

XII Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas AC
(ACACIA).

“Cooperación y coordinación base de plataformas de crecimiento: un
enfoque institucional.”

(Teoría de la Organización)

Alma Delia Torres Rivera

Azul Quiroz Martínez

ESCA Unidad Santo Tomás
Instituto Politécnico Nacional.
Prolongación de Carpio 471,
Casco Santo de Tomás
Tel. 5729600 Ext. 61804,

CORREO ELECTRONICO DEL RESPONSABLE

aqm1603mx@gmail.com.mx

México, D.F., febrero del 2007

“Cooperación y coordinación, base de plataformas de crecimiento: un enfoque institucional.”

RESUMEN

La corriente institucionalista a lo largo de su formación como escuela ha representado a partir de las últimas décadas del S. XX para las teorías económicas y sociales dominantes, una fuerte competencia al proporcionar una nueva opción metodológica para la explicación las elecciones individuales y colectivas dentro de una organización y sus implicaciones a nivel económico, social y político bajo el dominio de normas y reglas (formales e informales) presentes en cada país (Quiroz y Torres, 2007). Dentro de este marco, este trabajo intenta reunir las aportaciones del institucionalismo para el análisis organizacional y la comprensión de las nuevas configuraciones inter empresariales. La incorporación del institucionalismo en el estudio de la competitividad de las empresas contribuye a comprender las configuraciones flexibles, complejidad, ambigüedad y altamente dinámicas de las organizaciones, que se formalizan evidentemente en alianzas estratégicas, negocios conjuntos, convenios de cooperación comercial regionales, Además de proporcionar una nueva opción metodológica para la explicación de las elecciones individuales y colectivas, y sus implicaciones a nivel económico, social y político bajo el dominio de reglas y normas formales así como códigos de conducta generalmente no escritos que subyacen y complementan a las reglas formales presentes en cada país.

INTRODUCCIÓN

Diversos autores como Durkheim (1897), Weber (1921), Pareto (1916) y Marx (1859) han estudiado las instituciones colectivas como medios que estructuran y subordinan las conductas individuales a los preceptos establecidos. Los planteamientos del institucionalismo resaltan las posibilidades individuales y colectivas de influir en la organización, pero siempre en un juego de influencia recíproca. Es decir las instituciones definen y limitan el conjunto de elecciones de los individuos (North, 1993:14)

Dentro de este marco, este trabajo intenta reunir las aportaciones del institucionalismo para el análisis organizacional que ha abierto paso a la comprensión de las nuevas configuraciones inter empresariales, en este caso las pequeñas empresas permiten alcanzar la coordinación y cooperación entre los distintos agentes frente a la construcción de nuevas plataformas de crecimiento para enfrentar exitosamente la dinámica de la competencia del mercado global.

La incorporación del institucionalismo en el estudio de la competitividad de las empresas contribuye a comprender las configuraciones flexibles, complejidad, ambigüedad y altamente dinámicas de las organizaciones, que se formalizan evidentemente en alianzas estratégicas, negocios conjuntos, convenios de cooperación comercial regionales, Además de proporcionar una nueva opción metodológica para la explicación de las elecciones individuales y colectivas, y sus implicaciones a nivel económico, social y político bajo el dominio de reglas y normas formales así como códigos de conducta generalmente no escritos que subyacen y complementan a las reglas formales presentes en cada país.

El artículo es una reflexión que invita al análisis y a debatir sobre la conveniencia de diseñar plataformas de crecimiento bajo un esquema de cooperación y colaboración interempresarial desde el enfoque de la competitividad institucional con una orientación sistémica, así que sería de utilidad establecer los factores que determinan la competitividad de la empresas y discutir el papel de la teoría institucional.

Del análisis neoclásico al análisis institucionalista de las organizaciones

En los últimos años (últimas décadas del S. XX), la importancia otorgada al papel que juega las instituciones dentro del sistema económico ha ido en aumento. Este interés ha sido reconocido por gobiernos, organismos multilaterales, académicos y entidades organizacionales, quienes han llegado a considerarlas como ejes fundamentales para el entendimiento de diversos problemas que bajo los planteamientos económicos y administrativos existentes no han podido ser respondidos.

En la teoría tradicional económica, las organizaciones no eran estudiadas como una institución social, sino como mero apoyo a la función de producción. Sin embargo, es un hecho innegable que dicha teoría debe y ha empezado a preocuparse por la empresa, tomando en consideración los términos "institución" e "institucionalización".¹ La institución, conjunto de *reglas* que articulan y organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos y los grupos sociales. Las instituciones son construcciones históricas que, a lo largo de su evolución (origen, estabilización y cambio) los individuos erigen expresamente" (Ayala, 1999: 63). En un sentido más amplio, son creadas y socialmente aceptadas, que conducen y armonizan la interacción humana; para esto, se imponen restricciones a individuos, empresas o gobiernos cuando su comportamiento contraría al interés general, pero a la vez distribuye facultades.

Por su parte Ibarra (2006), considera que "las instituciones, crean sentidos, significados, símbolos que forman (como el lenguaje) patrones culturales, formas de valorar y entender la vida en sociedad" (p. 11). Las instituciones definen la estructura de incentivos de las sociedades y economías, con lo cual dan forma al comportamiento de los individuos y de las organizaciones

¹ Es común confundir una organización con una institución. Al respecto es posible hacer una distinción entre ambas. La confusión radica en que las instituciones en tanto que son una serie de restricciones diseñadas con el fin de modelar la interacción humana proveen una estructura para la interacción social. Tanto organizaciones como instituciones surgen de la acción humana y ambas tienen como objetivo reducir los costos derivados del intercambio. Sin embargo la organización es el lugar en donde se efectúa los intercambios entre los diversos agentes económicos, mientras que las instituciones acotan tales relaciones, y se ajustan a las contingencias a que pueden estar sujetas las organizaciones como consecuencia de su interacción con su contexto y que puede llegar hasta a amenazar su propia existencia.

El neoinstitucionalismo² surge como respuesta al antiguo institucionalismo tradicional y, al mismo tiempo como una crítica a la rigidez analítica de la teoría neoclásica (Ayala, 1999:38). Este planteamiento, heredó algunas de las categorías y cuestiones de la economía neoclásica y del primer institucionalismo (principalmente de Veblen), donde la premisa básica sigue siendo la elección racional (que será abordada más adelante) pero con limitaciones, basada en un cálculo económico en sentido estricto, y en su concepción de la realidad económica, incluso extendida a colectivos como las empresas, por lo que continúa siendo radicalmente individualista (el agente económico nunca será un sistema, sino a lo más, una agregación de agentes individuales). Los fenómenos observados a nivel de agregados sociales deben ser explicados como resultado de las acciones e interacciones de seres humanos individuales que buscan sus propios intereses.

Los principales representantes del nuevo institucionalismo que conforman la base teórica de esta corriente son: D. North (1993), R. Coase (1988) y O. Williamson (1989) (cabe mencionar que Williamson recuperó las ideas de Coase sobre la empresa y los costos de transacción). El institucionalismo acepta el individualismo metodológico, enfocándose en el estudio sobre cómo marcos institucionales alternativos afectan a la eficiencia y que elabora sus teorías y análisis a partir de la conceptualización del intercambio voluntario". (Caballero, 2002, p. 169). El marco analítico de la economía institucional la organización está sujeta a:

- La racionalidad limitada, donde los actores económicos al igual que en las teorías de mercado buscan la optimización de sus recursos, pero enfrentan con una serie de limitaciones como es la información incompleta, por lo tanto las soluciones son satisfactorias y no óptimas.
- El problema central de la organización es la adaptación.
- Las empresas ya no son vistas como una función de producción, sino como una estructura organizativa para obtener ganancias.

² El término de neoinstitucionalismo o nueva economía institucional se usa con el objetivo de delimitarla del antiguo institucionalismo económico de Veblen (1899), Commons (1931) y Mitchell (1929-1933). Su relevancia viene dada por tres razones: a) ofrece respuestas que la economía neoclásica no consigue dar; b) cambia el papel dominante que los ortodoxos concedieron al mercado durante la década de los ochenta y principios de los noventa; y c) permite abordar el problema del desarrollo en términos del cambio institucional.

- La organización de la empresa no se reduce a los costos de transacción por medio de órdenes jerárquicas, sino que reduce la incertidumbre al establecer un sistema de reglas. (De la Garza Toledo (2004)

En el enfoque neoinstitucional las organizaciones surgen como respuesta a las restricciones institucionales a las que están sujetas (tecnológicas, presupuestarias y de preferencias), ya que las empresas (como arquetipo de las organizaciones), se originan a partir de la necesidad de reducir los costos de transacción (Coase, 1988), con el fin de disminuir los costos asociados al intercambio, al garantizar la coordinación de habilidades y recursos que disponen los individuos para la creación de estrategias.

Una organización sea de cualquier tipo (económica, política y/o social) contiene una estructura interna de reglas delineadas de acuerdo con el orden institucional general. Estas reglas internas (formales e informales) sirven como guía de las operaciones diarias, de las interacciones de los individuos dentro de la misma y de las relaciones que se establecen con otras organizaciones.

Figura 1. Análisis comparativo entre el modelo de elección racional y el institucionalista

Análisis neoclásico de la organización	Análisis institucionalista de la organización
Competencia perfecta	Información asimétrica y existencia de costos de transacción
Agentes egoístas y maximizadores.	Coordinación y cooperación.
Elección racional	Racionalidad limitada

FUENTE: Elaboración propia.

Por tanto, a diferencia del análisis neoclásico de la organización en el análisis de institucionalista de las organizaciones (véase cuadro 1) constituyen elementos clave: la información asimétrica, costos de transacción, coordinación, cooperación y la racionalidad limitada intervienen en el desempeño económico de las organizaciones y en el rendimiento del mercado, ya que afectan a los elementos que constituyen el costo total: los costos de producción y los costos de transacción (Villarreal, p. 5)

En consecuencia es posible establecer que para obtener mercados eficientes es necesario que tanto los costos de transacción como los de producción sean bajos y competitivos, para esto, es preciso que las instituciones (las reglas del juego) y las organizaciones (actores), así como las señales del mercado sean adecuadas para la promoción del mercado y la productividad económica³.

El núcleo teórico central de la teoría institucional está elabora en torno a: la toma de decisiones y la acción organizacional. Bajo este enfoque, las instituciones han influenciado la conducta y las elecciones individuales o grupales, decisiones que ocurren dentro o fuera del mercado. Por lo tanto, las instituciones constituyen marcos estables de comportamiento que anticipan el futuro lo mejor que pueden, ya que constituyen un acuerdo social destinado a conducir, prevenir o resolver cualquier problema que pudiera surgir, así como restringir comportamientos contrarios al interés social y favorecer la aparición de asociaciones para desarrollar ventajas competitivas.

La cooperación y asociación inter-firma: bajo un enfoque institucional.

Uno de los mayores obstáculos que impide el desarrollo de las PYMES no es su tamaño, ni los canales de abastecimiento o comercialización, sino el hecho de tener una actuación aislada del proceso productivo, situación que dada las actuales condiciones económicas de globalización, liberalización financiera y cambios tecnológicos continuos las obliga a crear un ambiente de colaboración. De hecho, el modo tradicional de competencia por una posición en el mercado ha sido en el nivel de la firma. Proveedores y clientes se tratan como adversario y generalmente la relación entre las empresas se presenta como una situación de perder- ganar. Sin embargo,

³ Tanto organizaciones como instituciones surgen de la acción humana y ambas tienen como objetivo reducir los costos derivados del intercambio. Sin embargo la organización es el lugar en donde se efectúa los intercambios entre los diversos agentes económicos, mientras que las instituciones acotan tales relaciones.

actualmente se están dirigiendo hacia escenarios de cooperación entre firmas, es decir, se está avanzando desde la competencia a nivel de la firma individual hasta la competencia en redes de relaciones inter – organizacionales. (Rodríguez, 2003).

A diferencia de la teoría económica convencional, la realidad económica bajo la óptica institucionalista se caracteriza por la presencia de costes de transacción, derivados de:

- Problemas de información en cualquiera de sus modalidades (información asimétrica, incompleta, aversión al riesgo, daño moral y selección adversa), que generan cambios importantes en la conducta de los individuos y que de acuerdo al modelo de los costos de transacción de Williamson (1989) las empresas responden a las fallas de mercado a través de mecanismos de organización de estructuras jerárquicas como un modo de enfrentar la incertidumbre y los problemas de información.
- Problema en cuanto al cambio en los términos de intercambio especificados en las instituciones, por ejemplo, incumplimiento de contratos, cambios en las negociaciones, en los derechos de propiedad, etc.
- Problema de la acción colectiva.

“Los costos de transacción surgen de la transferencia de los derechos de propiedad” (Ayala, p. 183), incluyen todos aquellos costos que no emergen directamente del proceso productivo, pero que están asociados, y a su vez determinan el intercambio económico. Bajo el enfoque institucionalista, el intercambio económico no solo depende del nivel de precios de equilibrio, sino también del nivel de los costos de transacción⁴. Cuanto mayores sean los costes de transacción, mayor será el número de transacciones que los agentes dejan de realizar porque los costes superan a los beneficios, es decir, si éstos se elevan demasiado, el intercambio se verá incluso cancelado.

De este modo que es necesario establecer las “reglas de juego” que permitan reducir estos costes transaccionales, para así facilitar la especialización del trabajo y el intercambio, así como la formación de unas bases de cooperación sobre las que

⁴ Una transacción puede entenderse como transferencias de todo tipo de derechos de propiedad sobre las posesiones de los individuos. (Caballero, 2002, p. 170)

edificar el funcionamiento de una economía eficiente. Aún mas, las organizaciones económicas aprovechar las ventajas derivadas de la cooperación y de la coordinación de decisiones. Lo anterior se puede resumir en la figura 2.

Figura 2. Dilema de la acción colectiva

		Empresa A	
		SI	NO
Empresa B	SI	BENEFICIOS	BENEFICIOS PÉRDIDAS
	NO	PÉRDIDAS BENEFICIOS	PÉRDIDAS

Fuente: Elaboración propia con información de Domínguez (2005), "Perspectivas teóricas de la cooperación y asociación para la competitividad empresarial en México".

En este contexto dos empresas pueden verse beneficiadas con una mejor posición en el mercado (y por ende mayores ganancias) por el simple acto de cooperación entre ellas, donde ambas tienen el mismo nivel de participación y existe plena confianza entre las mismas. Pero puede suceder que ninguna de las empresas decidiera compartir información entre ellas, ambas asumirían la pérdida que implica su no participación dentro de esta asociación, o también una sola de las empresas decide no compartir información obtendría mayores beneficios a expensas de la que si la comparte, incluso esta última obtendría pérdidas⁵.

La cooperación empresarial como forma de coordinación de recursos.

Desde el punto de vista teórico, la idea de un sistema de mercado cuya coordinación entre oferentes y demandantes se realizaba únicamente vía precios, ha

⁵ También conocido como el dilema del prisionero

cedido lugar a otros tipos de razonamientos sobre medios alternativos de organización para la realización de transacciones. Es aquí donde le papel de la empresa toma relevancia como medio alternativo de organización económica, siendo esta quien tiene la facultad de decidir que actividades realizar y organizar internamente, y cuáles adquiere el mercado. Al respecto Williamson (1985) considera que el hecho de que las transacciones se organicen dentro de un empresa o en forma colaborativa entre más de una, dependerá en su mayoría de los costos de transacción que esto implicaría. Obviamente si sus costos de transacción internos son inferiores a los del mercado, decidirá trabajar de manera interna. Es innegable que para las empresas, la cooperación con socios externos⁶ es una forma valiosa de lograr innovación, posición competitiva en el mercado y éxito económico. Esta cooperación puede manifestarse de distintas formas, como pueden ser las redes o integraciones verticales y horizontales.

Tabla 1 Tipos de coordinación

Esponánea	Es a través de las transacciones de mercado, sin beneficiar ninguna dirección, cooperación o algún propósito como una consecuencia indirecta de decisiones que se toman en respuesta a los cambios en las oportunidades que se presentan y por ende en un beneficio.
Planeada	Las actividades están sujetas a un único control y se ajustan a un plan coherente, esto es, donde las actividades deben ser coordinadas por la dirección es apropiado que sean consolidadas en el sentido de ser tomadas conjuntamente por una organización.
Coordinación	Se realiza a través de la cooperación con un acuerdo de dos o más organizaciones para que los planes iniciales de ambos se ajusten.

Fuente: García Garnica, Alejandro. (2004) La coordinación "híbrida" desde las perspectivas de Williamson y Nooteboom. Análisis económico, primer cuatrimestre, año/vol. XIX, núm 040. UAM Unidad Azcapotzalco.

La cooperación entre empresas es una nueva forma de concebir nuevas estrategias empresariales, principalmente entre las pequeñas empresas, llegando a convertirse en un importante instrumento de competitividad, pues la agregación de valor no sucede dentro de la empresa, o en algún escalón de la cadena, y sí a lo largo de la cadena productiva. Para esto, es de vital importancia que una empresa construya su red relacional junto a proveedores, clientes, entidades de apoyo, organismos

⁶ Diversos estudios han identificado como socios de negocios a clientes, universidades, proveedores, distribuidores, competidores o los centros de investigación

gubernamentales y encuentre, entra las más diversas oportunidades de arquitecturas de formación de relaciones la que mejor presente potencial de implantación y desarrollo.

En opinión de García (2004), la coordinación puede ser espontánea o planeada y se presenta de tres formas: a través de transacciones de mercado, mediante la dirección y por medio de la cooperación. Las nuevas formas de cooperación empresarial sólo son posibles debido a las nuevas tecnologías de información y telecomunicación que hacen posible transmitir información con eficiencia y eficacia. Por su parte, la cooperación horizontal o especialización entre la PYMEs, se basa en la colaboración de las empresas que se encuentran compitiendo en la misma industria, que puede ir de lo informal hasta las fusiones y adquisiciones de empresas.

Este tipo de cooperación contribuye a crear una eficiencia colectiva la cual se define como una ventaja competitiva derivada de las economías externas locales cuya acción conjunta depende a su vez de una infraestructura adecuada, de facilidades de capacitación y del acceso a servicios públicos. Grabher (1996), señala que entre las formas de cooperación Interempresarial se tiene:

Subcontratación.- se refiere a la decisión que toma una empresa para demandar a otra, a través de un contrato o acuerdo, la realización de un producto o servicio específico que forma parte de su cadena de valor. Esta modalidad puede incluir dos empresas que realizan y diseñan conjuntamente un bien desde sus primeras fases. Este tipo de acuerdo tiene como ventajas que ofrece la posibilidad de que se desarrolle una estructura empresarial más equilibrada que permita combinar las economías de escala resultantes de la producción en grandes empresas con las ventajas de flexibilidad que imperan en las pequeñas. (Domínguez, 2001:68),
Alianzas estratégicas.- Las alianzas estratégicas implican una cooperación horizontal entre empresas que compiten en el mercado, pero que cooperan en determinadas actividades, bajo un entendimiento que se produce entre dos o más actores sociales diferentes, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un plan de acción conjunto para lograr beneficios de mutua conveniencia, Una alianza debe verse como una forma de compartir riesgos y fortalezas, ello significa que desde el inicio, debe existir un

equilibrio de riesgos y beneficios para las empresas involucradas. Una alianza, es con frecuencia un mecanismo para entender y hacer frente a la incertidumbre, ésta pueden ser ofensivas y defensivas. Las alianzas ofensivas son dirigidas a penetración y creación de mercados definiendo o estableciendo estándares de la industria, anticipándose y preparándose para nuevos desarrollos políticos y/o acciones competitivas. Las alianzas defensivas se enfocan sobre la protección (consolidación) en la participación de mercado existente, compartiendo el riesgo financiero de tecnología o ganando economías de escala a menudo mediante la combinación de procesos y/o habilidades productivas. (Zeron, 2007)

Distritos industriales.- Los distritos industriales⁷ como "sistemas productivos definidos geográficamente, caracterizados por un gran número de empresas que se ocupan de diversas fases y formas en la elaboración de un producto homogéneo. Un aspecto importante es que una gran proporción de esas empresas son pequeñas o muy pequeñas". (García, 2002: 97). Las empresas se benefician, además de las ventajas de la especialización, de la posibilidad de coordinar las compras la financiación y la comercialización, así como de las ventajas de información y comunicación por trabajar en la misma rama industrial y de la gran oferta de personal calificado de este sector. Entre sus principales características se puede mencionar la aglomeración regional, la existencia de amplias redes⁸ de empresas así como la superposición de múltiples formas de cooperación (Domínguez, 2004).

Asociaciones.- es un contrato en virtud de la cual varios individuos convienen en reunirse de manera permanente para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico. Por lo tanto, representa los intereses de sus agremiados, generando información útil para el logro de sus objetivos y/o ofrece actividades dirigidas a desarrollar ventajas competitivas, lo que constituye un posible disminución de costos de transacción,

⁷ Marshall (1919) describe con el concepto de distrito industrial aglomeraciones espaciales de ramas industriales, en las que empresas pequeñas se especializan en determinados eslabones de la cadena productiva y aprovechan externalidades positivas recurriendo a actividades complementarias de otras empresas

⁸ La introducción a una red de empresas permite a las PYMEs alcanzar las ventajas de escala de las grandes empresas, lo cual Schmitz (1990) denomina eficiencia colectiva.

debido a que los costos se reparten de manera equitativa entre el número de participantes en la asociación y el beneficio obtenido es mayor. "La asociación no persigue solo ganancias por lo que se concentra en su tarea de representación dentro de la propia empresa y en contratar en el mercado servicios externos de consulta" (Domínguez, y Simón 2002).

Las nuevas formas de cooperación, que pueden elevar la competitividad, reducir los costos de transacción y el valor agregado del conjunto de la cadena de valor⁹, así como de cada uno de los participantes que la integran. Dentro de un sistema empresarial, una cadena de valor se puede definir como el conjunto de todos los individuos que se relacionan para dar conjuntamente una propuesta de valor a un cliente o grupo de clientes. Lo que subyace en esta definición es la colaboración. El resultado final es una cadena cada vez más en forma de red, y un valor cada vez más complejo y rico. Las cadenas de valor no solo se limitan a las actividades productivas (actividades que van desde el diseño del producto hasta su colocación en el mercado), sino que también abarcan aquellas consideradas como servicios de apoyo a la producción, comercialización, y el servicio de postventa al consumidor final.

Los elementos fundamentales de toda cadena de valor son: i) la noción de un sistema que involucra a un conjunto de empresas y actividades; ii) está en función de la demanda; iii) Es una respuesta con el fin de elevar la competitividad; está relacionado con la reducción de costos, la tecnología y la productividad; es una alianza estratégica a largo plazo; y la cadena de valor lleva implícito la idea de valor agregado en cada fase o división de la cadena. (Romero, 2005). Una cadena de valor, un sistema de valor puede ser más competitivo si se coordina como un sistema, ya que permite articular una red que permite reducir costes, tanto de transacción como de producción y favorece las iniciativas orientadas a la innovación y a la mejora de la calidad del producto.

⁹ Para Porter (1991) el concepto de "cadena de valor" fue empleado para identificar formas de generar más beneficio para el consumidor y con ello obtener ventaja competitiva. El concepto radica en hacer el mayor esfuerzo en lograr la fluidez de los procesos centrales de la empresa, así como de las actividades de apoyo (aquellas actividades que proporcionan los recursos humanos, tecnología e insumos comprados, y la infraestructura), lo cual implica una interrelación funcional que se basa en la cooperación. Entre los procesos centrales se encuentran: realización de nuevos productos, administración de inventarios (las materias primas y los productos terminados en los lugares correctos y en el momento correcto), trámite de pedidos y de entrega, servicio a clientes.

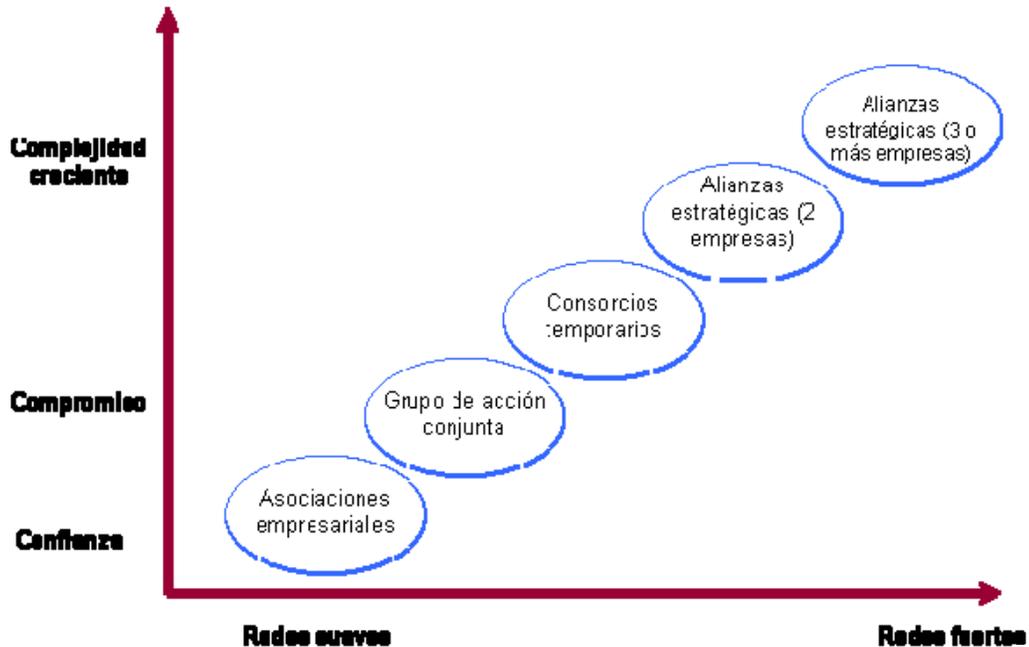
Tabla 2 Tipos de redes interempresarial.

Tipo	Definición
Redes multidireccionales	Es desarrollado por pequeñas y medianas empresas que a pesar de encontrarse bajo el control de acuerdos de subcontratación o el dominio financiero - tecnológico de empresas grandes, toman la decisión de establecer acuerdos de cooperación con diversas firmas.
Redes de producción	Redes de productores. Incluyen todos los acuerdos de coproducción que permitan a los productores en competencia unir sus capacidades de producción y sus recursos humanos y financieros, para ampliar su gama de productos así como cobertura
Redes aglomeradas	Están formadas por empresas pertenecientes a un mismo sector. Sus relaciones son débiles o indirectas (relaciones comerciales). La gestión se realiza mediante asociaciones empresariales o profesionales que se ocupan de su coordinación o empresas líderes en tecnología o innovadoras en producto (por tratarse de empresas del mismo sector).
Redes confederadas	Se componen de empresas con relaciones fuertes y directas (que trascienden lo comercial e incluyen lazos sociales) pertenecientes a un mismo sector. Las relaciones son intensas, por lo que hay una combinación de cooperación con la competencia mediante acuerdos que sirven para dirigir sus acciones conjuntas.
Redes conjugadas	Se integran por empresas de sectores distintos con vínculos fuertes. Un ejemplo son las redes de empresas subcontratadas por una empresa principal. La forma de gobierno dentro de este tipo de redes presenta una forma jerárquica o semijerárquica, controlada en principio por la empresa principal, que se encarga de las principales actividades como la elaboración de estrategias, relaciones con los clientes, etc., delegando responsabilidades a otras empresas subcontratadas, articulada a través de relaciones verticales y unidireccionales.
Redes orgánicas	Están conformadas por empresas de sectores distintos con relaciones débiles, sin embargo, realizan actividades conjuntas tales como crear una imagen común de la red o mantener informados a los nodos sobre temas que pueden interesarles.
Redes Fuertes	Son asociaciones (generalmente entre cuatro a seis empresas) que combinan sus habilidades y recursos para alcanzar resultados que no hayan sido posibles individualmente. Las organizaciones parten de un objetivo claro y firme y generalmente se ciñen a un contrato formal.
Redes suaves	Son organizaciones no lucrativas que abordan temas generales como puede ser la industria, el comercio, los servicios, etc
Redes de proveedores	Incluyen acuerdos de subcontratación, manufactura de diseño original así como de equipo original entre el cliente (gestor de la red) y sus proveedores.
Redes de clientes	Establecen vínculos entre las compañías productoras y distribuidores, los canales de mercado y los clientes finales.
Coaliciones de normalización	Iniciadas por organizaciones que establecen normas globales con el objetivo de agrupar cuantas más firmas sea posible en su producto patentado o normas de interfaz.
Redes de cooperación tecnológica	Facilitan la adquisición del diseño del producto y la tecnología de producción.

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez (2003) y Fernández (2005)

Las relaciones de cooperación interempresarial, generan redes, que constituyen una fuente de ventajas competitivas sostenibles¹⁰. Una red de negocio puede ser definida como "un conjunto de relaciones de negocios interconectadas" (Rodríguez, 2003, p. 9), donde se da nombre a un nuevo tipo de competencia que traslada la ventaja competitiva desde el nivel micro, es decir, de la empresa, hasta el nivel de la red.

Figura 3. Tipos de redes.



FUENTE: Fernández da Silva, Teodomiro. (2005). La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local. Revista pasos. Vol. 3 No. 1, p. 134.

La red tiene una asociatividad que proviene de la existencia de lazos formales e informales entre los mismos y que no necesariamente están permanentemente activados, pudiendo movilizarse cuando alguna acción. Son diversas las clasificaciones sobre los tipos de redes. Cabe aclarar que la iniciativa de una empresa de formar parte de una red de negocios, cualquiera que sea la forma elegida, depende del reconocimiento individual que se realiza cada empresa o posible asociado, acorde a

¹⁰ Una "organización en red" puede compartir otras particularidades con otras formas organizacionales, sin embargo esta característica hace única a este tipo de relación.

sus propias características y estrategias planteadas. (Fernández, 2005, p. 134). La red proporciona conocimientos valiosos, que favorecerá la existencia de mecanismos de transferencia y, en particular, la capacidad de absorción que los socios posean para incorporar los nuevos conocimientos. Las redes son organizaciones complejas que surgen de múltiples alianzas estratégicas y asociaciones, generalmente combinadas con otras formas de organización incluyendo divisiones, subsidiarias y distribuidores que agregan valor (véase figura 5).

La característica básica de una red es una forma de asociatividad entre un grupo de actores ("nodos") unidos a través de vínculos que se caracterizan por:

1. Flexibilidad y latencia de los lazos que unen a sus miembros, lo que posibilita disponer de las ventajas de pertenecer a la red cuando sea necesario y minimizar los costos que suelen implicar otras formas de organización que requieren de mayor formalización y estabilidad.
2. Las relaciones entre los integrantes de la red están basadas en la confianza y cooperación.
3. No es importante la proximidad geográfica entre los miembros de la red, aunque la experiencia indica que es sumamente importante que cuente con canales de comunicación eficientes, especialmente cuando la red es de gran tamaño.

(Universidad de Córdoba, 2007, p 27).

Existan mecanismos de organización de la producción a nivel local y éstos se centren en el desarrollo de redes empresariales, motores ideales para impulsar la especialización y el aumento de productividad (CEPAL, 2001). Mediante la cooperación¹¹ como es posible aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, ya que esta asociatividad puede garantizar el acceso a ciertos recursos como el financiamiento, la tecnología y el desarrollo de capacidades como la

¹¹ y de la cual existen tres tipos: La *colaboración horizontal*, es decir, desde el primer proveedor de materia prima hasta los actores que gestionan directamente la relación con el cliente final y le entregan la propuesta de valor (por ejemplo, un coche); la *colaboración vertical*, es decir, la que se establece con todos aquellos actores que enriquecen la propuesta de valor con productos y servicios de valor añadido (por ejemplo, un teléfono móvil o un servicio de financiación integrados en el coche); y finalmente la *colaboración inversa*, es decir, aquella que gestiona la eliminación y el reciclado de la propuesta de valor una vez que se ha convertido en valor inservible o peligroso.

innovación, el aprendizaje, etc. En países en desarrollo¹² caracterizados por una estructura empresarial polarizada, la subcontratación podría ser un aporte para mejorar la estructura industrial, ya que ésta se caracteriza por un alto grado de heterogeneidad tecnológica y una marcada segmentación de los mercados de bienes y mano de obra.

Enfoque institucional la competitividad

North (1994), señala que la competencia en el nivel institucional es una forma de mejorar la competitividad de las economías. De esta manera, la continua interacción entre instituciones y organizaciones bajo la premisa económica de la escasez, y por ende de la competencia, es la clave del cambio institucional. (Arroyo, 2003. p. 46). Bajo este enfoque, los emprendedores de las organizaciones inducen el cambio institucional cuando perciben oportunidades nuevas y previamente alteradas. Lo inducen cuando modifican las reglas o alteran, deliberada o accidentalmente, los tipos y la efectividad del reforzamiento las reglas o de las sanciones u otros tipos de restricciones informales.

Desde el enfoque institucional la competitividad¹³ de las organizaciones se logra dejando de lado los alcances limitados de las acciones individuales, dando lugar a la coordinación y cooperación en el mercado. Por su parte, el Estado actúa como agente del cambio institucional legitimando aspectos normativos que regulan la coordinación entre las organizaciones involucradas en este proceso (Arroyo, p. 26). Es por esto que el papel del Estado constituye una fuerza con suficiente poder para establecer un marco de restricciones y obligaciones, plasmadas en las instituciones y normas,

¹² Los subcontratistas en muchos casos son PYMEs que orientan su producción hacia clientes grandes. Asimismo las PYMEs se pueden beneficiar de esta forma de integración en los más diversos aspectos, como puede ser que las grandes empresas como contratistas les abran el camino hacia nuevos mercados, asegurando así ingresos regulares y quitándoles la carga de desarrollar y comercializar sus productos, así como la posibilidad de obtener importantes impulsos de crecimiento y modernización. En cuanto a las empresas contratistas estas pueden verse beneficiadas mediante el acceso a procesos especializados de las empresas subcontratistas, en racionalizar inversiones ante mercados inciertos, reducir costos y optimizar sus recursos en áreas estratégicas como diseño y comercialización.

¹³ Los estudios de la competitividad se han realizado desde los siguientes enfoques: enfoque de la teoría económica, enfoque estratégico, enfoque regional o territorial, enfoque sistémico y enfoque institucional. El análisis del concepto de competitividad de empresas, localidades, regiones y países ha tenido fuertes impactos no solo en torno a la política económica tanto nacional como internacional, sino también sobre la política industrial, laboral y de aquellos factores que afectan a la competitividad (Dussel, 2001).

formales e informales, y las escritas en las leyes y contratos, es decir, desempeña un importante papel en el mejoramiento de la eficiencia para la asignación de recursos, derechos de propiedad, estabilidad y coordinación económica.

El desarrollo de una economía institucional de mercado, (véase figura 4) es lo que permite en primer lugar que funcione el mercado, para luego arribar al desarrollo de mercados eficientes con un mínimo costos de transacción, porque "el desarrollo de una economía institucional está sustentada en el capital social, que es la confianza en sus instituciones (leyes) y su gente (organizaciones), y sólo se genera (la economía institucional), en un estado de derecho donde se hacen cumplir y se observan las leyes a través de un sistema judicial que también sea institucional y efectivo." Villarreal (2007:3)

Figura 4. Economía institucional



FUENTE: Villarreal, René (p.3) citado por Villarreal, Villarreal, M. D. y Gómez J. I. (2007). La integración como estrategia en las pequeñas y medianas empresas.

Así, la transformación de reestructuras, apartados y procedimientos son a la vez el resultado y origen de cambio en las formas de coordinación entre instituciones. Como resultado de la competencia, las organizaciones son forzadas a invertir continuamente en habilidades y conocimientos que les permitan sobrevivir. El tipo de

habilidades y conocimientos que los individuos adquieren ayudarán a moldear las percepciones sobre las oportunidades y, por consiguiente, las selecciones alterarán las instituciones. La clave para la supervivencia es mejorar la eficiencia de la organización en relación con sus rivales (Arroyo, 2003, p. 47). Desde el punto del enfoque institucional la competitividad es resultado de la interacción del marco institucional y del entorno competitivo de la empresa.

El modelo de competitividad sistémica¹⁴ señala a la asociación y cooperación interempresarial como una estrategia desde el nivel micro, para generar ventajas competitivas en las pequeñas y medianas empresas. El concepto de competitividad sistémica, se caracteriza y distingue ante todo, por reconocer que un desarrollo industrial exitoso no se logra solo a través de una función de producción en el nivel micro, o de condiciones macroeconómicas estables en el nivel macro, sino por la existencia de medidas específicas del gobierno y de organizaciones privadas de desarrollo orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas (nivel meso).

Los elementos distintivos del concepto de competitividad sistémica son: a) la diferenciación de cuatro niveles analíticos para explicar los elementos básicos que permiten la posibilidad de competir para las empresas en un país determinado (meta, macro, meso y micro), y que favorecerían la asociación y cooperación de las mismas y b) énfasis en los sistemas de reglas y derechos de propiedad.

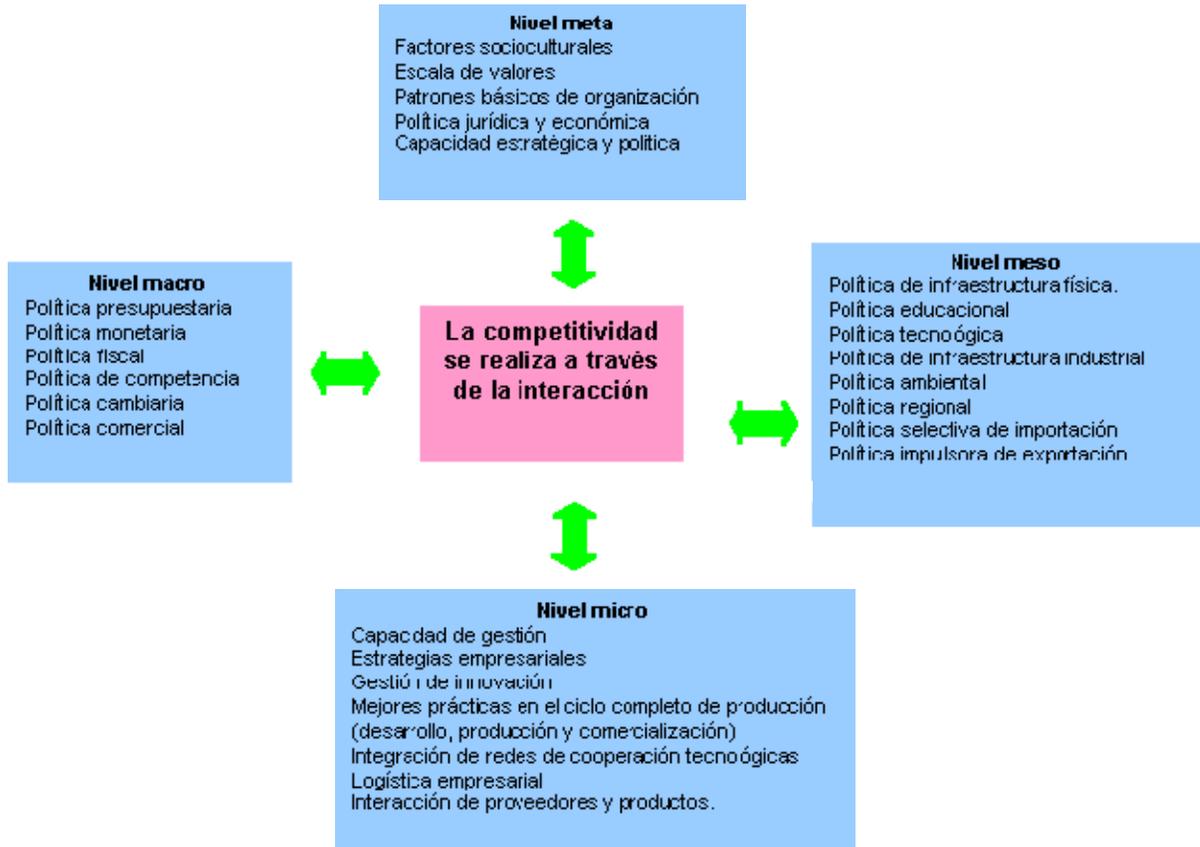
La competitividad sistémica incorpora las redes, como elemento central en sus cuatro niveles analíticos de la competitividad:

- a) Nivel meta: gobernabilidad y competitividad industrial. Constituido por los patrones de organización política y económica orientados al desarrollo y por la estructura competitiva de la economía en su conjunto;
- b) Nivel macro: vinculación de la estabilización económica y la liberalización con la capacidad de transformación;
- c) Nivel meso: apoyo a los esfuerzos de las empresas, formado por las políticas específicas para la creación de ventajas competitivas, por el entorno y por las

¹⁴ Recientemente y como fruto de un debate dentro de la Organización de Comercio y Desarrollo Económico OCDE, ha sido propuesto un modelo que aborda el tema de competitividad de un país desde una perspectiva sistémica.

instituciones (institutos tecnológicos, centros de formación y capacitación profesional, instituciones financieras especializadas, instituciones de fomento de exportaciones, cámaras empresariales), y

Figura 5. Factores determinantes de la competitividad sistémica



FUENTE: CEPAL, (2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. NACIONES UNIDAS LC/MEX/L.499, Nov. p. 10.

d) Nivel micro: constituido por la capacidad individual de desarrollar procesos de mejora continua y asociaciones y redes de empresas con fuertes externalidades.

En la figura 5 se puede observar que los cuatro niveles están directa e intrínsecamente relacionados, desde el enfoque institucional el nivel mesoeconómico, cuya principal aportación del modelo de competitividad sistémica es el análisis de las fortalezas y debilidades que determinan las capacidades locales y regionales de desarrollo, centrándose en aspectos como la creación de redes (networking) entre

empresas, gobierno, instituciones, organizaciones, para la creación deliberada de las condiciones de un desarrollo industrial sostenido y de mayor competitividad nacional.

La competitividad en este sentido es sistémica al menos por tres razones:

1. Una empresa en general no es competitiva por sí misma, especialmente si no cuenta con un entorno de apoyo a proveedores, o servicios orientados a la producción, o una presión competitiva de competidores locales. La competitividad en el nivel micro está basada en la interacción.
2. Un entorno que favorece la competitividad se encuentra arraigado en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que definen los incentivos que moldean el comportamiento de las empresas.
3. El Estado tiene un papel decisivo en el momento de definir el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un país, especialmente bajo las nuevas modalidades de gobernabilidad". (CEPAL, 2001: 8-9).

Las empresas desde el enfoque institucional, al identificar de áreas potenciales de colaboración evalúan al socio en potencia para determinar la intensidad de la cooperación e identificar otras áreas de cooperación potencial que les permita expandir sus capacidades, crear estrategias renovadas, a través de consensos sólidos legitimados por normas, que bajo la orientación de la competitividad sistémica reconocen en la cooperación y la coordinación la fuente para crear valor entre empresas, no sólo para los niveles individuales sino que al generar acceso a recursos comunes y ajustar las necesidades específicas entre los socios, se conduce ante la complejidad de los mercados globales y los cambios de políticas en los mercados, Las bases de la cooperación y el desarrollo de habilidades para arreglar conflictos, cuyo fundamento se encuentra en la confianza, que como resultado puede crear ventajas, generando economías de escala que reduce costos y garantiza el acceso a mercado en el lanzamiento de productos, disminución de riesgos y equilibrio aumentar la competitividad. Es así como la empresa tiene la posibilidad de desarrollar y manejar los cambios del ambiente externo a futuro y, al mismo tiempo, logra establecer las condiciones para una estabilidad prologada, un posicionamiento favorable en el mercado y obtener los mejores resultados financieros, con una clara orientación hacia crear plataformas de negocio que garanticen la ventaja competitiva sostenida.

Modelo de plataformas de negocio.

Davidsson y Klofsten (2003) definieron ocho factores que determinan el desarrollo de la empresa¹⁵. Estos factores permiten el desarrollo competitivo de las organizaciones de forma holística, situando los ocho factores en tres grupos: proceso de autodesarrollo (sus indicadores son: idea, producto, mercado y organización), actores clave (refiriéndose a los fundadores, gerentes y demás miembros de la organización y respecto de tres dimensiones: experticia, dirección y motivación) y la fluidez de recursos externos (cuyos indicadores son las relaciones con los clientes y otras relaciones).

El primer grupo, proceso de autodesarrollo, incluye a la generación del desarrollo competitivo a partir de un proceso de autodesarrollo, una de las dimensiones es la clarificación de la idea de negocio, de tal forma que el know-how que configura la propuesta a comercializar sea entendible y comunicable tanto al interior como al exterior de la organización:

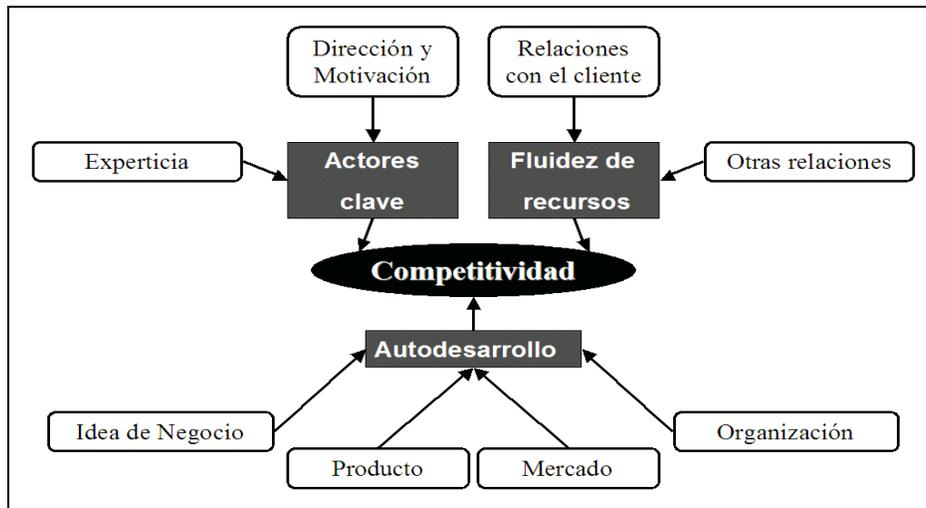
- ✓ La dimensión producto, su disponibilidad también incluye la generación de nuevas familias de productos, servicios y negocios, que a partir del conocimiento del mercado buscando satisfacer necesidades desconocidas, ocultas o latentes, es decir, aquello que los mismos desconocen de sí mismos, así también a los talentos que los clientes necesitan y su aceptación por el mercado, (Doland, Yves y Claude, 2006)
- ✓ La dimensión mercado, se refiere al grado de definición que se tiene del mismo señalando que debe ser lo suficientemente grande y con el potencial suficiente para generar utilidades que garanticen su supervivencia (Davidsson & Klofsten, 2003).

¹⁵ Con base en tres estudios longitudinales y a profundidad, Davidsson y Klofsten (2003) demostraron que es posible analizar el estado de las ocho fundaciones en diferentes momentos en un periodo de tiempo y determinar si una plataforma de negocios se ha logrado establecer y, encontró que la razón para argumentar la necesidad y casi obligatoriedad del establecimiento de una plataforma de negocios, es que de lo contrario la empresa tarde que temprano verá comprometida su existencia en el mercado, al menos en su caso como actor independiente.

- ✓ La dimensión desarrollo de una operación organizacional, indica la necesidad de una estructura organizacional que facilite la coordinación funcional, esta estructura debe generar ventajas competitivas a partir de características como la flexibilidad y una efectiva coordinación interna que permita mantener y desarrollar relaciones externas (Davidsson & Klofsten, 2003).

Los actores clave, según Davidsson y Klofsten (2003) poseen las competencias centrales del grupo, en otra palabra su experticia. En este sentido Donald et. al. (2006) enfatiza que la experticia, dimensión que en esencia depende de la creación de un portafolio correcto de capacidades, procesos de negocio, sistemas y recursos requeridos para entregar productos o servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores, permite dar solución a los problemas reales de la empresa (Davidsson & Klofsten, 2003; Donald, 2006). Aunado a lo anterior la dirección y motivación, como dimensiones de los actores clave, se basan en el compromiso con la idea de negocio por un lado, y por otro, se relacionan con la existencia de una alta motivación en cada actor de la organización y, liderazgo en el caso de su dirigente.

Figura 6. Modelo de plataforma de negocios



Fuente: Elaboración propia con datos de Davidsson y Klofsten (2003)

La fluidez de recursos incluyen en primer término las relaciones con los clientes, base de clientes cualitativa y cuantitativa lo suficientemente fuerte como para generar utilidades de su operación y la dimensión relacionada con la adquisición de nuevas

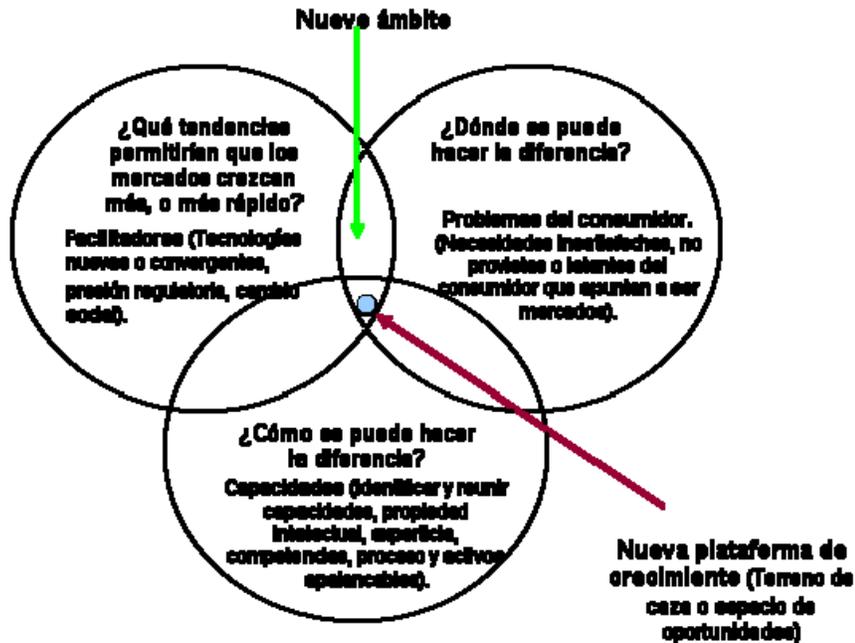
capacidades provenientes de fuentes externas a partir de alianzas estratégicas, la compra de empresas y del talento humano que las integran, para incrementar de paso la credibilidad ante los clientes de la empresa (Donald et. al., 2006).

Una tesis fundamental de este modelo es que las empresas son vulnerables y continuamente están en riesgo de desaparecer del mercado, entonces tanto la supervivencia como el éxito de la empresa esta determinado por la eficiencia con la que esta vulnerabilidad es enfrentada y generar de nuevas capacidades, reconociendo que una empresa en general no es competitiva por sí misma, especialmente si no cuenta que la competitividad en el nivel micro está basada en la interacción y de esta forma sea posible que las acciones emprendidas sean las fuerzas conductoras de su crecimiento y desarrollo, se encuentra arraigado en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que definen los incentivos que moldean el comportamiento de las empresas.

Es importante hacer mención que este tipo de modelo de plataforma de crecimiento, no se circunscriben sólo a una empresa ya que es posible que cualquier tipo de cooperación o colaboración entre las empresas, tomando en cuenta que el supuesto central del modelo de plataforma de crecimiento, es que las empresas logran establecer una plataforma de crecimiento competitivo cuando satisface tres criterios: 1) ha identificado los problemas y necesidades que orientan las tendencias del mercado, 2) ha establecido diferencias respecto de sus competidores a través de la identificación, generación y mantenimiento de competencias centrales, las cuales se fundamentan en know-how, procesos, recursos y capacidades pertinentes, oportunos y congruentes a los propósitos organizacionales (Hitt, et. al., 2004) y 3) ha identificado y atendido las tendencias del medio ambiente externo a la empresa, que posibilitan o potencializan el rápido crecimiento de los mercados (Donald et. al., 2006).

La competitividad de las empresas entonces, ya sea en lo individual o en lo colectivo, está definida por el progreso de las bases fundamentales de la plataforma, y a esta tarea se debe asignar tanto tiempo como sea necesario, de lo contrario se corre el riesgo de que la empresa no alcance a lograr mejoras que sobrepasen los rendimientos promedios de la industria.

Figura 7. Modelo de plataforma de crecimiento



Fuente: Donald, 2006 citado por Davidsson Per, Kirchoff Bruce, Abdulpaser Hatemi J., Gustavson Helena (2002) Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. Journal of Small Business Management; 40, 4; p.p. 332-349

Después de que la plataforma se ha establecido, las empresas tienen posibilidades de mejorar su nivel competitivo, que como se ha mencionado constantemente, se refleja en la posición que ocupa en el mercado y en los resultados financieros alcanzados, ya sea a través de la cooperación o la colaboración. El razonamiento, entonces, es que los factores fundamentales de Davidsson y Klofsten (2003) y los criterios establecidos por Donald et. al. (2006), permiten identificar plataformas de crecimiento competitivo que garantizan un grado mínimo de certeza aceptable reflejado en el desempeño competitivo de las empresas.

Conclusiones

El núcleo teórico central de la teoría institucional está concentrado en las consideraciones que éste elabora en torno a dos aspectos claves de la dinámica organizacional: la toma de decisiones y la acción organizacional. Bajo este enfoque, las instituciones han influenciado a las organizaciones sobre aspectos tan relevantes como

los mecanismos de cooperación y coordinación económica, es decir, las estructuras que alteran la conducta y las elecciones individuales o grupales, decisiones que ocurren dentro o fuera del mercado. Una vez establecido lo anterior, las organizaciones pueden ser vistas como mecanismos que permiten alcanzar la coordinación y cooperación entre los distintos agentes, superando los alcances limitados de las acciones individuales.

Los costos de transacción se encuentra que la globalización puede favorecer la aparición de asociaciones por la agudización de la competencia que trae aparejada. En este sentido, la asociación se contempla como un instrumento de las empresas para desarrollar ventajas competitivas. Por tanto, la colaboración organizacional es una necesidad para que las organizaciones puedan competir en economías globales y puedan tratar con medios ambientes turbulentos. La colaboración es vital para la sobrevivencia organizacional ya que las sociedades se han vuelto cada vez más interdependientes, haciendo mucho más difícil para actores individuales desarrollarse por sí mismos.

La cooperación y las asociaciones permiten a las PYMEs alcanzar niveles de eficiencia que de otra forma no serían posibles. Por lo tanto, es muy importante lograr que se genere en la región una condición de confianza recíproca entre firmas individuales; esta confianza les permitiría sentirse parte de un organismo común que daría origen a un proceso de formación de redes y complementariedades. Las empresas al identificar de áreas potenciales de colaboración evalúan al socio en potencia para determinar la intensidad de la cooperación e identificar otras áreas de cooperación potencial que les permita expandir sus capacidades, crear estrategias renovadas, a través de consensos sólidos legitimados por normas. La cooperación y la coordinación entre empresas crean valor para los socios no sólo para los niveles individuales sino que al generar nuevas plataformas de crecimiento que incorpora las instituciones como marcos estables de comportamiento que anticipan el futuro lo mejor que pueden, ya que constituyen un acuerdo social destinado a conducir, prevenir o resolver cualquier problema que pudiera surgir, así como restringir comportamientos contrarios al interés de las redes de cooperación o colaboración para lograr ser competitivo en los mercados globales.

REFERENCIAS

- Álvarez Medina, María de Lourdes (2003) Competencias centrales y ventaja competitiva: el concepto, su evolución y su aplicabilidad. *Revista Contaduría y Administración*. No. 209, abril - junio pp. 5-22
- Arroyo, A. J., Arroyo, S. J. M.; Berumen, S.S. (2003), *Competitividad Implicaciones para empresas y regiones* (p.p. 21-59) México: Universidad de Guadalajara
- Ayala Espino, José. (1999), *Instituciones y economía. Una Introducción al neoinstitucionalismo económico*, México.: Fondo de Cultura Económica.
- Ayala Espino, José. (1996). *Mercado, elección pública e instituciones. Una revisión de las teorías modernas del Estado*. México: Porrúa, Facultad de Economía, UNAM.
- Bunge, Mario. (2005). *Buscar la Filosofía en las Ciencias Sociales*. México.: Siglo XXI,
- Caballero Miguez, Gonzalo (2002). La economía regional de los costes de transacción: un enfoque neoinstitucional. *Revista Asturiana de Economía – RAE*, Nº 25. Universidad de Vigo.
- Coase, R.H. (1988). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza económica.
- CEPAL, (2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del *Istmo Centroamericano*. NACIONES UNIDAS LC/MEX/L.499, Nov.
- Davidson Per, Kirchhoff Bruce, Abdunaser Hatemi J., Gustavson Helena (2002), "Empirical analysis of business growth factors using Swedish data". *Journal of Small Business Management*, 40, 4; p.p. 332-349
- De la Garza Toledo Enrique. Estudios organizacionales, entre racionalismo y neoinstitucionalismo. México, APROS, UAM. Recuperado el 10 de diciembre de 2006. Consultado en línea de <http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/articulos/neoins.pdf>.
- Denton D. Keith (1999). Gaining competitiveness through innovation. *European Journal of Innovation Management* Volume 2 Number 2; pp. 82–85

Díaz - Bautista Alejandro (2006) Efectos de la globalización en la competitividad y en los sistemas productivos locales de México. Recuperado 11 de noviembre de 2007. Consultado en línea de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/index.htm>

Dimaggio, Paul & Powell Walter (1991), *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, México: Fondo de Cultura Económica.

Domínguez Ríos, María del Carmen. (2005) "Perspectivas teóricas de la cooperación y asociación para la competitividad empresarial en México ". Aportes: *Revista de la Facultad de Economía-BUAP*, año VIII, núm. 22. Recuperado el 07 de octubre del 2007. Consultado en línea de: http://www.programa-area.org/biblioteca-virtual/1-_/desarrollo-economico-local/promocion-de-la-mype-_s/perspectivas-teoricas-de-la-cooperacion-y-asociacion-para-la-competitividad-empresarial-en-mexico/

Dussel, Enrique, (2003), *Perspectivas y retos de la competitividad en México*, Facultad de economía, UNAM, CANACINTRA, Centro de Desarrollo Empresarial UNAM-CANACINTRA, México.

Fernández da Silva, Teodomiro. (2005). *La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local. Revista pasos*. Vol. 3 No. 1. Recuperado el 17 de septiembre del 2007. Consultado en línea de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/3105/PS090105.pdf>

Gandlgruber, Bruno. *Una clasificación general de teorías y conceptos de la economía institucional contemporánea a la luz de sus antecedentes teóricos*. Recuperado 10 de diciembre de 2006. Consultado en línea de [http://www.programa-area.org/biblioteca-virtual/1-_/desarrollo-conomico-local/conceptos de la economía institucional.pdf](http://www.programa-area.org/biblioteca-virtual/1-_/desarrollo-conomico-local/conceptos_de_la_economia_institucional.pdf)

García Macías, Alejandro. (2002). *Redes sociales y "clusters" empresariales*. REDES, Revista hispana para el análisis de redes sociales. Vol.1, No. 6, enero,

- Universidad de Aguascalientes, México. Recuperado el 10 de diciembre de 2006. Consultado en línea de: <http://revista-redes.rediris.es>
- Hitt, M. A., Ireland R.D. y Hoskisson, R.E. (2004) *Administración Estratégica*. (5a. ed.) México: Thomson
- Jiménez Ramírez, Roberto; Andalaft Chacur, Alejandro (2002) Modelo de análisis de la competitividad de la empresa. *Economía y Administración* No. 58, Junio. pp. 7-20.
- Pérez Pérez, Gabriel y Valencia, E. Laura (2004). El Neoinstitucionalismo como Unidad de Análisis Multidisciplinario. *Actualidad Contable FACES*, Mérida. Venezuela. Año 7, N° 8, Enero-Junio, pp. 85-95.
- Porter, Michael E. (1991) *Ventaja competitiva* (2a. ed.) México: CECSA
- Quiroz M. Azul y Torres R. Alma Delia. (2007). Elección y conducta, entre el racionalismo y el institucionalismo. Ponencia presentada en el XI Congreso Internacional de investigación en Ciencias Administrativas, ACACIA. A. C., Guadalajara, Jalisco, México.
- Simon, Herbert A. La toma de decisiones y la organización administrativa. En *El comportamiento administrativo: estudio de los procesos decisorios en la organización administrativa: estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa*. (pp. 3-20). Buenos Aires: Ed. Aguilar.
- Villarreal, F.C., Villarreal, M. D. y Gómez J. I. (2007). La integración como estrategia en las pequeñas y medianas empresas. Ponencia presentada en el XI Congreso Internacional de investigación en Ciencias Administrativas, ACACIA. A. C., Guadalajara, Jalisco, México.
- Zeron Felix, M. y Mendoza Cavazos, G. (2007). Alianzas Estratégicas: una vía para lograr una ventaja competitiva. En *Contribuciones a la Economía*, junio. Documento recuperado en junio 2007, <http://www.eumed.net/ce/>