



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD SANTO TOMÁS
SECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

LA CREACIÓN DE UN ORGANISMO PÚBLICO QUE REGULE
LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS EN EL MUNICIPIO DE CULIACÁN

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

PRESENTA:
JESÚS HOMOBONO ROSAS CORRALES

DIRECTOR DE TESIS:
M. EN C. ARTURO E. VELÁZQUEZ GONZÁLEZ

CULIACÁN, SINALOA

FEBRERO, 2016

El Director de Tesis

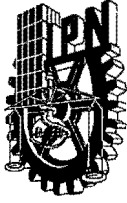

M. EN C. ARTURO EVENCIO VELÁZQUEZ
GONZÁLEZ

El Aspirante-


C. JESÚS HOMOBONO ROSAS
CORRALES

El Presidente del Colegio


INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DR. LUIS ROCHA LONA
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de **MÉXICO, D. F.** siendo las **10:00** horas del día **3** del mes de **DICIEMBRE** del **2015** se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de Tesis designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de **E. S. C. A.** para examinar la tesis de grado titulada:

"LA CREACIÓN DE UN ORGANISMO PÚBLICO QUE REGULE LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS EN EL MUNICIPIO DE CULIACÁN"

Presentada por el alumno:

ROSAS	CORRALES	JESÚS HOMOBONO
Apellido paterno	Apellido materno	Nombre(s)

Con registro: **J** _____

aspirante de

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Después de intercambiar opiniones los miembros de la Comisión manifestaron **SU APROBACION DE LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISIÓN REVISORA

Director de tesis

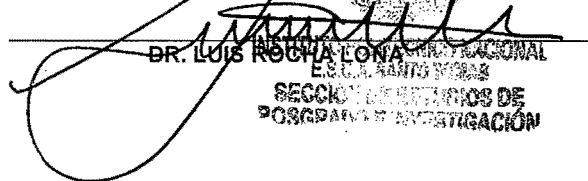

M. EN C. ARTURO EVENCIO VELÁZQUEZ GONZÁLEZ


SRA. MARIA CRISTINA CERECEDO MERCADO

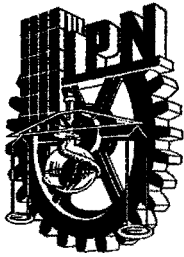

DR. EDGAR OLIVER CARDOSO ESPINOSA


M. EN C. FRANCISCO MARTÍNEZ RIVERA

EL PRESIDENTE DEL COLEGIO


DR. LUIS ROCHA LONA
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
SECCIÓN DE SERVICIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

}!;Zf.....-



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

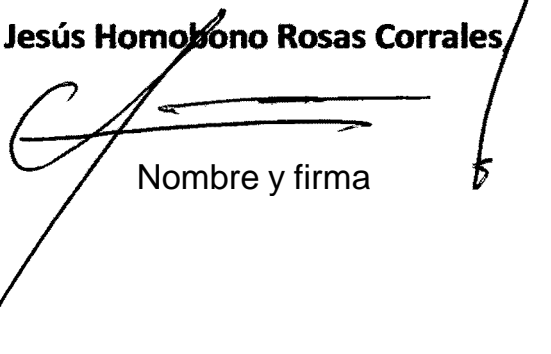
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México, el día 10 de febrero del año 2016, el que suscribe Jesús Homobono Rosas Corrales, alumno del Programa de Maestría en Ciencias en Administración Pública, con número de registro 001886, adscrito a la Escuela Superior de Contabilidad y Administración, manifiesto que es el autor intelectual del presente trabajo de tesis, realizado bajo la dirección del M. en C. Arturo Evencio Velázquez González, y cede los derechos de la tesis titulada: La creación de un organismo público que regule las prácticas monopólicas en el municipio de Culiacán, al Instituto Politécnico Nacional, para su difusión con fines académicos e investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección electrónica: jesushomobonorosas@gmail.com, si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Jesús Homobono Rosas Corrales



Nombre y firma

Resumen

El objetivo de la presente investigación es estudiar los motivos por los que las empresas locales de la ciudad de Culiacán del subsector comercial de papelerías, han sido expulsadas del mercado o perdido su participación en el mismo, a la llegada de empresas competidoras de origen extranjero, ante la presunción de que las globales desde su arribo, en el año 2000, realizan prácticas monopólicas, en ausencia de un organismo público que regule la competencia económica localmente.

Se plantean las hipótesis: 1. Las prácticas monopólicas realizadas por las empresas globales han ocasionado la pérdida y/o expulsión del mercado regional de las pequeñas y medianas empresas locales de la ciudad de Culiacán; 2. Los mercados locales requieren un organismo público regulador del mercado para evitar las prácticas anticompetitivas que afecten a consumidores y a empresas locales. El método considerado es el inductivo, con un enfoque hacia lo cuantitativo y al mismo tiempo cualitativo, se incluyen fuentes primarias y secundarias, e instrumentos estadísticos para soportar la investigación. Se concluye que las empresas globales realizan prácticas monopólicas, ante la ausencia de un organismo público que regule el mercado.

El principal resultado obtenido es la evidencia de la ocurrencia de prácticas anticompetitivas en el mercado del municipio de Culiacán, ante lo que se propone la creación de un organismo público regulador que ordene, corrija y en su caso sancione acciones monopólicas que generen concentración en pocas empresas del mercado.

Abstract

The objective of this research is to study the reasons why local companies Culiacan commercial subsector stationery, have been expelled from the market or lose their share in it, to the arrival of competitors of foreign origin, with the assumption that global since his arrival in 2000, monopolistic practices carried out in the absence of a public body regulating economic competition locally.

Hypotheses arise: 1. monopolistic practices by global companies have caused loss and / or expulsion from the regional market of small and medium enterprises of the city of Culiacan; 2. Local markets require a public agency market regulator to prevent anti-competitive practices affecting consumers and local businesses.

The inductive method is considered, with a focus on quantitative and qualitative at the same time, primary and secondary sources are included, and statistical tools to support research. We conclude that global companies make monopolistic practices, in the absence of a public body to regulate the market.

The main result is the evidence of the occurrence of anticompetitive practices in the market town of Culiacan, at which the creation of a public regulator intends to order correct and if necessary punish actions that generate monopolistic concentration in few companies from the market.

Dedicatoria

A Ashley, mi hija, y a Azucena, mi esposa, las mujeres que me acompañan cada día, en diversas formas ambas están invariablemente en todos mis proyectos.

Para Patricia, mi madre, quien siempre me ha brindado su amor y protección, sus consejos cotidianos han generado una forma de vivir y asumir cada reto, la mayor motivación es el inducirme a nunca dejar proyecto inconcluso.

Agradecimientos

Son muchas las personas que de alguna manera quiero agradecer, empezando por cada maestro que tuve, siempre pacientes, también a cada compañero, que cada día se fueron transformando en amigos.

Al Instituto Politécnico Nacional, quien abrió todas las posibilidades para culminar con la presente investigación y así cerrar un ciclo profesional de gran relevancia personal.

Destaco el apoyo de los profesores Arturo Evencio Velázquez González, Francisco Martínez Rivera, Román Ríos Yescas, Oscar Zapata Zonco, quienes estuvieron atentos del proceso de elaboración de éste trabajo, sus comentarios, observaciones y sugerencias contribuyeron de forma fundamental en la realización del mismo. Mención especial merece el M.C. Arturo Evencio Velázquez González, quien con sus conocimientos supo dar dirección e hizo posible ésta tesis.

También agradezco a Blanca Belia Penuelas Lugo, más que una funcionaria de la unidad Culiacán del IPN, se comportó como una buena amiga, estando siempre atenta y al tanto del trabajo a realizar, los tiempos y las formas.

Y a mi familia, todos ellos siempre me han hecho sentir afortunado y me han motivado de múltiples maneras a ser perseverante para lograr cualquier meta.

ÍNDICE

Introducción.....	10
--------------------------	-----------

Capítulo I.- Estrategia metodológica

1.1.- Objeto de estudio.....	12
1.1.1.-Sus antecedentes.....	12
1.2.-Estado del arte.....	19
1.3.- Planteamiento del problema.....	23
1.4.- Justificación.....	25
1.4.1.-Actualidad.....	26
1.4.2.-Relevancia.....	27
1.4.3.-Pertinencia.....	28
1.5.-Hipótesis.....	29
1.6.- Objetivos.....	29
1.6.1.-Objetivo general.....	29
1.6.2.-Objetivo específico.....	29

Capítulo II.- Elementos conceptuales de las prácticas monopólicas

2.1.- La teoría de la firma.....	30
2.2.-Los antecedentes.....	30
2.3.- Análisis de las prácticas monopólicas.....	35
2.4. Los enfoques teóricos.....	36
2.4.1.- Antecedente clásico.....	37
2.4.2.-Enfoque primero: Neoclásico.....	37
2.4.2.1.-El enfoque neoclásico y prácticas monopólicas.....	40

2.4.3.- Enfoque segundo: Institucionalista.....	41
2.4.3.1.-El enfoque institucionalista y las prácticas monopólicas.....	42
2.4.4.-Enfoque tercero: Evolucionista.....	42
2.4.4.1.- El enfoque evolucionista y las prácticas monopólicas.....	44
2.4.5.- Enfoque cuarto: Neoinstitucionalista.....	45
2.4.6.- Otros enfoques, posturas a partir de Coase.....	47
2.4.6.1.-. Enfoques basados en costos de transacción.....	48
2.4.4.1.1.- Costos de transacción.....	48
2.4.6.1.2.-. Derechos de propiedad.....	49
2.4.6.2.-. Enfoques basados en costos de coordinación.....	49
2.4.4.2.1.- Enfoque basado en diseño de tareas y sistemas de incentivos.....	49
2.4.6.2.2.-. Enfoque basado en el conocimiento.....	51
2.4.6.2.3. Enfoque basado en la separación entre la propiedad y el control.....	54
2.4. 7.- El enfoque Neo-institucional y las prácticas monopólicas.....	60
2.5. Cuadros descriptivos.....	61

Capítulo III.- Marco contextual de los organismos de competencia económica

3.1.- Los organismos de competencia económica en el mundo.....	63
3.2.- El organismo de competencia económica en México.....	67
3.2.1.-La creación del organismo.....	67
3.2.2.-La misión, visión y valores del organismo.....	72
3.2.3.-Las funciones y estructura orgánica.....	73
3.3.-Marco normativo.....	74

Capítulo IV. Investigación de Campo

4.1.-Estudio de campo e interpretación de resultados.....	75
4.2.-Instrumentos.....	76

4.3.-Las encuestas.....	86
4.3.1.- Encuesta a empresarios en activo.....	87
4.3.1.1.-Resultado de la encuesta.....	90
4.3.2.-Encuesta a empresarios inactivo.....	93
4.3.2.1.-Resultado de la encuesta.....	95
4.4.-Análisis de resultados.....	97
4.5.-Efectos locales.....	102
4.6.-Análisis de resultados.....	108

Capítulo V.- Propuesta

5.1.- Regulación de prácticas monopólicas.....	111
5.2.- Características del organismo público regulador.....	111
5.3.- Organigrama.....	112
5.4.- 5.4.- El organismo regulador y la competencia.....	114

Conclusiones.....	118
Principales aportaciones.....	120
Recomendaciones.....	120
Referencias.....	123

Glosario Anexos

Introducción

La presente tesis está estructurada en cinco capítulos: En el capítulo I se plasma la estrategia metodológica, el punto de partida de la investigación, se señalan los antecedentes de la apertura comercial en México y la llegada de la competencia a los mercados locales, se enuncia el objeto de estudio: La ocurrencia de prácticas monopólicas realizadas por las empresas globales del subsector comercial de papelerías que llegan a la ciudad de Culiacán. Se analiza el estado del arte, desglose de problema, la justificación, así como las dos hipótesis usadas en la investigación, así como también los objetivos planteados.

El capítulo II se le dedica a los elementos conceptuales de las prácticas monopólicas, es el espacio del marco teórico, conformado por las referencias teóricas, los autores que les dieron origen y el inventario de los trabajos más relevantes concernientes al objeto de estudio, se enfatiza en la teoría de la firma con todos sus enfoques. Se incluyen también trabajos de vanguardia, con los enfoques que rigen el ambiente de la administración pública.

En el capítulo III, se desarrolla el marco contextual de los organismos de competencia económica. Se exponen las formas de obtención de la información, cuantitativa y cualitativa, los procedimientos estadísticos, la base de estimación, las muestras, así como la descripción del reto que representó llevar a cabo el proceso.

En el capítulo IV se destina a la investigación de campo, se revisan las cifras que se desprende del proceso metodológico, se asocia lo obtenido con el objeto de estudio y se direcciona el rumbo que tendrán las conclusiones de la investigación.

El capítulo V es dedicado a plasmar la propuesta, seguida de conclusiones, con importantes vinculaciones con las hipótesis y respaldadas por un amplio marco teórico y conceptual.

Así también se realizan recomendaciones destacando el gran reto que implicó la realización de la investigación, pero reconociendo su limitación, misma que se propone se convierta en estímulo para futuros trabajos.

Luego del capitulado, se incluyen las conclusiones de la investigación, las recomendaciones, así como las referencias consideradas para realizar la investigación, respaldando con una amplia gama de trabajos que cubren las diferentes épocas del pensamiento científico del área y tema de interés.

Se incluye también un glosario de términos usados en el texto de la investigación y se finaliza con los anexos, material que es oportuno revisar para entender el proceso de recolección de información primaria, la que como ya se mencionó fue el reto mayor de la presente investigación.

Capítulo I. Estrategia metodológica

1.1.- Objeto de estudio

1.1.1.-Sus antecedentes

La transición del siglo XX al XXI ha enmarcado una serie de fenómenos a nivel internacional que sugieren que las economías del mundo están pasando por un periodo de profundas transformaciones estructurales. En décadas recientes se ha presenciado la creciente integración de países y regiones en un mercado global cuya característica principal es el flujo permanente de bienes, servicios, inversión, personas y conocimientos, que son intercambiados independientemente de la distancia que separa al comprador y el vendedor (Robles, Molina y Fuentes, 2005).

Esta transformación inició en 1985. Ese año la globalización avanzó por cuatro vías para acercarnos al siglo XXI: en lo ideológico, con la caída del comunismo; en lo económico, el ascenso de Asia como potencia; en lo tecnológico, con la introducción del programa Windows, en las PC de IBM, se socializaron las computadoras; y finalmente, México inauguró con su ingreso en el Acuerdo General de Aranceles y Comercio (*General Agreement on Tariffs and Trade*), su apertura económica, forzando a empresas locales a competir en el ámbito global (Fuentes-Berain, 2007).

En México se pasó en 25 años de no permitir la venta directa al consumidor de productos de cómputo, por proteger a una empresa nacional, Printaform, a abrir el mercado a todas las empresas de cómputo y ser el décimo-segundo lugar en el mundo en 2006 de usuarios de Internet. Esto no habría podido suceder de no haberse abandonado el modelo de sustitución de importaciones.

Los debates realizados en noviembre de 1985 respecto al ingreso o no de México a lo que hoy conocemos como Organización Mundial de Comercio, y que entonces se le llamaba GATT (por sus siglas en Inglés), significaron el inicio del abandono de

ese sistema de sustitución de importaciones prevaleciente durante décadas como modelo económico nacional. Así comenzó la apertura económica del país y su inserción en la globalización.

Previamente a la apertura económica, en la década de los cincuenta, se vivió una etapa de la vida económica mexicana llamada desarrollo estabilizador, esa etapa estuvo fundada en la idea de que se requería promover el desarrollo nacional conjugando la generación de ahorro voluntario creciente y la adecuada asignación de recursos de inversión con el fin de reforzar los efectos estabilizadores de la expansión económica (Ortiz, 1998). Los objetivos principales eran expandir la planta industrial nacional, propiciar un desarrollo regional equilibrado y aumentar el mercado interno. Para ello se pensó en mexicanizar la economía.

Además de algunas nacionalizaciones como la de la compañía de energía eléctrica y la de teléfonos, se estableció una política comercial de altos aranceles con el fin de otorgar protección a la industria nacional, reduciéndose por ello el comercio internacional. La intención manifiesta del gobierno era otorgar protección suficiente a la industria nacional para desarrollar un nivel de madurez que le permitiera competir con el exterior.

El Estado mexicano protegía de tal manera la planta productiva, que en muchas ocasiones, antes que cerrar una industria cuyos propietarios no habían podido hacerla rentable, aun con la protección y los estímulos gubernamentales, se compraba con fondos públicos para mantenerla en activo. Los empresarios ineficientes se beneficiaban con tal política gubernamental, pero los trabajadores también lo hacían, al no perder sus empleos.

Para 1982 había mil 555 empresas estatales de participación mayoritaria, desde fábricas de bicicletas hasta la enorme fundidora de Monterrey. Muchas empresas fueron fundadas como respuesta a políticas públicas para aumentar la integración

nacional de algunos productos, a pesar de que sus tamaños eran menores que los óptimos y sus costos de operación más altos que los internacionales (FuentesBerain, 2007).

Con la quiebra de las finanzas públicas y con la llegada al poder de políticos con conocimientos especializados sobre economía y políticas públicas, a los que se les llamó tecnócratas, esa lógica cambió. Se buscó la racionalización de la protección industrial a fin de mejorar la asignación de recursos estatales.

Las medidas adoptadas para esa racionalización consistieron, entre otras, en la sustitución de los aranceles de importación, que habían avanzado de aplicarse en 60 por ciento de los productos en la década de los sesenta, a 90 por ciento en los años setenta y al 100 por ciento de los productos en la crisis de 1981-1982.

A partir del ingreso al GATT, en 1985, las licencias de importación descendieron drásticamente para ubicarse en 1987 en menos de 5 por ciento de los productos. Además, la tarifa máxima fue reducida de 100 por ciento a 40 por ciento de impuestos. Cuando los aranceles bajaron y las importaciones llegaron, comenzó el desmantelamiento del proteccionismo que implicaba que los consumidores nacionales no tuvieran opciones y se vieran forzados a comprar productos muchas veces de mala calidad y a precios muy altos.

La apertura económica de México era ya algo muy notable en 1988, cuando en un supermercado podían verse por primera vez en los anaqueles diversos productos de marcas extranjeras. Los consumidores mexicanos comenzaron a tener opciones y empezaron a ejercerlas; los productores también (Madero y García, 1999). El mercado interno no era el único que podía atenderse; un amplio mundo estaba al alcance de quien quisiera y pudiera explorarlo. Hubo una verdadera transformación nacional: después de haber visto durante años primordialmente hacia adentro,

México volvió la mirada hacia fuera y con ello comenzó a escribir una nueva etapa en la historia económica del país: la inserción en la globalización.

Con el fenómeno de la globalización, entendido como la modificación estructural del espacio y el tiempo, los estados han ingresado a etapas de intensa actividad que se manifiestan con la innovación científica y tecnológica, misma que acelera la expansión de las fuerzas productivas. La globalización transforma los patrones de la vida privada y de la pública y los reordena en una dimensión que amplía su comunicación e interdependencia; asimismo estimula el desarrollo de los mercados hasta convertirlos en ejes fundamentales para producir la riqueza que la sociedad necesita para su desarrollo y reproducción (Uvalle, 2004).

La globalización puede definirse de múltiples maneras; por ejemplo, la palabra globalización como tal empezó a usarse en la década de los sesenta por Marshall McLuhan en su libro *Understanding Media*, publicado en 1964, cuando acuñó el término de *aldea global*, que después convirtió en título subsecuente: *La aldea global*.

Globalización se entiende como la integración de las actividades económicas transfronterizas por la vía de los mercados. Las fuerzas motoras de la globalización son la tecnología, en especial la de cómputo, la comunicación y el transporte, además de los acuerdos financieros internacionales (Levitt, 1983). La globalización es un fenómeno impulsado por la competencia de las corporaciones multinacionales en los mercados internacionales a través de la integración de sus actividades de producción, comercialización e investigación y desarrollo a escala mundial. El aspecto central de la competencia entre las empresas multinacionales globales en un mundo triádico está definido por la innovación tecnológica que incluye productos, métodos de producción, sistemas de distribución o nuevos mercados (Solís, 1999).

La globalización tiene como elemento rector la economía de mercado. En enero del año 2000 el presidente de México, Ernesto Zedillo, -quién acuñó el término

globalifóbico para describir a quienes se oponen a una mayor liberalización internacional del comercio y la inversión-, manifestó que la evidencia histórica muestra que en todos los casos en que una nación pobre ha superado significativamente la pobreza, lo ha logrado incursionando en la producción para los mercados de exportación y abriéndose al flujo de bienes, inversión y tecnología del extranjero. Es decir, lo ha hecho participando en la globalización (Zedillo, 2000).

Pero la globalización trae consigo algunos inconvenientes, diversos críticos de la globalización económica expresan que ocasiona el empobrecimiento de las masas, desigualdad, provoca daños ambientales y destruye las culturas, pero sobre todo otorga un poder desmedido a las grandes corporaciones. La convergencia de los diversos procesos de globalización da como resultado un conjunto de fenómenos inéditos difíciles de comprender o explicar. Uno de estos fenómenos es que el proceso de globalización va aparejado con un proceso de exclusión.

La complejidad del fenómeno inclusión/exclusión se deriva de la simultaneidad de un proceso de inclusión de ciertos países y grupos de población en nuevas formas más intensas de interconexión e interdependencia y de un proceso de exclusión de amplias zonas geográficas y capas poblacionales del mundo de tales interconexiones (Solís, 1999). Ese proceso, en el que está inmerso el mundo, genera un poder, un poder para los ganadores en el juego de las ventas.

Ese poder potencializa un pernicioso dominio en el mercado, como acaparamiento de la producción, abuso del poder de negociación, la generación de escasez relativa, imposición de altos precios a bienes y servicios de consumo general, todo esto catalogado como prácticas anticompetitivas o prácticas monopólicas. A pesar de que la apertura comercial ha traído un descenso considerable en los precios de la mayoría de los productos en México, en el país se pagan precios más altos por bienes y servicios que en otros países, derivado de prácticas monopólicas de empresas internacionales pero también de las nacionales (González, 2008). Estos

precios altos que un residente mexicano tiene que pagar son producto en muchos casos de una confrontación entre las grandes corporaciones, que para la obtención del éxito mercantil realizan todo tipo de estrategias que le den una ventaja en el mercado, aunque esas estrategias no siempre sean legales. Algunas de esas estrategias caen en lo que conocemos como prácticas monopólicas.

Las prácticas monopólicas tienen un papel distorsionador en las economías donde acontecen, éstas limitan el principio del libre comercio creando una nueva especie de protección a la empresa que la lleva a cabo. Las prácticas monopólicas prefiguran condiciones anticompetitivas e impiden el sano crecimiento económico del país, generando concentración en una o pocas empresas de todo el mercado en detrimento de nuevos competidores. Entidades como el Banco Mundial investigan las consecuencias negativas que tiene para la economía nacional la existencia de empresas monopólicas y/o dominantes.

La gran concentración empresarial se vincula con la falta de competencia, resistencia a aumentos impositivos, préstamos con esquemas favorables y un estrecho sistema financiero (López y Walton, 2006). Los grupos empresariales dominantes, así como los monopolios públicos y sindicatos en México, ejercen una influencia negativa en el crecimiento -ya de por sí desigual-, entre otros aspectos, debido a la debilidad de las instancias gubernamentales reguladoras de la actividad económica y a la debilidad del sistema judicial. Héctor Aguilar Camín y Jorge Castañeda, en su ensayo *Un futuro para México*, exponen que en el país existen cientos de miles de pequeñas empresas y sólo un número reducido de imperios corporativos con un dominio casi completo de su sector, lo que es provocado por la falta de competencia y de alternativas (Castañeda y Aguilar, 2009).

Aunque los autores, Castañeda y Aguilar, reconocen que no hay economía de mercado sin concentración de capital, los marcos regulatorios deben ser fuertes, es decir, proponen una mejor regulación del mercado. El poder de los entes regulatorios debe incluir toda gama de facultades y sanciones para acotar las

prácticas monopólicas, entes cuyas facultades deben plantear la división de empresas dominantes para garantizar el reinicio de la competencia en los distintos sectores (Castañeda y Aguilar, 2009). En el ensayo de Castañeda y Aguilar se expone la necesidad de una economía fuerte, abierta, competitiva y antimonopólica, como condición para crear riqueza y los empleos que requiere la sociedad.

Para Andrés Oppenheimer (2005), la globalización y su principal característica, la apertura comercial, ha sido sumamente ventajosa para los países desarrollados, ya que los países en vías de desarrollo tenían poco que exportar y no podían hacerlo en condiciones competitivas, eso aumentó el poder de las empresas multinacionales, lo que ha derivado que se presenten en muchos países prácticas monopólicas.

Una práctica monopólica se define como un abuso de la dominancia que se tiene en un mercado, y aunque tener poder de mercado no es ilegal en México, sí lo es el hecho de dañar con su práctica abusiva a los consumidores o a los competidores. Que las empresas grandes y dominantes intenten o hagan prácticas monopólicas no es algo novedoso, desde la publicación de *La Riqueza de las Naciones*, Adam Smith señalaba que con frecuencia cuando la gente del mismo oficio comercial se reúne, aun cuando lo hagan por diversión, terminan planteando una conspiración contra el público para elevar los precios (Raghuram y Zingales, 2003).

Sintetizando parte del desarrollo económico de México, que pasó de una economía cerrada a una abierta, con sus consecuencias en las organizaciones y empresas nacionales, se propone exponer en la presente tesis el impacto que causan las prácticas monopólicas de empresas globales en empresas micro, pequeñas y medianas localizadas en mercados locales, donde el poder regulador del estado es ineficiente e insuficiente o está ausente.

Para posicionar mejor el presente trabajo se consideró conveniente tomar como base un mercado local donde se esté presentando el fenómeno referido, dada la relevancia para el investigador, así como la relevancia en el contexto de los estudios de posgrado que han dado pie a la realización del mismo, se ubica este trabajo en el espacio económico de Culiacán, Sinaloa, ciudad ubicada al noroeste del país, donde se ha presentado una expansión notable del mercado y junto con esta expansión han arribado grandes empresas globales, compitiendo vigorosamente con las empresas locales, en muchos casos restándoles drásticamente consumidores vía mejor calidad y precio, pero otras tantas utilizando estrategias anticompetitivas, es decir, han querido ganar mercado con prácticas monopólicas que han reducido el número de empresas regionales en el mercado, sin la intervención de un ente regulador que frene su ocurrencia.

Los cuestionamientos relevantes que se intentarán contestar en la investigación son en primera instancia el efecto que trae consigo una práctica monopólica en el mercado, el impacto que éstas ocasionan en las micro, pequeñas y medianas empresas locales, y la relevancia de contar localmente con un organismo público regulador de la competencia.

1.2.- Estado del arte

En apego a la teoría económica clásica, el desarrollo económico de una nación se encuentra vinculado a la productividad de las empresas, a la libre competencia y al acceso a bienes y servicios que permitan mejorar la calidad de vida de las personas. En México, de acuerdo a la evidencia, uno de los principales obstáculos para lograrlo ha sido la libertad de mercado y el pobre desarrollo en algunos sectores de la economía debido en parte a la falta de leyes que promuevan la competencia entre los agentes económicos. Para dimensionar el rezago histórico que México ha tenido en materia de competencia económica, basta con referir que en el país la primera legislación para combatir los problemas de competencia es la Ley Federal de

Competencia Económica que fue decretada en diciembre de 1992, mientras que en otros países la legislación tiene más de un siglo.

Sobre la relevancia para el país y sus regiones se revisaron trabajos académicos y percepciones de especialistas sobre el tema de prácticas monopólicas, se analizó exhaustivamente la ley reformada en 2014, donde se sintetiza de buena forma la necesidad de la regulación, dado los efectos que se han tenido y pudieran tenerse en caso de no existir o de no aplicarse estrictamente.

Después de una amplia búsqueda sobre todo tipo de trabajos realizados en torno a las prácticas monopólicas se encontró que ya para el año 2000 la economía en México vivía en una etapa muy racionalista, la búsqueda de utilidades era el aspecto más relevante para las empresas, tanto nacionales como extranjeras. Este enfoque de obtener la máxima utilidad posible fue el que ocasionó en muchos de los casos, el surgimiento de estrategias empresariales que no se ajustaban a la reglamentación vigente, estas estrategias diseñadas en las empresas, fueron las que al ponerse en práctica originaron las llamadas prácticas monopólicas.

En México, estas prácticas son expresamente prohibidas de acuerdo a la Ley Federal de Competencia Económica, publicada por primera vez el 24 de diciembre de 1982, y con reformas en 2006, 2007 y 2014. Dicha Ley operativamente debe hacer cumplir la Comisión Federal de Competencia, organismo público desconcentrado de la Secretaría de Economía, que goza de autonomía técnica y operativa.

La Ley Federal de Competencia Económica es reglamentaria del artículo 28 constitucional en materia de competencia económica, monopolios y libre concurrencia, es de observancia general en toda la república y aplicable a todas las áreas de la actividad económica. En el artículo octavo de esta ley se establece la prohibición de las prácticas monopólicas, mientras que en el artículo noveno de la misma se establece que son prácticas monopólicas absolutas los contratos,

convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes:

- Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen o frecuencia restringidos o limitados de servicios;
- Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables, o
- Establecer, concertar o coordinar posturas o la abstención en las licitaciones, concursos, subastas o almonedas públicas.

En el artículo décimo de la ley, se menciona que se consideran prácticas monopólicas relativas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas a favor de una o varias personas, en los siguientes casos:

- Entre agentes económicos que no sean competidores entre sí, la fijación, imposición o establecimiento de la comercialización o distribución exclusiva de bienes o servicios, por razón de sujeto, situación geográfica o por periodos determinados, incluidas la división, distribución o asignación de clientes o proveedores; así como la imposición de la obligación de no fabricar o distribuir bienes o prestar servicios por un tiempo determinado o determinable;

- La imposición del precio o demás condiciones que un distribuidor o proveedor deba observar al comercializar o distribuir bienes o prestar servicios;
- La venta o transacción condicionada a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional, normalmente distinto o distinguible, o sobre bases de reciprocidad;
- La venta, compra o transacción sujeta a la condición de no usar, adquirir, vender, comercializar o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
- La acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios y normalmente ofrecido a terceros;
- La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado;
- La venta sistemática de bienes o servicios por debajo de sus costo medio total o su venta ocasional por debajo del costo medio variable, cuando existan elementos para presumir que estas pérdidas serán recuperadas mediante incrementos futuros de precios.
- El otorgamiento de descuentos o incentivos por parte de productores o proveedores a los compradores con el requisito de no usar, adquirir, vender, comercializar o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, o la compra o transacción sujeta al requisito de no vender, comercializar o proporcionar a un tercero los bienes o servicios objeto de la venta o transacción;
- El establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones,
y

- La acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores.

Se asume con base a lo expresado en la ley, que en México se establece muy claramente las condiciones en las que se impide, dañe o disminuya la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes y servicios. No obstante a ello, muchas empresas caen en sus operaciones cotidianas en alguna violación a ley, al realizar algunas de las prácticas que se mencionan, y estas acciones suelen presentarse ante la debilidad del Estado, dada la inexistencia de un organismo regulador local del mercado.

Las micro, pequeñas y medianas empresas suelen ser las mayormente afectadas por este tipo de prácticas, ya que son empresas locales que no tienen el respaldo de grandes capitales financieros, o no poseen el renombre de las marcas globales, sus empresas cuentan con capitales limitados o ínfimos en comparación con los grandes corporativos fuertemente capitalizados internacionalmente, generalmente vía mercado bursátil.

Aunque un buen número de las micro, pequeñas y medianas empresas sobreviven a la competencia de las grandes empresas globales, sí es limitado su margen de respuesta ante las estrategias monopólicas de las grandes empresas que invierten mucho dinero en campañas de posicionamiento, que van desde publicidad agresiva en medios de comunicación a estrategias de precios bajos prolongados, para así minimizar a la competencia o confinarla a pequeñas cuotas de mercado o nichos con poco potencial de crecimiento y por consiguiente de pocas utilidades económicas.

Se revisaron trabajos internacionales en el tema de estudio, las aportaciones nacionales hechas a la materia, así como experiencias documentadas sobre el

fenómeno en diversas partes del mundo, se observó que lo ocurrido en el municipio de Culiacán es un lugar común de las regiones en vías de desarrollo por lo que la disposición del acervo científico relevante para la investigación fue limitado, muy especializado pero a la vez de fácil obtención, de los trabajos más destacados da cuenta este trabajo.

1.3.- Planteamiento del problema

Las grandes empresas y corporativos globales han generado un problema en la economía de la ciudad de Culiacán desde su llegada en el año 2000, problema que el modelo de apertura comercial y desregulación a inversiones extranjeras no había previsto originalmente. En la búsqueda de un rápido posicionamiento las empresas globales han dañado con prácticas anticompetitivas a las empresas locales, el problema ha llegado al grado de que las pequeñas y medianas empresas están en peligro de extinción. La economía local cada día está más dominada por empresas de procedencia foránea, expulsando o minimizando la participación de mercado de las empresas locales tradicionales, situación que no es generalmente ocasionada por falta de competitividad y talento sino de la realización de prácticas monopólicas de parte de las empresas foráneas.

Las prácticas monopólicas afectan mayormente a las pequeñas y medianas empresas sin que éstas por su precariedad de capital y falta de organización puedan competir con equidad con los grandes corporativos sin recurrir a pérdidas en el corto y mediano plazo. La investigación sobre la presencia y efectos de las prácticas monopólicas de empresas globales en mercados locales, así como la ausencia y necesidad de un organismo regulador, se desarrolló en el estado de Sinaloa, específicamente en la ciudad de Culiacán, la capital del estado, la cual por su concentración urbana y dinámica económica fue atractiva para las empresas globales, con un mercado de alto poder adquisitivo generado por una economía terciarizada, aunque con un gran fundamento en el sector primario.

El caso de Culiacán como lugar de investigación sobre prácticas monopólicas de empresas globales, pudiera considerarse emblemático de lo que ocurre u ocurrirá en el resto del estado y del País, ya que por tamaño, alrededor de 900 mil habitantes, y ser la ciudad del estado con mayor concentración de población, es tomada como mercado de prueba por las empresas globales de diversos giros, principalmente comerciales, y una vez probada su aceptación, buscar expandirse por otras ciudades del estado y del País.

Ese ha sido el caso del subsector comercial seleccionado para la investigación, donde las empresas globales se instalan en Culiacán y al paso de dos o tres años lo hacen en otras concentraciones urbanas, como la ciudad de Los Mochis, al norte del estado, y Mazatlán, al sur.

El periodo de tiempo considerado para realizar la investigación fue en función de la llegada de las empresas globales al sector de interés, el comercial, específicamente en el subsector papelerías, arribo registrado en el año 2000, y el periodo se cerró en el año 2014, cubriendo 15 años de análisis, en la que el posicionamiento de las empresas globales en la localidad fue sostenidamente creciente.

El subsector papelerías fue seleccionado por el notorio decrecimiento en el número de empresas locales dedicadas a esta actividad en el periodo referente a la investigación, lo que en una primera impresión se relacionó con la reducción del mercado para este giro comercial, pero que, una vez revisados datos y estadísticas se conoció que ocurría lo opuesto, el subsector crecía en ventas y en aportación a la economía local, pero cada año menos empresas participaban del mismo.

El caso de las papelerías resulta de gran interés para estudiar los efectos de prácticas monopólicas, ya que aunado a la percepción de un mercado con menos empresas participantes, el desabasto de mercancías en las pequeñas y medianas empresas locales evidencia no solo la falta de consumidores, sino la distribución exclusiva de las marcas de mayor reconocimiento de los productos más comunes.

1.4.- Justificación

Las prácticas monopólicas distorsionan los mercados donde acontecen, éstas limitan el principio del libre comercio creando una nueva especie de protección a la empresa que la lleva a cabo. Éstas prácticas prefiguran condiciones anticompetitivas e impiden el sano crecimiento económico de un país. Analizando la historia económica de México, que pasó de una economía cerrada a una abierta a partir de 1985, con sus consecuencias en las organizaciones y empresas nacionales, se propone exponer en el presente trabajo el impacto que causan las prácticas monopólicas de empresas globales en empresas localizadas en mercados locales, y la necesidad de tener un organismo regulador local para la competencia.

1.4.1.- Actualidad

La competencia en la vida económica y social genera claramente transacciones en beneficio a las partes involucradas y la regulación de las transacciones a través de la disciplina que impone la competencia resultaba mucho mejor que usando la intervención gubernamental (Becker, 2000).

Adam Smith acuñó la expresión “la mano invisible” para indicar que mientras los individuos y las empresas están interesadas exclusivamente en su propio interés, están incentivados a través del ámbito de la competencia como si fuera por medio de una mano invisible a promover el interés del público.

En el análisis tradicional de los mercados que realizan en la ciencia económica donde los productos se compran y se venden, la competencia empuja los precios hacia abajo al nivel de los costos de producción, incluyendo las ganancias normales. Puesto que si los precios exceden los costos las ganancias anormales que se producen como resultado de vender unidades adicionales estimularán a los competidores a bajar sus precios para atraer clientes. De este modo, la presión de la competencia sobre los precios continúa hasta que equivalen a sus respectivos costos. Esta tendencia entre precios y costos explica por qué la ciencia económica concluye que la competencia es eficiente.

Regular la competencia resulta especialmente relevante en la actual era de la globalización económica, dado que las diferentes libertades se han tornado cada vez más interdependientes.

Para Gary Becker, destacado economista ganador del Premio Nobel de Economía en 1992, la competencia es en realidad la sangre vital de cualquier sistema económico dinámico, más aún, la competencia es el fundamento de la calidad de vida y está vinculado a los aspectos más trascendentes de la existencia humana desde el punto de vista educacional, civil, religioso y cultural, además del económico.

La existencia de competencia como principio rector de toda economía de mercado representa un elemento central no únicamente para el desarrollo económico sino también en el aspecto social al permitir el ejercicio de las libertades individuales básicas, entre ellas, la primera y más importante en un sistema capitalista, el ejercicio de la libertad de empresa. En términos económicos, el libre funcionamiento de los mercados es la mejor manera de asignar bienes y servicios entre los miembros de una comunidad; de asegurar que un bien o servicio sea producido eficientemente y al menor costo.

Los mercados competitivos, incentivan la innovación de las empresas tanto en sus técnicas y procesos de producción como en la creación de nuevos productos y por tanto, aumentan las opciones de los consumidores. El resultado es que el bienestar económico de la sociedad es maximizado aumentando el bienestar social. Bajo esta premisa fomentar y proteger la competencia en los mercados es relevante para cualquier municipio o región, y para ello contar con un organismo que procure que los beneficios de la competencia se presenten y no haya agentes que obstaculicen el desarrollo de los mercados, es un tema central para el bienestar de la población, como en el caso de estudio, la población del municipio de Culiacán.

1.4.2.- Relevancia

La ocurrencia de prácticas monopólicas, como muestra la evidencia, genera la expulsión de micros y pequeñas empresas del mercado, lugar que es ocupado por

empresas globales de origen extranjero, que con este tipo de estrategias concentran mercado violentando la ley vigente en la materia, en la mayoría de los casos aprovechando la debilidad institucional o simplemente la falta de presencia del Estado en el tema de competencia económica.

La expulsión del mercado local de micro y pequeños empresarios, que conforman la mayoría de las empresas del estado de Sinaloa, con alrededor de 95 por ciento del total de los establecimientos, genera desempleo en el municipio de Culiacán, así como se fomenta la emigración, ante la reducción de espacios laborales y oportunidades empresariales, o propiciando que el microempresario se convierta en empleado de las empresas globales que los expulsan del mercado.

Estudiar las prácticas monopólicas, sus causas y efectos, tiene especial relevancia en un contexto de globalización, ya que el fenómeno si no se detiene podría avanzar y tomar una magnitud donde resolver sus efectos sería una tarea imposible en la práctica, aun con la existencia de una ley en la materia, por eso la propuesta de un organismo regulador local es especialmente relevante para dar la certeza de un ambiente económico más justo e igualitario para todos los participantes.

1.4.3.- Pertinencia

Sobre el tema de la competencia económica se han realizado importantes trabajos en el plano internacional y nacional, sin embargo, pocas investigaciones tienen como punto de referencia la problemática local de un municipio, esta investigación sobre la ocurrencia de prácticas monopólicas en un mercado local y la necesidad de un organismo regulador es oportuna y conveniente dados los alcances que tiene para el crecimiento y desarrollo económico del municipio de Culiacán, y una instancia más amplia para el bienestar de la población.

Sobre el la necesidad de un organismo regulador del mercado local se buscó ampliamente investigaciones realizadas y no se encontró en específico trabajo realizado sobre el tema, no obstante su relevancia, por eso esta investigación aporta un escenario del mercado local y una propuesta que puede ser trascendente no sólo en lo económico, sino en lo social y político.

En sus resultados se pretende aportar una nueva vertiente de conocimiento en el tema de prácticas monopólicas, pues la investigación ayuda a mejorar el estudio del tema al permitir establecer contacto con la realidad de un mercado local, lo que permite conocer mejor la problemática, desprendiéndose un estímulo para la actividad intelectual y creadora.

El trabajo de investigación puede permitir también establecer mecanismos de solución del problema y con ello dar espacio para más análisis sobre los alcances del tema, así como alternativas de estudiarlo y enfrentarlo.

1.5.- Hipótesis

1. Las prácticas monopólicas realizadas por las empresas globales son las que han ocasionado la pérdida y/o expulsión del mercado regional de las pequeñas y medianas empresas locales de la ciudad de Culiacán.
2. Los mercados locales requieren un organismo público regulador del mercado para evitar las prácticas anticompetitivas que afecten a consumidores y a empresas locales.

1.6.- Objetivos

1.6.1.-Objetivo general

El objetivo de la presente investigación es analizar cómo han impactado las prácticas monopólicas a las empresas locales establecidas en el mercado del municipio de Culiacán a partir de la profundización de la globalización en el estado de Sinaloa.

1.6.2.- Objetivos Específicos

- a) Señalar la necesidad de contar con un organismo público que regule al mercado local para que las empresas locales compitan en igualdad de

circunstancias ante las empresas globales y no pierdan presencia o permanencia en el mercado.

b) Destacar los cambios ocurridos en el mercado de la ciudad de Culiacán conforme ha avanzado el proceso de globalización económica.

c) Analizar la dinámica económica del subsector de papelerías en la ciudad de Culiacán, la distribución del mercado entre los participantes y la concentración lograda por las empresas globales.

Capítulo II.- Elementos conceptuales de las prácticas monopólicas

2.1.- La teoría de la firma

La base teórica de la presente investigación es la teoría de la firma, conocida también por los clásicos como teoría económica de la empresa. La teoría proporciona la conceptualización requerida para enfocar con fundamento científico el tema central a desarrollar, mismo que tiene como punto de partida y destino a las empresas y la forma de coexistir en el mercado.

La teoría de la firma, aun expandida por sus diferentes enfoques, fue reforzada para cimentar con más firmeza la investigación, se consideró complementar la base teórica con la teoría de la ventaja competitiva, que proporciona un modelo estructurado de análisis de la competencia en los mercados, así como aportar un marco de acción y reacción asumible por las empresas ante un mercado fuertemente competido. Se consideró también, tomar las ideas del nuevo enfoque sobre la ventaja competitiva basado en la innovación en valor, conocido como estrategia del océano azul.

2.2.- Los antecedentes

El acervo teórico considerado, cuyos orígenes son de diversas épocas científicas, partiendo de posturas clásicas como la de Adam Smith, cuyos trabajos son considerados fundamentales en la Economía como ciencia, sirviendo en gran medida como referente y motivación de trabajos posteriores, como los de Rosenberg y Coase. Al incluir los trabajos de Michael Porter, considerado como la cabeza intelectual de la teoría de la ventaja competitiva y cuyas aportaciones dan sustento científico a la Administración como rama del conocimiento, se amplía el horizonte conceptual y de análisis no sólo conceptual, sino empírico.

La estrategia del océano azul, propuesta por Chan Kim, contribuye a la investigación con un enfoque empírico fundamentado en teorías de gran relevancia en Administración, como es el caso de la ventaja competitiva de Porter, su punto central

descansa en proponer a la empresa un enfoque hacia la innovación en valor, como la alternativa competitiva para conservar o ganar mercado.

Partir de Adam Smith, en una primera revisión de la literatura, fue lo más oportuno, ya que sus aportaciones conceptuales y teóricas, básicamente por contribuciones de sus obras: La riqueza de las naciones, y la Teoría de los sentimientos morales, son el marco teórico y conceptual de una gran cantidad de trabajos de diferentes enfoques y corrientes de pensamiento, lo que lo hace un referente tanto en el estudio del aspecto económico de las empresas, como administrativo.

Se consideraron a aquellos autores que han trabajado en la teoría de la firma, enfatizando en Coase (1937), que con su contribución considerada neoinstitucional, sentó un precedente en el estudio de la teoría, de cuyo trabajo se desprenden prácticamente todos los estudios contemporáneos de la firma. La investigación se complementó con la revisión de otros muy destacados científicos que han contribuido con sus investigaciones y propuestas al desarrollo de las empresas, así como de la Administración, en particular de la Administración Pública, como rama del conocimiento.

De acuerdo a los fines de la investigación, las variables consideradas son: las prácticas monopólicas, como X (variable independiente 1), la ventaja competitiva de las pymes locales, como Y (variable independiente 2), y la participación de mercado de las pymes, como Z (variable dependiente); se investigó la relación de la variable X y la Y sobre la Z, así como el impacto que esta relación ocasiona.

Estudiar los efectos de las prácticas monopólicas de empresas globales en mercados locales es relativamente nuevo en el campo de la Administración Pública y de la Administración en general, el fenómeno cobró interés en la medida que la era de la globalización ha incentivado a los grandes corporativos a enfocarse en la conquista de nuevos mercados que le permitan aumentar su rentabilidad.

Para la revisión, la teoría de firma sirve como marco teórico y conceptual, en ella se sintetiza y da formalidad al análisis de la empresa en su entorno competitivo, así como las complejidades que debe enfrentar ante una competencia cada vez mayor. La teoría se ha robustecido con el tiempo, partiendo de la caja negra a los costos de coordinación. El acervo teórico de la firma, aunque diverso y complejo, se resume en cuatro grandes enfoques, enfoques que han sido observados de la revisión documental sobre la firma en el desarrollo de la presente investigación, resumir en estos enfoques los estudios sobre la teoría de la firma, sólo es un esfuerzo por ordenar la gran cantidad de trabajos que sobre el tema se han realizado a lo largo del tiempo, destacando aquellos que han sido mayormente considerados en aportaciones posteriores a la 'caja negra', hasta las actuales posturas posteriores a los costos de transacción.

Del estudio de los trabajos realizados sobre la teoría de la firma, se resume que la evolución de la teoría puede ser sintetizada en cuatro grandes enfoques, el neoclásico, el institucionalista, el evolucionista, y el neoinstitucionalista, siendo de éste último donde se desprender a su vez otras perspectivas posteriores a Coase (Ver cuadro 2.1). La teoría de la firma con el enfoque neoclásico visualiza a la empresa como una caja negra; el enfoque institucionalista propone considerar a la empresa como un nodo de contratos; el evolucionista expone a la empresa como un depósito de conocimientos; el neoinstitucionalista introduce los costos de transacción, en cuya corriente destaca principalmente Ronald Coase; y el enfoque post-Coase, agrega a los costos de transacción, los costos de coordinación.

La existencia de competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento central no únicamente para el desarrollo económico, sino también en el aspecto social, al permitir el ejercicio de las libertades individuales básicas, entre ellas, la primera y más importante en un sistema de mercado, el ejercicio de la libertad de empresa. El libre funcionamiento de los mercados es la mejor manera de asignar bienes y servicios entre los miembros de una comunidad;

de asegurar que un bien o servicio sea producido eficientemente y al menor costo (Smith, 1776).

Smith expuso que los mercados competitivos, incentivan la innovación de las empresas tanto en sus técnicas y procesos de producción como en la creación de nuevos productos y por lo tanto, aumentan las opciones de los consumidores. El resultado es que el bienestar económico de la sociedad es maximizado aumentando el bienestar social. En la economía como en los otros campos de la vida social, existe un orden natural que es el resultado simple y evidente de la búsqueda permanente del interés personal en el marco del libre ejercicio de las tendencias innatas al individuo.

Estas tendencias naturales de los seres humanos, que Adam Smith analiza en la Teoría de los Sentimientos Morales (1759), son: el egoísmo, la facultad de la simpatía, el deseo de libertad, el sentido de la propiedad, el hábito del trabajo y la propensión a intercambiar. De acuerdo a Smith, el juego de estas tendencias hacen que cada individuo persiga su propio interés, y que cada quien sea, al mismo tiempo, el mejor juez de su comportamiento y el agente más eficiente de sus intereses.

El ejercicio de estas tendencias constituye un juego sutil de pesos y contrapesos que son al mismo tiempo factores de equilibrio. El egoísmo está contrabalanceado por la facultad de la simpatía, de modo que los frutos del trabajo personal pueden ser objeto de intercambio en el mejor interés de todos.

Para Smith, la búsqueda del interés personal conduce al bien común, exponiendo que una mano invisible, organiza, equilibra y armoniza los intereses individuales en el bienestar colectivo, alcanzando el óptimo social como un resultado involuntario e ideal de la conducta espontánea de los hombres. La búsqueda del interés personal, expone Smith, conduce a cada uno a especializarse y a producir los bienes deseados por el otro. La consecuencia práctica es inmediata: hay que dejar hacer

a los individuos y la racionalidad individual conducirá de un modo natural a la racionalidad colectiva.

Esta forma de concebir el liberalismo es, para Smith, un principio universal; aplicable al caso simple del trueque pero también a la cada vez más compleja organización social de su tiempo. Pero aclara que el ejercicio del interés personal no será posible mientras haya monopolio, colisión para repartirse el mercado, rentas de situación y privilegios.

La competencia debe ser la regla de funcionamiento y esta competencia sólo es compatible con la libertad. Además, argumenta Smith, la competencia es el único modo de garantizar que cada quien podrá explotar lo mejor de sus cualidades, obteniendo la remuneración justa y aportando su plena contribución al bienestar colectivo. El hecho de que la búsqueda del interés personal esté relacionada directamente con el bienestar colectivo, le aporta a los negocios una justificación teórica y moral particularmente bienvenida (Smith, 1776).

Las ideas de Smith fueron bien recibidas por aquellos cuyo espíritu de empresa estaba limitado por las barreras heredadas del mercantilismo, y es fácil comprender el éxito y la perdurabilidad de sus ideales entre los empresarios del sistema que fue conocido como capitalismo. No obstante, Smith supo que el éxito económico es el origen de las alianzas para la repartición del mercado y de los monopolios, y que la debilidad crea la necesidad de protección, de ayudas y privilegios. Para Smith fue claro que si tales situaciones aparecen y se mantienen, es fundamentalmente porque el Estado lo permite, ya que en ausencia de privilegios las imperfecciones del mercado no se podrán mantener por largo tiempo.

En *La Riqueza de las naciones*, que se publicó en 1776, Smith se refiere a la competencia como el mecanismo limitador de la sed de beneficios y fomentador del bien común. También expresó su deseo de un Estado fuerte, aunque no grande,

que garantice la libertad, la propiedad y el funcionamiento de la mano invisible que armoniza los intereses de la persona y de la comunidad.

Después de más de 200 años, el pensamiento de Smith sigue vigente, la necesidad de tener un mercado regido por la competencia y regulado por el Estado se considera el mejor mecanismo para la obtención de beneficios para las empresas y el bienestar común entre las naciones y dentro de ellas, eso se justifica en las regulaciones económicas existentes, particularmente las que se refiere a la competencia económica.

2.3.- Análisis de las prácticas monopólicas

Carlos Elizondo Mayer-Serra, en su libro *Por eso estamos como estamos: La economía política de un crecimiento mediocre*, argumenta que los inhibidores del cambio han sido los poderes fácticos que se constituyeron a lo largo de los años en los que el Partido de la Revolución Institucional imperó como partido hegemónico. Elizondo afirma que los diferentes poderes fácticos han creado un entramado de relaciones clientelares con las que las distintas élites obstaculizan sistemáticamente la transformación (Castañeda, 2012). Este es el caso de un sindicato de maestros que genera una serie de incentivos perversos que propician una educación de mala calidad en perjuicio de los ciudadanos y sus hijos. El de una burocracia gubernamental que se encarga de construir y preservar sus propios privilegios y que se desentiende de las necesidades de la gente. El de empresas monopólicas que producen bienes y servicios caros y de mala calidad, las cuales se benefician de la ausencia de entidades reguladoras fuertes con el consecuente deterioro en el bienestar de los consumidores.

Mientras que Jorge G. Castañeda, en su libro *Mañana o pasado: El misterio de los mexicanos*, sostiene que ciertos rasgos culturales del mexicano, con orígenes en el pasado mediato y remoto, resultan ser contraproducentes para que el país se inserte adecuadamente en un mundo globalizado y altamente competitivo.

Aunque las tesis de ambos autores tienen matices diferentes, ya que Elizondo enfatiza los incentivos perversos del statu quo y Castañeda los condicionamientos culturales del comportamiento de los mexicanos, sus planteamientos metodológicos son similares en tanto que interpretan la realidad mexicana a partir de su propio proceso histórico y sin hacer una comparación detallada de diferentes sistemas socioeconómicos.

Sin embargo, una explicación de la transformación política del México actual, carente de competencia y con poco crecimiento económico, es consistente sólo si el planteamiento logra esclarecer las condiciones con las que el statu quo se preserva y aquellas con las que es posible que florezca la competencia económica y la vocación democrática de los ciudadanos.

A pesar de la globalización, la apertura de la economía mexicana y el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, la tradicional reticencia hacia lo extranjero y la eterna desconfianza a Estados Unidos han impedido que México aproveche al máximo su potencial de exportación y generación de divisas. Por último, la falta de un Estado de derecho fue compensada históricamente mediante un sistema corporativista en el que predominaban las negociaciones opacas e informales, pero el uso actual de estas prácticas y la aceptación tácita de la ilegalidad resultan inconvenientes para la construcción de un sistema político y económico con competencia.

2.4.-Los enfoques teóricos

Del estudio de los trabajos realizados sobre la teoría de la firma, se resume que la evolución de la teoría puede ser sintetizada en cuatro grandes enfoques, el neoclásico, el institucionalista, el evolucionista, y el neoinstitucionalista, siendo de éste último donde se desprender a su vez otras perspectivas posteriores a Coase (Ver cuadro 2.1). La teoría de la firma con el enfoque neoclásico visualiza a la empresa como una caja negra; el enfoque institucionalista propone considerar a la empresa como un nodo de contratos; el evolucionista expone a la empresa como un depósito de conocimientos; el neoinstitucionalista introduce los costos de

transacción, en cuya corriente destaca principalmente Ronald Coase; y el enfoque post-Coase, agrega a los costos de transacción, los costos de coordinación.

2.4.1.- Antecedente clásico

En el enfoque clásico, la Teoría de la Firma, también conocida como la Teoría Económica de la Empresa, define la empresa como una unidad económica de producción que nace y se desarrolla con y en el mercado. Los pilares clásicos de la Teoría de la Firma son: a) Objetivo: Maximización del beneficio; b) Proceso de Transformación de la producción: La empresa debe producir aquella cantidad que posibilite la maximización del beneficio, haciendo coste marginal igual al ingreso marginal. Si el Ingreso marginal es mayor que coste marginal; conviene aumentar el output. Si Ingreso marginal es menor que coste marginal; Conviene reducir el output. c) Información: El empresario tiene acceso a 3 tipos de información perfecta: 1) La demanda de los productos que pondrá a la venta; 2) La oferta de los factores de producción; 3) El estado de la tecnología. d) Decisiones: Si la empresa tiene un objetivo, una función de producción e información suficiente, el paso siguiente será decidir sobre: qué factores de producción y en qué cantidad hay que comprar; y qué producto fabricar y qué cantidad de ese producto.

2.4.2.-Enfoque primero: Neoclásico

En los neoclásicos la firma es, al igual que el cambio tecnológico, una 'caja negra' dotada de un objetivo invariante: maximizar beneficios. Bajo este enfoque la caja negra es principalmente vista como una unidad de producción, más que como una organización interna, un acuerdo contractual o una institución (Alcouffe, Alain y Kammoun, 2003). En este enfoque, donde destaca la contribución de Rosenberg, las firmas en el seno de la misma industria son vistas como esencialmente idénticas; son descritas como teniendo las mismas curvas de demanda y las mismas curvas de costo.

No obstante, dotar de un importante punto de partida, el enfoque neoclásico presenta limitaciones importantes, por lo que el surgimiento de nuevos enfoques a

la teoría de la firma se impuso progresivamente desarrollándose en varias direcciones. La más notoria debilidad teórica de este enfoque, es que en esta perspectiva, se omite tanto el análisis de la firma como una organización, con estructuras, reglas, habilidades y estrategias diferenciadas, como también su dimensión institucional (Bajo, 2006).

El pensamiento económico clásico, así como el neoclásico, abordan el problema de los cambios y del progreso técnico con un alto grado de generalidad, considerando estos aspectos cuando son tomados en cuenta, factores residuales y tratados, en la mayor parte de los casos, como una caja negra que corresponde a la función de producción, donde se pasa de un análisis de insumos e impactos económicos, sin generarse interrogantes a otro donde las preguntas quedan enclaustradas en la caja, que Bajo (2006) relaciona con el proceso tecnológico y productivo. Para el análisis de las aportaciones más significativas por los neoclásicos, es necesario considerar tres perspectivas: la función de producción, el modelo lineal de cambio tecnológico y el tamaño de la firma y la estructura del mercado.

La función de producción puede considerarse el eje desde el que los neoclásicos tratan de explicar el desarrollo tecnológico. Sin embargo, Bajo (2006) expone que este modelo debe analizarse tomando en cuenta las limitaciones siguientes: consideran el cambio tecnológico de manera neutral, el cual no tiene ningún impacto sobresaliente en una empresa respecto de las demás, ya que éste es un bien disponible en el mercado para todas las empresas del sector. Por otra parte, señalan la existencia de rendimientos constantes a escala, una independencia en los factores de la producción, donde un factor no tiene influencia significativa en los demás factores, y el cambio técnico es comprendido como una variable exógena, restringiendo la posibilidad de que en las propias empresas se puedan llevar a cabo procesos de innovación y desarrollo que beneficien los procesos productivos.

López (1997) estima que desde el momento en que los neoclásicos perciben el impacto de la tecnología como algo residual, explicando el progreso tecnológico

como un conjunto de insumos que no alcanza a ser medido por la función de producción. Entre ellos se pueden señalar los efectos de las economías externas y los mayores niveles de educación en la fuerza de trabajo. Con este último se considera la productividad marginal del trabajo como algo constante.

El modelo lineal del cambio tecnológico realiza su análisis con el supuesto de que el proceso de innovación se realiza desde la investigación, desarrollo de productos, procesos, la producción misma, hasta el mercado (Bajo, 2006). Con base a ello, se menciona que las funciones de la innovación de producto, proceso e innovación para mejorar las condiciones de trabajo (Malecki, 1991). Los neoclásicos sostienen que la innovación, desde la perspectiva de la investigación y desarrollo, puede generarse mediante las siguientes vías: incrementos generados en la demanda, estructura del mercado o de acuerdo con el tamaño de la firma.

En este sentido, la innovación se puede concebir por dos caminos diferentes: innovación inducida, que sucede cuando se lleva a cabo una planeación de la investigación, tanto básica como aplicada, invirtiendo en investigación y desarrollo, con el objeto de producir conocimientos. Está también la innovación apegada a requerimientos del mercado, que está determinada por la necesidad de responder a la demanda que existe en el mercado, una demanda específica, la cual requiere una innovación para responder al consumidor en sus gustos y preferencias (Bajo, 2006).

Uno de los primeros economistas del siglo XX que analizó el modelo innovador en la industria fue Joseph Schumpeter (1939), para quien la mayor probabilidad de que las organizaciones y los cambios tecnológicos provinieran de las grandes organizaciones del mercado consistía en que surgieran monopolios y oligopolios, más que en los mercados libres y de las empresas que actúan en un contexto de competencia. Por ello, la problemática del tamaño de la empresa es un asunto muy

complejo, cuya discusión teórica se puede relacionar con el debate sobre la competencia perfecta e imperfecta.

López (1997) señala, para los supuestos que dieron origen a la teoría neoclásica, que la gran corporación no correspondía a una adecuada estructura de mercado, debido a la carencia de una libre competencia y a la fijación de precios. De acuerdo con la estructura imperfecta del mercado serían las grandes empresas únicamente las que estarían en posibilidades de realizar innovaciones tecnológicas, pero también serían las que se opondrían o retrasarían la introducción de innovaciones, si éstas no le fueran favorables, de acuerdo con una estructura rígida de la empresa.

Con base en el trabajo de Bajo (2006), es válido plantearse la pregunta: ¿ es la innovación un producto natural de los grandes centros públicos o de los conglomerados industriales establecidos, o bien de las empresas pequeñas relativamente nuevas y competitivas que arriesgan innovando y logran triunfar en el mercado con posibilidades de volverse grandes?. En ese sentido, el sector industrial que recibe las nuevas tecnologías es un ejemplo de cómo las teorías y las prácticas dominantes en investigación y desarrollo en la empresa han cambiado de forma muy significativa el enfoque tradicional de la innovación.

Freeman (1975) sostiene que aun cuando los gastos en investigación y desarrollo son realizados en mayor medida por las grandes corporaciones, han sido las pequeñas empresas las que han desarrollado la mayor cantidad de innovaciones en los últimos años. A partir del trabajo de Freeman, Zárte (1998) cuestiona el hecho de que en una estructura de mercado donde coexisten pequeñas y grandes empresas, ¿cómo pueden crecer las pequeñas? En apego a los modelos de competencia perfecta, no se pueden encontrar respuestas que satisfagan la pregunta de Zárte, una organización industrial integrada por un gran número de pequeñas empresas disputando el mercado con firmas grandes sólo se puede explicar por el comportamiento imperfecto e inestable de los mercados que operan

con rendimientos crecientes o decrecientes, o bien que éstas sean abastecedoras o maquiladoras de las grandes empresas (Bajo, 2006).

2.4.2.1.-El enfoque neoclásico y prácticas monopólicas

Con el objetivo de incrementar sus ganancias, las empresas globales se apresuran a descubrir nuevas oportunidades de crecimiento, su llegada a mercados locales es considerada inicialmente como positiva para los consumidores, que ven aumentada su capacidad de elección, pero para las empresas locales, básicamente pymes, la llegada de las globales puede representar una sentencia de muerte (Garten, 2001).

Las empresas locales, acostumbradas a ocupar una porción del mercado, de pronto enfrentan a rivales extranjeros que manejan una serie de ventajas aplastantes: recursos financieros sustanciales, tecnología avanzada, productos superiores, marcas poderosas y equipos administrativos y de marketing con gran experiencia. Dichas ventajas que poseen las empresas globales pudieran ser en sí mismas el elemento suficiente para forzar la salida del mercado de las empresas locales, pero no obstante la notoria ventaja, a menudo las empresas globales tienen prisa por ocupar la parte del mercado suficiente para hacer rentable su inversión, para lo cual llevan a la práctica acciones anticompetitivas, es decir en el ánimo de cumplir con la maximización del beneficio, puede caer en las prácticas monopólicas, ante unas empresas locales carentes de estrategia competitiva.

2.4.3.- Enfoque segundo: Institucionalista

Los interrogantes sobre la existencia y la naturaleza de la firma dieron lugar a otras búsquedas teóricas que la visualizan, no en términos de función de producción o de función de costo, sino en términos de 'nodo de contratos', como lo expone el enfoque institucionalista. En este enfoque, la firma es analizada como una forma de organización necesaria para suplir los costos de transacción inducidos por la gestión cara a cara de individuos que deben intercambiar prestaciones en el mercado. Reagrupando y efectuando ella misma ciertas actividades, la firma realiza economías en los costos de transacción (Coase, 1937).

El principal exponente de este enfoque es Ronald H. Coase, quien en 1937 publicó la investigación más sobresaliente de la teoría de la firma desde los neoclásicos, introduciendo la relación que existe entre las firmas y las instituciones, así como los costos de transacción en el mercado. El institucionalismo, como corriente del pensamiento económico, centra su interés en la dimensión institucional, dominando el enfoque de análisis socioeconómico al considerar la conducta humana como determinada por la cultura, en lugar de elegir al individuo como su unidad básica de análisis, como es en la teoría neoclásica (Bajo, 2006). Los institucionalistas valoran como unidad de análisis a la propia institución, en ese sentido, la sociedad sería un conjunto de sistemas institucionales y cada uno de esos sistemas estaría compuesto por una agrupación de instituciones (Bus, 1987).

2.4.3.1.-El enfoque institucionalista y las prácticas monopólicas

Al considerar a la firma como nodo de contratos, el institucionalismo pone como unidad de análisis a la transacción y el oportunismo potencial de los agentes económicos (Brousseau, 1989). Es por ello que este enfoque expone que para paliar estas dificultades los agentes económicos crean arreglos institucionales. Es en este aspecto, en los arreglos, en los que hay espacio para el surgimiento de prácticas monopólicas, ya que los agentes económicos en la búsqueda de disminuir los costos de transacción, intentan en muchos casos usar su poder de mercado para mermar a los rivales, llevando a la prácticas acciones anticompetitivas, como la colusión con proveedores vía un contrato.

2.4.4.-Enfoque tercero: Evolucionista

El enfoque evolucionista emplea la noción de cartera de competencias de las firmas para estudiar los fenómenos de variedad de las organizaciones y los mecanismos de selección, en este enfoque destacan Nelson y Winter, que en 1982, expusieron que las organizaciones evolucionan y se transforman para responder a las solicitudes y modificaciones externas e internas.

Bajo este enfoque la firma es vista como 'depósito de conocimientos', que reconoce que la firma no es estática, considerando que la organización reacciona a su entorno y se adapta a sus competencias y sus capacidades de aprendizaje (Marengo, 1995). La firma evolucionista es enfocada como una unidad de producción, pero adopta una perspectiva más bien tecnológica que contractual (Nelson y Winter, 1982). Con este enfoque, la firma no es asimilada ya como una caja negra que absorbe la información y produce resultados, sino que busca más bien organizar y gestionar su entorno a través de la identificación de informaciones pertinentes y la asociación con actores externos. La noción de competencia constituye una de las categorías analíticas centrales de la perspectiva evolucionista. De hecho la firma evolucionista es un reagrupamiento de competencias, y los acuerdos entre firmas son reuniones de competencias y no de agentes económicos (Alcaouffe y Kammoun, 2003).

El evolucionismo se plantea, como objeto de estudio central, la cuestión del cambio económico, tanto corto como, principalmente, de largo plazo, mediante la construcción de una alternativa teórica para analizar las deficiencias en tres campos considerados centrales para explicar el desarrollo de las economías modernas: las características y comportamientos de las firmas, la naturaleza del cambio tecnológico y el papel de las instituciones, entendidas, en un sentido amplio como limitantes y, de alguna manera, determinantes en los patrones de comportamiento de los agentes económicos.

El objetivo del evolucionismo es refundar completamente todo el aparato teórico empleado convencionalmente en economía. Pese a que sus contribuciones más difundidas y más aceptadas son las referidas al cambio tecnológico, los evolucionistas proponen argumentaciones y modelos formales sobre la teoría de la firma, los fundamentos del análisis macro, los patrones de organización industrial y de la evolución de las estructuras del mercado, los ciclos de largo plazo en las economías capitalistas y los procesos de crecimiento y desarrollo, como es el caso de los sistemas nacionales y regionales de innovación.

Es a partir de la publicación del libro de Richard Nelson y Sydney Winter (1982), *Una teoría evolucionista del cambio económico*, cuando se da un notable resurgimiento en el ambiente económico de las ideas de esa corriente. Los autores afirman que sus mayores deudas intelectuales las tienen con Schumpeter. Nelson y Winter dicen de su propio enfoque bien podría ser llamado neo-schumpeteriano.

Schumpeter señaló el carácter evolucionario del capitalismo y enfatizó las fuerzas endógenas que subyacen detrás del proceso de desarrollo, definiendo un escenario donde hay una co-evolución de tecnologías e instituciones. Asimismo, destacó la importancia fundamental de la innovación, caracterizándola como un proceso que, incesantemente, renueva la vida económica desde adentro, lo que hoy se denomina destrucción creadora. Por su parte, Nelson (1995) afirma que la teoría evolucionista se caracteriza por lo siguiente: el foco de atención se centra en una variable, o un grupo de ellas, que cambia con el tiempo y se pretende entender el proceso dinámico que está detrás del cambio observando; se concentra, entonces, en las propiedades de los sistemas donde la dinámica surge de manera endógena por la emergencia de las innovaciones y en los cuales predominan las interacciones positivas. Esto se traduce en la preferencia por modelos no lineales. Por otra parte, el evolucionismo no asume, necesariamente, nociones gradualistas, ya que admite cambios abruptos, inestabilidades y revoluciones, etcétera (Dosi, 1991).

2.4.4.1.- El enfoque evolucionista y las prácticas monopólicas

La noción de competencia constituye en efecto una de las categorías analíticas centrales del enfoque evolucionista. Este enfoque expone que la organización reacciona a su entorno y se adapta gracias a sus competencias y sus capacidades de aprendizaje (Marengo, 1995). El aprendizaje se define en el enfoque evolucionista como un proceso fundado sobre la repetición y la experiencia acumulada, que hacen que las tareas sean realizadas cada vez mejor y con mayor rapidez. Así una organización se califica y se diferencia de otra, el valor y la calidad de una organización dependerán de su facultad de dominar sus aprendizajes y de poner en práctica procedimientos organizacionales (Nelson y Winter, 1982).

En el evolucionismo, la firma es enfocada como una unidad de producción, pero adopta una perspectiva tecnológica, al respecto, es considerada como una unidad adaptativa con capacidades técnicas y competencias económicas limitadas en materia de toma de decisiones (Alcouffe y Kammoun, 2003). El enfoque evolucionista permite suponer que las empresas locales al poseer conocimiento del mercado local, pueden diseñar estrategias que le permitan competir frente a las empresas globales, aun en el caso de que estas realizaran prácticas monopólicas. Sin embargo, al hacer énfasis en aspectos organizacionales, se manifiesta la necesidad de que la evolución de las pymes locales sea hacia la adaptación de nuevas formas de competir, basando principalmente en la tecnología su evolución, algo que pudiera ser complejo para la empresa local, ante la carencia de capital o fuentes oportunas de financiamiento.

2.4.5.- Enfoque cuarto: Neoinstitucionalista

En la concepción sobre la firma del enfoque neo-institucional se han ido configurando varias escuelas o tendencias que acentúan distintos elementos de la concepción global o que incorporan y eliminan otros elementos de acuerdo a intereses teóricos y perspectivas variadas. Es posible diferenciar así varios modelos o enfoques en el desarrollo de la teoría de la firma durante los últimos veinte años. Prácticamente todos los enfoques coinciden en que conviene más extender los límites de la firma en la medida que las actividades o activos hacia los que se integraría sean complementarios con actividades actuales de la empresa (Tarziján, 2003).

El principal referente del enfoque neoinstitucionalista es Ronald H. Coase, que en 1937 se preguntó: ¿por qué existen las firmas?, a lo que dio respuesta manifestando que la firma existe por su habilidad para economizar en ciertos costos del uso del mercado y, por lo tanto, la organización de determinada actividad económica se realizará dentro de una firma si los costos de coordinar la producción dentro de ella

son menores que los costos en que se tendría que incurrir si se compra el insumo a través del mercado.

Buena parte de la literatura y trabajos posteriores a la contribución de Coase, -donde destacan los trabajos de Douglas North- intentan identificar los costos de transacción, de utilizar el mercado, y los costos de coordinación, de producir internamente (North, 1994). Dentro de los determinantes de los costos de transacción, ha adquirido una importancia central lo que se conoce como el problema del hold up. El problema del hold up nos muestra dos ideas fundamentales en el estudio de la teoría de la firma. La primera es que los contratos son incompletos, y la segunda es que, debido a esta limitación, la asignación del poder o control ex post que se tenga sobre los activos es importante.

El enfoque neoinstitucionalista está basado en el trabajo de Coase, que es precursor del enfoque institucionalista, y los trabajos surgidos posteriormente, como el de Williamson, en 1985, y North en 1984, corresponden a líneas de pensamiento, generalmente complementarias que se van integrando unas con otras, iluminando diferentes facetas de un mismo fenómeno complejo y cambiante como lo es la firma (Alcouffe y Kammoun, 2003). Más específicamente, el desarrollo de la literatura mantiene el lineamiento básico de Coase, inyectándole contenido e ideas más específicas a los dos pilares fundamentales de su trabajo de 1937: los costos de coordinación de organizar las actividades dentro de la firma y los costos de transacción de pasar por el mercado.

El significativo aporte de Coase consiste en su proposición básica acerca de la importancia de los costos de coordinación y transacción y esto, al paso del tiempo, se mantiene plenamente vigente.

Una importante enseñanza que arroja el análisis de los distintos enfoques para la administración estratégica de empresas es el de la importancia de la complementariedad entre las actividades o activos de la empresa en la determinación de sus límites. Así, prácticamente todos los enfoques coinciden en

que conviene más extender los límites de la firma en la medida que las actividades o activos hacia los que se integraría sean complementarios con las actividades actuales de la empresa (Tarziján, 2003).

Para los autores del nuevo institucionalismo, que entienden la historia como un proceso de cambio institucional continuo, se han establecido cuerpos cada vez más complejos de rutinas de comportamiento o reglas del juego que surgen para reducir la incertidumbre en la interacción entre los agentes sociales que carecen de información sobre el posible comportamiento de los otros. La repetición, durante periodos prolongados de esas rutinas, es el mundo de las instituciones.

Douglas North (1993), planteó que las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, las obligaciones creadas por los humanos que le dan forma a la interacción humana; en consecuencia, éstas estructuran los alicientes en el intercambio humano, ya sea político, social o económico. El cambio institucional, concluye North, delinea la forma en la que la sociedad evoluciona en el tiempo y es, a la vez, la clave para entender el cambio histórico.

López (2001) divide la atención de la administración de empresas en tres niveles: el de las políticas en los ámbitos nacional y regional, del desarrollo de la industria, de su mercado y, en particular, de sus colaboradores y competidores; el tercer nivel se refiere a las relaciones individuales o relaciones en la empresa. El modelo neoinstitucionalista, sostiene Bajo (2006), puede impulsar las innovaciones productivas y organizacionales, ya que normas institucionales diferentes producen incentivos diferentes. El autor señala que las normas institucionales premian el éxito y castigan el fracaso.

2.4.6.- Otros enfoques, posturas a partir de Coase

La contribución de Coase (1937) establece que las actividades a realizar por una firma vienen dadas por la comparación entre dos tipos de costos, el de coordinación de los recursos a través de transacciones de mercado, llamados también costos de

transacción, y su contraparte, los costos de coordinar los recursos internamente. El costo de producir internamente no sólo incluye el costo de producción, sino que también el costo de organizar la producción y de encontrar y negociar con los proveedores. Por otra parte, entre los costos de transacción más importantes de pasar por el mercado están los de negociar y firmar contratos, y los de informarse, buscar y seleccionar precios y calidades de productos.

En general, mientras los costos de transacción del uso del mercado disminuyen a medida que aumenta la integración de procesos dentro de la misma empresa, llegando a cero en el caso de que toda la línea insumo-producto esté integrada, los costos de coordinación interna aumentan con la integración del proceso dentro de la organización. Los trabajos más recientes sobre la teoría de la firma surgieron a partir del análisis de Coase, y de este enfoque se desprenden a su vez dos enfoques, los basados en los costos de transacción y los basados en los costos de coordinación.

2.4.6.1-. Enfoques basados en costos de transacción

2.4.6.1.1.- Costos de transacción

La teoría de la firma basada en los costos de transacción es expuesta principalmente por Williamson (1975,1985,1988), quien introduce nuevos elementos a la teoría original de costos de transacción. Así es como mientras Coase se ocupaba de los costos de transacción que surgen ex ante, tales como los de búsqueda de la contraparte y de la negociación de los contratos, estos autores se enfocaron en los costos de transacción que surgen ex post, producto de la dificultad de firmar contratos completos y de obligar al cumplimiento de cualquier tipo de contrato.

De acuerdo a Williamson, costos como los de negociar, vigilar y exigir el cumplimiento de acuerdos entre las partes son fundamentales al decidir si utilizar al mercado o sustituirlo por una estructura de mando vertical, y como tales, también

debiesen influenciar los límites de una firma. Dos conceptos fundamentales para la teoría de la firma basada en los costos de transacción son los de especificidad de los activos y los del oportunismo. Un activo es específico a la identidad de una determinada contraparte o a una determinada actividad cuando su valor es influenciado por la identidad de la contraparte.

Debido a la imposibilidad de pronosticar cada futura contingencia, cuando un activo es específico a la identidad de cierta contraparte existen riesgos de amenazas de renegociación constantes, donde cada parte intentaría apropiarse de las cuasirentas que genere la relación, en la cual el grado de especificidad de los activos se mide a través del nivel total de cuasi-rentas creadas por la inversión.

2.4.6.1.2.-. Derechos de propiedad

En los últimos 15 años se ha desarrollado una literatura que argumenta que los límites de la firma y la asignación de la propiedad de los activos pueden ser entendidos en términos de derechos de propiedad y contratos incompletos. Esta literatura, que comienza con Grossman y Hart (1986), Hart y Moore (1990) y Hart (1995), extiende la aplicación y alcance de la teoría de la firma basada en los costos de transacción (Coase, 1937; Williamson, 1985 y Alchain et al., 1978). Esta literatura parte de la premisa de que la propiedad de un activo otorga el control sobre los flujos residuales que éste genere, lo que incentiva a su dueño a esforzarse para destinar el activo hacia aquellas actividades que maximicen su valor. La idea detrás de lo anterior es que el dueño del activo, al recibir los flujos residuales que éste genere, es el que tiene los incentivos para darle un mejor uso, por lo que la firma que posea dicha propiedad será aquella que tenga el potencial de obtener el mayor excedente por su utilización y control.

2.4.6.2.-. Enfoques basados en costos de coordinación

Bajo este enfoque se agrupan diversas teorías que se basan, fundamentalmente, en el análisis de los costos de coordinar las distintas actividades dentro de una

misma organización, y de coordinar los objetivos de los diversos participantes en el proceso de toma de decisiones, incluyendo a los dueños del capital.

2.4.6.2.1.- Enfoque basado en diseño de tareas y sistemas de incentivos Aunque la teoría basada en los derechos de propiedad provee una clara explicación de los costos y beneficios de la integración, esta teoría parece explicar mejor la existencia y límites de las firmas cuya propiedad y administración recae en la misma persona, y, consecuentemente, explica menos acerca de la existencia y límites de grandes empresas, donde la propiedad y la administración están frecuentemente separadas. Holmstrom (1999) responde a esta inquietud argumentando que son las firmas las que poseen los activos, porque ellas modifican los incentivos que existen respecto del caso en que la propiedad de los activos esté en manos de las personas. Así, las firmas existen, porque pueden balancear mejor los incentivos, por ejemplo, de los trabajadores y administradores, e implementar mejores sistemas de trabajo y remuneraciones, lo que es especialmente importante en labores o procesos que requieran la realización de tareas múltiples y complejas.

Hart y Holmstrom (2002), por su parte, realizan modificaciones a la teoría de los derechos de propiedad de manera que pueda ser aplicada a un mayor conjunto de temas organizacionales. Ellos asumen que una firma está caracterizada por la amplitud de sus actividades y se preguntan cómo éstas se agrupan. Temas como el diseño y coordinación de las actividades dentro la firma y las externalidades entre ellas son claves para determinar la existencia y límites de la firma. Así, por ejemplo, las actividades que se realizarán dentro de una firma dependerán, en parte importante, de qué otras actividades ésta desarrolle, favoreciéndose la realización de actividades complementarias o que aporten mayores externalidades positivas en relación a las que desempeña la empresa.

De esta manera, estos autores cambian el foco de atención desde los activos -que son el centro de la discusión en el enfoque basado en los derechos de propiedad-

hacia las actividades. Asimismo, las aplicaciones de Holmstrom también debiesen ayudar en el análisis de la estructura interna de una empresa y de la delegación de autoridad dentro de ella.

Holmstrom y Milgrom (1994) argumentan que los límites de la firma reflejan un trade off en el cual la propiedad de un activo interactúa con el diseño del trabajo (job design) y con otras decisiones organizacionales. Si esto es lo que sucede, los límites de la firma podrían reflejar factores que no aparecen en Grossman y Hart (1986), tales como aquellos que afectan la asignación óptima de tareas entre los individuos. De acuerdo a Holmstrom y Milgrom (1994), la verdadera ventaja de las firmas sobre el mercado es su habilidad para balancear los incentivos de los agentes que están involucrados en múltiples actividades, algunas de ellas muy complejas, y ello de mejor manera que lo que se podría lograr utilizando al mercado y la pura propiedad del activo.

2.4.6.2.2.-. Enfoque basado en el conocimiento

Desde el área de la administración estratégica también han surgido cuestionamientos a las teorías de la firma que se basan solamente en los costos de transacción y en los derechos de propiedad sobre los activos. Estos aspectos se basan en que si bien es cierto que las empresas, para operar eficientemente, necesitan activos específicos tanto físicos como humanos, la especificidad de los activos no lleva a incrementar los límites de la firma por las fallas que se producen al transar estos activos a través del mercado, sino porque tener esos activos específicos dentro de la empresa constituye un stock de capital complementario con el resto de los factores, aumentando la eficiencia en el desempeño de las actividades de la firma y las ganancias por coordinarlas internamente (Antolín, 2002).

Estos cuestionamientos han dado origen a lo que se ha denominado la teoría de la firma basada en el conocimiento de que las inversiones específicas, particularmente

en recursos humanos, lenguaje interno y rutinas particulares de la empresa, son una fuente valiosa de conocimientos y capacidades que justifican su existencia y determinan sus límites. Así, de acuerdo a esta línea de pensamiento, la elección de los límites de la empresa depende, en parte muy importante, del grado en el cual las nuevas actividades de la firma son específicas a la base actual de activos de la empresa (Antolín, 2002).

Las ventajas de eficiencia derivadas de realizar actividades en la empresa surgen de la presencia de características específicas, rutinas, lenguajes, ideas comunes, etc., que tienen por resultado mejorar el desempeño de estas actividades. A medida que una actividad se hace más específica a la empresa, ésta crecientemente desarrolla una forma propia de comunicarse y comportarse de acuerdo a un código organizacional común que facilita y hace más eficiente la diseminación del conocimiento.

De esta manera, la teoría basada en el conocimiento sigue asociando la existencia y límites de la firma con la especificidad de los activos necesaria para producir eficientemente; pero, a diferencia de las teorías de la firma basadas en costos de transacción, esta asume que la mayor especificidad de una actividad implica que aumenta la eficiencia para que esas actividades se desarrollen internamente. Así, la extensión de los límites de la empresa por la especificidad de los activos se basa en la creación de un valor positivo por el desarrollo interno de esa actividad.

La teoría de la firma basada en el conocimiento enfatiza la existencia de capacidades únicas para la determinación de las ventajas competitivas de una firma. Estas capacidades constituyen la base de conocimiento de la empresa y, como tales, son vistas como paquetes de rutinas de una naturaleza tácita que son de propiedad de la firma más que de los individuos, y son operadas por equipos de personas y administradores.

En esta perspectiva, las firmas son heterogéneas y las diferencias en eficiencia y su sustentabilidad provienen, principalmente, de las dificultades de imitación por parte de otras firmas (Tarziján, 2003). De acuerdo a Penrose (1959), es la heterogeneidad de los flujos y stocks de conocimientos dentro de las firmas, no la propiedad de sus recursos físicos, la que le da a cada empresa su carácter distintivo. Esto es, porque los recursos físicos pueden normalmente ser adquiridos y combinados por cualquiera, mientras que los activos relacionados con el conocimiento, tales como las capacidades únicas y las rutinas, son difíciles de transferir, vender y comunicar.

El 'outsourcing' puede ser una aplicación interesante para analizar el enfoque de la firma basada en el conocimiento. De acuerdo a este enfoque, el outsourcing no se debe realizar por motivos puramente de costos o de baja especificidad de los activos, ya que las actividades que se está planeando contratar con terceros pueden retardar el aprendizaje de la firma y así dañar su habilidad para mejorar sus capacidades y, consecuentemente, su ventaja competitiva.

De esta manera, la conveniencia de una decisión de outsourcing debe ser analizada no sólo considerando los eventuales ahorros de costo que implica, sino que también sus efectos dinámicos y su relación con el desarrollo del conocimiento dentro de la firma. Las explicaciones dadas por la teoría de la firma basada en el conocimiento para la determinación de los límites de una firma están muy relacionadas con la vertiente de la literatura en administración estratégica que analiza los beneficios de la diversificación relacionada (Tarziján, 2003).

En ambos casos, las extensiones de los límites de la empresa más convenientes son, de una u otra manera, las más relacionadas con las actividades actuales de la empresa, ya que es allí donde es más probable utilizar y expandir las características específicas de la firma y, por lo tanto, es más probable que esa actividad sea realizada en forma más eficiente internamente (Poppo y Zenger, 1998).

Es notable que la teoría de la firma basada en el conocimiento está también, en cierta medida, relacionada con las teorías asociadas al diseño de tareas e incentivos en trabajos con múltiples tareas, las que tienden a basarse en el concepto de actividad más que en el de activos (Hart y Holmstrom, 2002) y determinan los límites de la firma en función de la complementariedad de sus actividades y en cómo la delegación de autoridad e incentivos puede afectar esta complementariedad. En ambos tipos de teorías se tiende a preferir la extensión de los límites de una firma hacia actividades relacionadas o complementarias con las actualmente desarrolladas por ésta.

Asimismo, la teoría basada en el conocimiento puede ser vista como una que da un paso importante en cuanto a identificar lo que es complementario, o más bien, lo que permite que esta característica se manifieste. Así, los servicios que emanan de reglas, procedimientos y lenguaje propios de la organización, fortalecen al resto de los recursos de la organización.

2.4.6.2.3. Enfoque basado en la separación entre la propiedad y el control

Bearle y Means (1932) se preguntaban si los administradores de empresas actuarían en el interés de sus propietarios, a pesar de la baja participación que tienen en la propiedad de éstas. Esta pregunta nos muestra la raíz del problema de agencia, que surge de la separación entre la propiedad y el control de una empresa. De acuerdo a Bolton y Scharfstein (1998) no es posible responder completamente la pregunta de por qué existen las firmas, sin reconocer que los administradores no son los dueños de las firmas, sino que son sólo sus agentes o representantes.

Por lo mismo, junto con preguntarnos el porqué de la existencia de las firmas debemos preguntarnos por los tipos de problemas de agencia que pudiesen ocurrir cuando los administradores toman sus decisiones sobre el uso de los activos sin ser sus dueños, y los efectos de estos problemas sobre las decisiones de inversión y compensación de las empresas.

De acuerdo a lo anterior, un aspecto central en el análisis de la teoría de la firma es el de definir el objetivo de ésta. No se puede realizar un análisis de las motivaciones para la existencia de firmas y de su ámbito de acción sin considerar los posibles problemas de agencia que surgen de la separación entre su propiedad y su administración, o entre miembros de un equipo de trabajo y los administradores. Este problema ya había sido analizado por Adam Smith, que en La riqueza de las naciones decía acerca de las empresas con propiedad dispersa, expresando que no se puede esperar que los directores de tales empresas, que son los administradores del dinero de otros y no del propio, tengan el mismo cuidado y ganas de vigilar vigorosamente los recursos de la empresa que si estos recursos fueran de ellos (Smith, 2007). A partir de esta afirmación, ha surgido una importante literatura sobre los diversos problemas de agencia que pueden surgir en una empresa.

Una relación de agencia se define como un contrato, que puede ser implícito, bajo el cual una o más personas -el principal- contrata a otra -el agente- para que desarrolle cierta actividad en su representación que involucre la delegación de alguna autoridad en la toma de decisiones por el agente. Si tanto el agente como el principal son maximizadores de utilidad, existen razones para pensar que el agente no siempre hará lo que sea mejor para la utilidad del principal.

Un ejemplo tradicional de un eventual problema de agencia es el que se da entre los administradores de las empresas y sus accionistas, donde los primeros no siempre actúan teniendo como objetivo maximizar la riqueza de los accionistas, sino que pueden buscar otros objetivos, como los de administrar una compañía de mayor tamaño o tener un mejor mobiliario en sus oficinas.

En este esquema, el principal puede ayudar a alinear el comportamiento del agente con sus objetivos a través del monitoreo de éste y del establecimiento de incentivos que lleven a alinear los objetivos de ambos. Sin embargo, en este caso el principal

va a tener costos de monitoreo y de crear, pagar y cumplir los contratos que entreguen una estructura de incentivos que, efectivamente, tienda a alinear los incentivos del principal con los del agente.

El agente, por otra parte, podría destinar recursos a garantizarle al principal que no tomara acciones que lo dañen. Pero, incluso si el principal y el agente hacen esfuerzos (generalmente contractuales, como un determinado mecanismo de compensación) para disminuir los costos de agencia en su relación, es muy probable que subsista alguna divergencia entre los intereses de ambos que provoque la manutención del problema de agencia. Entre las teorías de la firma que se basan en el problema de agencia, destaca la de Alchain and Demsetz (1972), que justifican la existencia de una firma a base de los conflictos de interés que surgen entre los miembros del equipo que se requiere para la producción de un bien o servicio, cuando no hay información perfecta acerca del comportamiento de cada uno de los miembros de ese equipo.

La inexistencia de información completa provoca que cada miembro del equipo tenga incentivos a disminuir su esfuerzo respecto al que estaría dispuesto a entregar si pudiese ser vigilado en forma perfecta. Se provoca un conflicto entre los objetivos individuales y grupales, que se exagera a medida que mayor es el grado de imperfección en la información acerca del desempeño de cada miembro del grupo. Asimismo, el problema de la menor producción causado por este conflicto de intereses es más importante a medida que las actividades entre los miembros del equipo sean más complementarias.

De acuerdo a Alchain y Demsetz (Tarziján, 2003), el problema de la vigilancia se supera a través de la entrega de derechos de propiedad residuales al que esté dispuesto a coordinar y vigilar el comportamiento de los miembros de este equipo de producción. Estos derechos residuales de propiedad originan lo que denominamos la firma. Así, la raíz para la existencia de la firma de acuerdo a estos

autores es la búsqueda de la eficiencia en el uso de los recursos (en el ejemplo, personas), que no se obtendría de no existir vigilancia y coordinación.

Detrás de este análisis están los supuestos de que la cooperación es más productiva cuando se realiza a través de la organización de equipos de trabajo que pueden relacionar sus esfuerzos y herramientas, y que la organización de las personas en equipos de trabajo aumenta el problema de medir y dividir la responsabilidad de cada miembro individual en el éxito o fracaso del equipo de trabajo. Alchain y Demsetz concluyen que, si se pudiese monitorear la labor de los miembros de un equipo, un sistema de organización efectivo es aquel en que la compensación para el propietario-administrador equivalga al flujo residual obtenido por la firma después de pagarle sus salarios fijos a los trabajadores.

Este propietario-administrador, a cambio del derecho a recibir los flujos residuales de la firma, vigila el comportamiento de sus empleados y tiene la capacidad para su promoción o despido. Entre los aspectos a resolver en esta teoría se cuentan los relacionados con lo que sucede con la vigilancia cuando la propiedad está difundida entre muchos poseedores de derechos residuales y cuando los mecanismos de compensación no son capaces de alinear perfectamente los objetivos del dueño con los de los empleados de la firma (Tarziján, 2003).

El autor expone que un caso particular de problema de agencia es el de Jensen y Meckling (1976). Estos autores argumentan que si los administradores no poseen el total de la propiedad de una firma, entonces ellos sobre-invertirán en activos que no son necesarios para la maximización del valor de la empresa, pero que sí ayudan a maximizar el bienestar de sus administradores (autos con chofer, alfombras gruesas, entre otros). Lo anterior, debido a que los administradores soportan sólo una porción del costo de inversión en estas actividades (equivalente al porcentaje de su propiedad en la empresa), pero reciben el beneficio completo de estas inversiones.

De acuerdo a esta visión, la firma tiene como objetivo minimizar los costos que surgen debido a los conflictos de interés que existen entre sus diferentes constituyentes, especialmente entre accionistas y administradores, y entre accionistas y acreedores. Así, por ejemplo, de acuerdo a estos autores, si la empresa necesita financiamiento externo para respaldar sus actividades actuales o para emprender un nuevo proyecto de inversión, debería confiar más en el financiamiento vía deuda que en aquel vía acciones, ya que el repago obligatorio de la deuda disminuye las posibilidades de que los administradores utilicen los flujos de caja en inversiones no necesarias para maximizar el valor de la firma. De acuerdo a esta visión, Jensen y Meckling ven a la firma como un nexo de relaciones contractuales destinadas a disminuir los distintos tipos de costos de agencia, caracterizada por la existencia de derechos residuales sobre los flujos de caja de sus activos, los que, en el caso de una firma cuyas acciones se transen, se pueden traspasar a terceros dispuestos a pagar por estos derechos un precio mayor al valor de éstos para sus poseedores actuales. Esta definición de la firma es muy enriquecedora, ya que permite preguntarse sobre aspectos tales como por qué existen diversos tipos de arreglos contractuales que dan origen a distintos tipos de organizaciones y cuáles son las consecuencias de estas distintas formas de arreglos contractuales.

El problema de agencia a que hacen referencia Jensen y Meckling (Tarziján, 2003) guarda también una estrecha relación con el problema del monitoreo y menor productividad en los equipos de trabajo a que se referían Alchian y Demsetz (1972). Sin embargo, estos últimos autores recalcan la importancia del monitoreo y de las relaciones contractuales cuando se necesitan empleados que deben complementarse actuando en equipo, o cuando existen otros insumos que se requiere complementar para la producción de un bien o servicio determinado.

En tanto Jensen y Meckling (1976) defienden la noción más amplia de que las relaciones contractuales son la esencia de una firma, pero no sólo las relacionadas

con los empleados o con ciertos insumos para la producción física del bien o servicio, sino que también las relacionadas con los proveedores, clientes, aportadores de capital y otros. Por lo anterior, de acuerdo a estos autores el problema de agencia y del necesario monitoreo está presente en prácticamente cualquier tipo de relación contractual.

Baker, Jensen y Murphy (1988), por su parte, destacan que la estructura interna de incentivos de la empresa es determinante para la teoría de la firma, argumentando que los incentivos influyen, en parte importante, el comportamiento de los individuos en la organización. Según estos autores, el problema principal-agente se reduce con un buen sistema de incentivos y, de acuerdo a esto, los límites de la firma vendrían determinados por la capacidad de ésta para establecer incentivos, y de su calidad para mitigar potenciales problemas de agencia.

Una aplicación práctica de la relación entre el problema de agencia y los límites de una firma ocurre en el caso de la decisión de si franquiciar un producto o no. Este tipo de problema es frecuentemente analizado en la literatura de restricciones verticales (Maness 1996), y está relacionado con preguntarse por qué observamos distintos tipos de relaciones contractuales cuando un franquiciador desea llevar su producto a los consumidores finales.

En algunos casos, es el potencial franquiciador quien directamente entrega el producto a los consumidores a través de sus propios locales, mientras que en otros el franquiciador otorga la franquicia a terceros para que éstos, a través de sus locales, hagan disponible el bien o servicio a los consumidores. Una de las razones a favor del otorgamiento de franquicias a terceros es que ayudarían a disminuir el costo de agencia de tener agentes en locales propios, ya que el franquiciador tendría mayores incentivos a maximizar la rentabilidad de su negocio por ser el dueño de sus flujos residuales.

Tarziján (2003) subraya que a pesar de que la literatura de agencia ha sido muy importante para entender los problemas que ocurren cuando la propiedad está separada del control y cómo se pueden mitigar esos problemas, su alcance está muy limitado cuando vemos que las firmas son organizaciones complejas con muchos tipos de empleados y administradores que tienen diferentes estructuras de capital incluso en la misma industria y país (Harris y Raviv, 1991) y diferentes mecanismos de compensación, de estructura de toma de decisiones, de desarrollo de mercados de capitales interno, de gobierno corporativo y, en definitiva, de una forma diferente de hacer las cosas. Así, es muy probable que para entender de mejor manera la naturaleza y límites de una firma se deban considerar estos problemas de agencia, junto con una visión más cercana a la de las otras teorías analizadas en este trabajo, principalmente en aspectos como los de la estructura interna de organización de la firma, de los riesgos que surgen producto de la especificidad de los activos y de las interacciones entre los recursos humanos y físicos dentro de la organización.

2.4.7.- El enfoque Neo-institucional y las prácticas monopólicas

Los neoinstitucionalistas consideran que las actividades de la firma vienen dadas por dos tipos de costos, el de coordinación de los recursos a través de transacciones de mercado, llamados también costos de transacción, y su contraparte, los costos de coordinar los recursos internamente. El costo de producir internamente no sólo incluye el costo de producción, sino que también el costo de organizar la producción y de contratar y negociar con los proveedores.

Por otra parte, entre los costos de transacción más importantes de pasar por el mercado están los de negociar y firmar contratos, y los de informarse, buscar y seleccionar precios y calidades de productos. En general, mientras los costos de transacción del uso del mercado disminuyen a medida que aumenta la integración de procesos dentro de la misma empresa, llegando a cero en el caso de que toda la línea insumo-producto esté integrada, los costos de coordinación interna

aumentan con la integración del proceso dentro de la organización (Tarziján, 2003). Bajo este enfoque, es en la negociación con proveedores que las empresas globales pueden incurrir en las prácticas monopólicas, ya que la capacidad que tienen dado su tamaño para realizar una integración de procesos, les permite ofrecer mejores contratos con los mismos

2.5. Cuados descriptivos

Cuadro 2.1.- Teoría de la firma	
Enfoque	Principal propuesta
1. Neoclásico	La empresa como caja negra
2. Institucionalista	La empresa como nodo de contratos
3. Evolucionista	La empresa como depósito de conocimientos
4. Neoinstitucional	Los costos de transacción
Enfoques Post-Coase	Costos de coordinación y producción

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Cuadro 2.2.- Enfoques de la firma y prácticas monopólicas	
Enfoque	Relación con prácticas monopólicas
1. Neoclásico	Las empresas globales buscan maximizar beneficios, realizando en su búsqueda prácticas de todo tipo, anticompetitivas en su caso.
2. Institucionalista	Las empresas locales no pueden realizar arreglos institucionales como las empresas globales, que tienen estructura organizacionales fuertes.
3. Evolucionista	Las empresas globales invierten muchos recursos en conocimientos y especialización, lo que las lleva a abusar de su poder de mercado.
4. Neoinstitucional	Las empresas globales pueden negociar con proveedores y tener con ello una ventaja ganada de forma anticompetitiva.

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Capítulo III.- Marco contextual de los organismos de competencia

3.1.- La regulación y los organismos de competencia económica en el mundo

La regulación de las prácticas monopólicas o “antitrust” tiene su origen en el Derecho de los Estados Unidos de Norteamérica, la primera ley federal antimonopolista, o antitrust, fue el Acta Sherman, que fue aprobada por el Congreso de los Estados Unidos en 1890. El Acta Sherman prohíbe dos categorías de prácticas: contratos, acuerdos, o combinaciones que restrinjan o detengan el comercio libre, y prácticas monopolizantes que refrenen el desarrollo normal del comercio. Solo el Departamento de Justicia de los Estados Unidos tiene jurisdicción para aplicar el Acta Sherman en contra de los individuos y las empresas que violen esta ley.

En 1914, el Congreso de los Estados Unidos aprobó dos nuevas leyes antimonopolistas. Primero, el Congreso aprobó el Acta de Comisión Federal de Comercio, que creó una dependencia federal llamada la Comisión Federal de Comercio con jurisdicción civil y penal sobre violaciones las leyes antimonopolistas. Segundo, el Congreso aprobó el Acta Clayton, cuya función es fortalecer y reforzar la aplicación de las leyes antimonopolistas.

El Acta Clayton prohíbe nuevas prácticas antimonopolistas, como las fusiones y adquisiciones de empresas que provocarían aumentos en precios, disminuirían opciones comerciales, o que frenarían los avances de la innovación. El Acta Clayton también le otorga a las respectivas procuradurías estatales el derecho de aplicar y hacer valer las leyes federales antimonopolistas. El Congreso ha aprobado varias enmiendas al Acta Clayton, primeramente en 1936 con el Acta Robinson-Pitman, que prohíbe las prácticas comerciales discriminatorias, y en 1976, el Congreso aprobó el Acta Hart-Scott-Rodino, que requiere que toda empresa que desee fusionarse con otra empresa notifique al gobierno antes de la fusión, con el fin de someterse a una investigación para determinar los efectos de la fusión en el mercado.

Cuadro 3.1 Historia de la regulación de los mercados en Estados Unidos

LEY	FINALIDAD
Antimonopolio Sherman (1890)	Prohibir acuerdos de fijación de precios, de limitación de la producción o de reparto de mercado. Declara a los monopolios o intentos de monopolizar ilegales. Esta ley se aplicó en:
Clayton antimonopolio (1914)	Prohíbe la fusión entre competidores, cuando ello disminuya la libre competencia y los contratos vinculantes (que obligaban a l comprador de un determinado bien, a comprar otros productos del mismo vendedor)
De la Federal Trade Commission (1914)	Crea la Federal Trade Commission (FTC), organismo que analiza y juzga los casos que puedan implicar una competencia injusta. Declara ilegales las prácticas engañosas y los métodos desleales de competencia. FCT, básicamente, vela por el cumplimiento de las Leyes de Sherman y Clayton. La FCT es una de la dos agencias encargadas de velar por el cumplimiento de las leyes antimonopolio. La otra, es la División Antimonopolio del Departamento de Justicia. La mitad de su presupuesto se destina a evitar el fraude a los consumidores (etiquetado incorrecto, publicidad engañosa, etc.)

Fuente: Elaboración propia, 2015.

A partir de la llamada Ley de Sherman en Estados Unidos, donde se establecía que: “todo contrato o combinación en la forma de trust, o colusión, en restricción del intercambio o (libre) comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, sería declarado ilegal”, a partir de esta fecha se han aplicado diversas legislaciones a nivel mundial, teniendo en cuenta diferentes visiones económicas. En América Latina el primer país en tener una ley antimonopólica fue Argentina en 1923, posteriormente en la década de los 60's y 70's se dictaron este tipo de leyes en Brasil, Colombia y Chile; actualmente todos los países latinoamericanos cuentan con alguna legislación en este tema a excepción de Bolivia.

En Argentina, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia es un organismo desconcentrado en el ámbito de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la República, es el organismo especializado de la Nación Argentina para proveer a la “defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados”, conforme lo consagra el artículo 42 de la Constitución Nacional.

Su misión la realiza a través de la instrucción de sumarios por denuncias de conductas anticompetitivas y abuso de posición de dominio; mediante el análisis estructural de los mercados y de la cadena de control empresario en operaciones de concentración económica; a través de investigaciones de comportamiento y estructuras en determinados mercados, como así también a través de recomendaciones pro competitivas y acciones de promoción de una cultura de la competencia.

Su objetivo es la protección del interés económico general, cuyo fin mediato y final es el bienestar de los consumidores, a quienes la competencia efectiva en los mercados les garantizará oferta variada de bienes y servicios, de mejor calidad, con innovación y desarrollo constante y a menores precios.

Fue creada por Ley en 1980, y está integrada por un presidente y cuatro vocales. Los vocales duran cuatro años en sus funciones, pudiendo ser renovadas sus designaciones. Asimismo cuenta con personal profesionalmente capacitado para el desarrollo de sus actividades específicas, especialmente en las áreas económica, jurídica y administrativa.

En Ecuador la llamada “Ley Antimonopolio” es un instrumento normativo fundamental se orienta a la prevención, corrección, eliminación, prohibición, regulación, control y sanción de cuatro ejes básicos: abuso de operadores económicos con poder de mercado, acuerdos colusorios y prácticas restrictivas, concentración económica y prácticas desleales.

Los conceptos de estos cuatro ejes están relacionados a ineficiencias e injerencia en las estructuras de mercado; por ello, la mayoría de los análisis económicos

parten del principio de que, el propósito de la política de competencia es maximizar el “bienestar”. Y es precisamente este punto, el objetivo final de la Ley donde se enuncia que busca la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.

En España existe la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, encargada de preservar, garantizar y promover la existencia de una competencia efectiva en los mercados en el ámbito nacional, mediante el ejercicio de las funciones que se le atribuyen en y, en particular, mediante la coordinación de las actuaciones de los reguladores sectoriales y de los órganos competentes de las Comunidades Autónomas, así como la cooperación con los órganos judiciales competentes, la Comisión Europea y las Autoridades Nacionales de Competencia de los Estados miembros de la Unión Europea.

La comisión tiene como tarea esencial hacer cumplir la Ley de Defensa de la Competencia, misma que le atribuye funciones tanto instructoras como resolutorias en todos los procedimientos en materia de defensa de la competencia. La Ley también atribuye a la CNMC funciones de arbitraje, competencias consultivas y labores de promoción de la competencia en los mercados.

En la Unión Europea, la libre competencia es un elemento clave para la economía de mercado abierta, la política de competencia de la Unión Europea garantiza que la competencia no se vea falseada en el mercado interior, velando por que se apliquen normas similares a todas las empresas que operan dentro del espacio europeo. En el título VII del capítulo 1 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea se sientan las bases de las normas comunitarias en materia de competencia.

Las normas de competencia de la UE sirven para garantizar condiciones leales y equitativas a las empresas, dando cabida al mismo tiempo a la innovación, la unificación de las normas técnicas y el desarrollo de las pequeñas empresas.

Según las normas de la UE, las empresas no pueden:

- fijar precios o repartirse los mercados entre ellas
- abusar de su posición dominante en un mercado determinado para expulsar a sus competidores
- fusionarse, si eso las sitúa en una posición de control del mercado.

Las grandes empresas tienen prohibido aprovechar su poder de negociación para imponer condiciones que dificulten a sus proveedores o clientes negociar con sus competidores. Para cumplir con sus fines, en la Unión Europea se tiene una Comisión de Competencia, que multa a las empresas que incurren en prácticas monopólicas.

Cuando la UE investiga las prácticas que distorsionan la competencia, no solo se centra en los bienes, sino que también puede investigar a las profesiones, como médicos y abogados, y los servicios, incluidos los financieros, por ejemplo, banca minorista o tarjetas de crédito).

La República Argentina, la República Federativa de Brasil, la República de Paraguay y la República Oriental del Uruguay, que conforman el acuerdo conocido como Mercosur, tienen en conjunto una regulación para la competencia que estipula que un adecuado funcionamiento del mercado entre los Estados Partes. El Mercosur observa que es la firme y efectiva aplicación de sus leyes de competencia nacionales, materia de importancia crucial para el eficiente funcionamiento de los mercados y el bienestar económico de los ciudadanos de sus respectivos países, y reconoce que la cooperación y la coordinación en las actividades de aplicación de las leyes de la competencia pueden resultar en una atención más efectiva de las preocupaciones respectivas.

3.2.- El organismo de competencia económica en México

3.2.1.-La creación del organismo

El primer organismo regulador de la competencia económica en México fue creado en 1992, sin embargo, tras las reformas constitucionales en materia de telecomunicaciones de junio de 2013 promovidas por el Presidente Enrique Peña Nieto, dicho organismo obtuvo autonomía y fue elevado a nivel constitucional, por lo que legalmente fue refundado en 2013.

La Comisión Federal de Competencia Económica, que se fundamenta en la Ley Federal de Competencia Económica, en cuyo artículo 10 estipula que la Comisión es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesional en su desempeño, imparcial en sus actuaciones y ejercerá su presupuesto de forma autónoma, misma que tiene por objeto garantizar la libre competencia y competencia económica, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados. En el artículo 11 de la misma Ley, se establece que el domicilio de la Comisión será la Ciudad de México y, sujeta a la disponibilidad presupuestaria, podrá establecer delegaciones fuera de la Ciudad de México, sin embargo, la Comisión no tiene presencia fuera de la Ciudad de México.

De las atribuciones que la Ley confiere a la Comisión Federal de Competencia Económica, destaca lo descrito en el artículo 12, que expresa que a Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Garantizar la libre competencia y competencia económica; prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, e imponer las sanciones derivadas de dichas conductas, en los términos de la Ley;
- II. Ordenar medidas para eliminar barreras a la competencia y la libre competencia; determinar la existencia y regular el acceso a insumos esenciales, así

como ordenar la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones de los agentes económicos en las proporciones necesarias para eliminar efectos anticompetitivos; III. Practicar visitas de verificación en los términos de la Ley, citar a declarar a las personas relacionadas con la materia de la investigación y requerir la exhibición de papeles, libros, documentos, archivos e información generada por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, a fin de comprobar el cumplimiento de la Ley, así como solicitar el apoyo de la fuerza pública o de cualquier Autoridad Pública para el eficaz desempeño de las atribuciones a que se refiere la Ley;

IV. Establecer acuerdos y convenios de coordinación con las Autoridades Públicas para el combate y prevención de monopolios, prácticas monopólicas, concentraciones ilícitas, barreras a la libre competencia y la competencia económica y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados; V. Formular denuncias y querrelas ante el Ministerio Público respecto de las probables conductas delictivas en materia de libre competencia y competencia económica de que tengan conocimiento;

VI. Presentar solicitud de sobreseimiento respecto de probables conductas delictivas contra el consumo y la riqueza nacional previstas en el Código Penal Federal, cuando hubiere sido denunciante o querellante;

VII. Ejercer el presupuesto de forma autónoma;

VIII. Crear los órganos y unidades administrativas necesarias para su desempeño profesional, eficiente y eficaz, de acuerdo con su presupuesto autorizado; IX. Ordenar la suspensión de los actos o hechos constitutivos de una probable conducta prohibida por esta Ley e imponer las demás medidas cautelares, así como fijar caución para levantar dichas medidas;

X. Resolver sobre los asuntos de su competencia y sancionar administrativamente la violación de la Ley;

XI. Resolver sobre condiciones de competencia, competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otras cuestiones relativas

al proceso de libre concurrencia o competencia económica a que hacen referencia ésta u otras leyes y reglamentos;

XII. Emitir opinión cuando lo considere pertinente, o a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, o a petición de parte, respecto de los ajustes a programas y políticas llevados a cabo por autoridades públicas, cuando éstos puedan tener efectos contrarios al proceso de libre concurrencia y competencia económica de conformidad con las disposiciones legales aplicables, sin que estas opiniones tengan efectos vinculantes.

XIII. Emitir opinión cuando lo considere pertinente, o a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, o a petición de parte, respecto de los anteproyectos de disposiciones, reglas, acuerdos, circulares y demás actos administrativos de carácter general que pretendan emitir autoridades públicas, cuando puedan tener efectos contrarios al proceso de libre concurrencia y competencia económica de conformidad con las disposiciones legales aplicables, sin que estas opiniones tengan efectos vinculantes. Las opiniones citadas deberán publicarse;

XIV. Emitir opinión cuando lo considere pertinente, o a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, de alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión o a petición de parte, sobre iniciativas de leyes y anteproyectos de reglamentos y decretos en lo tocante a los aspectos de libre concurrencia y competencia económica, sin que estas opiniones tengan efectos vinculantes. Las opiniones citadas deberán publicarse;

XV. Emitir opinión cuando lo considere pertinente, o a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, o de alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión, respecto de leyes, reglamentos, acuerdos, circulares y actos administrativos de carácter general en materia de libre concurrencia y competencia económica, sin que estas opiniones tengan efectos vinculantes. Las opiniones citadas deberán publicarse;

XVI. Resolver sobre las solicitudes de opinión formal, y emitir orientaciones generales en materia de libre competencia y competencia económica que le sean formuladas.

XVII. Emitir Disposiciones Regulatorias exclusivamente para el cumplimiento de sus atribuciones, así como su estatuto orgánico, que deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación;

XVIII. Opinar cuando lo considere pertinente, o a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, o de la Cámara de Senadores del Congreso de la Unión sobre asuntos en materia de libre competencia y competencia económica en la celebración de tratados internacionales, en términos de lo dispuesto en la ley de la materia;

XIX. Opinar sobre la incorporación de medidas protectoras y promotoras en materia de libre competencia y competencia económica en los procesos de desincorporación de entidades y activos públicos, así como en los procedimientos de licitaciones, asignación, concesiones, permisos, licencias o figuras análogas que realicen las autoridades públicas, cuando así lo determinen otras leyes o el Ejecutivo Federal mediante acuerdos o decretos;

XX. Promover, en coordinación con las autoridades públicas, que sus actos administrativos observen los principios de libre competencia y competencia económica;

XXI. Promover el estudio, la divulgación y la aplicación de los principios de libre competencia y competencia económica, así como participar en los foros y organismos nacionales e internacionales que tengan ese fin;

XXII. Publicar las disposiciones regulatorias que sean necesarias para el cumplimiento de sus atribuciones, entre las que deberán comprenderse las siguientes materias:

- a) Imposición de sanciones;
- b) Prácticas monopólicas;
- c) Determinación de poder sustancial para uno o varios Agentes Económicos;
- d) Determinación de mercados relevantes;

- e) Barreras a la competencia y la libre competencia;
- f) Insumos esenciales, y
- g) Desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones de los Agentes Económicos.

En el artículo 57 de la Ley se expresa que la Comisión proveerá lo conducente para prevenir y eliminar las barreras a la libre competencia y la competencia económica, en las proporciones necesarias para eliminar los efectos anticompetitivos, a través de los procedimientos previstos en la propia Ley.

3.2.2.-La misión, visión y valores del organismo

La Comisión Federal de Competencia Económica está integrada por el Pleno, la Presidencia, la Secretaría Técnica, la Autoridad Investigadora y la Contraloría Interna.

Su misión es garantizar la competencia y libre competencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones prohibidas, regular los insumos esenciales y las barreras a la competencia, así como las demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen la Constitución, tratados y las leyes.

Establece que su visión es ser una autoridad de prestigio nacional e internacional, que impulsa eficazmente la competencia en los mercados, cuyas opiniones, estudios y resoluciones contribuyen al crecimiento económico y al bienestar de los mexicanos, y que es referente obligado en las decisiones de política pública por su apego a los valores de legalidad, imparcialidad, objetividad, transparencia y excelencia.

Los valores institucionales de la Comisión son:

- **Legalidad:** Que los actos de la Comisión se realicen con estricto apego a la Constitución y a las leyes, para garantizar la seguridad jurídica de los agentes económicos.
- **Imparcialidad:** Que las decisiones de la Comisión se tomen sin sesgo, prejuicios, intereses o tratos diferenciados hacia las partes involucradas.
- **Objetividad:** Que las resoluciones de la Comisión se sujeten a las circunstancias reales de los acontecimientos y estén basadas en criterios, evidencia y procedimientos analíticos económica y jurídicamente sólidos y no en interpretaciones subjetivas.
- **Transparencia:** Que los procedimientos de la Comisión sean claros y la información que genere sea accesible a toda la población, protegiendo la información clasificada como confidencial o reservada en términos de la ley.
- **Excelencia:** Que la Comisión sea una institución de vanguardia cuya estructura, organización y operación impulse el desarrollo personal y el trabajo en equipo, y que logre los más altos estándares de eficiencia, eficacia y calidad.

3.2.3.-Las funciones y estructura orgánica

Conforme a su mandato constitucional, la Comisión instrumenta dos vertientes de política pública:

a). Aplicar la Ley Federal de Competencia Económica mediante acciones como las siguientes:

- Prevenir estructuras de mercado que impliquen riesgos a la competencia mediante el análisis de concentraciones;
- Investigar y sancionar prácticas monopólicas;
- Emitir opinión o autorización en el otorgamiento de licencias, concesiones, permisos, cesiones, venta de acciones de empresas concesionarias o permisionarias u otras cuestiones análogas

- Determinar la existencia de insumos esenciales o barreras a la competencia;
- Resolver sobre condiciones de mercado.

b). Promover la cultura de la competencia a través de:

- Sensibilizar agentes y organizaciones de la sociedad civil;
- Establecer canales de comunicación con autoridades de los Poderes de la Unión y de los tres órdenes de gobierno, así como difundir conocimiento y mejores prácticas internacionales a la sociedad en general sobre los beneficios de adoptar prácticas competitivas.

El pleno es el órgano supremo de decisión y de gobierno de la Comisión, y está integrado por siete comisionados, incluyendo el Comisionado Presidente, sus integrantes surgen de un proceso de calificación de capacidades técnicas convocado por un comité evaluador -el cual estará integrado por los titulares del Banco de México, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía y del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación-, del que a partir de sus resultados son seleccionados por el Titular del Ejecutivo Federal y ratificados por el Senado de la República.

Luego del pleno, en su estructura orgánica está la Secretaría Técnica, que tiene a su cargo la sustanciación de los procedimientos que se establecen en la Ley, las disposiciones regulatorias, el estatuto orgánico y demás disposiciones normativas aplicables a la Comisión Federal de Competencia Económica, ésta depende jerárquicamente del pleno.

La autoridad investigadora es el órgano de la Comisión encargado de desahogar la etapa de investigación y es parte en el procedimiento seguido en forma de juicio. En el ejercicio de sus atribuciones, la autoridad investigadora está dotada de autonomía técnica y de gestión para decidir sobre su funcionamiento.

Su estructura se complementa con el contralor interno, que verifica el apego a la legalidad de los servidores públicos de la Comisión, en su desempeño tiene

autonomía técnica y de gestión para decidir sobre su funcionamiento y resoluciones, y su titular es nombrado por la Cámara de Diputados.

3.3.-Marco normativo

Las facultades de la Comisión se encuentran delimitadas en la propia Constitución Federal, así como en la nueva Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de mayo de 2014, y que entraron en vigor el día 7 de julio del mismo año.

Del mismo modo, el día 10 de noviembre de 2014, y después del proceso de consulta pública al que hace alusión el artículo 28 Constitucional, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación, las disposiciones regulatorias que, en su carácter de organismo constitucional autónomo, le corresponde emitir para proveer a la exacta observancia de la Ley Federal de Competencia Económica.

Capítulo IV.- Investigación de campo

4.1.- Estudio de campo e interpretación de resultados

Para la realización de la presente investigación se consideró el método inductivo, ya que se parte de la observación de casos particulares en la búsqueda de una generalidad, analizando las cuatro etapas básicas del método, que son: observación y registro de hechos, análisis, clasificación y contraste, se consideró que se ajusta a los objetivos planteados en la investigación.

A raíz de la observación de las transformaciones locales como efecto de la globalización económica, surgió el cuestionamiento sobre el éxito o fracaso de las empresas en un entorno competitivo global, un escenario que llegó a México a finales de los años ochenta, profundizado en los noventa y consolidado y fuertemente posicionado a partir del año 2000.

La globalización y sus efectos pueden ser estudiados desde diversas perspectivas y bajo criterios diferentes, en la presente investigación se consideró hacer énfasis en sus efectos independientemente de sus causas. Uno de los efectos de la globalización, como ya se expone en el capítulo primero de la investigación, es la llegada de empresas de origen extranjero a mercados locales, lo que no presupone situación negativa alguna, pero alerta sobre cambios en el mercado, sobre todo en algunos sectores y subsectores específicos, donde se perciben situaciones nocivas para la empresa local, principalmente la pérdida acelerada de mercado.

El fenómeno de disminución de presencia o expulsión del mercado local de pequeñas y medianas empresas pudiera ser repetitivo en diversas partes del mundo, sin embargo, para poder estudiarlo y aproximarse a un entendimiento más claro y objetivo se debe considerar casos concretos en un lugar en particular. En la investigación se seleccionó a la ciudad de Culiacán, capital del estado de Sinaloa, situado al noroeste de México, localidad que de acuerdo a las cifras censales más recientes tiene una población cercana a las 900 mil personas, lo que representa el

32 por ciento de la población total estatal que supera los 2.7 millones de habitantes, de acuerdo al censo poblacional más reciente elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

En el mercado local se ha visto una drástica disminución de empresas locales del subsector de papelerías, lo que motivó el interés por investigar que estaba sucediendo en ese subsector, ya que como se podía percibir, el comercio local estaba en expansión. El origen de la investigación tiene fundamento en el interés de conocer las causas por las que cada vez existen menos empresas en el subsector papelerías en Culiacán, mientras que ha crecido notoriamente la presencia de nuevas y modernas empresas globales del giro.

A la pregunta ¿qué ha pasado con las papelerías tradicionales de Culiacán, aquellas que se anunciaban en los medios de comunicación local?, ¿por qué han ido desapareciendo un gran número de estos establecimientos?, ¿por qué las pocas empresas locales expenden productos muy básicos y no han modernizado sus existencias?, estas preguntas surgieron previo a la realización de la investigación, lo que motivo a estudiar el caso.

4.2.-Instrumentos

Para realizar la investigación, los instrumentos considerados (ver tabla 4.1) fueron la entrevista como trabajo de campo, así como el uso de información de censos económicos y estadísticas provenientes de encuestas y otros cálculos realizados, considerados trabajo de laboratorio, cifras emitidas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, institución pública, cuyos resultados suelen ser de aceptación general y referencia para la toma de decisiones públicas y privadas.

Al formular el cuestionario de la entrevista y seleccionar los destinatarios de la misma, se consideró los que fueran más representativos, en el caso de las preguntas del cuestionario, estas fueron diseñadas con el cuidado de no inducir respuestas, aunque se debería explicar el fin de la investigación a los entrevistados.

Las preguntas parten de lo general a lo particular, conocer primero el panorama general del mercado, de la competencia, de las empresas y de los empresarios (Ver cuestionario anexo 3.1). Se buscaron registros públicos sobre empresas del sector de interés, primero en páginas de Internet, y no se logró encontrar información, datos o cifras relevantes sobre el tema en los sitios esperados, como los de la Secretaría de Economía del Gobierno federal, la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno estatal, la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio de Culiacán.

Luego de la búsqueda exhaustiva en medios electrónicos, prosiguió una primera etapa de campo, se buscó directamente en las dependencias oficiales antes mencionadas y no se encontraron cifras de generación propia de las instituciones que sirvieran para la investigación, lo que sí surgió de esa fase de la investigación fue la seguridad de que en las instituciones gubernamentales no llevan registros históricos de empresas por sector específico, de lo que se dedujo que de existir información documental de empresas clasificadas por sectores y subsectores, sería en las propias agrupaciones empresariales.

Pasada la primera fase de la investigación de campo, se buscó una entrevista con los titulares de los gremios empresariales, se realizó primero una llamada telefónica a la Cámara de Comercio local, este suceso fue el 15 de febrero de 2010 y se pactó el encuentro para el día 19 del mismo mes, en las instalaciones propias de la cámara. En ese mismo día se contactó a la COPARMEX local y se pidió una entrevista, que fue desarrollada el día 24 de febrero, la que también se desarrolló en las instalaciones propias del organismo empresarial. Ambas entrevistas fueron solicitadas y realizadas personalmente por el investigador, usándose grabadora de audio en ambas ocasiones y realizándose las transcripciones de las mismas posteriormente (ver anexo 1).

En el espacio de tiempo entre ambas fases de la investigación de campo, se buscó documentos y trabajos realizados sobre el tema, se observó que cada trabajo y/o referencia al aumento o disminución de empresas, se apoyaba en los censos económicos realizados y publicados por el INEGI. Con el antecedente de conocer esta fuente de información secundaria, se realizó la búsqueda de información en el portal de Internet del INEGI, (www.inegi.org.mx).

El hallazgo fue muy afortunado para los fines de la investigación, el INEGI lleva el registro de las cifras de interés y en prácticamente todos los trabajos conocidos de origen nacional se les cita. Así pues, luego de las entrevistas, se contaba con información estadística relevante sobre el comercio local de Culiacán y en específico del caso de las papelerías.

El instrumento de la entrevista fue planeado para llevarlo a cabo considerando a los empresarios agrupados y representados por cámaras empresariales, ya que resultaba menos complejo partir de ese punto en lugar de buscar casos aislados de empresarios del subsector. Por la obvia relevancia del sector empresarial objeto de estudio en la investigación, se consideró a la Cámara Nacional de Comercio de Culiacán, y se consideró oportuno también ampliar el espectro hacia el Centro Empresarial de Sinaloa, donde sus agremiados son de diversos sectores económicos, entre ellos el comercial.

La CANACO, es agrupación donde concurre el comercio formal y organizado de la ciudad de Culiacán, es la única que da registro y seguimiento a empresas del sector comercial local por subsector específico. Por diversos programas públicos y facilidades crediticias, entre otras cosas, prácticamente todas las empresas formales de Culiacán están afiliadas a la cámara, según argumentó el dirigente de la propia CANACO. El Centro Empresarial de Sinaloa, es el gremio de patrones en la entidad, es la denominación local de la Confederación Patronal de la República Mexicana, órgano privado conocido como COPARMEX. En el organismo concurren

empresarios pertenecientes a diversos sectores y por lo tanto su perspectiva es más amplia al mismo tiempo que general.

Al entrevistar a los presidentes de estas agrupaciones empresariales, quienes a su vez fungen como directores generales de sus cámaras, se consideró que se tenía la percepción de todo el gremio, ya que como fue expresado en las entrevistas con los mismos, sus decisiones y posturas son consensuadas y unificadas en acuerdos de consejo.

En el caso de la CANACO, la entrevista se realizó con el presidente del consejo directivo del periodo 2008 a 2010, José Luis Aispuro Calderón, empresario del sector comercial con experiencia y conocimiento del entorno competitivo local en la era de la globalización. En la entrevista con Aispuro, un primer resultado importante que se desprendió fue que su base de datos y registros coinciden con las cifras estimadas del INEGI, aunque se esgrimió que por razones de normatividad interna, no se podían proporcionar de forma documental, pero se aseguró verbalmente que había plena coincidencia.

La segunda entrevista fue en COPARMEX, encuentro realizado con Samuel Campos Velarde, presidente del consejo directivo 2008-2010, quien aportó comentarios valiosos producto de su experiencia particular de contador público de un gran número de empresas locales que han enfrentado, para bien o para mal, los efectos de la globalización en la ciudad. Campos platicó que la ocurrencia de prácticas monopólicas ha sido un tema de interés para el gremio que representa, aunque no se han llevado a cabo grandes acciones. La COPARMEX realiza registros específicos del giro empresarial de sus agremiados, aunque no de la totalidad del mismo, ya que su membresía es voluntaria y, al menos en el caso de Culiacán, selectiva.

Campos aseguró que sus estadísticas son complementadas con las elaboradas por la CANACO local, destacando que a menudo realizan estudios sectoriales

bicamerales, por lo que no es de extrañar que sus cifras tengan plena coincidencia. En los dos casos, durante las entrevistas se les pidió registros físicos, pero como ya se expuso en el caso de CANACO, estos no fueron proporcionados por cuestiones normativas internas, pero sí se platicó de ellos y fueron respuesta de algunas de las interrogantes.

En el caso de la COPARMEX, el dirigente aseguró que sus registros tienen concordancia con los datos del INEGI, ya que ellos mismos participan en algunos casos proporcionándoles su información. Ambas aportaciones fueron determinantes en el desarrollo de la investigación, su percepción combinada con cifras propias y complementadas con las del INEGI, representan y contienen un elemento definitorio de la investigación.

Para mantener la fortaleza de la investigación, las principales cifras usadas fueron obtenidas de la información calculada y divulgada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, las cuales fueron determinantes para respaldar la percepción de los dirigentes empresariales. Así, la investigación de laboratorio se fundamentó, además del estudio del estado del arte, en el análisis de los datos arrojados por los censos económicos de 1999, 2004, 2009 y 2014, que realizó el INEGI, en los cuales se observó una tendencia decreciente en el número de establecimientos comerciales dedicados a la venta de artículos y material de oficina, conocidos comúnmente como papelerías.

Del análisis de las cifras del INEGI, se dio un hallazgo muy relevante, mientras que las empresas del subsector de papelerías en Culiacán fueron disminuyendo, en un periodo de tiempo similar se observa un incremento en ventas del comercio al por menor, sector que agrupa a las papelerías entre otros subsectores comerciales. Este hallazgo permitió suponer que la investigación partía de una hipótesis razonable, lo que motivó a proseguir en la búsqueda documental.

El periodo de análisis escogido para la investigación parte del año 2000, año que se registra como el de la llegada a Culiacán de las empresas globales del subsector de papelerías, primero Office Depot, inaugurada en marzo, y meses después, en septiembre del mismo año, Office Max. La coincidencia no podía ser más favorable, ya que apenas un año antes se había realizado en el País el censo económico de 1999, lo que marcó un inicio sólido de información económica valiosa para la investigación, lo que le dio actualidad y certeza; el análisis culminó con las cifras de 2014, donde una vez más se coincidió con la elaboración de un censo económico, lo que fortalece, así como los datos iniciales, las cifras finales.

Para fortalecer la investigación, se realizó una encuesta entre empresarios que participaron del subsector papelerías, que salieron del mercado local en el periodo de interés de la investigación, este instrumento se realizó en agosto de 2010 y todo el proceso fue vía correo electrónico.

Primero se pidió información de registros históricos en la CANACO local, en julio de 2010, luego se proporcionó al investigador las direcciones electrónicas de 10 empresarios que figuraron en el subsector y que fueron miembros de la Cámara, posteriormente se procedió al contacto vía Internet, usando los correos electrónicos proporcionados, se envió un cuestionario y se obtuvieron las respuestas por el mismo medio (ver anexo 3).

El caso de las papelerías fue seleccionado por percibirse, previo a la realización de la investigación, que el subsector estaba dominado por las empresas globales, pero no existió prejuicio alguno hacia estas empresas, aunque sí se consideró un caso representativo del fenómeno de estudio, ya que las empresas Office Depot y Office Max, han sido consideradas como unas de las más importantes exponentes de la liberalización de los mercados mundiales, siendo empresas-marca de carácter global, con una creciente presencia en todo el mundo.

El caso de estas empresas globales es especialmente relevante ya que es relativamente nuevo en el mercado local de Culiacán, con efectos modificadores del ámbito competitivo local. En la tabla 4.1 se concentra los resultados de los censos económicos, complementados con los registros de las cámaras empresariales.

Tabla 4.1 Unidades económicas				
Concepto	Censo económico 1999	Censo económico 2004	Censo económico 2009	Censo económico 2014
Comercio al por menor en Sinaloa	26,477	28,421	36,861	40,475
Papelerías en Sinaloa	3,336	3,148	944.4	1,508
Comercio al por menor en Culiacán	8,019	9,190	11,947	14,250
Papelerías en Culiacán	2,949	1,089	885	435

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI. COPARMEX-Sinaloa y CANACO Culiacán.

La tabla 4.1 muestra la evolución del mercado local en el periodo donde la competencia del comercio ha aumentado con la instalación de empresas globales, como el caso de las papelerías. El INEGI, que registra la actividad económica del País, las entidades y las principales ciudades, nombra a las empresas como unidades económicas y según lo publicado en su método de cálculo, basa sus cifras en gran medida en consulta a base de datos de la Canaco local, algo que se deduce al comparar los registros obtenidos en la entrevista realizada a su presidente. Los resultados de los censos económicos sirven para demostrar que el número de

unidades económicas del subsector de papelerías en Culiacán, ha descendido 85% en el periodo comprendido de 2000 a 2014, pasando de 2 mil 949 a 435 empresas.

El descenso de la papelerías en Culiacán se presenta al mismo tiempo que las empresas del comercio al por menor aumentaron, al pasar 8 mil 019 a 14 mil 250 unidades económicas. Que el comercio al por menor haya crecido en el periodo en el mercado local muestra que el mercado local ha crecido, pero algo en particular pasó en el subsector de papelerías que estas disminuyeron. Sin conocer la información individual de cada empresa, podría suponerse que la demanda de bienes del subsector papelerías se contrajo, sin embargo, al observar la aportación de este subsector en la producción total, pasando de 251 mil 642, en 2004, a 275 mil 585.10 millones de pesos, en 2014, se concluye que esto no es posible, ya que la producción incrementó en el periodo, tal y como puede verse en la tabla 4.2, donde se concentra los datos de producción tanto estatal como local de Culiacán de los últimos dos censos económicos, publicados por el INEGI.

Las cifras de los censos económicos permiten ver que todo el sector comercial ha crecido, tanto estatal como local, así como el subsector de papelerías, no obstante que las empresas del subsector se redujeron, mientras que las empresas totales del comercio al por menor aumentaron, lo que supone una concentración de más mercado en menos empresas en las papelerías de Culiacán.

Tabla 4.2.- Producción bruta				
Concepto	Censo económico 1999	Censo económico 2004	Censo económico 2009	Censo económico 2014
Producción bruta del comercio al por menor en Sinaloa	8'675,794	13'918,782.54	15'918,782.54	43'527,919
Producción bruta de papelerías en Sinaloa	N.D.	614,961	645,831.51	835,800.00
Producción bruta del comercio al por menor en Culiacán	3'724,476	5'835,641	6'151,932.74	6'436,541.46
Producción bruta de papelerías en Culiacán	N.D.	251,642	262,462.61	275,585.10

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI. Cifras en miles de pesos. N.D.=No disponible

El INEGI, a diferencia de 2004, 2009 y 2014, no realizó el levantamiento específico de la producción del subsector papelerías en el censo económico de 1999, ni a nivel estatal ni a nivel localidad, por lo que no fue posible analizar el impacto desde el inicio de la competencia, en el año 2000, entre empresas globales Office Depot y Office Center y locales en ese subsector, ni el efecto acumulado a 15 años de su presencia en el mercado.

Sin embargo, el presidente de la CANACO, José Luis Aispuro Calderón, cuestionado sobre el particular, expresó que de acuerdo al criterio de su gremio, la situación fue muy drástica en los primeros años, lo que puede percibirse al ver la disminución en el número de empresas dedicadas a la venta de papelerías en Culiacán (ver tabla 4.1).

De acuerdo a los resultados de los censos económicos, de 2004 a 2014, el crecimiento en la producción promedio de las papelerías fue de entre 4 y 5 por ciento, mientras el número de unidades económicas se contrajo más de 80 por ciento, todo esto mientras el sector comercial estatal y local, creció más que el promedio de toda la economía, tal como lo muestra la tabla 4.3, con datos calculados por el INEGI.

Las estadísticas del INEGI dan cuenta de un efecto aparentemente positivo de la globalización en el comercio estatal, ya que sus tasas de crecimiento de 2005 a 2014 son superiores en cada año al crecimiento total de la economía.

En el análisis es fácil suponer que hay empresas del sector comercial que han crecido en Culiacán, los resultados censales dan muestra de ello, al registrar 8 mil 019 empresas en 1999, luego 9 mil 190 en 2004 y 11 mil 947 empresas en 2009, mientras que para 2014 superan los 14 mil. Desafortunadamente, ese crecimiento no se registró para las papelerías, cuya disminución supero el 63 por ciento de 1999 a 2004 y alcanzó el 85 por ciento en 2014.

Tabla 4.3.- Crecimiento sectorial						
Concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2013
Crecimiento del PIB estatal	1.28%	3.05%	6.11%	2.40%	-4.2%	2.1%
Crecimiento del PIB Sectorial	4.56%	4.70%	6.30%	4.66%	1.8%	3.3%

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI. Tasa de variación del PIB en pesos constantes, base 2003.

4.3.-Las encuestas

En la presente investigación se trabajó un enfoque mixto, con importantes resultados en lo cualitativo y en lo cuantitativo, la idea de combinar los enfoques fue para conectar los resultados obtenidos y tener una cobertura más amplia del objeto de estudio. Se usaron fuentes primarias y secundarias (ver tabla 3.1), que contribuyeron a cimentar el trabajo de acuerdo al métodos y los fines de las investigación.

En las fuentes primarias, el trabajo debía arrojar la percepción de los participantes del mercado referente a prácticas monopólicas que presumiblemente eran un aspecto negativo para su desempeño en el mercado local, por eso se recurrió a la realización de dos encuestas, una que recabara la opinión de empresarios que pertenecieron al subsector de papelerías y que en el periodo de interés de la investigación salieron del mercado, y una segunda realizada a empresarios en activo en la actividad comercial, con el giro específico de papelerías.

La localización de empresarios que pertenecieron al sector de interés, en el primero de los casos, fue muy complejo, ya que al no estar en activo, sus datos particulares resultaban prácticamente inexistentes, los contactos debían además estar dispuestos a colaborar y confiar en el uso y destino de su información. El trabajo de

búsqueda fue exhaustivo, y aun con la dificultad se logró contactar a un importante número de personas, pero para poca fortuna, fueron muy pocos los interesados en participar en la encuesta.

En el caso de los empresarios en activo, la realidad no fue muy diferente, no se encontró el interés de participar en la encuesta por parte de la mayoría de los empresarios, su principal argumentación estuvo ligada a criterios de discreción y confidencialidad. Los intentos fueron recurrentes, pero no se encontró la colaboración en las cantidades deseadas.

El reto por obtener una muestra fue de gran magnitud para el desarrollo de la investigación, se exploró por diversos medios tratar de convencer a empresarios en activo de participar en la encuesta, un caso fue la solicitud a la dirigencia de la Canaco local de intervenir con sus agremiados, exponiendo la utilidad potencial que la información pudiera tener para sus propios intereses empresariales, el caso no prosperó y se optó por no insistir y tomar otra alternativa.

4.3.1.- Encuesta a empresarios en activo

Para conocer la percepción que los empresarios del subsector papelerías en activo tienen sobre la dinámica del mercado local de Culiacán en el periodo comprendido del año 2000 al año 2009, se realizó una encuesta semi-estructurada basada en un cuestionario de seis preguntas, de las cuales dos de ellas fueron de libre respuesta y cuatro de opción múltiple, el formato de cuatro preguntas de opción de respuesta múltiple predeterminada, se justifica por la facilidad que puede tener la participación de un encuestado, ya que a menudo la colaboración de los mismos está condicionada a invertir el mínimo tiempo posible en un cuestionario. Dados los requerimientos de la investigación se consideró dejar dos preguntas de respuesta abierta, para no dirigir las respuestas en ningún sentido y así poder obtener valiosa información cualitativa del encuestado.

La razón determinante por la cual se realizó el cuestionario de seis preguntas, fue que se consideró que éstas producirían la suficiente información que sirviera para los fines de la investigación, y al mismo tiempo evitar que al tener ante sí un cuestionario extenso, pudiera considerarse agotador para el entrevistado y se generara la posibilidad de una negativa a responder. Por lo que para tener la máxima posibilidad de éxito, se optó por realizar un cuestionario lo suficientemente claro y directo sobre el tipo de información que se pretendía obtener.

Luego de elaborar las preguntas a realizar y diseñado el cuestionario por escrito, se procedió a la búsqueda de una muestra que fuera representativa de la población, para tales fines se consideró como herramienta, las técnicas estadísticas generalmente usadas en muestreos aleatorios, de dicha herramienta se obtuvo la fórmula para calcular la muestra, misma que fue seleccionada tomando en consideración la formulación estadística utilizada por Sierra-Bravo (1995) para obtener una confiabilidad del 95 por ciento, y un 10 por ciento de error ($p=0.5$ y $q=0.5$), que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq} \text{ Donde:}$$

n =es el tamaño de la muestra

N =tamaño de la población $N=885$

Z =nivel de confianza; $Z=2.5$

p =probabilidad a favor; $p=0.5$

q =probabilidad en contra; $q=0.5$
 e =error de estimación

$$\text{Desarrollo: } n = \frac{(2.5)^2 (0.5) (0.5) (885)}{(885) (0.1)^2 + (2.5)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{1,382.8125}{10.4125} \quad n = 132.8$$

La muestra requerida se considera es de 133 empresarios.

Una vez que se tuvo el procedimiento resuelto referente al tamaño de la muestra a considerar, se prosiguió con la forma de realizar la encuesta, para localizar a los probables encuestados, se procedió a solicitar a la dirigencia local de la Cámara

de Comercio, en el mes de febrero de 2010, direcciones y teléfonos de empresarios del subsector papelerías, miembros activos de su organización.

Desafortunadamente en la cámara no pudieron proporcionar los datos de los contactos empresariales, dada su rigurosa normatividad interna, consistente en no proporcionar información de miembros si estos no estuvieran de acuerdo y aprobado la divulgación de sus datos. Una vez agotada la posibilidad, luego de múltiples solicitudes, de contar con los datos de empresarios de forma directa, se estudió la forma de continuar la investigación con otras alternativas.

El siguiente paso fue proceder a realizar una búsqueda de diversas empresas con ubicaciones conocidas en el mercado local y visitarlas una a una en la espera de su participación en la encuesta, pero se tuvo una gran dificultad convencer al número requerido de empresarios que arrojó la fórmula de la muestra estadística, se realizaron visitas por parte del investigador a diversas empresas de la localidad entre octubre de 2009 y mayo de 2010 y no se pudo conseguir que el número requerido de empresarios participaran.

Dado el poco interés observado en los empresarios activos del subsector comercial papelerías de Culiacán, se optó por seguir adelante en la investigación tomando una muestra por conveniencia, consistente en los 10 empresarios en activo que estuvieron dispuestos desde el primer momento a participar. La muestra por conveniencia, aunque no produce resultados generalizables, dada su no aleatoriedad, es útil para reforzar el trabajo de investigación al conocer con precisión el comportamiento de la muestra usada (Lara, 2008), situación que pudiera ser usada como referente de la dinámica de mercado particular de la muestra seleccionada.

Una vez que se tuvo el procedimiento de la muestra resuelto, se trabajó en el proceso a realizar para levantar la encuesta, procedente a visitar personalmente a

cada empresario en activo, para ello se les contactó vía correo electrónico, acción que se llevó a cabo en la primera semana del mes de junio de 2010, los correos electrónicos de los entrevistados fueron proporcionados por ellos mismos, en las visitas personalizadas realizadas previamente. Con cada entrevistado se pactó que la contestación del cuestionario fuera vía el uso del correo electrónico, se envió el cuestionario y se obtuvieron las respuestas a los mismos por la misma vía, el proceso fue de tiempo reducido, la aplicación de la encuesta se inició y terminó en la última semana del mes de junio de 2010.

4.3.1.1.- Resultado de la encuesta

Al término del levantamiento de la encuesta, se procedió a integrar y ordenar las respuestas (ver anexo 2), de las cuales se desprendió información de gran relevancia para la investigación. Un primer hallazgo importante fue el hecho que el 100 por ciento de los empresarios activos del subsector papelerías encuestados, consideraron que en el mercado local de Culiacán se estaban realizando prácticas monopólicas (pregunta 2, ver anexo 2), y el 90 por ciento del total de la muestra consideró que las prácticas monopólicas eran realizadas por las empresas globales establecidas en la localidad desde el año 2000 (pregunta 3, ver anexo 2).

Las dos respuestas anteriores fueron determinantes para considerar que las prácticas monopólicas estaban ocurriendo en el mercado local y que sus practicantes eran fundamentalmente las empresas globales. La respuesta a la primera de las preguntas, referente a los resultados en ventas obtenidos en el periodo de 2000 a 2009, fue de igual relevancia y contundencia, el 90 por ciento de la muestra manifestó que en términos de ventas, les había ido mal o muy mal en el periodo de referencia. Sólo un encuestado respondió que sus ventas se habían conservado en niveles previos a 2000, algo no necesariamente favorable, ya que el mercado creció en el periodo y éste empresarios no, aunque sus resultados no fueron tan desfavorables como el restante 90 por ciento de los encuestados.

Una cuarta interrogante realizada a los empresarios en activo del subsector comercial de papelerías, fue que acciones consideraban que eran prácticas monopólicas, de cuyas respuestas, de tipo libre y abiertas, se puede observar un punto en común, todos los encuestados argumentan que las empresas que realizan prácticas monopólicas, tiene acuerdos especiales o de exclusividad con distribuidores o proveedores de los productos que comercian.

La percepción generalizada de los encuestados referente al trato especial de proveedores que reciben las empresas globales, muestra que, en una primer instancia, que los entrevistados se sienten afectados por lo que la Ley Federal de Competencia Económica estipula como práctica monopólica, principalmente en lo referente a la prohibición de la exclusividad en la distribución y venta o compra de bienes, ya que esta limita la competencia.

Sobre las acciones que han llevado a cabo para lograr permanecer en el mercado, no obstante la falta de libre competencia en el mercado local, los encuestados manifestaron posturas predominantes hacia la reducción de costos, el 80 por ciento de la muestra fijó alguna posición referente a su operación, y solo el 20 por ciento se inclinó por el mejoramiento del servicio, lo que en una primera impresión pudiera decirse que no tuvieron una estrategia definida que les sirviera para generar una ventaja competitiva y conservar o incrementar su cuota de mercado.

La sexta pregunta planteada en el cuestionario, tuvo el interés de conocer la visión y el espíritu competitivo poseían los entrevistados, la respuesta a la interrogante referente a sus planes de permanencia en su actividad comercial fue pesimista, el 70 por ciento de la muestra determinó que es probable que en los próximos años, a consecuencia de sus malos resultados, salgan del mercado de papelerías, vencidas por las empresas globales que realizan prácticas monopólicas.

De la encuesta aplicada a los empresarios en activo, se desprende que solo el 10 por ciento por ciento de la muestra, prevé la posibilidad de un cambio en la forma

de llevar su negocio, el restante 90 por ciento no respondió en función de un carácter competitivo. Es decir, las empresas locales no consideran alguna acción o estrategia para conservar su cuota de mercado, se repliegan ante el hecho de que compiten con grandes empresas globales respaldadas por fuertes capitales extranjeros, pero dejan de lado que son las locales las que tienen conocimiento de las particularidades de la región. Los empresarios en activo parecen observar, con paciencia, como año tras año las empresas globales se posicionan más del mercado local, y esperan, como algo inevitable, tomar la mínima parte que a las globales no les interesa, es decir, las locales 'tomaran' aquellos clientes que las globales ignoren.

Tabla 4.1 Fuentes de información	
Primarias	Secundarias
<p>a) Encuestas semi-estructuradas, una dirigida a los propietarios de papelerías en activo en Culiacán y otra aplicada a empresarios que salieron del mercado en el periodo de análisis de la investigación, habiendo pertenecido al subsector comercial de papelerías de la misma localidad.</p> <p>b) Se realizaron dos entrevistas a dirigentes empresariales relacionados con el subsector comercial y zona geográfica de interés para la investigación. Una con el dirigente de la CANACO y otra con el de la COPARMEX local.</p>	<p>- Información extraída de bases de datos:</p> <p>a) Instituto Nacional de Estadística y Geografía.</p> <p>b) Cámara Nacional de Comercio en Culiacán.</p> <p>c) COPARMEX en Sinaloa.</p> <p>d) Periódicos locales.</p> <p>e) Documentos de investigación diversos, publicados en Internet de autores varios.</p> <p>f) Libros de temas relacionados.</p>

Fuente: Elaboración propia, 2014.

No es extraño, percibiendo la actitud de las empresas locales, que el mercado en Culiacán de las papelerías cada vez esté más concentrado en pocas empresas, ya que no ha existido una estrategia que les lleve a generar una ventaja competitiva, no obstante tener comparativamente características y conocimientos que les pueden llevar a permanecer en el mercado y, en su caso, avanzar en el terreno de las ventas. De tales características hablaba Porter en su destacado trabajo Ventajas Competitivas, publicado por vez primera en 1987.

4.3.2.- Encuesta a empresarios inactivos

Al igual que el procedimiento aplicado a los empresarios en activo, se realizó una encuesta entre los empresarios que salieron del mercado en el periodo de relevancia para la investigación, en este caso la encuesta consistió en un cuestionario de cinco preguntas, con una combinación de preguntas de opción múltiple y abiertas. El objetivo de combinar el tipo de repuestas, entre cerradas y abiertas, fue para conocer aspectos cualitativos y cuantitativos de los participantes expulsados del mercado, y para hacer del cuestionario un trabajo sin complicaciones para el encuestado, se optó por incluir en el cuestionario solo las preguntas más representativas, ya que existía la posibilidad de que ante un cuestionario más amplio, los empresarios rehuyeran a participar.

De 1999 a 2014, fueron expulsadas del mercado de papelerías en Culiacán, la cantidad de 2 mil 514 empresas, todas ellas formalmente establecidas desde años previos. Para obtener una muestra que fuera representativa de la población de empresas expulsadas, se inició por calcular el tamaño de la muestra que fuera estadísticamente representativo.

Se tomó en consideración la formulación estadística utilizada por Sierra-Bravo (1995) para obtener una confiabilidad del 95%, y un 10% de error ($p=0.5$ y $q=0.5$).

Usando $n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$

Donde: n=es el tamaño de la muestra N=tamaño de la población N=2,064
Z=nivel de confianza; Z=2.5 p=probabilidad a favor; p=0.5; q=probabilidad en
contra; q=0.5 e=error de estimación Desarrollo: $n = \frac{(2.5)^2 (0.5) (0.5) (2,064)}{(2,064) (0.1)^2 + (2.5)^2 (0.5) (0.5)}$ $n = 3,225 / 15.6525$ $n = 206.05$, por lo tanto,
la muestra requerida se considera es de 206 empresas.

Realizar una encuesta entre empresarios expulsados del mercado fue un reto mayúsculo, obtener la forma de localizar vía telefónica o en actuales domicilios a una cantidad semejante a la obtenida en la ecuación de la muestra estadística, fue en un inicio como buscar una aguja en un pajar, una tarea compleja que no se visualizaba fácil de realizar. Con gran motivación se comenzó por buscar datos referenciales en directorios telefónicos del año coincidente con el periodo de la llegada a Culiacán de las empresas globales, así como años posteriores.

El primer hallazgo fue que los números telefónicos ya no existían, el proceso tecnológico ocurrido en el sector comunicaciones de la era de la globalización en el País, generó cambios en numeración y los viejos registros dejaron de ser útiles, lo mismo ocurrió con las direcciones, en el lugar que antes ocuparon papelerías, al momento de la visita de campo realizada, ya no existían ni los letreros antes vistosos, en su lugar negocios de diversos giros se localizaban.

La primera reacción al visitar los locales donde se establecieron las papelerías expulsadas del mercado, fue preguntar a los actuales ocupantes, la respuesta fue vaga, solo unos cuantos recordaron nombres de anteriores ocupantes y sus nuevos destinos. Aun los pocos que tenían información al respecto, se rehusaron a proporcionarla al investigador, no fue posible hacer que accedieran a proporcionar datos que consideraban confidenciales, la persuasión argumentando fines académicos no fue suficiente, la negativa fue total.

Luego de agotar la posibilidad de conseguir de forma directa datos de empresas y/o empresarios de papelerías excluidos del mercado en el periodo de interés para la

investigación, se recurrió a contactar a la dirigencia de la Cámara de Comercio, acto ocurrido en los primeros días de febrero de 2010, la dirigencia del organismo encabezada por José Luis Aispuro Calderón, entrevistado para obtener su percepción en la investigación, ofreció un breve listado de 25 empresas que participaron del sector papelerías y que habían sido excluidas del mercado en la fechas de interés, las empresas habían sido en su momento integrantes de la CANACO, y sin especificar su procedimiento, se otorgó un listado con nombres y direcciones electrónicas de 25 ex-socios.

Dada la complejidad que representó la obtención de los contactos, se optó por considerar para la investigación una muestra por conveniencia, consistente en el número de empresarios inactivos del sector papelerías que mostraran interés por participar en la encuesta. El proceso del levantamiento de la encuesta se preparó en los meses posteriores a febrero de 2010, y se aplicó entre agosto y septiembre del mismo año, teniendo respuesta y recabándose la información de 10 empresas. Luego de enviarse mensajes electrónicos a las 25 empresas listadas por CANACO, se recibieron 10 respuestas favorables a la participación, mismas que fueron consideradas como la muestra, en apego a lo usado por (Lara, 2008), donde se usa una muestra por conveniencia, que aunque no produce resultados generalizables, es útil para reforzar el trabajo de investigación al conocer con precisión el comportamiento de la muestra usada.

4.3.2.1.- Resultado de la encuesta

Del cuestionario aplicado en la encuesta a empresarios expulsados del subsector comercial de papelerías (ver anexo 3), se extraen resultados muy relevantes para la investigación. En una primera instancia, se observa que las respuestas referentes a las prácticas monopólicas, concurren en una misma dirección, se percibe la existencia de prácticas monopólicas en el mercado local por parte de los participantes de él, tanto activos, como inactivos (ver tabla 4.2).

En la primera pregunta del cuestionario (ver anexo 3) se buscó tener el antecedente de pertenencia al subsector de papelerías por parte de los encuestados, para determinar si su salida podía obedecer a la existencia de prácticas monopólicas, o su expulsión era producto de una improvisación empresarial por parte de los participantes.

Se encontró que de la muestra, el promedio de permanencia en el mercado fue de 14.6 años, dato que alejó la probabilidad de estar considerando a empresarios principiantes o desconocedores de su actividad. En una segunda interrogante, el 60 por ciento los encuestados manifestaron que las empresas globales tienen tratos de exclusividad con proveedores, lo que supone, de acuerdo a la LFCE, una práctica monopólica.

De hecho, el 70 por ciento de los encuestados expone que tuvo problemas con proveedores, es decir, producto de los acuerdos y negociaciones de las empresas globales y proveedores, a las empresas locales se les imponían condiciones diferentes, en cuanto a su distribución, financiamiento y diversificación.

La pregunta tercera, busca el señalamiento directo de la causa principal de la salida del mercado de cada empresa encuestada, y la respuesta fue generalizada, un consenso tácito, el 100 por ciento de la muestra atribuye su cierre y expulsión del mercado a la llegada de empresas globales. Más allá de la falta de acción y estrategias de las empresas expulsadas, sus respuestas son reveladoras, fue la contundencia con la que llegaron al mercado local las empresas globales, lo que ocasionó que velozmente disminuyeran sus ventas, aunado a la complejidad que representó el renovar sus inventarios y ampliar la variedad de productos, lo que generó una debilidad ante la competencia.

Tabla 4.2.- Empresarios expulsados	
Concepto	Cifra
Promedio en el mercado de la muestra.	14.6 años
Porcentaje de empresas que percibieron prácticas monopólicas.	100.00%
Porcentaje de empresas que asegura que les afectó que las empresas globales tuvieran exclusividad con proveedores.	60.00%
Porcentaje de empresas que tuvo problemas con distribución de productos.	70.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta, 2014.

La pregunta más concreta debió ser una en la que los encuestados especificaran si se sentían afectados por una acción considerada una práctica monopólica, la respuesta en el 100 por ciento de los casos fue afirmativa, las empresas locales perciben afecciones comerciales de las globales por realizar acciones anticompetitivas, y expresan con seguridad, que fue producto de esas acciones por las que ellos fueron expulsados del mercado.

4.4.- Análisis de resultados

La competencia es el principal incentivo para que los mercados sean cada vez más eficientes. Esto se debe a que los consumidores, al gozar de total libertad para elegir a su proveedor, buscan al que cumpla de manera más completa con sus demandas. Es por esta razón que las empresas en competencia tienen mayores incentivos para innovar, ampliar la oferta o reducir precios y mejorar la calidad de sus servicios. Estas acciones a largo plazo traen mayores beneficios a la sociedad, pues

fortalecen el crecimiento de la economía: los individuos y empresas ante la demanda de una mayor eficiencia e incorporación de nuevas tecnologías, elevan su productividad. Aunque cabe mencionar, que hay casos donde la competencia es nula y por lo tanto tales incentivos resultan ser insuficientes (CEESP-CCE, 2006).

La nula competencia, estudiada por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, organismo del Consejo Coordinador Empresarial de México, tiene sustento en la realización de prácticas anticompetitivas, tipificadas en la Ley Federal de Competencia Económica como prácticas monopólicas, llevadas a cabo principalmente por grandes empresas, que dado su importante respaldo financiero asumen estrategias de mercado que les faciliten mayor rentabilidad, estrategias que no siempre se ajustan a la ley y que en su ejecución afectan severamente la participación de mercado de otras empresas, en su mayoría pymes locales, como las observadas en el mercado de Culiacán, principalmente en el subsector comercial de material de oficina o papelerías.

La existencia de prácticas monopólicas de empresas globales del subsector papelerías en Culiacán, no datan desde la apertura misma de la economía nacional, formalmente iniciada en 1985 con la entrada de México al GATT, sino cuando al mercado local empiezan a instalarse empresas de origen extranjero, primero con el modelo de franquicias y después, por cuestiones legales estipuladas por Ley Federal de Inversión Extranjera, con coinversiones y finalmente por empresas operadoras con registro nacional pero de capital extranjero, como lo manifestó Campos, en entrevista para la investigación.

El de los establecimientos de material de oficina es un caso de los diversos que se registran en el mercado local de Culiacán, las empresas extranjeras Office Max y Office Depot, desde su llegada han usado estrategias empresariales muy agresivas, que caen en la categoría de prácticas monopólicas, de acuerdo a José Luis Aispuro Calderón, en entrevista para la investigación. El Presidente de la Cámara de

Comercio, Servicios y Turismo de Culiacán, explicó que existe una gran concentración en el subsector comercial de papelerías, producto del control que ejercen las cadenas o tiendas departamentales (home center), sobre la distribución de los productos.

Las prácticas referidas por el dirigente de los comerciantes de Culiacán, incluyen la presión a proveedores para recibir condiciones diferentes a los que les hubieran dado a otros distribuidores, lo que ha llevado a la expulsión del mercado a muchas Pymes locales.

Los 'home center', expresa Aispuro, tienen un canal muy fortalecido, consiguen muchas condiciones preferenciales, por su tamaño de compra negocian directamente con los proveedores precios más bajos, cosa que no puede hacer una pyme local, además de su mercadotecnia y todo el presupuesto de promoción hacen que la empresa local pierda mercado.

El portavoz del sector comercial formal de Culiacán manifestó que no existe a su consideración duda de la práctica anticompetitiva de las empresas globales del subsector papelerías, y esgrime que debería de haber una mejor regulación, para evitar el acaparamiento y el crecimiento desmedido de estas empresas, ya que a las pymes locales les resulta muy complicado competir con ellas dado su tamaño y control del mercado, además las fusiones entre ellos a nivel internacional los restringe mucho.

De acuerdo a los registros de la CANACO, las ventas de las empresas locales de papelería han disminuido considerablemente desde el arribo de las empresas de origen extranjero, y no solo con los home center, sino también con los supermercados, que expenden material de oficina, realizando prácticas similares a las de los home center, ante lo cual la CANACO considera que el futuro de las

papelerías locales, si continúan con los mismos esquemas actuales, es hacia la extinción.

Un dato relevante que se desprende del análisis de Aispuro, es que si bien las ventas de las papelerías locales han disminuido, las ventas del subsector han aumentado, lo que supone que el mercado es acaparado por las empresas globales, ya que son las únicas que registran aumento de ventas y crecimiento (ver tablas 4.2 y 4.3)

Aispuro asegura que en el mercado local de Culiacán, las prácticas monopólicas que realizan las empresas globales deben sancionarse, ya que si no se detiene a tiempo a los grandes corporativos, en poco tiempo se van a quedar solos en el mercado, serán monopolios totalmente. Para la CANACO, el empresario local debe reinventar su negocio, buscar nuevos nichos de mercado, por ejemplo, colocar pequeñas papelerías en colonias populares que ganen mercado por su ubicación, buscar ser la tienda líder del sector, con gran servicio, que lo prefieran por la calidad en el servicio.

Las pymes locales deben definir su nicho de mercado muy claramente, y serle fiel a ese nicho de mercado. Que se hagan especialistas de ese nicho, dice Aispuro. Lo propuesto por Aispuro supone que la empresa local innove en valor, lo que proporcionaría una ventaja competitiva en el mercado. Los home center, afirma Aispuro, no necesariamente tienen los mejores precios, pero si tienen las mejores estrategias de venta, 'jalan' mucha gente. Cuando las personas van a un home center la gente le dedica más tiempo que el que le dedica cuando va a un negocio normal, el hábito de compra es esencial.

La CANACO concluye, que las fortalezas de la pymes locales están en la búsqueda de nichos, atención personalizada, mejor servicio, y algo insustituible, que es la atención personalizada de los dueños, lo que facilita las reclamaciones. No obstante

que la postura del representante del comercio local es positiva respecto a la competencia, la alternativa que observa para las pymes fortalece la idea de que las prácticas monopólicas de las empresas globales establecidas en el mercado local de Culiacán, representan no solo una barrera a la entrada de nuevos participantes en el subsector, sino que expulsa del mercado a los competidores con menor respaldo de capital y menor poder de negociación con proveedores, distribuidores y productores de productos (ver figura 4.1).

Los registros de comerciantes del giro de papelerías por parte de la Canaco son coincidentes con los resultados de censos económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cifras que expresan que las empresas locales desde la aparición de los competidores globales, han disminuido 85 por ciento. La proporción de mercado ganada por las empresas globales Office Max y Office Depot, aseguran los empresarios agrupados en CANACO, fue obtenida por la realización de prácticas monopólicas, al llegar a acuerdos no formales con proveedores para tener la exclusiva de distribución de productos, para fijación de precios y para condicionar la venta en otros mercados locales (Aispuro, 2010).

Sobre el efecto nocivo de las prácticas monopólicas de empresas globales en el mercado local de Culiacán, el presidente del Centro Empresarial de Sinaloa, organismo patronal filial de la COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana), Samuel Campos Velarde, manifestó que los miembros de la organización que preside que participan o han participado en el sector comercial de papelerías, prácticamente han desaparecido desde la aparición de las empresas globales Office Max y Office Depot.

Campos expresó que las pymes locales de Culiacán no han resistido los embates de la competencia desleal de Office Max y Office Depot, ya que dado el volumen de compras que manejan, llegan a acuerdos especiales con los fabricantes de la mayoría de los productos, muchas veces para fijar precios y otras para controlar la

venta y distribución de productos en mercados locales, así como el arreglo de exclusividad de marcas y productos.

La filial de la COPARMEX en Sinaloa, al igual que la CANACO, registra las ventas de sus agremiados por sector y subsector económico, y sus cifras coinciden con las del INEGI, en ellas se observa que en el mercado de Culiacán, se ha visto disminuida la presencia de empresas locales en el rubro de papelerías en más de 80 por ciento, participación que han captado las grandes empresas globales con la realización de prácticas monopólicas.

Para Campos no existe duda sobre la conducta anticompetitiva de las empresas globales, y expone que solución está en un seguimiento estricto a la Ley Federal de Competencia Económica, en la procuración de su observancia en los mercados locales, ya que en otros giros empresariales también existe la presunción de prácticas anticompetitivas que merman la participación de mercado de las pymes.

4.5.- Efectos locales

Lo registrado por Aispuro de CANACO y Campos de COPARMEX, coincide con las investigaciones de Ibarra, quien asegura que las empresas sinaloenses no han podido enfrentar la competencia por no estar preparados para la misma y por ser sujetas de prácticas monopólicas, lo que las ha hecho sucumbir fácilmente ante las empresas globales (Ibarra, 2008). Las conclusiones de Aguilar y Maya (2007), concurren también en la falta de un ente regulador local para limitar las acciones anticompetitivas que realizan las empresas extranjeras.

Los estudios de Porter (2001) y Chan Kim (2005), aunado a la evidencia de Ibarra, permiten establecer que de contar con un organismo regulador del mercado en la ciudad de Culiacán es posible que las micro, pequeñas y medianas empresas locales puedan enfrentar la competencia con mayor éxito, diseñando estrategias que les permitan generar una ventaja competitiva y así poder permanecer en el

mercado, recuperar parte de la participación perdida o en algunos casos ganar una mayor porción de mercado.

Ambas posturas, las de Porter y Chan Kim, poseen elementos relevantes a considerar en el establecimiento de una estrategia exitosa para las empresas locales, en la figura 4.2 se establecen las dos posiciones, exponiendo las alternativas generales que cada una ofrece.

Figura 4.1.- Diagrama del mercado local



Fuente: Elaboración propia con resultados de la investigación, 2014.

La falta de una estrategia clara fue un obstáculo para la supervivencia de las empresas locales en el mercado de Culiacán, sin embargo, no es el principal problema, el factor más determinante para la expulsión de la pyme local del mercado por parte de la empresa global, es la realización de acuerdos especiales entre las empresas globales y los productores y proveedores de los productos, lo que a consideración de los dirigentes empresariales de CANACO y COPARMEX, son acuerdos anticompetitivos, que tienden a concentrar el mercado de forma abusiva, al realizar prácticas monopólicas, aquellas que sanciona la Ley Federal de Competencia Económica.

La percepción de los dirigentes empresariales y corroborada por las estadísticas de los censos económicos del INEGI, se refuerzan con los resultados de la encuesta realizada a ex-propietarios de papelerías locales que fueron expulsadas del

mercado a partir de la llegada de las empresas globales, los que señalaron que fueron las prácticas monopólicas la causa de la pérdida acelerada de su participación de mercado y su salida consecuente del subsector comercial de papelerías, todo ello ante la ausencia de un organismo regulador local que evite la ocurrencia de éstas prácticas.

Durante la realización de la investigación, en su fase de laboratorio, se encontró que las ventas del comercio han crecido en los años de la apertura del mercado local a empresas globales extranjeras, tal y como se puede observar en la tabla 4.3, que muestra como el índice de ventas del comercio al por menor, -que incluye a las papelerías-, han crecido a la par del crecimiento de la producción total del sector comercial estatal, reflejando que en lo general el comercio local ha sabido responder a la competencia, no así en el caso de las papelerías, donde las empresas globales establecidas en el periodo, han llevado a cabo estrategias fuera del ámbito puramente competitivo, realizando para su posicionamiento prácticas monopólicas, surgidas a partir de acuerdos con proveedores y productores, como se ilustró en la figura 4.1 de este capítulo.

Figura 4.2.- Diagrama teórico estratégico



Fuente: Elaboración propia.

El resultado para el mercado de Culiacán no es muy diferente a lo mostrado en la tabla 4.3, donde se expone el caso del comercio total a nivel estatal. El caso del comercio es un caso favorable muy notorio en general en el estado, siendo la cuarta actividad económica que mayor incremento registra en el valor de la producción, detrás de los servicios financieros y seguros, los servicios de intermediación financiera y la información en medios masivos, es decir, solo el comercio solo es superado por servicios, como se observa en la tabla 4.5

El hecho de que los servicios y el comercio sean las actividades de mayor dinamismo en el mercado local de Culiacán es especialmente simbólico para la investigación, la terciarización de la economía local, posibilita el enfoque hacia estrategias de competencia más apegadas a la innovación y creatividad.

Tabla 4.3.- Comportamiento del sector comercial en Sinaloa

Concepto	2005	2006	2007	2008	2013
PIB Sectorial	32'671,000	34',209,264	36',363,052	38',056,232	43,527,919
Índice de ventas minoristas	118.5	129.5	131.2	137.7	142.1

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI. Cifras del PIB en miles de pesos constantes, base 2003. Cifras de ventas al por menor es un índice, base 2003.

La información concentrada en la tabla 4.4 permite observar que las actividades económicas en Sinaloa que componen el comercio al por menor, entre el cual están las generadas por papelerías, ha presentado un crecimiento promedio superior al crecimiento del sector comercial en general y de la economía en su conjunto, lo que permite suponer que el sector es dinámico, con demanda de bienes por parte de los

consumidores, lo que lo hace atractivo y como resultado nuevas empresas quieran participar de el, como se demuestra en el crecimiento de empresas registradas de 1999 a 2014.

Tabla 4.4.- Crecimiento comparativo

Concepto	Tasa promedio 2005-2014
Crecimiento promedio en ventas al por menor	5.42%
Crecimiento promedio en PIB estatal	3.21%
Crecimiento promedio en PIB Sectorial	5.05%

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI. Tasa de variación del PIB en pesos constantes, base 2003. Tasa de Variación del índice de ventas al por menor base 2003.

La tabla 4.4 permite observar que el sector comercial en general es dinámico en el mercado local de Culiacán, las ventas minoristas, donde participan las papelerías, han registrado un crecimiento promedio, de 2005 a 2014, superior al crecimiento de la economía en su conjunto y en general de todo el sector terciario, lo que facilita suponer que es precisamente el sector de ventas al menudeo el de mayor dinamismo de la economía local de Culiacán, su aportación al Producto Interno Bruto estatal así lo muestra, lo mismo que su contribución al PIB sectorial.

Las estadísticas de la actividad económica en la ciudad de Culiacán y en general la estatal, sirve para suponer que dado el dinamismo del sector, no se le puede atribuir la expulsión del mercado de las empresas de papelerías a una baja en la demanda o un cambio drástico en el consumo de la población, todo lo contrario, el mercado se muestra dinámico y la salida de las empresas está sujeta a la competencia interna, o a la anti-competencia.

4.6.- Análisis de resultados

En la presente investigación se encontró que un gran problema de las pymes locales, del subsector comercial de papelerías, es que ante las prácticas monopólicas que se presentan ante la ausencia del Estado, éstas no han podido encontrar su ventaja competitiva. Porter (1997) expone que la ventaja competitiva es el aspecto esencial del desempeño en los mercados competitivos, y subraya que la ventaja competitiva proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes. Ese valor, dice Porter, puede traducirse en precios más bajos que de los competidores por beneficios equivalentes o por ofrecer beneficios especiales que compensan con creces un precio más elevado.

Las pymes locales en Culiacán no han podido generar ese valor que les permita competir con las empresas globales, las que están administradas con base en estrategias generadoras de valor, muchas veces incurriendo en prácticas monopólicas, que crean un desplazamiento de la demanda a su favor. Por la evolución del producto total, de la producción sectorial y sub-sectorial, así como los índices de ventas, se asume que en el mercado local sí hay demanda, el mercado para el comercio al por menor y para el caso de específico de las papelerías no se ha achicado, las empresas globales han creado nuevas formas de satisfacer la demanda, generando valor, esas formas más allá de sus acuerdos con proveedores les han permitido ganar mercado rápidamente y en su paso concentrar más mercado vía la eliminación de competidores.

Aunque sin un organismo regular local es complejo comprobar que las empresas globales realizan prácticas monopólicas, la percepción de los afectados emitida por las cámaras empresariales es que sí, y el reflejo de las estadísticas del sector respaldan esta postura, ya que desde la llegada de las empresas globales, el subsector de papelerías se achicó, disminuyendo a más de la mitad en 5 años y a 85 por ciento en 15 años, periodo de análisis de la presente investigación.

La evidencia señala que la imposibilidad de una exitosa reacción por parte de la empresa local fue generada por la realización de prácticas monopólicas, basadas principalmente en los acuerdos con proveedores, quienes reaccionan de forma lógica a la presión de los grandes corporativos, su poder de negociación está fundamentado en las grandes cantidades de compras que realizan, lo que asegura a los proveedores una economía de escala a la venta, es decir sus costos se reducen en consecuencia de un comprador de esas dimensiones, con cobertura mundial.

Los acuerdos entre proveedores, distribuidores, productores de materiales y productos para papelerías, están regidos por condicionantes de compra o bloqueo de marcas por parte de las empresas globales, específicamente de Office Depot y Office Max, las cuales exigen condiciones preferenciales, que a su vez le permitan manejar mejores condiciones de venta hacia sus clientes, creando una enorme diferencia con las empresas locales, que ven disminuida su capacidad de diversificación de productos y variedad de marcas, limitándose a un stock limitado y en muchas ocasiones de menor rentabilidad.

En estas condiciones de competencia las empresas locales han claudicado, no han podido responder a semejante obstáculo que supone una práctica monopólica, la lucha por sobrevivir ha sido muy fuerte, el resultado visto hasta hoy es un caso de océano rojo, como lo expone Chan Kim en su trabajo La estrategia del océano azul.

Capítulo V.- Propuesta

5.1. Regulación de prácticas monopólicas

El mercado local del municipio de Culiacán ha mostrado una concentración hacia las empresas de origen extranjero, en algunos casos mediante modernas técnicas de mercadeo que ganan rápidamente consumidores, pero en otros casos, como sucede en el subsector comercial de papelerías, las empresas locales pierden participación de mercado y son expulsadas, dado que las empresas globales realizan prácticas monopólicas, valiéndose de la nula presencia de las autoridades en la materia competitiva.

Ante la problemática que se ha vivido en el mercado del municipio de Culiacán desde el año 2000 y hasta el 2014, se denota que falta de un órgano regulador de la competencia a nivel local, que tenga entre sus funcionales elementales:

- a) Prevenir estructuras de mercado que impliquen riesgos a la competencia mediante el análisis de concentraciones.
- b) Investigar y sancionar prácticas monopólicas;
- c) Emitir opinión o autorización en el otorgamiento de licencias, concesiones, permisos, cesiones, venta de acciones de empresas concesionarias o permisionarias u otras cuestiones análogas.
- d) Determinar la existencia de insumos esenciales o barreras a la competencia.
- e) Resolver sobre condiciones de mercado.
- f) Sensibilizar agentes y organizaciones de la sociedad civil.
- g) Difundir conocimiento y mejores prácticas internacionales a la sociedad en general sobre los beneficios de adoptar prácticas competitivas.

5.2. Características del organismo público regulador

El organismo regulador propuesto debe tener como objetivo la protección de la competencia y libre concurrencia a los mercados, para mejora de la eficiencia y beneficio de los consumidores, así como de todas las empresas.

Para cumplir con dicho objetivo, el organismo regulador debe ser autónomo del gobierno local y estatal, así como del federal, con independencia en decisiones y

funcionamiento, y sus integrantes elegidos por el congreso local bajo criterios técnicos, de conocimiento y experiencia en la materia.

Dentro de sus funciones debe estar la investigación para determinar la existencia de barreras a la competencia o insumos esenciales, así como tener la facultad legal para imponer multas a agentes económicos sujetos a investigación que se les demuestre la realización de prácticas anticompetitivas.

La figura del regulador del mercado local debe fundamentarse en una política de competencia alineada a los intereses del País, que no sólo se circunscriba a detener y sancionar prácticas anticompetitivas, sino a establecer condiciones de libre mercado eliminando barreras a la entrada a éstos.

El organismo debe otorgar certidumbre a todos los participantes de los mercados ya que brinda certeza jurídica cuidando en todo momento el debido proceso, que garantice que los ciudadanos, y en particular, los empresarios tengan las mismas condiciones para el sano desarrollo de su actividad.

Desde el año de 2013, México cuenta con la Comisión Federal de Competencia Económica, un órgano autónomo creado a partir de la reforma al artículo 28 constitucional, el cual es el encargado de vigilar, promover y garantizar la libre competencia y concurrencia en los mercados.

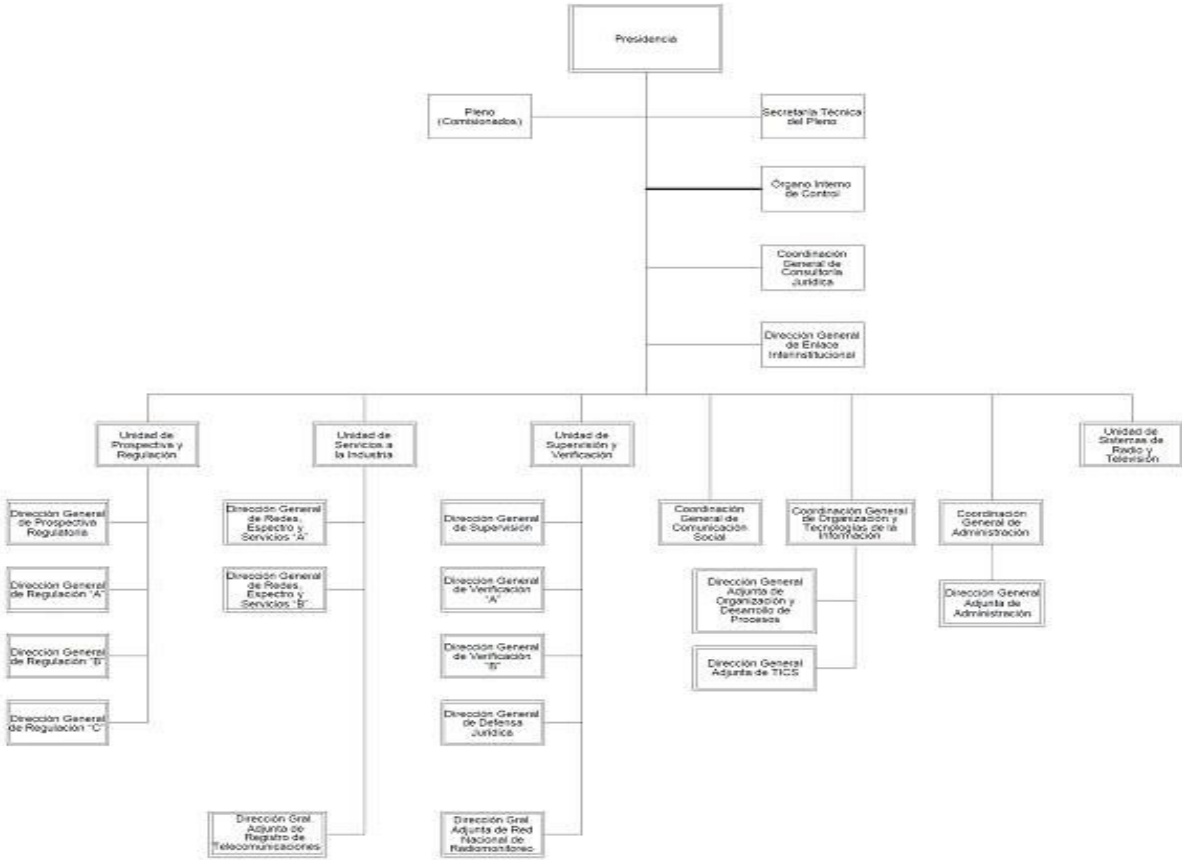
5.3. Organigrama

La Comisión Federal de Competencia Económica está integrada por la participación de autoridades ejecutivas y legislativas. Colaboran en él, el Pleno, la Presidencia, la Secretaría Ejecutiva y la Contraloría Interna, con la finalidad de garantizar la libre competencia y concurrencia, prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones prohibidas, regular los insumos esenciales y las barreras a la competencia, así como las demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen la Constitución, los tratados y las leyes.

La propuesta de esta investigación es tener localmente un organismo semejante dedicado exclusivamente a hacer valer la Ley Federal de Competencia Económica a nivel local, alineado al organismo nacional pero independiente en sus funciones y determinaciones. (ver figura 5.1)

Finalmente, la propuesta derivada de los efectos que han tenido las prácticas monopólicas en el municipio de Culiacán, considera la posibilidad de que promueva una Ley Estatal de Competencia Económica en Sinaloa, que armonizada con la ley federal considere el escenario local en materia de competencia económica.

Diagrama 5.1.- Organigrama propuesto para organismo regulador



5.4.- El organismo regulador y la competencia

En apego al informe Política y Ley de competencia económica en México, publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos en 2004, la política de competencia de México fue adoptada como parte de una iniciativa de reformas que tomó unos diez años a partir de mediados de los años ochenta, que estaba destinada a poner fin al control y a la protección del gobierno central de la actividad económica interna y a desarrollar en su lugar una economía con orientación de mercado.

El gobierno puso fin a la mayoría de los controles de precios en el mercado interno y redujo los obstáculos al libre ingreso en el mercado. Con el fin de abrir la economía al comercio y a la inversión extranjeros, México eliminó la mayoría de las licencias de importación obligatorias, abolió los precios de importación oficiales, redujo los aranceles, y accedió al GATT.

Más adelante, en 1994, México suscribió el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que fue seguido por acuerdos de libre comercio con la Unión Europea y gran número de países de América Latina, por lo que en la actualidad la casi totalidad del comercio exterior de México está cubierto por esos acuerdos. Después de la entrada en vigor del TLCAN el comercio con los Estados Unidos y Canadá se triplicó, y en el período comprendido entre el inicio del proceso de liberalización en 1984 y 2002, las importaciones anuales experimentaron un incremento de más del 1,000 por ciento, mientras que las exportaciones aumentaron en un 555 por ciento. Tal como se había anticipado, la liberalización de las importaciones, representó un estímulo positivo para la competencia a nivel nacional en los sectores de bienes comerciables de México.

El gobierno se propuso también privatizar cientos de empresas comerciales de propiedad estatal. La medida más destacada en este respecto fue la venta en 1990 del monopolio telefónico por la suma de 6 mil millones de dólares estadounidenses. En 1991 y 1992 se organizaron licitaciones para otorgar al sector privado licencias y concesiones de actividades que en el pasado habían estado en manos del estado, como fue el caso de los servicios portuarios y de almacenamiento, transporte y

distribución de gas natural y gas licuado, al igual que licencias para bandas de frecuencias asignadas a gran número de servicios de radiodifusión.

En algunos casos la privatización encontró complicaciones, por lo que el proceso todavía no ha llegado a su fin. La crisis del peso a mediados de los noventa y los trastornos económicos aparejados obligó al gobierno a adquirir nuevamente derechos de propiedad directos o indirectos en diversas compañías en los sectores bancario, de transporte aéreo, operación de carreteras a peaje, y refinerías de azúcar.

En vista de que algunos de los sectores privatizados presentaban características típicas de los monopolios naturales, se instituyeron regímenes normativos para dar cuenta de los defectos en el funcionamiento del mercado. Surgieron dificultades en algunos sectores en que los planes de regulación no estaban lo suficientemente bien concebidos o no se habían puesto en práctica en el momento oportuno. En el caso de las telecomunicaciones, el aliciente de la maximización de los ingresos llevó al gobierno a vender el sistema existente a una entidad única, y la insuficiencia de la regulación de ese sector dio lugar a años de disputas acerca del monto de las tarifas que los competidores que brindan servicios de comunicaciones a larga distancia y servicios de telefonía móvil debían pagar al monopolio para tener acceso a la red.

Un elemento capital en la reforma económica del gobierno fue la adopción de una ley general de competencia económica. La eliminación de las barreras comerciales no bastaba para garantizar la competencia si en su lugar surgían barreras privadas, y la liberalización de las importaciones no podía garantizar la competencia en sectores que no son objeto de comercio.

Por otra parte, como signatario del TLCAN, México estaba comprometido a adoptar medidas para proscribir el comportamiento comercial anticompetitivo. Por consiguiente, México adoptó en 1993 la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE), y creó la Comisión Federal de Competencia encargada de velar por su aplicación. Los autores de la LFCE se habían propuesto integrar las mejores ideas y prácticas en materia de política de competencia económica existentes en todo el

mundo, La ley da un trato firme a los obstáculos más perjudiciales, y aplica un análisis económicamente correcto a las formas de comportamiento más ambiguas recurriendo a un análisis del poder en el mercado y permitiendo una defensa basada en ganancias en eficiencia.

Los objetivos de la LFCE en materia de política de competencia económica son:

“proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.” La eficiencia es la piedra angular para la aplicación de la ley.

Otras de las preocupaciones más frecuentes en materia de competencia económica se subsumen en el análisis basado en la eficiencia. Por ejemplo, no existen disposiciones en materia de “equidad” o de “competencia leal,” ni tampoco acerca de la protección de los intereses de las pequeñas empresas o la limitación de la concentración industrial. Aunque la ley forma parte de un programa destinado a desarrollar una economía más orientada al mercado, la ley no toma nota explícitamente del objetivo de promover el crecimiento económico. La Ley está basada en el supuesto de que el incremento de la competencia y de la eficiencia se traducirá en mayor crecimiento.

El entorno general en que opera la ley no es del todo propicio. En el Informe de 1998 de la OCDE se señalaba que “no está claro el nivel de respaldo para la nueva dirección de la política de competencia económica por parte de la población ni de los empresarios.” Años más tarde, esa observación sigue siendo válida. La aceptación de las políticas de competencia en México resulta difícil ya que el concepto de competencia de mercado es algo nuevo tanto para la cultura empresarial como para las autoridades mexicanas.

La Constitución Mexicana ha prohibido el monopolio desde la Constitución de 1857, sin embargo, en el pasado la animadversión contra los monopolios estaba centrada en la concesión de patentes monopólicas a intereses privados gracias a la generosidad del gobierno. En el pasado, la política de competencia en México

perseguía el objetivo de eliminar los males del monopolio privado instituyendo el control de precios y la propiedad estatal.

La historia de la competencia económica en México, con las debilidades enunciadas, dan muestra que se carece de cultura de competencia, razón por la que la violación a la ley de competencia en la mayoría de los casos pasa desapercibida, y aun cuando se observe, no existe una organismo regulador con presencia en mercados locales, debilidad que es observada por las empresas globales y aprovechada, incurriendo en prácticas monopólicas para tener una rápida penetración en el mercado, dañando con ello severamente a los competidores locales.

Los hechos demuestran que en localidades como la ciudad de Culiacán, se requiere de la presencia del Estado para regular el mercado y así que se tengan condiciones de competencia simétricas entre las empresas globales y las pymes locales, lo que permitiría no sólo la observancia de la ley, sino un crecimiento económico más equitativo y justo para los participantes.

Conclusiones

Las empresas locales, en su mayoría micros, pequeñas, y en menor grado medianas, hasta antes de la era globalizadora de los mercados, ocupaban posiciones dominantes en un mercado local casi siempre protegido, como el caso de las papelerías de Culiacán antes del año 2000, cuando las empresas más conocidas del mercado local eran propiedad de empresarios de la región, pero ninguna de ellas era considerablemente más grande que las otras.

Durante muchos años el mercado de Culiacán estuvo distribuido por empresas papeleras locales, aunque algunas destacaron por su ubicación, prácticamente todas eran pequeñas, era un mercado compartido, no existió concentración, no parecían ocurrir acciones anticompetitivas. Pero en el año 2000 todo cambió, de pronto tuvieron que enfrentar a rivales extranjeros que manejan una serie de ventajas aplastantes: recursos financieros sustanciales, tecnología avanzada, productos superiores, marcas poderosas y equipos administrativos y de marketing, pero sobretodo con prácticas anticompetitivas.

Eso fue fatal para la mayoría de las empresas locales, en 10 años fueron expulsadas 85 por ciento de ellas, y la tendencia no parece tener forma de revertirse, a menos que se tenga un organismo regulador local del mercado, que de espacio competitivo a todos los agentes económicos que quieran participar.

Al mismo tiempo el mercado local requiere de la aplicación de la Ley Federal de Competencia Económica, dado que es percibido la falta de respecto a la misma por parte de las empresas globales, ante la ausencia local de un órgano regulador que limite o sancione su ocurrencia.

El reto para las empresas locales que les impone la economía globalizada, es de grandes dimensiones, y dado que esto no es algo a lo que una micro, pequeña o mediana empresa pueda eludir, las empresas deben contar con condiciones

adecuadas de competencia, para poder asumir nuevas estrategias para competir en un mercado local cada vez más invadido por grandes corporaciones, que utilizan todo su poder de mercado para posicionar sus bienes y servicios en el menor tiempo posible.

Ese poder de mercado no siempre es legal, cuando se infringe la ley, la estrategia pasa a convertirse en una práctica anticompetitiva y en consecuencia desigual, esa práctica es conocida como monopólica, por el interés de acaparamiento y control de mercado por parte de la empresa practicante, poder que ocasiona el detrimento tanto del consumidor como de las empresas competidoras.

En México esas prácticas están expresamente prohibidas en la Ley Federal de Competencia Económica, donde se estipulan los actos y hechos considerados una práctica monopólica, además se establecen las sanciones correspondientes a su violación. No obstante, existen muchas empresas que las practican, ya sea por la fragilidad de la propia ley, la complacencia de las autoridades que deben hacerla cumplir o la ausencia de un órgano regulador en el mercado local que observe y sancione éstas prácticas.

Del método de investigación seguido se desprenden tres conclusiones:

1. El caso de las papelerías locales es un caso donde la actividad económica se ve mermada por las prácticas monopólicas realizadas por empresas globales, ante ausencia de un órgano regulador del mercado local que pueda proteger a la empresa de una competencia desigual.
2. Ante una competencia desigual, donde se realizan conductas anticompetitivas como las prácticas monopólicas, es difícil que un sector económico crezca en número, aunque sí en concentración y ventas, las que son acaparadas por las grandes empresas.

3. El mercado local requiere de un organismo regular de la competencia para evitar la ocurrencia de prácticas monopólicas que perjudiquen a las empresas regionales y evite su expulsión anticompetitiva del mercado.

Dentro de la investigación destacan cuatro aportaciones:

1. Dotar de un marco teórico y conceptual ordenado de los diferentes enfoques de la teoría de la firma.
2. Mostrar elementos empíricos, cuantitativos y cualitativos, que demuestran la ocurrencia de prácticas monopólicas de empresas globales que expulsan del mercado a empresas locales de Culiacán.
3. Evidenciar la necesidad de tener un órgano regulador del mercado local.
4. Mostrar la importancia de observar a las prácticas monopólicas como un mecanismo expulsor de mercado de empresas locales, las que carecen de respaldo financiero y conocimientos estratégicos para competir con éxito en la nueva economía.

La realización de la presente investigación, respondió en primera instancia a una inquietud intelectual y profesional, por conocer con el máximo detalle posible, el funcionamiento de los mercados locales, el partir de la hipótesis de presunción de prácticas monopólicas en el subsector comercial de papelerías fue desafiante, el hecho aunque percibido en lo general, parecía de poco interés entre los participantes del mercado, al menos durante el desarrollo de la investigación.

El reto inicial fue la selección misma de la actividad donde pudieran existir mayores evidencias que correspondieran con la primera hipótesis, así como tener una aproximación empírica que sirviera para fundamentar la ausencia de un órgano regulador del mercado local ante las acciones anticompetitivas de las empresas globales.

El desarrollo urbano, social y económico, observado en la ciudad de Culiacán es muy relevante, en un periodo de tiempo relativamente corto, de 1999 a 2014, arribaron a la localidad empresas de renombre internacional, fue en diversas actividades, pero marcadamente en las que componen el sector terciario de la economía, los servicios y el comercio.

Fue en ese sector, en el que se registra un mayor dinamismo económico desde 1999 en la ciudad, y en el estado, sin embargo, su crecimiento coincide con la concentración del mercado en pocas empresas, en subsectores como el de papelerías, a medida que crecieron las ventas sectoriales, disminuían el número de empresas participantes.

La competencia, legal o ilegal, expulsó al 85 por ciento de las empresas que existían en 1999, algo dramático tenía que haber ocurrido, por eso la hipótesis de la realización de prácticas monopólicas de las empresas globales, las ganadoras del mercado, era fuerte. La segunda hipótesis de la investigación, relacionada a la necesidad de un organismo público regulador, tuvo su base en la posibilidad de que las empresas locales no sean expulsadas del mercado por acciones anticompetitivas, sino en su caso por no poder competir con calidad, servicio u otro factor propio de la competencia legal.

Pero al término de la investigación, se planteó una nueva interrogante: ¿Que piensan los consumidores?, ¿estarán ellos satisfechos con las condiciones actuales del mercado?, las respuestas a estas interrogantes deberán ser trabajadas en futuras investigaciones, se sugiere emprender una dinámica de conocimiento de ambas partes del mercado, la oferta y la demanda.

La presente investigación se planteó con fines de administración pública y empresa, y la necesidad de tener presencia del Estado en el mercado local, con el objetivo de contribuir al conocimiento del funcionamiento de las empresas en un mercado cada vez más global, con mayor competencia.

En futuros trabajos se recomienda trabajar por el lado de la demanda, el trabajo no se enfocó hacia el consumidor, su principal sustento teórico así lo indica, la teoría de la firma, pero dejando parcialmente de lado al consumidor, el complemento del mercado.

Se recomienda, en el caso de existir interés de profundizar en el tema de la investigación, buscar en otras actividades productivas, de otros sectores, tal vez existan indicios de prácticas monopólicas en otros giros del mismo sector comercial, lo que sí es evidente, es que hay más empresas globales arribando a la ciudad.

Referencias

Acemoglu, Daron y James Robinson (2008), "Persistence of Elites, Power and Institutions", *American Economic Review*, 98 (1), pp. 267-293. Aguilar Camín, Héctor y Jorge G. Castañeda (2010), *Regreso al futuro*, México, Editorial Punto de Lectura.

Aguilar Soto Óscar y Maya Ambía Carlos, (compiladores), (2007). *Sinaloa en la globalización*. Ed. UAS-Plaza y Valdés. México.

Antolín, María José Paz (2002). Los enfoques microeconómicos sobre la expansión de las empresas transnacionales. *Boletín económico de ICE*, núm. 2732, pp. 37-44

Alcouffe, Alain.; Kammoun, Souhaila, (2003). Enfoque económico de las competencias de la firma. Hacia una síntesis de las teorías

Neoinstitucionales y evolucionistas. *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*. Formación en la empresa. Montevideo, Cinterfor. N° 154, junio de 2003.

Barba Álvarez Antonio, Montaña Hirose Luís y Solís Pérez Pedro, (1998),

“Perspectivas Internacionales de los Estudios Organizacionales”,

MEMORIA, III Foro Nacional de Investigación en las Disciplinas

Financiero-Administrativas, UNAM-FCA México, pp. 75-87

Becker, Gary, (2000). La naturaleza de la competencia. Instituto Universitario ESEADE. Argentina.

Bajo, Rosario Alonso (2006), *Vinculación e Innovación en la región noroeste de México*. UAS. México

Bus, P. (1987). The theory of institutional change. *Journal of economic issues*, december. USA.

Castañeda, Jorge G. y Aguilar Camín Héctor, (2009), “Un futuro para México”, *Nexos*, año 32, vol. XXXI, No. 383, México, Noviembre, pp. 34-49

Castañeda, Gonzalo, (2012), *Un mundo sin elefantes y un México competitivo A Non-elephants World and a Competitive Mexico*. *Polít. gob* vol.19 no.2

- Chan Kim, W. y Mauborgne, Renée, (2005). La estrategia del océano azul. Harvard Business
- Coase, R.H, (1937). The Nature of the Firm. *Económica, New Series*, Vol. 4, No. 16. (Nov., 1937), pp. 386-405.
- Cohen, W.M.; Levinthal, D.A., "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation", *Administrative Science Quarterly*, vol.35, pp.128-152, 1990. School Press y Grupo Editorial Norma. Colombia.
- De la Rosa Albuquerque, Ayuzabet, (2002a), "Teoría de la organización y nuevo institucionalismo en el análisis organizacional", en *Administración y Organizaciones*, UAM, año 4, No. 8, México, julio. pp. 13-44
- De la Rosa Albuquerque, Ayuzabet, (2004b), "Hacia la emergencia de un nuevo objeto de estudio: la micro, pequeña y mediana organización", en *Iztapalapa* 56, UAM-I, año 25, enero-junio. México, pp. 130-174
- De la Garza Bledo Enrique (1998), *Organización del Trabajo*, "Modelos de Industrialización en México", UAM.
- Dawar Niraj y Frost Tony (2001), *Cómo competir con gigantes*, Pearson Educación, México.
- Dosi, G. (1991), Una reconsideración de las condiciones y los modelos del desarrollo. Una perspectiva evolucionista de la innovación, el comercio y el crecimiento. *Pensamiento Iberoamericano*, núm. 20
- Dosi, G.; Freeman, C.; Nelson, R.R.; Silverberg; G.; Soete, L., *Technical Change and Economic Theory*, Pinter Publishers, Londres, 1988.
- Eckstein, H. (1988), "A Culturalist Theory of Political Change", *The American Political Science Review*, 82 (2), pp. 789-804.
- Elizondo Mayer-Serra, Carlos (2011), *Por eso estamos como estamos: La economía política de un crecimiento mediocre*, México, Debate.
- Epstein, Joshua M. (2006), *Generative Social Science: Studies in Agent-Based Computational Modeling*, Princeton, Princeton University Press.
- Estrada García, Ricardo (2002). *De explicaciones y Organizaciones*, en

Administración y Organizaciones, UAM, año 4, No. 8, México, julio. Pp. 5-12
Fernández de Nadal, Estela (2009), Crítica de la economía política. Una introducción a El Capital de Marx. Escolar y Mayo Editores. Madrid.

España.

Fuentes-Berain, Rossana (2007), Oro Gris Zambrano, la gesta de CEMEX y la globalización en México. Ed. Aguilar. México.

Freeman, C. (1975), Las teorías económicas de la innovación industrial. Alianza editorial. Madrid, España.

Friedman, Milton (1996), Capitalismo y libertad. Ediciones Rialp. México. Garten Jeffrey E. (2001). Estrategias para la economía global, Prentice Hall,

México.

Gerloff, Edwin A., (1985) "Organization as a Fields of Study" in a Strategic Approach For Management, The University of Texas, pp. 3-16

Gomes-Casseres, Benjamín (2001), "Grupo contra grupo: cómo compiten las redes de alianzas. EdPrentice Hall-Pearson Educación, México. González Ibarra, Juan de Dios, (1999), "Epistemología administrativa y management del conocimiento", UAM- Iztapalapa, Administración y

Organizaciones, Año 1, Numero 2. México, pp.39-60.

González, Lilia (2008). Se oponen PRI y PAN a combatir monopolios. El Economista, México. Martes 05 de febrero.

Grossman, S. Y Hart, O. (1986). The cost and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration. Journal of political economy, 94: pp. 691-

719

Graue Russek Ana Luisa (2006). Microeconomía, Enfoque de negocios. Ed. Pearson. México.

Hart, O. y Moore, J. (1990). Property rights and the nature of the firm. Journal of political economy, 98: pp. 1119-1158

- Hart, O. y Holmstrom B. (2002). A theory of firme scope. Working paper, department of economics, MIT. USA.
- Holmstrom B. y Milgrom, P. (1991). Multitask principal-agent analyses: Incentive contracts, asset ownership and job design. *Journal of law, economics and organization*, 7: pp. 24-52
- Holmstrom B. y Milgrom, P. (1994). The firm as an incentive system. *American economic review*, 84: pp. 927-991
- Hodge, B.J., & W. Anthony (1988). "Organization Theory and the Manager" in *Organization Theory*, The Florida State University, pp.3-43. México. 2006
- Ibarra Colado, Eduardo y Montaña Hirose Luís (compiladores), (1990), "Teoría de la Organización. Desarrollo Histórico, debate actual y perspectiva" en *Teoría de la Organización: fundamentos y controversias*, UAM-Iztapalapa México, pp. Vii-xxvi.
- Ibarra Colado, Eduardo, (2000), "Teoría de la Organización. Mapa Conceptual de un territorio en disputa", en De la Garza E (coord.) *Teoría Latinoamericana de Sociología del Trabajo*, FCE, México, pp. 245-284.
- Ibarra Escobar, Guillermo (2009). *Ensayos sobre el desarrollo económico regional de Sinaloa*. UAS. México.
- Jasso Villazul, Javier (2004), "Tecnología y Organizaciones: consideraciones acerca de una propuesta teórica de la innovación" en *Vetas*, año VI, No. 18, septiembre – diciembre pp. 51-69.
- Jensen, M.C./Meckling, W.H. (1976): Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost, and ownership structure; en: *Journal of Financial Economics* p. 310.
- Kauffman (2001). *El desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas: un reto para la economía mexicana*. iiesca. México.
- Knudsen, Chr. (1995): The Competence View of the Firm; en: Scott, W.R./Christensen, S. (eds.) (1995): *The institutional construction of organizations: international and longitudinal studies*. London, Thousand Oaks: Sage: pp. 135-163.

- Lara Ruíz, José (2008), Redes de conocimiento y su desempeño. Ed. Plaza Valdés. México.
- Laver, Michael y Ernest Sergenti (2012), Party Competition: An Agent-Based Model, Princeton, Princeton University Press.
- Levitt, Steven D. y Stephen J. Dubner (2005), Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything, Nueva York, William Morrow and Co.
- Limas, Erick (2011), "La transición política como un sistema adaptable complejo", tesis de maestría en Ciencia Política, Centro de Estudios Internacionales-El Colegio de México.
- Levitt, Theodore (1983). The globalization of Markets. Harvard Bussines Review.
- López Calva Luis Felipe y Walton Michael (2006). The Inequility Trap and its Links to Growth. Word Bank Paper.
- López Leyva, Santos (1997), La vinculación de la ciencia y tecnología en el sector productivo: su perfil socioeconómico. UAS, Sinaloa. México.
- Ley Federal de Competencia Económica. (28-06-2006) Artículo 1°. Diario Oficial de la Federación
- Madero Samantha y García Torres Arturo (1999). Efectos de la apertura comercial sobre la industria en México (Tesis de licenciatura). Instituto Tecnológico Autónomo de México. México.
- Maya Ambía Carlos y Ponce Conti Yolanda (compiladores), (2010). Apertura comercial y subdesarrollo regional, La experiencia de Sinaloa. Ed. UAS Plaza y Valdés. México.
- Malecki, E. (1991), Technology and economy development, Jonh Wiley, New York, citado por Rosario Alonso Bajo, op. cit., 2006.
- Michelli, Joseph A. (2007). La experiencia Starbucks. Grupo Editorial Norma. México.

Morales Roberto. El Economista. 21 de noviembre, Pág.44. México. 2007

Montaño Hirose Luis, (2004a), "El estudio de las organizaciones en México", en Los estudios organizacionales en México, en UAM-Iztapalapa, pp. 9-39

Montaño Hirose, Luis, (2000b), "La transferencia de modelos organizacionales una propuesta analítica el ejemplo de la administración de la calidad", Administración y Organizaciones, Año 3, No. 5. Noviembre, UAM. México, pp. 9-23

Montaño Hirose, Luis, (1999), "La Investigación en Administración. Reflexiones para el caso de México", en UAM- Iztapalapa, Administración y Organizaciones, Año 1, Numero 2 México, pp.7-20.

Naime Alexander, (2004), "Los estudios organizacionales. Prolegómenos de un campo de conocimiento en América Latina", en Barba Antonio (coord.) Los Estudios Organizacionales en México, en UAM-Iztapalapa, pp. 41-61

Nelson, R.R. y Winter, S.G., An evolutionary theory of economic change, The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1982.

North, D. (1993), Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Citado por Rosario Alonso Bajo, op. Cit., 2006.

Oppenheimer, Andrés (2006). Cuentos Chinos, El engaño de Washington, la mentira populista y la esperanza de América Latina. Ed. Ramson House Mondadori. México.

Ortiz Mena Antonio (1998). El desarrollo estabilizador. Reflexiones sobre una época. El Colegio de México- Fondo de Cultura Económica. México.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Políticas y Ley de Competencia Económica en México, Examen Interpares.2004

Navarrete, Miguel (2010). Entrevista de Ana Luz Ruelas Monjandín. Periódico Noroeste. Culiacán, Abril 15 de 2010. Sección negocios p.8

- Penrose, E.T., (1959). The Theory of the growth of the firm, John Wiley, New York, USA.
- Poppo, L. y Zenger, T. (1998). Testing alternative theories of the firm: Transaction cost, knowledge based, and measurement explanations for make or buy decisions in information services. Strategic management journal, 19: pp. 853-877
- Porter Michael E. (1987, 2002). Ventaja competitiva. Grupo Editorial Patria. México.
- Porter Michael E. (2001). Las agrupaciones y la nueva economía de competencia. Pearson Educación, México.
- Raghuram G. Rajan y Luigi Zingales (2003). Saving Capitalism from the capitalist. Unleashing the Power of Financial Markets to Create Wealth and Spread Opportunity. Random House. New York. USA .
- Rosenberg, N., (1982). Inside the black box: Technology and economics, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Robles Peiro Héctor, Molina Ortiz Alfredo y Fuentes Bracamontes Rolando. La Economía basada en el conocimiento. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. 2005
- Ruelas Monjardín, Ana Luz. México y Estados Unidos en la revolución mundial de las telecomunicaciones. Universidad Autónoma de Sinaloa. México.1996
- Sánchez Ugarte, (2005). "Análisis económico de la legislación federal de competencia económica", en Competencia económica. México
- Sarmiento Sergio. El Debate de Culiacán. 31 de octubre, Pág. 20-A. México.2007
- Schumpeter, J.A., (1942) Capitalism, socialism and democracy, Routledge, Londres, 1942.
- Sierra Bravo (2005) Técnicas de investigación social, Madrid. Parainfo.

Solís Pérez, Pedro, (1999), "Los retos de la ciencias administrativas", UAM-Iztapalapa, Administración y Organizaciones, Año 1, Numero 2 México, pp.21-38.

Stiglitz, Joseph E. (2002), El malestar en la globalización. Ed. Taurus. México.

Tarziján, Jorge (2003), Revisando la teoría de la firma. Universidad Católica de Chile. Revista Abante, vol. 6, num. 2, pp. 149-177

Quinn, J.B. (1999). Strategic outsourcing. Sloan management review, 40: pp. 9- 21

Uvalle Berrones, Ricardo, (2004) "Condiciones, procesos y horizontes en la transformación institucional y organizacional del estado contemporáneo", en Iztapalapa 56, UAM-I, año 25, enero-junio México, pp. 19-38

Viscencio Brambila, Héctor (2002). Economía para la toma de decisiones. de Thomson. México.

Winter, S.G., "On Coase, Competence and the Corporation", Journal of Law, Economics and Organization, vol.4, n°1, 1988.

Williamson, O.E., (1975). Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications. Free Press. New York. USA.

Williamson, O.E., (1985). The economic institutions of capitalism. Free Press. New York. USA.

Williamson, O.E., (1988). Corporate finance and corporate governance. Journal of finance, 43: pp. 567-592

Winter, S.G., "Knowledge and Competence as Strategic Assets", Teece, D.J. (ed.), The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal , Ballinger, Cambridge, Massachusetts, 1987.

Zedillo Ponce de León Ernesto. Discurso pronunciado en Davos Suiza, 28 de enero de 2000.

Páginas electrónicas

-<http://www.inegi.org.mx>

-www.wto.org

-<http://ceesp.org.mx/publicaciones>. Acciones Estratégicas Para Elevar El Crecimiento: Fortalecer La Competencia Económica. 2006

-www.weforum.org.mx

-www.wikipedia.com

Glosario

1.Prácticas monopólicas.- Se definen como un abuso de la dominancia que se tiene en un mercado.

2.Mercado.-Espacio donde se dan las transacciones entre compradores y vendedores de los diferentes bienes y servicios.

3.Modelo.- Un modelo es una abstracción teórica del mundo real que tiene dos utilidades fundamentales: Reducir la complejidad, permitiéndonos ver las características importantes que están detrás de un proceso, ignorando detalles de menor importancia que harían el análisis innecesariamente laborioso; y hacer predicciones concretas, que se puedan falsar mediante experimentos u observaciones.

4.Economía de mercado.-Es una forma de organización económica basada en la libre decisión de consumo por parte de los consumidores y la libre decisión de producción por parte de las empresas.

5.Globalización.- Se entiende como la integración de las actividades económicas transfronterizas por la vía de los mercados.

6.Estrategia competitiva.- Es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial, la arena fundamental en la que ocurre la competencia; trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia.

7.Competencia.- Disputa entre personas o empresas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo.

8.Anticompetitivo.- El comportamiento anticompetitivo, también llamado competencia desleal, son las prácticas contrarias a los usos honestos en materia de industria y de comercio. Se refieren a todas aquellas trampas que puede realizar un fabricante o vendedor para aumentar su cuota de mercado, eliminar competencia, entre otras.

9.Organismo público.- El Organismo público es una entidad que posee personalidad jurídica pública diferenciada, patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión en los términos que la Ley prevé.

10.Regulación.- Acción que implica el cumplimiento de una ley o leyes.

11.Economía terciarizada.- Es la transformación de las actividades económicas hacia unas más enfocadas al sector de comercio y servicios o también llamadas actividades terciarias.

12. Empresas estatales.- Se entiende por empresa pública, empresa estatal o sociedad estatal a toda aquella que es propiedad del Estado, sea éste nacional, municipal o de cualquier otro estrato administrativo, ya sea de un modo total o parcial.

13. Empresas globales.- Empresas que no tienen fronteras nacionales, y su expansión abarca una gran cantidad de países.

14. Aranceles.- Un arancel es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación.

15. Dominancia.- Es cuando una empresa o un pequeño grupo de ellas posee mayores porcentajes de participación de mercado que otra y a consecuencia de ello influya en el agregado de la industria más que las demás, llevándola a concentrar mercado e imponer las condiciones que más le favorezcan.

16.Productividad.- Capacidad de producción de las empresas o personas por unidad de trabajo.

Siglas y abreviaturas

INEGI.-Instituto Nacional de Estadística y Geografía, organismo autónomo del estado mexicano encargado de recabar información población, económicas y geográfica, y generar información útil para el análisis y toma de decisiones de los agentes económicos del País.

TLCAN.- El Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en inglés North American Free Trade Agreement, es un acuerdo regional entre los gobiernos de Canadá, de los Estados Unidos y de México para crear una zona de libre comercio.

GATT.- *Acuerdo General de Aranceles y Comercio* o General Agreement on Tariffs and Trade, por sus siglas en inglés. Es el organismo que antecedió a la Organización Mundial de Comercio, espacio de reunión y acuerdos de países para favorecerse de transacciones entre socios.

CANACO.- Cámara Nacional de Comercio, es un grupo de empresarios asociados con el fin de hacer un frente común ante las causas de los comerciantes de una localidad.

COPARMEX.-Confederación Patronal de la República Mexicana, sindicato que agrupa a los patrones, empleadores dueños de empresas que buscan enfrentar unidos temas de su interés.

Pymes.-Siglas de Pequeñas y medianas empresas, son empresas con características distintivas, que tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones.

Anexos

Anexo 1.- Cédula de cuestionario de entrevista realizada a dirigentes empresariales.

1. ¿Qué aspectos positivos ha observado en el mercado local desde que inició la apertura comercial en México?

17. ¿Cuáles son (si existen) los aspectos negativos de la apertura?

3. ¿En qué sectores considera que se ha concentrado más la competencia entre empresas locales y empresas de origen extranjero?

4. ¿Cuál ha sido la circunstancia de los negocios que comercian material de oficina (papelerías) locales ante la competencia de empresas globales de origen extranjero?

5. ¿Considera que el subsector comercial de papelerías existe una gran concentración de mercado en las empresas de origen extranjero?

5. ¿De existir concentración de mercado en las empresas extranjeras del subsector comercial de papelerías, cree que su cuota de mercado se la han ganado por ser más competitivas?

6. ¿Dada la rápida ganancia de mercado de las empresas de origen extranjero en el subsector comercial de papelerías, cree que esto pudiera haber sido producto de prácticas anticompetitivas?

7. ¿Qué tendría o que podría hacer una empresa local para competir con empresas de origen extranjero en el subsector de papelerías?

8. ¿Cómo considera la legislación a las prácticas anticompetitivas localmente?

9. ¿Qué estadísticas guarda su gremio sobre las empresas del subsector papelerías?

Anexo 2.- Cuestionario de la encuesta realizada a empresarios activos del subsector comercial papelerías en Culiacán.

1. ¿Cómo le ha ido en términos comerciales en el periodo comprendido desde el año 2000, hasta el 2009?

- a) Mejor, mis ventas han subido.
- b) Igual, mis ventas se mantienen.
- c) Mal, mis ventas han bajado un poco.
- d) Muy mal, mis ventas han bajado mucho.
- e) Mucho mejor, he crecido en ventas e instalaciones.

Respuestas

Empresario1	b
Empresario2	c
Empresario3	c
Empresario4	c
Empresario5	d
Empresario6	c
Empresario7	d
Empresario8	b
Empresario9	d
Empresario10	d

2. ¿Considera que en su ámbito comercial local se realizan prácticas monopólicas?

Respuestas

Empresario1	si
Empresario2	si
Empresario3	si
Empresario4	si
Empresario5	si
Empresario6	si
Empresario7	si
Empresario8	si
Empresario9	si
Empresario10	si

3. ¿Que empresas son las que realizan las prácticas monopólicas?

- a) Las empresas globales únicamente.
- b) Las empresas locales únicamente.
- c) Las empresas locales principalmente, pero también las globales.
- d) Las empresas globales principalmente, pero también algunas locales.
- e) Todas las empresas del subsector realizan prácticas monopólicas.

Respuestas

Empresario1	a
Empresario2	a
Empresario3	a
Empresario4	a
Empresario5	a
Empresario6	a
Empresario7	a
Empresario8	a
Empresario9	a
Empresario10	d

4. ¿Que acciones realizan las empresas, que considera son prácticas monopólicas?

Respuestas

E1. Pactar exclusividad con proveedores, provocan que los distribuidores condicionen el surtido a los competidores a cantidades grandes de productos y atando ventas de productos de gran demanda con otros de baja demanda y difícil colocación.

E2. Realizan acuerdos con proveedores, por sus volúmenes de compra obtienen precios especiales, además presionan a distribuidores para que no surtan en tiempo a empresas competidoras.

E3. Tienen acuerdos especiales con proveedores, de hecho controlan a diversos proveedores y fabricantes dado su potencial de ventas.

E4. Obtienen precios preferenciales por debajo de los que las empresas locales pueden tener, su tamaño les permite mantener grandes cantidades de inventario, pero sobre todo bloquean en muchos casos la distribución a empresas locales. E5. Tienen trato preferencial por parte de proveedores, acuerdan plazos de pago muy amplios, y presionan a distribuidores para que no les vendan algunos productos a empresas competidoras.

E6. Los proveedores se someten a sus decisiones comerciales, dado la gran cantidad de productos que adquieren a nivel mundial, tienen presencia en toda la cadena de distribución.

E7. Tienen trato directo con proveedores y acuerdan mejores condiciones de compra, precios más bajos y variedad de productos en exclusiva.

E8. Tienen control de toda la cadena, desde la producción en muchos productos, hasta la distribución, no permiten que los proveedores más importantes distribuyan a empresas que les pueden competir y ganar mercado.

E9. Controlan el mercado, acuerdan con proveedores la distribución directa y ponen las condiciones de compra y pagos de mercancía, ponen barreras a sus competidores vía control de distribución.

E10. El poder de mercado que poseen les permite acordar con proveedores la distribución de productos, así como la condicionar la venta a la exclusividad.

5. De percibir que se realizan prácticas monopólicas, que acciones ha realizado para enfrentarlas y permanecer en el mercado?

Respuestas

E1. Reducir costos y ofrecer mejor servicio.

E2. Ofrecer un mejor servicio, buscar financiamiento más amplio de proveedores.

E3. Reducir personal, reducir surtido y diversificar ingresos.

E4. Concentrarme en la venta de productos de mayor margen.

E5. Reducir costos, bajar inventarios.

E6. Mantener mínimo inventario, buscar clientes corporativos.

E7. Reducir costos, tener solo los productos de mayor demanda.

E8. Estar más cerca del cliente, dar mejor servicio y buscar clientes corporativos o instituciones.

E9. Disminuir gastos operativos, reducir el horario de atención.

E10. Cambiar de local, reducir costos y compensar baja en ventas con otros servicios, como copias.

6. A consecuencia de la presencia de las empresas globales, ¿ha planeado dejar de participar en el subsector de papelerías?

- a) No, creo que puedo permanecer y competir.
- b) Si, es algo probable.
- c) No lo he planeado.
- d) No, nunca dejaría mi negocio.

Respuestas

Empresario1	a
Empresario2	b
Empresario3	b
Empresario4	b
Empresario5	c
Empresario6	b
Empresario7	b
Empresario8	c
Empresario9	b
Empresario10	b

Anexo 3.- Cuestionario de la encuesta realizada a empresarios inactivos del subsector comercial papelerías en Culiacán.

1 ¿Cuanto tiempo operó su empresa en el subsector comercial de papelerías de Culiacán, y en que año cerró?

(Respuestas libres)

EmpresarioA.-	Operó 15 años	Cierre en 2002
EmpresarioB.-	Operó 10 años	Cierre en 2002
EmpresarioC.-	Operó 16 años	Cierre en 2005
EmpresarioD.-	Operó 19 años	Cierre en 2003
EmpresarioE.-	Operó 14 años	Cierre en 2002
EmpresarioF.-	Operó 12 años	Cierre en 2006
EmpresarioG.-	Operó 11 años	Cierre en 2001
EmpresarioH.-	Operó 20 años	Cierre en 2002
EmpresarioI.-	Operó 16 años	Cierre en 2004
EmpresarioJ.-	Operó 13 años	Cierre en 2003

2. ¿Cuál fue el motivo principal por el que cerró operaciones?

(opción múltiple)

- a) Problemas con proveedores, condiciones difíciles de cumplir.
- b) Las empresas competidoras estaban mejor ubicadas.
- c) Me faltó invertir en instalaciones y mercancía.
- d) Los hábitos de consumo cambiaron.
- e) Otra respuesta, cuál? _____

Respuestas:

EmpresarioA.-	opción a)
EmpresarioB.-	opción a)
EmpresarioC.-	opción b)
EmpresarioD.-	opción c)
EmpresarioE.-	opción a)
EmpresarioF.-	opción a)
EmpresarioG.-	opción a)
EmpresarioH.-	opción b)
EmpresarioI.-	opción a)
EmpresarioJ.-	opción a)

3. ¿Considera que su empresa perdió mercado principalmente a consecuencia de la llegada de empresas globales?

(opción múltiple)

a) si

b) no

c)no puedo determinarlo

Respuestas:

EmpresarioA.- opción a)

EmpresarioB.- opción a)

EmpresarioC.- opción a)

EmpresarioD.- opción a)

EmpresarioE.- opción a)

EmpresarioF.- opción a)

EmpresarioG.- opción a)

EmpresarioH.- opción a)

EmpresarioI.- opción a)

EmpresarioJ.- opción a)

4. ¿Qué acciones concretas considera que realizaron las empresas globales para ganar rápidamente mercado?

(Respuestas libres)

EmpresarioA.- Negociación de exclusividad con proveedores.

EmpresarioB.- Acuerdos especiales con proveedores.

EmpresarioC.- Sólida estrategia de mercadotecnia.

EmpresarioD.- Las modernas instalaciones y ubicación estratégica.

EmpresarioE.- Relación estrecha con proveedores con precios especiales.

EmpresarioF.- Negociación especial con proveedores y distribuidores.

EmpresarioG.- Acuerdos de exclusividad con distribuidores.

EmpresarioH.- Campañas de publicidad y mercadotecnia.

EmpresarioI.- Las modernas instalaciones y diversidad de productos.

EmpresarioJ.- Arreglos ocultos con proveedores.

5. ¿Considera que las empresas globales realizan prácticas monopólicas para desplazar a las empresas locales del mercado?

(opción múltiple)

a) si

b)no

c)difícil de determinarlo

Respuestas:

EmpresarioA.- opción a)

EmpresarioB.- opción a)

EmpresarioC.- opción a)

EmpresarioD.- opción a)

EmpresarioE.- opción a)

EmpresarioA.- opción a)

EmpresarioB.- opción a)

EmpresarioC.- opción a)

EmpresarioD.- opción a)

EmpresarioE.- opción a)

Aspectos metodológicos:

La encuesta se terminó en agosto de 2010. Los empresarios fueron solicitados y proporcionados por la dirigencia de Canaco previa consulta. Los 10 empresarios seleccionados fueron contactados por el investigador vía E-Mail el 28 de julio, el 30 de julio se tuvo la aceptación de participar de los 10 y se les envió ese día el cuestionario. Los correos electrónicos con las respuestas se completaron el 18 de agosto de 2010.