contiene siete capítulos. Cinco de los mismos se relacionan con aspectos financieros, mientras que los otros dos tratan la predisposición a la tecnología y el desempeño logístico. Con respecto a los aspectos financieros, llama la atención el capítulo doce llamado Estudio sobre las preferencias de financiamiento de las PYMEs en Yucatán. Este trabajo fue escrito por Rosado Muñoz Yolanda Leonor, Duarte Cáceres Laura Guillermina y Pastrana Flores Ignacio.

Los autores retoman de forma más objetiva a la pequeña y mediana empresa e inician su análisis bajo la perspectiva de que todas las empresas requieren apoyo económico en su creación, en el desarrollo, en su crecimiento, consolidación e incluso en su declinación. El financiamiento se puede obtener por dos alternativas, ya sea mediante deuda o capital. Sin importar su tamaño, todas estas unidades son empresas (Alvarado, 2005).

Lo interesante del trabajo es que analiza que todas las empresas requieren de apoyo económico pero los matices están en el cómo obtienen los recursos. Para ello, retoman aquellas teorías que tratan de dar una explicación sobre los factores o variables que influyen en las preferencias de financiamiento que utilizan los administradores de las pequeñas y medianas empresas. Los autores señalan que la relación entre las preferencias de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas y la antigüedad de la empresa es débil. Sin embargo las empresas con más de 10 años tienden a utilizar la inversión de los accionistas en mayor proporción, lo que disminuye el financiamiento externo, coincidiendo con lo que señala la teoría.

Sobre la relación entre las preferencias de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas y el tamaño de la empresa, encontraron que a diferencia de otros estudios, las empresas yucatecas entre más grandes menos se endeudan. La relación es inversa, a mayor tamaño menores niveles de financiamiento externo, si bien tanto la teoría como el sentido común conducen a creer lo contrario. También encontraron que las preferencias de financiamiento no guardan relación con el sector de actividad a la que pertenecen las empresas, lo que contradice los resultados en otras investigaciones.

Las pequeñas y medianas empresas yucatecas se inclinan hacia el financiamiento interno, ya que como lo expresa la teoría Pecking Order (Fama y French, 2002), las empresas establecen un orden jerárquico respecto al tipo de financiamiento que deciden utilizar de acuerdo a sus preferencias, utilizando como primera opción los recursos propios y en el largo plazo los recursos externos.

La tercera sección del libro, Globalización y tecnología para la competitividad, se compone de nueve capítulos que coinciden en el análisis de estrategias para la adaptación de la empresa al libre cambio y el aprovechamiento de los cambios en el mercado para aumentar la competitividad (Maldonado, et al., 2012). Entre las actividades económicas estudiadas se encuentran la comercialización de mezcal, la industria del plástico, la industria de alimentos y bebidas, las empacadoras de aguacate para exportación, las proveedoras de energía eléctrica.

El capítulo 22, cuyo título es El desempeño en las empresas de alimentos y bebidas en función de la innovación y las capacidades competitivas, fue escrito por Elena Mojica Carrillo, Ismael Rodríguez Herrera, Rosa Shaadi Rodríguez y Leticia Shaadi Rodríguez. En este se analiza la relación entre la innovación, las capacidades competitivas y el desempeño en las empresas de alimentos y bebidas en Aguascalientes. Entre los resultados señalan la importancia de fortalecer sus capacidades asociativas a fin de obtener mayor ventaja de

las innovaciones. Los resultados muestran la necesidad de proyectos conjunto con socios estratégicos como proveedores, instancias de gobierno, competidores, cámaras y asociaciones relacionadas con la industria.

En esta sección ha sido poco el espacio dedicado a los aspectos tecnológicos. Contrario a lo que en el título del apartado se promete al lector. En otras palabras, si se eliminara del mismo la palabra “tecnología”, se tendría un título más preciso al contenido de los capítulos. Un ejemplo del título modificado podría ser Competitividad y estrategias de adaptación ante la globalización en lugar de Globalización y tecnología para la competitividad.

Estrategias y ventaja competitiva es el título para la cuarta sección. Los siete capítulos son congruentes con el título. En estos se explica cómo se genera una ventaja competitiva, el impacto de la ventaja competitiva en el desempeño financiero, la construcción de un instrumento para medir la competitividad adaptado al contexto local, el aporte del Marketing Mix a la competitividad, el efecto de la política pública sobre la competitividad de las empresas agrícolas y una propuesta para medir el capital intelectual en las empresas.

El capítulo 30, que representa el cierre del libro, trata un tema que suele ser controversial y poco abordado por estudiosos de las empresas y los negocios: la influencia del género y el gender gap en la innovación en los productos.

Los autores señalan una relación negativa entre el nivel de innovación y el indicador del Gender Gap. Esta relación explica que mientras los valores del Gender Gap sean más robustos —menores diferencias en los logros y oportunidades entre hombres y mujeres— el nivel de innovación será menor. Estos resultados son acordes con los descubrimientos de estudios desde la perspectiva de la teoría de género. Este artículo fue escrito por Rodrigo Olivares Contreras, Elena Rodríguez Valencia, Manuel Carrillo Toraño y Ane Flores Novelo Ane.

Finalmente, resta decir que la Red Internacional de Investigadores en Competitividad nació hace nueve años con la intención de estrechar los vínculos entre los investigadores de Iberoamérica, cuya temática principal es la competitividad. En sus casi diez años de existencia, esta Red se ha caracterizado por ser un espacio abierto a la discusión sobre la realidad competitiva de las organizaciones en el siglo XXI.

REFERENCIAS

- Alvarado, T. G. (2005). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(31).
- Fama, E. F., & French, K. R. (2002). Testing trade-off and pecking order predictions about dividends and debt. *Review of financial studies*, 15(1), 1-33.
- Maldonado, G., Sánchez, J., Gaytán, J. & García, R. (2012). Measuring the competitiveness level in furniture SMEs of Spain. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(11), 09-19.
- Sánchez, J (coord.) (2016). *La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global*. México: Universidad de Guadalajara, 264 pp.

ENLACE ALTERNATIVO

[http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/MYN/article/view/5774/pdf\(pdf\)](http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/MYN/article/view/5774/pdf(pdf))