

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA



FACULTAD DE ARQUITECTURA

DOCTORADO EN PROCESOS TERRITORIALES

Sergio Luis García Jaramillo

Matrícula: 219570887

Capacidades de emprendimiento, interactivas y redes para el desarrollo endógeno en la unidad habitacional Amalucan: Iniciativa de reactivación comercial "Free Markets Open Cities"

Tesis para obtener el grado de: Doctor en Procesos Territoriales

Octubre 2023

Directora: Dra. Norma Leticia Ramírez Rosete

ID 100443088

CVU: 224288

Asesora: Dra. Adriana Hernández Sánchez

ID 100294822

CVU: 314579

Asesor: Dr. Porfirio Eduardo Lugo Laguna

ID 100494288

CVU: 246590

Asesor externo: Gastón Becerra

Universidad Autónoma de Buenos Aires

Asesora externa: Águeda Gil López

Universidad Complutense de Madrid

Agradecimientos

Principalmente, quiero agradecer al CONAHCYT por aportar los recursos necesarios para llevar a cabo la investigación, a la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado por la impresión de este trabajo a través del Proyecto Estrategias de salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial en barrios vulnerables en Puebla, a partir de la Red Internacional de Gestión Comunitaria y Economía Solidaria: Mujeres por el Patrimonio dirigido por la la Doctora Norma Leticia Ramírez a quien también agradezco, así como todo su equipo de trabajo en especial a Norma Honorato Y Karina Rosas por haberme guiado y aportado valiosas críticas e información. Quiero agradecer también a Gastón Becerra por ayudarme en la perspectiva constructivista y de los Sistemas Complejos y Águeda Gil López por su visión de Redes de Emprendimiento. Finalmente, quiero agradecer a Yolistli Osorio por siempre soportar y ser soporte.

Contenido

Antecedentes	8
Planteamiento del problema.....	10
Objetivo	12
Hipótesis de solución	13
Justificación.....	13
Alcances científicos.....	15
Alcances sociales	15
Metodología.....	16
Aproximación al sistema de desarrollo endógeno	17
Descripción del sistema estudiado	18
1. Marco teórico: capacidades para el desarrollo endógeno	24
1.1 El desarrollo endógeno	25
1.1.1 La teoría del desarrollo endógeno	26
1.1.2 Consideraciones finales sobre el desarrollo endógeno	30
1.2 El impacto de las Pymes en el desarrollo local: Teoría y evidencia.....	32
1.2.1 Las principales contribuciones de las pymes al desarrollo económico	34
1.2.2 Los principales obstáculos de las pymes.....	36
1.3 Marco de capacidades para el desarrollo endógeno	37
1.3.1 Capacidades de emprendimiento	39
1.3.2 Capacidades interactivas.....	40
1.4 Redes de emprendimiento para el desarrollo endógeno	41
1.4.1 Definición y tipos de redes de emprendimiento	42
1.4.2 Redes de emprendimiento para el desarrollo endógeno	43
1.4.1 Definición y tipos de redes de emprendimiento	43
1.4.2 Contribución de las redes a las dinámicas de emprendimiento	45
1.5 Consideraciones finales del marco teórico.....	48
2. Diagnóstico del sistema de desarrollo endógeno.....	50
2.2 Condiciones de contorno del sistema de desarrollo endógeno	50
2.2.1 Condiciones macroeconómicas e institucionales de los micronegocios	51
2.2.2 El marco de los programas y políticas de fomento a las MIPYMES en México	56
2.3 Diagnóstico de los procesos de segundo nivel	60
2.3.1 Cambios en los patrones de consumo de los habitantes y entrada de comercio electrónico.....	61

2.3.2 Surgimiento de zonas comerciales en la Ciudad de Puebla	63
2.3.3 Condiciones de inseguridad de la ciudad.....	65
2.4 Diagnóstico del subsistema microeconómico del comercio local	66
2.4.1 Aspectos generales de la zona de estudio	67
2.4.2 Unidades económicas de la zona de estudio	70
2.5 Diagnóstico del subsistema de redes sociales	79
2.6 Diagnóstico del subsistema físico-espacial.....	88
2.6.1 Análisis de accesibilidad	92
2.6.2 Análisis de las condiciones espaciales	92
3. Análisis de iniciativas de desarrollo endógeno y redes de emprendimiento	100
3.1 Asociación Nacional de Micro y Pequeños Comerciantes de México AC (ANMPCM)	100
3.2 Asociatividad comercial en Bilbao España	103
3.3 Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras (Madrid)	106
3.4 Aportaciones de los casos análogos	109
4. Proceso participativo de construcción de capacidades de emprendimiento e interactivas ...	111
4.1 Fase 1: definición de plan de acción	113
4.1.1 Asociación Free Markets Open cities	113
4.1.2 Necesidades y recursos	116
4.1.3 Actores sociales	117
4.2 Fase 2. Elección del tratamiento o buena práctica	118
4.3 Fase 3. Asegurar el plan de acción.....	119
4.4 Fase 4 Evaluación de resultados y plan para el futuro	119
4.4.3 Consideraciones sobre el trabajo participativo.....	126
4.4.4 Difusión científica de la investigación	128
4.5 Reflexiones acerca del desarrollo endógeno, redes sociales y los sistemas complejos....	129
4.5.1 Reflexiones acerca del proceso investigativo y los resultados obtenidos.....	132
4.6 Conclusiones generales.....	133

Introducción

Las actividades de emprendimiento en el territorio son esenciales para el desarrollo económico de este, además, estas permiten la construcción de la vida comunitaria y mejoran los espacios donde estas se insertan. La unidad habitacional Amalucan en la Ciudad de Puebla, al contar con una amplia presencia de micronegocios orientados principalmente al comercio y a la prestación de servicios permite ejemplificar el fenómeno descrito. Sin embargo, debido a las transformaciones que ha sufrido la ciudad en los últimos años como el surgimiento de nuevas aglomeraciones comerciales y otras relacionadas con los cambios en los patrones de consumo de la población, sumado a la incapacidad de los comercios para competir en el entorno local, esta ha padecido un deterioro en las condiciones de vida de sus habitantes.

Esto se debe principalmente a que la pérdida de ingresos provenientes de las actividades económicas de la unidad provoca que estas tiendan a desaparecer y, a su vez, se abandonen los espacios donde se encontraban insertas dando lugar a la pérdida de lugares para la construcción de la vida comunitaria y al deterioro físico de estos. Por otro lado, al perder bienes y servicios de la colonia, los habitantes tienen que desplazarse a otros puntos de la ciudad aumentando su costo en tiempo y recursos. Por ello, el objetivo de este trabajo es contribuir al mejoramiento de las capacidades de emprendimiento e interactivas de los micronegocios de la unidad habitacional Amalucan. Lo anterior, a través de una asociación de propietarios que permita mejorar su ingreso y fortalecer las relaciones sociales y el desarrollo endógeno de la colonia.

Para esto, la investigación cuenta con diversos procesos: Identificar y analizar la dificultad para competir en el entorno local de los comerciantes a través de un diagnóstico de sus condiciones de vulnerabilidad actuales; además de analizar la capacidad de organización y vinculación que tienen los comerciantes de la unidad. Del mismo modo, se establece una metodología que permita aumentar las capacidades de los micronegocios locales a través de una red de intercambio de conocimiento e información basado en la teoría de redes, que sirva como referente a nivel nacional e internacional. Por último, con

estos procesos se tiene el objetivo de contribuir a mejorar las condiciones de competencia dentro del entorno local de los comerciantes con el fin de promover el desarrollo endógeno de la zona de estudio.

El presente trabajo cuenta con cuatro capítulos que tienen el objetivo de analizar, mostrar y emitir conclusiones acerca de los fenómenos antes mostrados. El primer capítulo llamado “Capacidades para el desarrollo endógeno” expone y analiza el marco teórico dentro del cual cobra sentido el problema de investigación. Para ello se utiliza la Teoría del Desarrollo Endógeno (TDE), ya que permite entender que el desarrollo socioeconómico de un territorio está determinado por lo que su autor llama “las fuerzas del desarrollo” las cuales son: la organización flexible de producción, la difusión de innovaciones y conocimiento, la localización y el espacio y la flexibilidad institucional. Lo que, en términos generales, significa que el desarrollo se encuentra en las interacciones y relaciones que se construyen en el proceso de producción de bienes y servicios.

Del mismo modo se teoriza sobre otros conceptos que si bien, la TDE engloba, no se describe su funcionamiento específico dentro de las dinámicas de desarrollo. Por ello, la conceptualización de las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYME, el enfoque de capacidades y la teoría de redes sociales, permiten identificar los mecanismos que actúan para producir la situación actual del problema, pero, además, se deja conocer su potencial y posibles estrategias de solución.

El segundo capítulo, llamado: Sistema de desarrollo endógeno, describe y analiza bajo la TSC y la TDE el complejo empírico construido sobre el problema descrito. En este sentido, se analizan tres subsistemas y dos niveles de situaciones de contorno. El subsistema microeconómico de negocios locales, que estudia la situación individual de los micronegocios en la zona, de acuerdo con las decisiones que estos toman con el fin de mostrar las limitaciones a las que se enfrentan a nivel económico. El subsistema de redes sociales de emprendimiento examina las relaciones que existen entre comercios de la zona ya sea para difundir información, para cooperar, o para transmitir conocimiento,

esto con el fin de mostrar que a pesar de que existe una gran cantidad de lazos entre negocios, son insuficientes para que puedan aprovechar su potencial de crecimiento.

El subsistema físico espacial analiza las manifestaciones espaciales y físicas de los negocios de la zona, esto significa que la proximidad entre comercios, su localización en el territorio y los espacios donde se insertan determinan tanto su desempeño como la construcción de lazos que, además, los beneficios de los establecimientos generalmente se traducen en mejoras del sitio donde se insertan, de modo que la población general puede tener mejores espacios para la circulación, encuentro y convivencia.

En este capítulo se estudian también dos niveles de contorno, el primero y más próximo a los subsistemas estudiados analiza aquellas transformaciones que influyen en la configuración y funcionamiento de los micronegocios de la zona. En primer lugar, el surgimiento de nuevas unidades de concentración comercial en la ciudad que repercuten en el nivel de competencia de los negocios de la colonia. También, se analiza el cambio de patrones de consumo que ha transformado a lo largo de los años la configuración comercial de la unidad. Además, se analiza el fenómeno de inseguridad, medida como asaltos a negocios y percepción de esta por los habitantes. Esta situación no solo repercute en el funcionamiento y competitividad de los negocios, sino también en los lazos y redes que pueden construirse, debido a la pérdida de confianza.

Por otro lado, se examinan dos metaprocesos que desestructuran el sistema estudiado. Estos son: las condiciones macroeconómicas, institucionales y regulatorias tanto a nivel estatal como nacional que facilitan o limitan la creación y mantenimiento de los negocios. Del mismo modo, se analiza el marco de las políticas públicas orientadas al apoyo de los comercios, destacando de qué manera actúan y cuál es su impacto en ellos.

El capítulo concluye con un diagnóstico general de la forma cómo se presentan las capacidades de emprendimiento e interactivas, así como con una reinterpretación del sistema construido a través de la TDE y teoría de redes sociales, resaltando que, a pesar de la existencia de relaciones entre familiares y amigos, existe una pobre cooperación

entre los propietarios de los negocios, repercutiendo en la formación de sus competencias y en el desarrollo económico de la zona.

El tercer capítulo titulado casos análogos de desarrollo endógeno comunitario muestra tres iniciativas de carácter nacional e internacional, que muestran como, por un lado, la asociatividad comercial analizada desde la teoría de redes sociales permite tanto la cooperación para realizar proyectos, la difusión de información y conocimiento y el respaldo social y cognitivo, que mejora la capacidad de los negocios para adaptarse y competir. Por otro lado, estos casos muestran cómo pueden existir diferentes espacios de interacción, que consiguen darse de manera física o virtual, lo que abre múltiples posibilidades para el reconocimiento mutuo, la constante interacción, la formación de lazos, la construcción de redes y con ello promover el desarrollo a diversas diferentes escalas, aprovechando así, los recursos con los que cuentan.

El cuarto capítulo tiene el objetivo de mostrar el proceso de intervención a través de la iniciativa para mejorar las condiciones identificadas de los micronegocios y con ello promover el desarrollo de la zona. Para lo cual, se utiliza la metodología “obteniendo resultados” con el fin de identificar de manera sistemática los pasos para realizar una participación de carácter comunitario. En específico, esta propuesta sostiene la meta de, por un lado, brindar algunas herramientas, capacitación y asesoría con el fin de desarrollar sus capacidades de emprendimiento y por otro, servir como medio para la socialización y construcción de lazos con lo que puedan mejorar sus capacidades interactivas.

En este capítulo, además, se explican algunas contribuciones que pudieron lograrse a través del proyecto participativo y, asimismo, cómo las iniciativas de emprendimiento además del valor económico que ofrece. También permiten la construcción de lazos comunitarios que pueden ser utilizados para resolver otro tipo de problemas que surjan dentro del espacio donde estos ocurren.

El trabajo concluye con una serie de reflexiones de carácter metodológico, teórico y empírico, de manera que ofrezcan una contribución al campo del desarrollo comunitario y territorial. En primer lugar, la teoría de sistemas complejos ofrece la oportunidad de

recortar un fenómeno de carácter interdisciplinario, los conceptos de capacidades de emprendimiento e interactivas; permiten evaluar las condiciones iniciales de un territorio específico con respecto tanto a la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades para la generación de valor y la forma como las personas se organizan y construyen relaciones que mejoren el desempeño de estas.

Antecedentes

La actividad económica (específicamente MIPYMES) dentro de los barrios ha sido estudiada bajo diversas ópticas. Algunas tratan de explicar el desarrollo económico como el aumento de bienes y servicios a los que los habitantes pueden acceder, otros han tratado de vincularlo con la seguridad que se percibe en estos y, otros más como un medio de construcción de las relaciones sociales y la vida comunitaria dentro de los barrios. En este sentido, se puede afirmar que existen un antecedente del estudio de la economía barrial con su respectiva escala espacial y social. También, existen diversas perspectivas vinculando estas como un sistema, construyendo sus elementos, sus funciones, sus objetivos y la manera en que estos interactúan para producir los fenómenos.

Por otro lado, a medida que la economía global avanza hacia territorios cada vez más interconectados, los beneficios para la población en general, en menor o mayor magnitud crecen. Sin embargo, existen micronegocios en ciertas zonas de México y en específico la Ciudad de Puebla que, al no contar con mecanismos a corto plazo para enfrentar las condiciones cambiantes del entorno actual, tienen dificultades no solo para su crecimiento, sino también para su supervivencia. Estos obstáculos han limitado su potencial de progreso y de beneficio en el territorio donde se insertan.

En general las estrategias públicas de intervención han sido insuficientes, ya que al solo concentrarse en aspectos generales que determinan la competitividad de las empresas, se deja de lado las necesidades específicas de cada lugar, así como sus

instituciones informales, sus relaciones socioculturales y sus dependencias externas (Pike, 2016). Actualmente, gracias a la mayor integración de actores e iniciativas que permite un constante flujo de información, es posible generar propuestas y articular estrategias no solo con una considerable vinculación territorial sino también aprovechando experiencias y comportamientos de éxito (Barquero, 2005, 2007; Vázquez-Barquero & Rodríguez-Cohard, 2019)

La presente investigación surge de la insuficiencia de mecanismos que permitan a estas zonas ser partícipes de las dinámicas de desarrollo actual. De este modo, en una primera etapa se clasificó el sistema territorial de la unidad habitacional Amalucan con el fin de conocer aquellas características que determinan tanto la falta de actividades económicas, como las necesidades comerciales de los habitantes. Por ello, se desarrollaron una serie de procesos de recolección de información a partir de un diseño muestral de entrevistas respecto a la suficiencia de los bienes y servicios en función de sus carencias, lo cual los ha obligado a buscarlos fuera de la unidad.

En segundo lugar, a partir del diálogo entablado con algunos de los actores participantes (comerciantes, prestadores de servicios y profesionistas) se lograron identificar algunas variables como pérdida de competencia de los negocios de la zona con respecto a otros lugares de la ciudad, degradación del espacio provocado por el abandono de comercios, e inseguridad que en cierta medida se relaciona con el descuido de los espacios.

Además, en esta etapa fue posible proponer la construcción de una asociación civil nombrada “free markets open cities”, nombre que responde a la capacidad que tienen las actividades comerciales con la transformación del espacio, que estuviera integrada principalmente por los actores participantes del mercado, pero que también tuviera la aptitud de vincularse a aquellas iniciativas empresariales e innovadoras que permitieran dotar de competitividad a los colaboradores y del mismo modo, aprovechar las ventajas de proximidad y aglomeración que estas iniciativas poseen (Helmsing, 2001).

En este sentido, se logró poner en marcha el proyecto mediante el trabajo de gestión comunitaria, así como la de construcción, difusión e información acerca del plan. Por lo tanto, se lograron algunas iniciativas como la implementación de una plataforma digital con el fin de vincular a diversos actores participantes dentro de la unidad, así como para la interacción entre ellos y transmisión de información. Por otro lado, se consiguió convencer algunos comerciantes de las ventajas de adquirir tecnología que les permitiría automatizar sus procesos administrativos con el fin de optimizar recursos.

Esta propuesta fue solo un eje para la resolución del problema de la progresiva pérdida de consumidores dentro de la unidad, sin embargo, la estrategia coincide con los enfoques actuales del desarrollo territorial y local priorizando la integración y la construcción de redes con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas de la zona (Barquero, 2007). Por esta razón, es necesario tener una continuidad respecto a la consolidación de la asociación "Free Markets Open Cities" a través de la generación de "Capacidades interactivas y redes para el desarrollo local en la unidad habitacional Amalucan".

Planteamiento del problema

La unidad habitacional Amalucan, pertenece a la mancha urbana de Puebla en los años 70 del siglo XX. Lo anterior, como parte de las políticas del gobierno federal ante la demanda de vivienda, para trabajadores. Desde hace aproximadamente 20 años, la unidad ha vivido un proceso de transformación pasando de ser casi en su totalidad de uso habitacional a albergar alrededor de 500 negocios en su mayoría micronegocios dedicados al comercio alimentario al por menor y servicios personales. Actualmente, los comercios se enfrentan a ciertas dificultades que afectan a la población general de la colonia. En primer lugar, la pérdida paulatina, o bien, estancamiento, de los ingresos provenientes de estas actividades, han causado un deterioro no solo en sus condiciones económicas, sino también en los habitantes de la zona (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022).

En primer lugar, la pérdida de ingresos causa que algunas actividades sobre todo aquellas de mayor valor agregado, como servicios técnicos y ventas al menudeo de

productos no alimentarios como ropa y calzado desaparezcan, incentivando al desplazamiento de los habitantes con el fin de obtener estos productos. Además, debido a que su tamaño no ha cambiado a lo largo del tiempo, no tienen la capacidad de generar empleo, por lo que, muchos residentes deben desplazarse hacia otras zonas de la ciudad con una concentración superior de empleo.

En segundo lugar, los espacios en donde estos negocios se insertan son desatendidos teniendo efectos en la vida comunitaria de la zona, ya que se pierden lugares de encuentro e interacción entre los habitantes. Además, los sitios abandonados son degradados físicamente, lo que impacta su uso y su percepción. Esto se debe, a que existen ciertas condiciones tanto a nivel individual (falta de formación para el desempeño de sus actividades, habilidades insuficientes, débil acceso a financiamiento y poca formación de innovaciones) como a nivel colectivo (baja o nula interacción y cooperación entre propietarios, insuficiente construcción de lazos de difusión de información y generación de conocimiento y falta de respaldo social y cognitivo).

Estas condiciones en conjunto representan las capacidades de emprendimiento, es decir las oportunidades que tienen para buscar, descubrir y aprovechar las alternativas de generación de valor, y las capacidades interactivas, que se refieren a la conformidad que poseen para construir lazos, aprender de los actores inmersos en estos y de aprovechar los recursos e información que les brindan (las relaciones) para beneficios de sus actividades.

El problema mencionado limita el potencial de desarrollo económico de carácter endógeno, es decir, que no se aprovechan los recursos específicos del territorio tales como el capital humano como el conocimiento tácito que se ha adquirido en las actividades comerciales y de servicios, el capital social, esto es, las redes de cooperación y aprendizaje que se dan, así como otros recursos intangibles, como las particularidades de su población, su distribución de edades, su nivel de formación, además de su localización y conexión con diversas zonas de la ciudad, como su cercanía con otras colonias de características similares. Del mismo modo, este desarrollo endógeno, es limitado ya que,

no se aprovecha dentro del proceso productivo, o sea, no existen suficientes espacios en los cuales sea posible interactuar, difundir información y construir entendimiento conjunto vinculado específicamente a la zona (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022).

Objetivo

Contribuir al mejoramiento de las capacidades de emprendimiento e interactivas de los micronegocios de la unidad habitacional Amalucan, a través de una iniciativa de reactivación comercial llamada “*Free Markets Open Cities*”, que permita el intercambio de conocimiento e información y con esto mejorar su ingreso y fortalecer las relaciones sociales y el desarrollo endógeno.

Objetivos particulares

- Identificar y analizar la dificultad para competir en el entorno local de los comerciantes a través de un diagnóstico de sus condiciones de vulnerabilidad actuales
- Analizar la capacidad de organización y vinculación que tienen los comerciantes de la unidad
- Implementar una metodología que permita aumentar las capacidades de los micronegocios locales, a través de una red basada en la teoría de redes
- Establecer las condiciones a partir de la iniciativa que permitan mejorar la competencia dentro del entorno local de los comerciantes con el fin de promover el desarrollo endógeno de la zona de estudio

Hipótesis causal

Las actividades económicas de menor escala debido a sus características, como su tamaño y acceso a los recursos requieren de estrategias que permitan tanto sobrevivir a lo largo de tiempo como crecer. En este sentido, la disminución de ingresos de los micronegocios de la unidad habitacional Amalucan, es causada, por factores de contorno (los altos costos de apertura y de registro y otros relacionados con el débil acceso a la justicia) o también por la insuficiente interacción e integración entre los propietarios de los comercios, que, a

causa de sus particularidades, es la principal estrategia para competir en el entorno local y global.

Hipótesis de solución

Debido a lo anterior, la estrategia que, a pesar de las condiciones de contorno permita a las microempresas adaptarse, sobrevivir y crecer, es la construcción de redes sociales, que más allá de las transacciones de mercado, permitan obtener recursos e información, cooperar para desarrollar proyectos conjuntos, conseguir respaldo y legitimación y construir nuevo conocimiento que mejore su desempeño individual y además contribuir indirectamente a desarrollar las condiciones de la zona de estudio.

Para ello, la iniciativa *“Free Markets Open Cities”* puede servir como medio de interacción que, de manera física o virtual, permita el reconocimiento mutuo de los propietarios de los negocios, la expresión y discusión de las diversas situaciones a las que enfrentan, igualmente, la difusión y creación de conocimiento e innovaciones. Del mismo modo, la asociación abre la posibilidad de vincularse con otros actores fuera de la unidad, con el fin de acceder a capacitación y asesoría, en concreto, la Universidad Tecnológica de Puebla y la Universidad Abierta y a Distancia tienen la capacidad de cooperar en este proceso.

Justificación

A pesar de que existen diversos enfoques de desarrollo territorial haciendo énfasis al desarrollo de capacidades, la mayor parte no lo abordan desde la perspectiva de la información y el conocimiento, es decir, existe una gran cantidad de estudios que hacen referencia a la construcción de un tejido productivo por medio de la integración de empresas que tienen un objetivo en común, o bien que se encuentran en el mismo mercado competitivo (Coraggio, 2003). Por otro lado, a nivel teórico se han hecho grandes esfuerzos por vincular el desarrollo a partir de capacidades con su dimensión territorial (Boisier, 2005; Helmsing, 2001), sin embargo, no se ha abordado en gran medida las capacidades interactivas y su relación con las competencias individuales con las que cada territorio cuenta.

Los análisis y estudios existentes del enfoque de capacidades vinculadas al territorio que mencionan las redes de conocimiento, en general, se desarrollan a partir de parques tecnológicos-científicos, así como regiones dotadas de recursos naturales, que permiten llevar a la práctica estos enfoques, por ejemplo: una búsqueda de Google trends de la palabra “cluster” en los último 5 años tiene un interés importante (figura 1). Además, el Estado de Puebla, se encuentra en segundo lugar de mayores búsquedas de palabras relacionadas con los “cluster” y parques científicos.



Ilustración 1. Interés de la palabra cluster en los último 5 años según Google Trends.

Sin embargo, existe una deficiencia de investigaciones en zonas vulnerables de las ciudades en las cuales sus dinámicas de crecimiento dependen en gran medida de factores externos además de una alta presencia de un sector dedicado al comercio al menudeo y servicios. De este modo, al abordar la perspectiva de las redes de conocimiento y las capacidades interactivas vinculadas a cada territorio urbano, específicamente territorios con alta concentración de vivienda, es posible contribuir a mejorar las condiciones de vida, sobre todo, las que están relacionadas con el ingreso en diversos sectores no solo de la ciudad de Puebla, sino en la demarcación mexicana y en aquellos países que posean las mismas características socio territoriales.

De manera que, la alternativa para materializar el enfoque de desarrollo orientado a las redes de conocimiento y al mejoramiento de capacidades interactivas, es con la conformación de una asociación de los principales participantes de las dinámicas de las actividades productivas y empresariales de la unidad habitacional Amalucan, mediante esta, es posible maximizar los beneficios de la integración comercial, así como del progreso y adquisición de conocimiento individual y colectivo.

Al no contribuir al desarrollo de las capacidades de emprendimiento e interactivas las actividades productivas y empresariales tenderán a un mayor aislamiento con respecto al entorno, lo cual no permitirá que tengan las herramientas necesarias para adaptarse y sobrevivir a los constantes cambios del mercado actual, incidiendo negativamente en las condiciones del territorio al que pertenecen agudizando las problemáticas urbanas y sociales de las zonas más vulnerables.

Alcances científicos

Se puede afirmar que uno de los principales aportes científicos es el diseño de una metodología orientada al desarrollo económico vinculado con la teoría de redes sociales, esto quiere decir que el análisis, interpretación e intervención tiene como base la dimensión relacional de la actividad económica; por lo que sirve como una forma novedosa de intervenir en zonas con una alta presencia de micronegocios con dificultades para su desarrollo.

Por otro lado, una plataforma para poder potenciar este tipo de iniciativas es mediante el trabajo académico, ya que no solo ofrece la oportunidad de vincular la iniciativa con otras investigaciones a nivel nacional e internacional, sino que también provee una base para la gestión, evaluación y retroalimentación del proyecto de la asociación civil. De esta manera este plan se inserta dentro de la línea de investigación y generación de conocimiento “Planeación y Gestión Territorial Sustentable” la cual está enfocada a los procesos de gestión comunitaria y participación social vinculada a un territorio específico.

Alcances sociales

Por último, es importante mencionar que el beneficio directo de este proyecto “Capacidades interactivas y redes para el desarrollo endógeno en la unidad habitacional Amalucan: Iniciativa *“Free Markets Open Cities”* está orientado a los participantes de las actividades antes mencionadas, además de que la población general puede ser beneficiada directamente ya que podrán obtener una mejora en la cantidad y calidad de los bienes y servicios incentivando el consumo local y contribuyendo así al desarrollo endógeno de la zona.

Delimitación espacial

El objeto de estudio se encuentra en tres escalas: la unidad habitacional Amalucan en la Ciudad de Puebla, diversas zonas de la ciudad y el contexto nacional que, debido al diseño institucional relacionado con los negocios, México es relativamente uniforme en este aspecto. Otras escalas de estudio serán definidas a largo de la investigación a causa de la vinculación que esta iniciativa propone.

Delimitación temporal

El estudio del problema presentado puede delimitarse a partir del año 1990 en la fecha que a nivel mundial los micro, pequeños y medianos negocios cobran importancia en la promoción del desarrollo económico, al mismo tiempo que comienzan a hacerse visibles algunas de sus debilidades.

Delimitación conceptual

El presente estudio está basado en la teoría del desarrollo endógeno propuesta por Vázquez (Barquero, 2005, 2007; Vázquez-Barquero & Rodríguez-Cohard, 2019) que hace referencia tanto explicativa como normativa de las diversas fuentes en las que el desarrollo económico se encuentra. Debido a las implicaciones locales de la investigación se incluye el concepto micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Del mismo modo, esta teoría puede relacionarse con el enfoque de capacidades propuesto por Sen (2000) y Nussbaum (2012) la teoría de las redes sociales formulada por Granovetter (1973), pero aplicada y ampliada por Lechner y Dowling (Lechner & Dowling, 2003).

Metodología

Debido a las implicaciones no solo explicativas sino también normativas del trabajo presentado, es necesario utilizar una serie de metodologías que permitan, en primer lugar, construir el objeto de estudio como un problema complejo para la cual se utilizará la teoría de los sistemas complejos propuesta por Rolando García (2006). En segundo lugar, plantear un conjunto de indicadores en donde se construye un marco de capacidades a partir del enfoque proporcionado por Sen (2000) y Nausbaum (2012) y en

tercer lugar, un programa de trabajo participativo, en donde se construirá una metodología basada en “Getting To Outcomes” planteada por Wandersman (Wandersman et al., 2000) la corporación RAND y el CDC en Estados Unidos (ver figura 2).

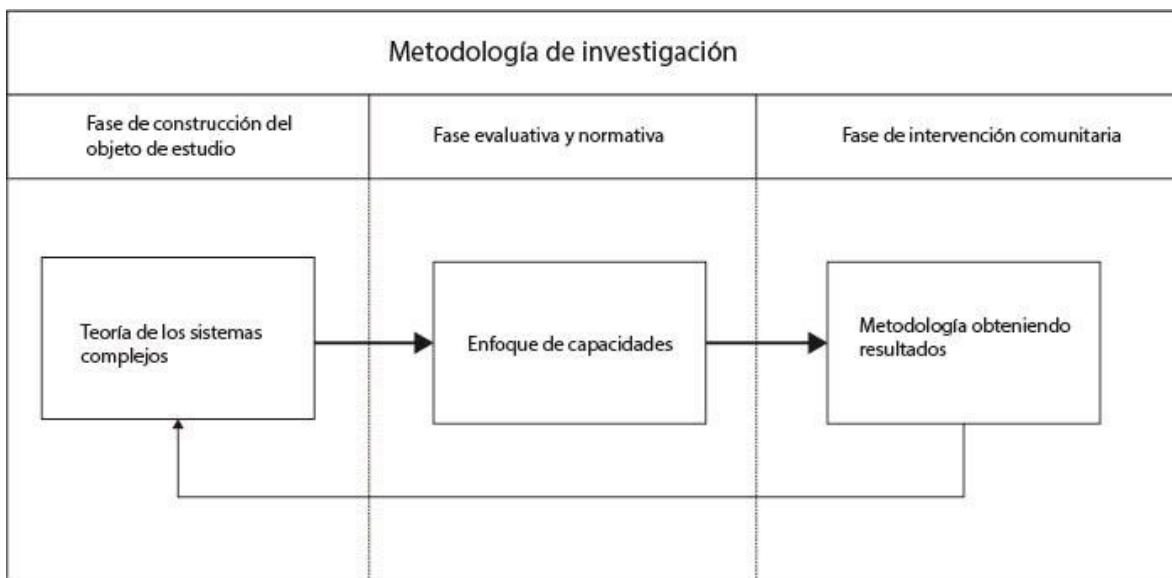


Ilustración 2. Metodología de la investigación con sus diversas fases y sub-metodologías. Elaboración propia.

Aproximación al sistema de desarrollo endógeno

Con el fin de construir el objeto de estudio de manera que sea posible identificar los diversos procesos y mecanismos que intervienen en el problema expuesto, se utilizará la Teoría de los Sistemas Complejos (TSC) propuesta por García (2006), la cual menciona que el fenómeno puede construirse mediante la delimitación de un complejo empírico, en el cual; se identifiquen sus elementos, límites y contornos organización, estructura y funcionamiento. Por ello, se ha delimitado un sistema complejo denominado “sistema de desarrollo endógeno”, el cual, se integra por tres subsistemas que funcionan de manera semiautónoma y se interdefinen mutuamente, el subsistema microeconómico local, redes sociales y espacio territorial del comercio.

El sistema complejo mencionado se encuentra en un espacio y tiempo determinados, además de interactuar y recibir influencias con elementos externos; los cuales, modifican su desarrollo y organización a lo largo del tiempo. En este caso, se consideran: los nuevos patrones de consumo, introducción de nuevas unidades

comerciales en la ciudad y las condiciones de inseguridad como asaltos a comercios y percepción de la población que repercuten en el comportamiento y estructura del sistema estudiado. Del mismo modo, se consideran las condiciones macroeconómicas, institucionales y las políticas subsidiarias hacia micronegocios como situaciones que repercuten tanto en la actividad comercial general y las unidades económicas de la zona estudiada.

Descripción del sistema estudiado

En una primera aproximación al sistema estudiado se establecieron sus límites espaciales y temporales. En este sentido, se delimita espacialmente la problemática de capacidades de emprendimiento e interactivas, limitándose a la unidad habitacional Amalucan que se encuentra al nororiente de la ciudad de Puebla, siendo un punto de confluencia debido al alto desarrollo inmobiliario de otras colonias cercanas y municipios como Amozoc y Tepeaca. Por otro lado, las escalas de tiempo de los fenómenos a estudiar se establecen de forma general desde el año 1990 sobre todo por la alta importancia que adquieren las micro, pequeñas y medianas empresas en la economía nacional hasta la fecha actual del estudio 2022 (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022).

Los subsistemas definidos y delimitados son: el subsistema microeconómico del comercio local, el cual está integrado por las unidades económicas pertenecientes a la zona de estudio, considerando las decisiones económicas que toman como qué producir, cómo y para quién hacerlo, así como la forma cómo obtienen información, recursos, reciprocidad y legitimidad dentro del entorno donde se desenvuelven. El subsistema de redes sociales del comercio local integrado y delimitado por las relaciones y vínculos que los comerciantes locales tienen con el fin de desarrollar sus proyectos; considerando el número de vínculos, su calidad y su función dentro de las propias actividades económicas de la zona. El subsistema físico-espacial relacionado con la actividad comercial está definido y delimitado por las condiciones físicas del espacio donde las actividades económicas se localizan y desarrollan, así como en la distribución de las unidades que ofrecen bienes y servicios y los desplazamientos de los habitantes para adquirirlos (figura 3).

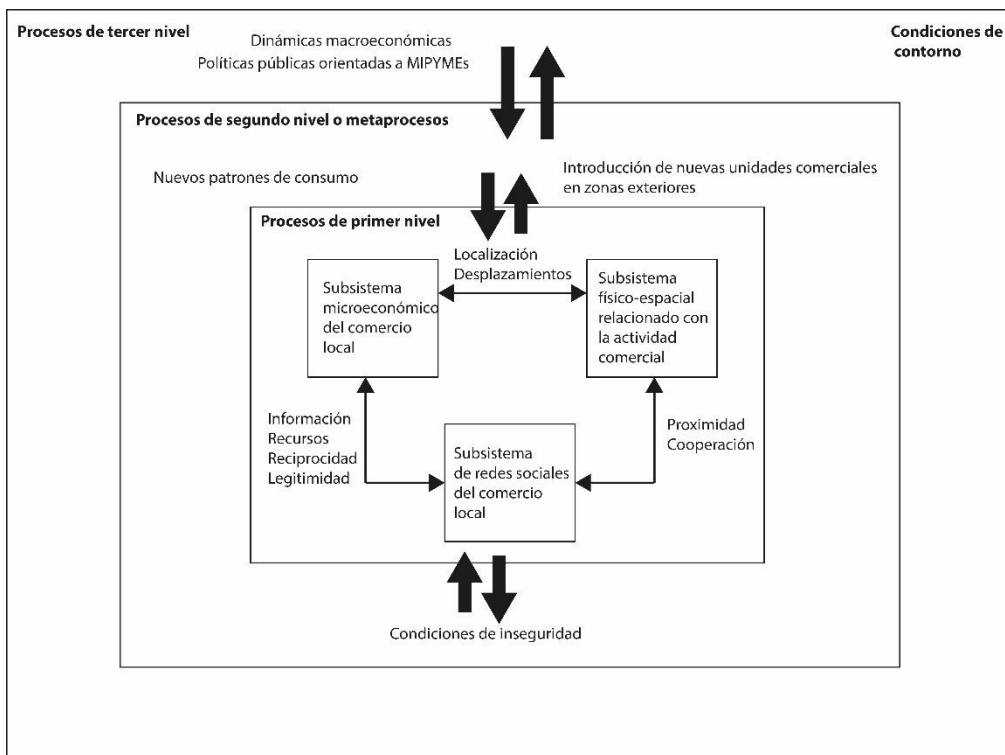


Ilustración 3. Sistema de desarrollo endógeno. Elaboración propia a partir de Castañares (2009).

Más allá de la contribución que la TSC tiene para analizar un problema complejo, se encuentra la que, posiblemente, sea el ámbito fundamental que el autor le brinda a esta teoría. Se puede hablar de que los subsistemas y sus componentes son parte de una construcción del sujeto cognoscitivo, el cual, se localiza dentro de una serie de valores políticos los cuales guían su investigación. En este caso, al hablar de los micronegocios, los valores que están detrás de la selección de los elementos son la libertad y cooperación que, según el investigador, son el fundamento de una sociedad pacífica y próspera.

Para poder aproximarse a la realidad empírica del sistema estudiado, es necesario seleccionar las distintas fuentes de información e interacción con el problema estudiado. Por lo que, en el caso del sistema microeconómico de comercio, se requiere analizar el tipo de unidades económicas existentes en el área de estudio, así como su clasificación según su tamaño y tipo de actividad. De este modo, el Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUE) (INEGI, 2022a) y la clasificación de unidades que utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SIAN) (INEGI, 2016) desempeña las funciones anteriormente mencionadas. En el caso de los aspectos microeconómicos

mencionados debido a su carácter particular, es necesario realizar una aproximación de campo mediante herramientas de recolección de información que serán diseñadas en el transcurso de la investigación.

Para ello, se seleccionó una muestra representativa de 218 unidades de negocio con 95% de confiabilidad y un margen de error del 5% de una población de 300 micronegocios de la unidad habitacional Amalucan que cumplieran con la condición de estar registrados en la base de datos de DENU (INEGI, 2022a), así como tener domicilio en la colonia. Esto con el fin de obtener los datos correspondientes a las condiciones de financiamiento, tecnología y ambiente regulatorio.

Por otro lado, las redes sociales pueden analizarse desde una perspectiva espacial, de manera que, la localización dentro del área de estudio de las unidades económicas proporcionadas por el DENU (INEGI, 2022a) permite realizar esta tarea. Otro aspecto considerable para el análisis de las redes sociales es la cantidad y calidad de estas, por lo que se requiere el trabajo directo con los comerciantes y prestadores de servicios de la zona estudiada con la utilización de instrumentos de recolección y análisis de información.

Por ello, debido a la heterogeneidad tanto en el tiempo de establecimiento como en la actividad realizada de los micronegocios, es necesario seleccionar a los entrevistados dividiendo en dos criterios; primero, el año de creación según el DENU dividiendo aquellos registrados desde el año 2020 hasta el año 2010; es fundamental aclarar que este último año no refleja el año real de constitución, ya que, si este es 2010, existe una alta posibilidad de que sea anterior a este.

El segundo criterio es el tipo de actividad, ya que, a pesar de la heterogeneidad de los tipos de negocios, la mayor parte se concentran en comercio alimentario al menudeo, comercio especializado no alimentario y servicios personales; por lo que los establecimientos se seleccionaron según esta distribución. Por ello, se inicia con 15 entrevistas que representen a todos los criterios antes mencionados para posteriormente realizar un seguimiento de las relaciones y de esta manera poder, en primer lugar, ampliar la muestra y, en segundo lugar, construir una serie de redes que simbolicen la mezcla

relacional en la que los comercios están inmersos y de este modo, generar una explicación causal de la relación entre la presencia de redes sociales y desempeño de los negocios.

Tabla 1. Selección de negocios para entrevistas

Número	Nombre del negocio	Tipo de negocio	Clasificación general	Año de establecimiento
1	Tacos la poblanita	Cafetería y fuente de sodas	Restaurantes, cafeterías y venta de otros alimentos	2010
2	Papelería sin nombre	Papelería	Artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal	2009
3	Reparación Máster Plus	Reparación y mantenimiento	Artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal	2014
4	Zapatería Edith	Zapatería	Ropa y calzado	2019
5	P. S. N.	Carne de aves	Abarrotes misceláneas y venta de otros productos	2010
6	Carnicería el cerdito valiente	Carnes rojas	Abarrotes misceláneas y venta de otros productos	2010
7	Dulcería peque	Dulcería	Abarrotes misceláneas y venta de otros productos	2014
8	Pollería y verdulería Alma	Frutas y Verduras	Abarrotes misceláneas y venta de otros productos	2019
9	Horno de pan sin nombre	Panadería	Panadería, tortillería y fabricación de otros alimentos	2019
10	Refaccionaria romanos	Autopartes	Artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal	2010
11	Regalos Silvia	Regalos	Artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal	2013
12	Ferretería el retorno	Ferretería	Artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal	2010
13	Miscelánea Tanis	Tienda	Abarrotes misceláneas y venta de otros productos	2019
14	Pastelería Tutti Frutti	Pastelería	Panadería, tortillería y fabricación de otros alimentos	2010
15	Consultorio médico	Consultorio médico	Servicios profesionales	2010

Fuente: elaboración propia

El sistema socioespacial requiere dos aspectos importantes de análisis; la distribución y vinculación espacial en el área de estudio de los micronegocios, así como el impacto en las condiciones físicas y sociales en los espacios donde se insertan. En el primer aspecto, la base de datos DENU, además de los recursos cartográficos proporcionados por INEGI permiten obtener esta información. En el segundo aspecto, es necesario realizar un análisis de percepciones acerca de la huella de la presencia de unidades de negocios en la situación física y el uso individual y comunitario del espacio público.

En las condiciones de contorno se consideran las interacciones entre los elementos del sistema y lo que queda fuera, pero de alguna manera influye en él. Estas se dan con los procesos de primer nivel, es decir, en el comercio local de la zona y su impacto en las condiciones socioeconómicas a partir de los procesos de segundo nivel, o sea, el metaproceso que se manifiesta con el cambio de patrones de consumo de la población, así como la introducción de nuevas unidades comerciales en la ciudad que impactan en mayor o menor grado a los comerciantes locales, además de las variaciones en las circunstancias de seguridad de la ciudad.

Estas interacciones se expresan en flujos de entrada y salida del sistema y en un momento determinan las modificaciones en su funcionamiento total o en la actividad de algún subsistema. En este caso, se utilizarán los datos proporcionados por INEGI, la Asociación de Emprendedores de México (ASEM), la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) y los datos proporcionados por los Gobiernos del Estado de Puebla y el Municipio de Puebla.

Los procesos de tercer nivel analizados son: las condiciones macroeconómicas tales como el crecimiento económico, desempleo, inflación entre otros, que transforman por completo la estructura del sistema de desarrollo endógeno; esto se debe principalmente a que los micro y pequeños negocios tienen una mayor vulnerabilidad a este tipo de fenómenos de la economía nacional una menor capacidad de adaptarse (Kaufmann et al., 2002) Por otro lado, las políticas públicas orientadas a las MIPYMES determinan el acceso que las unidades económicas pueden tener respecto a recursos, financiamiento y capacitación; por lo que un cambio en la orientación de estas impacta al sistema estudiado.

Para analizar estas condiciones, es necesario analizar el comportamiento de la economía nacional mediante crecimiento económico a nivel nacional y estatal, el desempleo y la inflación; todos estos aspectos en un periodo comprendido desde 1990 hasta la fecha. Estos datos a nivel nacional y estatal pueden ser obtenidos mediante la serie de datos económicos que elabora el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI); del mismo modo, es necesario analizar las evaluaciones que se hacen de los aspectos relacionados con el funcionamiento de los negocios por parte de Instituciones Internacionales, por ello, se utilizará el Índice de Libertad Económica realizado por el Fraser Institute y el Wall Street Journal (The Fraser Institute, 2022), el proporcionado por el Instituto Fraser, así como el informe Doing Business proporcionado por el Banco Mundial (World bank, 2020)

Por otro lado, el análisis diacrónico de las políticas públicas orientadas a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) se llevará a cabo en el periodo comprendido

desde 1990 hasta la actualidad, debido a que es en este en el que mayor impacto cobran en el desarrollo de la economía nacional. Del mismo modo, es necesario analizar aquellos aspectos que han sido vulnerables y no han permitido que este tipo de iniciativas cumplan con sus objetivos, además de su falta de continuidad a lo largo de los gobiernos. Este tipo de información será obtenida a partir de los planes de desarrollo tanto nacionales como estatales, así también, las bases de datos abiertos de programas y políticas orientados a esta área.

En el sistema estudiado, se considera que los elementos se interdefinen y existe mutua dependencia de los procesos de los subsistemas, debido a esto, las relaciones entre los subsistemas generan impactos, cambios e influencias, es decir perturbaciones internas. Es fundamental mencionar que el conjunto de estas mantiene al sistema organizado y condiciones estacionarias.

El subsistema microeconómico de comercio local está relacionado con el subsistema de redes sociales, ya que es a partir de las relaciones que los micronegocios toman sus decisiones económicas; es decir, es a partir de la cantidad y calidad de las relaciones que existen entre negocios que estos pueden acceder a recursos, información, modos de cooperación, legitimidad, promoción y representatividad (Anderson & Jack, 2002). Por lo que, las decisiones individuales están profundamente ligadas con la forma en cómo se vinculen. Por otro lado, el subsistema de redes sociales se relaciona con el subsistema físico-espacial ya que, la proximidad física y la concentración de ciertas unidades de negocios con ciertos tipos de actividad facilita la formación de estas redes incentivando la cooperación y la difusión de información (Barquero, 2005).

En el caso de subsistema físico-espacial; este se relaciona con el subsistema microeconómico ya que las condiciones físicas del espacio, así como la existencia o no de ciertas unidades económicas determina las decisiones económicas que se toman individualmente. Por otra parte, las actividades comerciales tienen un impacto en el sitio donde se insertan; lo que conlleva a que la presencia de comercio permite tener

condiciones físicas favorables no solo para los propietarios, sino también para la población de la zona (Jacobs, 2020; Keane, 1998; Wood et al., 2010).

En concordancia con el objetivo de investigación, los subsistemas, así como sus relaciones identificadas tienen el fin de determinar los procesos que intervienen en la formación y desarrollo de capacidades de emprendimiento e interactivas, de manera que permita mejorar los ingresos provenientes de las actividades comerciales y con ello incidir en el proceso de desarrollo de carácter endógeno de la zona estudiada. Una vez que fueron delimitados los subsistemas y elementos a estudiar, así como los diversos procesos en los que estos se insertan, es necesario establecer un marco teórico que permita tener una base de análisis, que tenga la capacidad de explicar algunos de las realidades empíricas que son observadas en el planteamiento del problema. Además de poder realizar una contribución acerca de cómo se ha abordado la problemática relacionada con los micronegocios y su impacto en el entorno, así también, el valor que tienen las interacciones y la formación de redes dentro de las dinámicas de desarrollo (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022).

1. Marco teórico: capacidades para el desarrollo endógeno

Con el fin de contar con un marco de referencia que permita interpretar los procesos que se llevan a cabo dentro de los subsistemas anteriormente mencionados y que, además, sirva como base para la formulación de un proyecto; es necesario abordar la teoría del desarrollo endógeno. Para ello, es fundamental establecer el concepto de desarrollo, así como sus variaciones y adaptaciones a lo largo de la historia de las economías para posteriormente analizar dicha teoría, sus alcances y limitaciones.

Por otro lado, es necesario analizar el avance de las investigaciones acerca del vínculo que mantienen las MIPYMES con el desarrollo económico, así como sus limitaciones tanto a nivel teórico como empírico. Además, la teoría de desarrollo endógeno puede complementarse con otros enfoques relacionados con el funcionamiento económico y el avance de iniciativas para mejorar sus condiciones; de manera que se enriquezcan aquellos aspectos que no se han tratado con profundidad (figura 4). Para ello

se propone el enfoque de capacidades, que permita entender cuáles son las oportunidades con las que cuentan los habitantes de un lugar específico para poder influir en su proceso de desarrollo.

Por último, con el objetivo de analizar el papel que las interacciones entre diversos actores relacionados con el proceso de desarrollo económico tienen, se propone la teoría de las redes sociales para el emprendimiento basada en Granovetter (1973) y posteriormente ampliada por Lechner y Dowling (Lechner & Dowling, 2003), con el fin de identificar la utilidad que las interacciones entre actores tienen en las actividades de emprendimiento individuales y su carácter social innato.

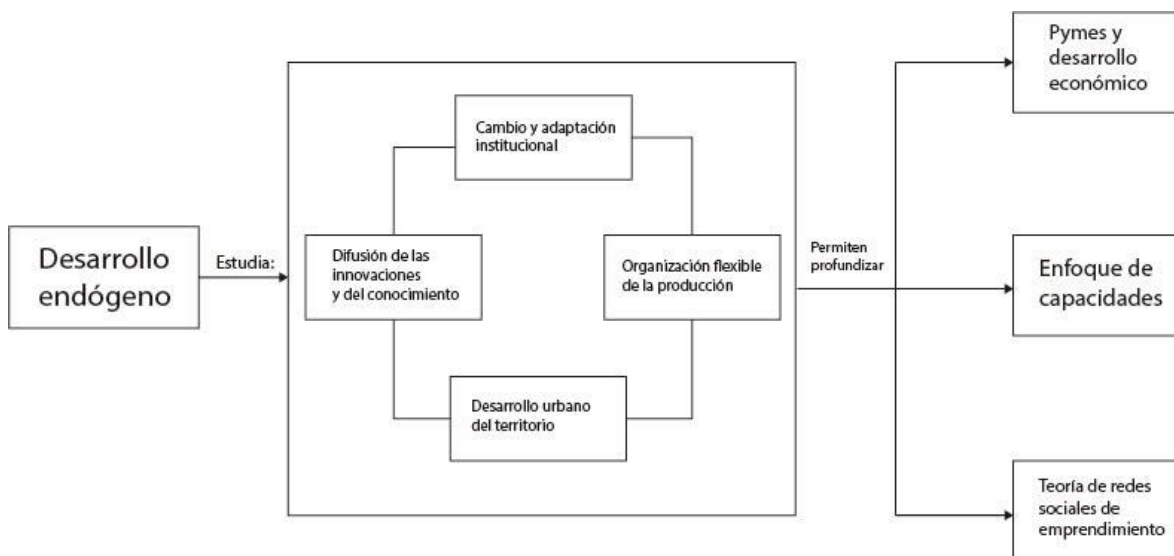


Ilustración 4. Estructura del marco teórico. Elaboración propia

1.1 El desarrollo endógeno

Para hablar sobre desarrollo endógeno, es necesario relacionarlo con el concepto de desarrollo económico; el cual, evoluciona y se transforma a medida que las personas y sociedades se plantean nuevas soluciones a problemas específicos (Barquero, 2005). En términos generales, se refiere a procesos de crecimiento y cambio estructural cuyo objetivo es satisfacer las necesidades y demandas de la población que permitan mejorar su nivel de vida; para ello, se propone el aumento de empleo y la disminución de la pobreza. Además, se requiere aumentar la productividad en todos los sectores por cada

trabajador en las actividades agrarias, industriales y de servicios; introduciendo cambios tecnológicos que hagan posible novedosas combinaciones de los factores de producción con la mejora en sus rendimientos, lo que permite diversificar la oferta y, de esta forma, satisfacer nuevas necesidades de bienes y servicios por parte de las personas.

En este sentido, el concepto de desarrollo endógeno surge de dos vertientes: la búsqueda de una alternativa que permitiera actuar en comunidades y territorios retrasados (Friedmann & Douglas, 1978; Stöhr & Taylor, 1981) y del análisis de los procesos de desarrollo industrial en territorios del sur de Europa (Becattini, 2002; Brusco, 1982; Fuá, 1983; Garofoli, 1986).

Estas vertientes señalan como los mecanismos que están detrás del desarrollo económico se relacionan con formas de producción más flexibles e integradas a un territorio específico (Piore & Sabel, 1984; Scott, 1988); la incorporación de las redes de empresas y de actores en el análisis económico de los territorios (Donckels & Lambrecht, 1995; Håkansson & Johanson, 1993; Maillat, 1995); la comprensión de que la innovación obedece a un proceso evolutivo (Maillat, 1995; Silverberg et al., 1988), y el reconocimiento que los componentes socioculturales e institucionales tienen un valor estratégico en los procesos de desarrollo (Fuá, 1983; D. C. North & Bárcena, 2014).

1.1.1 La teoría del desarrollo endógeno

La teoría del desarrollo endógeno analiza los mecanismos que están detrás de lo que Nelson (2000) llama “las fuentes inmediatas del crecimiento”. El crecimiento económico es un proceso complejo lleno de incertidumbre condicionado por las decisiones de inversión de los actores y empresas, tomando en cuenta las capacidades y recursos disponibles en un territorio específico. De esta manera, dicha teoría parte de que el progreso económico y beneficio en la población, no depende solamente de los recursos disponibles y de la capacidad de ahorro e inversión, sino del funcionamiento, interacción y sinergia de los mecanismos a través de los cuales se produce la acumulación de capital; tales como la organización flexible de la producción, la difusión de innovaciones, el desarrollo urbano del territorio y el cambio de las instituciones.

De este modo, el desarrollo endógeno es una interpretación del proceso de desarrollo que tiene características propias y similitudes con las teorías de crecimiento endógeno. Ambas teorías coinciden en la acepción de que existen diferentes caminos de crecimiento en función de los recursos disponibles y la capacidad de ahorro e inversión, también en considerar que los rendimientos pueden ser crecientes, en que el progreso tecnológico es interno al proceso productivo y que existe un espacio para la actuación de la política estatal y regional.

Sin embargo, la teoría de desarrollo endógeno se diferencia de los enfoques de crecimiento endógeno, ya que incorpora dentro del aumento de la producción la organización social y las instituciones de un territorio específico; entendido como un entramado de actores y no únicamente como una localización. Además de entender que los mecanismos y fuerzas que están detrás del desarrollo actúan de manera sinérgica y condicionan las dinámicas económicas. Esto implica un carácter territorial con la participación de la comunidad y sociedad civil; siendo la organización flexible de producción, la difusión de innovaciones, la dinámica territorial y urbana y el desarrollo de las instituciones los mecanismos que favorecen el desarrollo económico.

1.1.1.1 Organización flexible de la producción

La organización de los sistemas productivos es uno de los mecanismos centrales del crecimiento económico, como se ha evidenciado en los últimos años en los países desarrollados, menos desarrollados y emergentes (Becattini, 2002; Costa, 1995). Esto quiere decir que no hay diferencia en el tamaño de las empresas, sino en la forma de organización productiva. Así, los sistemas de producción local, los distritos industriales, las áreas de aprendizaje, etc., son formas organizativas que permiten a las empresas generar y explotar economías de escala externas para generar más ganancias.

Por otro lado; construir, organizar y desarrollar redes empresariales con estrategias más flexibles permite a los sistemas productivos generar economías de escala internas y externas, desarrollar productos, ampliar su diversidad y reducir los costos de transacción y negociación entre empresas. Otra ventaja es que permiten la difusión de

conocimientos e información para aumentar su competitividad en un entorno cambiante (Esser et al., 1996).

1.1.1.2 Cambio tecnológico y difusión de la innovación

Otro mecanismo que estimula el aumento de la productividad y el progreso económico es el cambio tecnológico y la difusión de la innovación y el conocimiento, ya que promueve la transformación y renovación de los sistemas productivos (Freeman & Soete, 2009; Maillat, 1995). En primer lugar, la introducción de innovaciones puede ampliar la gama de productos, crear unidades más grandes y construir fábricas más pequeñas más rentables, fortaleciendo así las economías de escala internas.

En segundo lugar, la innovación permite a los negocios definir e implementar estrategias destinadas a expandir y explorar nuevos mercados de productos y factores. Asimismo, la introducción de tecnología; además de incrementar los conocimientos técnicos en el sistema productivo, también puede promover la diferenciación de la producción y crear una economía de la diversidad, en donde todas las empresas se benefician, no solo aquellas que adoptan estos cambios.

Vale la pena mencionar que la innovación está relacionada con el conocimiento tecnológico local, las cualificaciones de los recursos humanos, los centros de conocimiento de investigación y los sistemas de innovación locales (Maskell, 1998). De esta forma, el conocimiento se ha convertido en un recurso estratégico en el proceso de integración económica y en el desarrollo de nuevas formas de organización que surgen y se difunden en los problemas específicos de la cultura empresarial e innovadora de las empresas, las comunidades locales y las organizaciones de cada región (Vázquez-Barquero & Rodríguez-Cohard, 2019).

1.1.1.3 Desarrollo urbano del territorio

Un territorio, y en especial una ciudad; es un espacio que promueve el desarrollo endógeno, porque las influencias externas que en él se generan: dan la oportunidad de

umentar los rendimientos, tiene un sistema productivo diverso, es un espacio donde interactúan los actores, posibilita la difusión del conocimiento además de estimular procesos de innovación y aprendizaje (Glaeser & DiPasquale, 1998; Quigley, 1998). Además, gracias a su capacidad de generar externalidades y economías de aglomeración, las ciudades son espacios propicios para el surgimiento de nuevas zonas industriales y de servicios.

Actualmente, con la paulatina desaparición de la dicotomía urbano-rural; lo que realmente importa dentro de un territorio no son sus características de urbanización, sino su capacidad para integrarse a un sistema dinámico de intercambio que haga diversa y variada su producción y genere rendimientos incrementales. En este sentido, existen áreas policéntricas innovadoras, como el Randstad en Holanda o las Midlands de Inglaterra; así como espacios con redes específicas de negocio y conocimiento, como la ciudad de Toulouse o la ciudad de Seattle. Camagni (1991) menciona zonas de innovación donde surgen externalidades tecnológicas para difundir el conocimiento y promover el desarrollo, a través de un sistema de relaciones sociales y económicas y un alto nivel de participación de la sociedad civil en las autoridades locales.

1.1.1.4 Flexibilidad y transformación de las instituciones

Finalmente, como argumentan Lewis (1954) North (1990) y luego Acemoglu (2005), los actores regionales contribuyen al desarrollo económico a través de iniciativas y decisiones de inversión y localización. De igual forma, la economía opera de acuerdo con ciertas instituciones, reglas y regulaciones formales e informales que se van formando junto con las sociedades, culturas y sus propios sistemas de producción. En este sentido, dado que los actores toman decisiones con base en el entorno organizacional e institucional, es claro que cierto tipo de instituciones promoverán o dificultarán la actividad económica.

Por ello, el desarrollo económico se fortalece en regiones con sistemas institucionales desarrollados, complejos y flexibles, es decir, un alto nivel de confianza entre los actores económicos; lo que reduce los costos de transacción, estimula las capacidades empresariales y promueve la formación además de promover el aprendizaje.

Además de los mecanismos de difusión del conocimiento, también se fortalecen las redes y la cooperación; estos mecanismos limitan el comportamiento de la productividad y la ocurrencia de rendimientos crecientes.

1.1.2 Consideraciones finales sobre el desarrollo endógeno

Como se ha argumentado a lo largo de este apartado, la teoría del desarrollo endógeno analiza aquellos mecanismos que se encuentran detrás del proceso de desarrollo económico; estos constituyen las capacidades del territorio y forman un entorno en el que se organizan y realizan los procesos de transformación de la economía. Es necesario mencionar que los procesos de acumulación de capital requieren la actuación conjunta y sinérgica de los mecanismos analizados con anterioridad a tal grado que estos actúen sobre la productividad, los rendimientos crecientes y propicien el crecimiento económico y la dinámica social.

La visión de desarrollo endógeno del proceso de crecimiento económico difiere de la visión neoclásica, ya que introduce un retorno creciente a los factores de producción; considera la introducción del conocimiento como la clave del proceso de desarrollo y le otorga una perspectiva territorial. Es también un proceso continuo, porque estimula la reinversión de utilidades y promueve la transformación continua de los sistemas productivos, modificando constantemente los mecanismos de desarrollo.

Este enfoque presenta una perspectiva relacional del desarrollo económico, pero no brinda las herramientas necesarias para profundizar en los mecanismos antes mencionados; por lo que se vuelve importante integrar otros referentes teóricos. En primer lugar, es necesario analizar el papel de las **PYMES** en el desarrollo económico para evaluar su contribución y limitaciones en el proceso de desarrollo endógeno. En segundo lugar, la creación de un marco de capacidades permite identificar las características específicas de las personas y empresas involucradas en el proceso.

Finalmente, la teoría de las redes sociales de emprendimiento proporciona el estudio de la de organización flexible de los sistemas productivos y la innovación y difusión del conocimiento que en ellos se genera. En la figura 5 se representa la relación

que existe entre los conceptos mencionados, estableciendo aquellos de mayor dimensión conceptual y los más específicos.

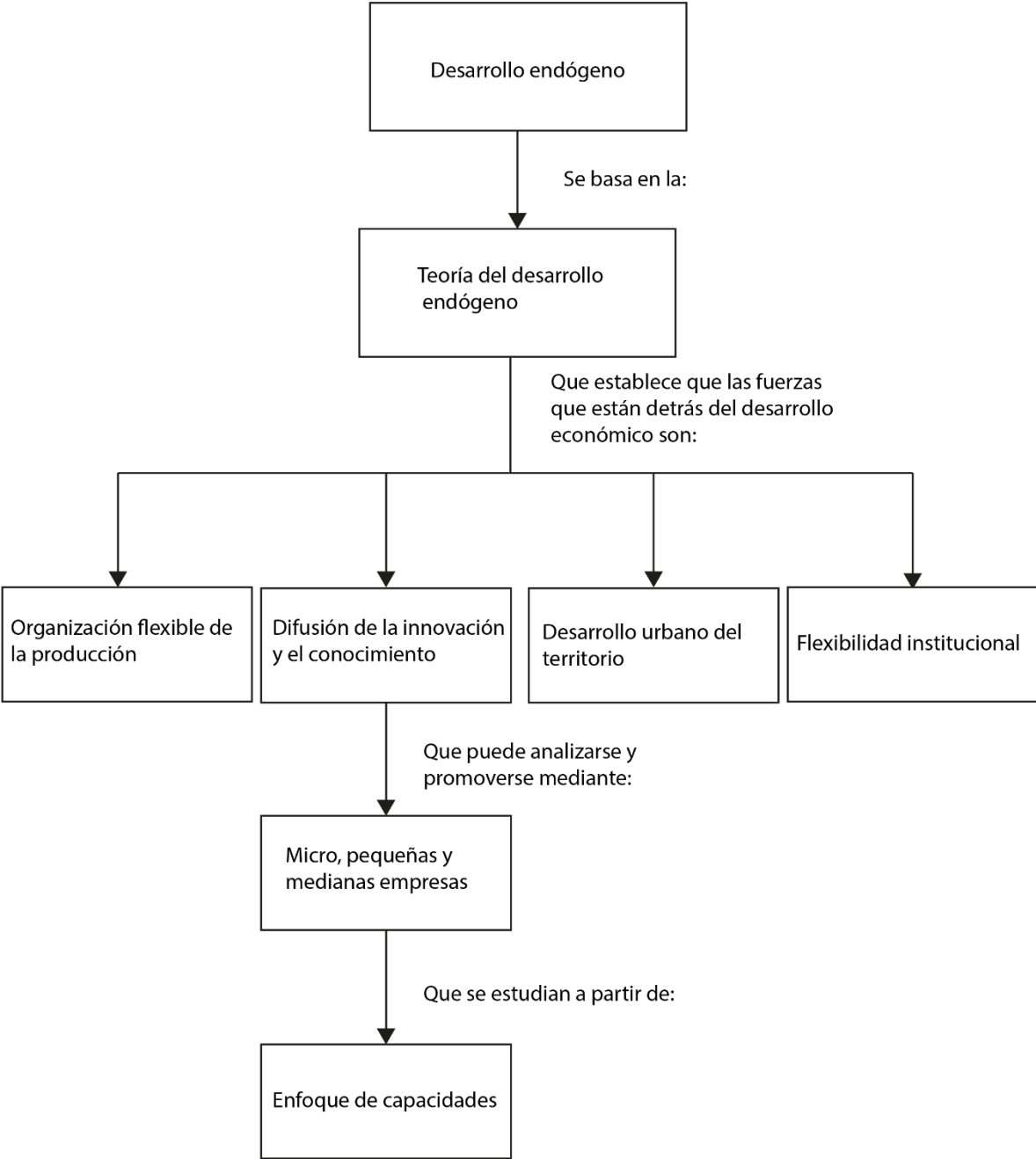


Ilustración 5. Teoría del desarrollo endógeno y su relación con las Mipymes y el enfoque de capacidades.

1.2 El impacto de las Pymes en el desarrollo local: Teoría y evidencia

Con el fin de analizar el impacto que los micro y pequeños negocios tiene sobre un entorno local específico, es necesario partir de una definición que la distinga de las grandes empresas. En términos estadísticos, una pyme es aquella empresa de entre 10 y 250 empleados, mientras que las microempresas van de a 10 y las grandes empresas cuentan con más de 250. La distinción entre microempresas y pymes está orientada a diferenciar entre actividades del sector informal, en el caso de las microempresas; y el sector formal, en el caso de las pymes.

Otro criterio de clasificación es su proyección a mayores mercados e incluso tener una competitividad a escala internacional. Por otro lado, las microempresas poseen un potencial de crecimiento e impacto económico más limitado, generalmente constituyen un medio de sustento y cobran importancia en el combate contra la pobreza y la vulnerabilidad. Sin embargo, ambas comparten características y problemas en comparación con las grandes empresas.

Existe cierto consenso del papel fundamental que las pymes tienen en las economías actuales sin importar su grado de desarrollo, ya sea que se considere en relación con el número de empresas existentes o al empleo. En la mayor parte de los países de la OCDE (México incluido), las pymes representan entre el 96 y el 99% del número total de empresas y representan aproximadamente una sexta parte de la producción industrial con cerca del 60 y 70% del empleo, y la mayoría de los empleos en el sector servicios (OCDE 2019). En la mayor parte de los países europeos miembros, aportan más del 50 % del empleo formal, mientras que las economías latinoamericanas aportan entre 40% y el 90% (Ayyagari et al., 2007), en México, por ejemplo, aportan cerca del 72% del empleo formal (INEGI, 2020).

Las cifras proporcionadas dejan claro el papel relevante que tienen tanto en las economías desarrolladas como en los países en desarrollo. En este sentido, algunos autores han identificado un patrón en la evolución del tamaño empresarial en las diversas etapas del desarrollo económico. Por ello, Suárez-Villa (1988) menciona que las empresas familiares representan el inicio de la industrialización de la economía y pasan a formar

pequeñas y medianas empresas hasta la aparición de grandes empresas, a pesar de ello, las pymes mantienen un rol destacado en las economías mediante un papel de subcontratación.

Es necesario mencionar que, a pesar de que exista una correlación positiva entre la distribución de las pymes en el tejido empresarial y el nivel de desarrollo; no es posible afirmar que existe una causalidad clara, debido a que el tamaño de las empresas óptimo, según la teoría microeconómica, es el resultado de las economías de escala, los costes de transacción y la estructura de los mercados.

Del mismo modo, en términos macroeconómicos; el tamaño y distribución de una economía es consecuencia de la dotación de recursos, la tecnología disponible, el grado de apertura, las instituciones, el comportamiento del consumidor, así como las tradiciones productivas de cada sector entre otras. De igual manera; el tejido empresarial se relaciona con las transformaciones tecnológicas, sociopolíticas y económica que ocurren de manera dinámica.

Por ello, tomando como base los estudios realizados por Storey (1988) es posible afirmar que a mediados de los años setenta del siglo XX se observa una tendencia hacia la concentración empresarial que conllevó al aumento de la participación de la gran empresa en el empleo y la producción total. Por otro lado, Camisón (2000) observa que esa tendencia se invierte con la crisis económica de los años setenta y es a partir de entonces cuando aparece la importancia de las pymes frente a las grandes empresas.

En este sentido, su eficiencia se vio favorecida por múltiples factores como la irrupción de los sistemas de producción flexible, que redujo la escala mínima eficiente; la aparición y desarrollo de instrumentos financieros como las sociedades de capital de riesgo y las sociedades de garantía recíproca, así como el aumento de las políticas de apoyo sobre todo financiero a las pymes.

Sin embargo, resulta evidente que las principales promotoras de la etapa de la globalización actual son las grandes empresas multinacionales (Chandle & Hikino, 1997); estudios como el de Caves (1998) observan cómo los países con un grado de apertura al

comercio internacional y financiera poseen un mayor tamaño empresarial que aquellos países menos integrados. Lo anterior puede interpretarse como que, en países donde existe mayor liberalización, es posible aumentar el tamaño de las empresas; ya sea utilizando las economías de escala, o bien participando en cadenas internacionales de producción (Barquero, 2005)

1.2.1 Las principales contribuciones de las pymes al desarrollo económico

Se puede hablar de que existen cuatro principales contribuciones de las MIPYMES al desarrollo económico tanto a escala nacional como regional. La primera consiste en la creación de empleo; a pesar de que algunos autores como Birch (1981) sostienen que la destrucción de este es mayor con respecto a la gran empresa y las condiciones laborales y de seguridad social sean menores. En este sentido Wagner (1995) menciona que el patrón demográfico es el responsable de la creación y destrucción de empleo. Es conveniente mencionar que las empresas de menor tamaño, debido a su dotación de capital, hacen mayor uso del trabajo; por lo que se convierten en una alternativa para regiones más atrasadas.

La segunda contribución se refiere a la capacidad innovadora de las pymes, a pesar de que son las grandes empresas las que, debido a sus condiciones, pueden realizar una mayor aportación en las innovaciones tecnológicas, gerenciales y organizativas, es decir, aquellas que hacen un mayor uso del trabajo (Chandle & Hikino, 1997; Harris et al, 2016). Otros estudios han encontrado una capacidad innovadora en las pymes para aquellas actividades de alta tecnología y también las orientadas a los servicios (Acs & Audretsch, 1987; Biggs, 2002).

En este sentido, existe evidencia del papel que tienen en las innovaciones adaptativas e incrementales, además de que su integración al sistema productivo permite la difusión de conocimiento y el derrame tecnológico, que tiene un impacto positivo en su productividad lo que impulsa su crecimiento (Audretsch & Thurik, 2001). Del mismo modo, la transferencia de conocimiento tácito, el aumento de los contactos personales, la cooperación formal e informal, así como la circulación de información comercial, tecnológica y financiera también contribuyen a mejorar su productividad (Camagni, 1991;

Maillat, 1995, 1998). En cualquier caso, la capacidad innovadora de las pymes depende en gran medida del nivel de desarrollo de la región o territorio donde se insertan, por lo que en aquellos lugares más atrasados; la transferencia de tecnología por parte de sistemas productivos de mayor escala tiene mayor importancia (Biggs, 2002).

Como tercera contribución se encuentra el crecimiento económico, que se relaciona positivamente con la existencia de un amplio tejido de PYMES (Beck et al., 2005), ya que constituye un rasgo característico de las economías con rápido crecimiento. Del mismo modo, un estudio realizado por Audretsch y Thurik (2001) relacionan el peso de las pymes en la actividad económica con las tasas de crecimiento de 18 países de la OCDE observando una relación positiva. Por lo anterior, se muestra una capacidad de superar las limitaciones impuestas por su tamaño mediante estrategias de carácter dinámico, tales como la cooperación para desarrollar proyectos, ganar acceso a mercados internacionales e introducción de innovaciones (Camison, 2000).

Esto ha sido posible gracias a la construcción de redes que, a nivel colectivo, permiten mejorar su nivel de eficiencia dándoles la capacidad de competir en mercados integrados globalmente (Costa, 1995; Donckels & Lambrecht, 1995). Algunos ejemplos son los clusters, los distritos de innovación, regiones de aprendizaje entre otros; que se caracterizan por un tejido de pymes vinculadas y especializadas por relaciones ya sea de cliente proveedor o actividades de cooperación en las distintas fases del ciclo productivo (Boscherini & Poma, 2000), ya que grandes empresas han desintegrado su ciclo productivo adquiriendo una mayor flexibilidad, a través de una relación mutualista entre empresas de diversos tamaños y características (Harrison, 1997). Por ello, existe cierto consenso en que los niveles de integración de los mercados internacionales permiten a las pymes participar en las cadenas de producción a nivel global (Gereffi et al., 2005; Pietrobelli & Rabellotti, 2004).

Como última contribución, existe una mejora a los espacios físicos donde las pymes se insertan, como lo menciona Jacobs (2020) el comercio, que se lleva a cabo dentro de un espacio específico, hace que las relaciones sociales aumenten y que los espacios se

vuelvan más dinámico y habitables. Además, el aumento de la productividad que conlleva a la diversificación de la producción y al aumento de diversidad de bienes y servicios contribuye a reducir los niveles de movilidad dentro de una ciudad, por lo que el crecimiento de las pymes no solo beneficia a los ofertantes, sino que indirectamente también a la sociedad en un territorio (Butler & Hansen, 1991; Flores, 2015).

Por otro lado, el territorio visto como un espacio físico contribuye al establecimiento de negocios y a la atracción de consumidores (Hackett & Foxall, 1995); además, la presencia de negocios en espacio contribuye a la construcción de comunidad (Wood et al., 2010), mejora la percepción de seguridad (Keane, 1998), la cohesión social (Bjornstrom & Ralston, 2014) y permite la construcción de lazos y capital social (Forrest & Kearns, 2001), sobre todo para las personas con mayor grado de vulnerabilidad. Con lo que no solo le promueve del desarrollo económico, sino que permite mejorar la calidad de vida de las personas de la zona en general.

1.2.2 Los principales obstáculos de las pymes

Al analizar las pymes desde la teoría microeconómica, nos enfrentamos a diversos fallos de mercado de los cuales las imperfecciones de información y las externalidades adquieren mayor importancia (Storey, 2003). Estas se presentan de dos maneras: en primer lugar, los individuos no cuentan con información suficiente sobre oportunidades de negocio, por lo que se dejan de crear empresas y acciones dinamizadoras como contratación de asesoramiento, proyectos de inversión e introducción de innovaciones lo que mejoraría el tejido productivo; en segundo lugar, las instituciones financieras no tienen información fiable sobre la solvencia de las pymes, lo que aumenta el riesgo y el costo de la adquisición de financiamientos dejando a estas fuera de estas oportunidades.

Por otro lado, las externalidades que conllevan a beneficios sociales de algunas iniciativas de emprendimiento no se reflejan en los beneficios individuales y, al no existir tales incentivos, se rechazan ciertos proyectos que no resultan atractivos desde la perspectiva individual pero que su impacto a la sociedad es mayor con respecto a la creación de riqueza y empleo. Además, las economías de escala con las que cuentan las grandes empresas no están disponibles para las PYMES, por lo que actividades que

requieren grandes inversiones como distribución y ventas, adquisición de capital físico y la inversión en investigación y desarrollo no pueden ser llevadas a cabo.

Por último, existen condiciones del entorno económico a las que las pymes son más vulnerables. De manera concreta, las empresas de menor tamaño tienen más problemas con respecto a la financiación, impuestos, regulaciones, inflación, corrupción, delincuencia y las prácticas anticompetitivas (Romero Luna, 2006). Sin embargo, no parece haber diferencias entre tamaños de negocios en relación con la dotación de infraestructura, estabilidad política y funcionamiento de justicia (Schiffer & Weder, 2001).

Estos factores coinciden con el Índice de Libertad Económica (2021) ya que menciona: el Estado de Derecho, tamaño del gobierno, eficacia regulatoria y apertura de los mercados como las principales variables que afectan a los negocios. Por otro lado, el Índice Haciendo Negocios proporcionado por el Banco Mundial (World bank, 2020), identifica 10 variables relacionadas con la eficiencia regulatoria, la dotación de infraestructura, el Estado de Derecho, los derechos de propiedad y la capacidad de financiamiento.

Una vez analizadas las contribuciones de las PYMES al desarrollo local, así como las principales necesidades que tienen tanto a nivel individual como del entorno; es posible construir una propuesta de un enfoque de capacidades que permita evaluar las condiciones en las que se encuentra un territorio específico para el desarrollo de iniciativas empresariales, así como el estado de las actividades desarrolladas en la actualidad. Del mismo modo, mediante el enfoque de capacidades es posible conocer aquellos aspectos para mejorar haciendo uso de la intervención social y la participación comunitaria.

1.3 Marco de capacidades para el desarrollo endógeno

Para entender el papel que tiene la construcción y expansión de capacidades dentro del desarrollo endógeno; es necesario abordar los conceptos de capacidades, funcionamientos y agencia, los cuales, como menciona Sen (2000), son esenciales para entender la libertad como medio y como fin del desarrollo. El propósito de este análisis es

mostrar la conexión que tienen las capacidades con el surgimiento de iniciativas emprendedoras y la construcción de redes de cooperación y difusión de conocimiento.

La propuesta del concepto de “capacidad” surge de la necesidad de ampliar las visiones de desarrollo neoclásicas que está determinado por la maximización de utilidades y la acumulación de riqueza ya que, según las condiciones específicas de cada sujeto, esta puede permitir el cumplimiento de sus objetivos personales. Nussbaum (2012) menciona que las capacidades se refieren a las oportunidades que tiene un individuo para ser y actuar; del mismo modo, Sen (2000) relaciona el concepto de capacidad con las libertades o las opciones creadas por la combinación entre las facultades personales y el entorno político, social y económico.

En este sentido, es posible distinguir entre dos tipos de capacidades: las capacidades internas como los rasgos de personalidad, la creatividad, su estado de salud, sus habilidades entre otras, y; las capacidades combinadas son aquellas que representan las oportunidades de actuar dentro un contexto concreto, por lo que se puede afirmar que no se obtienen estas sin la previa existencia de capacidades internas. Por consiguiente, el concepto de libertad positiva, propuesto por Berlín (1958), es importante ya que la libertad, a la que se refiere la capacidad, se relaciona con las oportunidades tanto personales como del entorno con las que el individuo cuenta para desarrollar sus proyectos.

Por otra parte, se encuentra el concepto de funcionamiento, el cual es definido como la realización de una o más capacidades, es decir, la materialización de las oportunidades de ser y hacer con las que cuenta un individuo; esto puede entenderse como el destino final de las capacidades. Sin embargo, también tienen valor en sí mismas, por lo que construirlas o promoverlas es también realizar estas acciones en el ámbito de la libertad. Lo anterior quiere decir que construir y expandir capacidades es mejorar las opciones de elección entre los individuos sin que sea obligatorio su funcionamiento (Nussbaum & Mosquera, 2012).

1.3.1 Capacidades de emprendimiento

La actividad de emprendimiento puede entenderse como una tarea de búsqueda, descubrimiento, evaluación y aprovechamiento de oportunidades rentables tomando en cuenta el riesgo (Shane & Venkataraman, 2000). También puede ser definido como una actividad de búsqueda de soluciones de problemas sociales, a través de la construcción y persecución de opciones que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables; cuyas acciones pueden ser llevadas a cabo por organizaciones, empresas u organismos gubernamentales (Roberts & Woods, 2000).

Las definiciones anteriores sugieren diferentes actividades que están relacionadas con el emprendimiento entendido como la búsqueda, el descubrimiento, la construcción, el aprovechamiento de oportunidades y la generación de valor, es decir; un cambio positivo en las condiciones de inicio identificadas. De esta manera, las actividades de emprendimiento buscan generar un valor que conlleve a un beneficio, este puede ser de carácter individual o social, el cual no es mutuamente excluyente; ya que la persecución de un beneficio individual puede estar relacionado con múltiples interacciones y generaciones de valor social, mientras que el beneficio social a menudo conlleva aspectos de asignación de recursos y generación de beneficios que son individuales (Austin, James E., 2006) Para ello, es necesario considerar las habilidades, información y creatividad con la que se cuente, además de los recursos materiales y las condiciones del entorno que faciliten o dificulten el desarrollo de estas iniciativas.

Estas se encuentran en la categoría de capacidades combinadas, ya que dependen de las condiciones en las que el individuo se encuentre, su capacidad de razón práctica, de afiliación y el control que este tiene sobre el entorno, es decir; requiere de las condiciones necesarias para formular un proyecto de vida que considere satisfechas sus necesidades. Además, requiere de la participación en el ambiente donde se desenvuelve, la construcción de lazos y relaciones no económicas, y un entorno que asegure la propiedad sobre sus acciones y beneficios, así como de aquellos recursos que son necesarios para la persecución de sus fines.

1.3.2 Capacidades interactivas

Las capacidades interactivas son aquellas oportunidades con las que las iniciativas de emprendimiento cuentan para interactuar, cooperar, descubrir nuevas formas de relacionarse, así como la facilidad o dificultad para combinar la información y los recursos provenientes de diversas fuentes para desarrollar sus iniciativas y absorber el conocimiento externo. En este caso, se han delimitado tres capacidades de este tipo, que, en conjunto, permiten a las empresas mejorar su desarrollo, así como su generación de valor: capacidad relacional, capacidad combinativa y capacidad absorptiva.

La capacidad relacional puede entenderse como aquellas oportunidades tanto internas como del entorno, que permiten a las iniciativas de emprendimiento seleccionar, crear, construir y mantener relaciones, tanto en su número como en su calidad (Lorenzoni & Lipparini, 1999; Pihkala et al., 1999). Por otro lado, la capacidad combinativa se refiere a las opciones para utilizar los recursos tanto tangibles como intangibles, que obtienen de diversos actores para generar valor. Mientras que la capacidad absorptiva hace referencia a la habilidad para absorber conocimiento del entorno proveniente a diversas redes. (Cohen & Levinthal, 1990; Kogut & Zander, 1992).

En este sentido, las redes de cooperación, intercambio y difusión de conocimiento representan la materialización de las capacidades interactivas, ya que es mediante estas que los individuos generan contactos y construyen lazos, que les permiten absorber y utilizar el conocimiento y los recursos. Del mismo modo, estas posibilitan una mejora en sus capacidades internas adquiriendo información valiosa, conocimiento tácito, lazos comerciales y redes sociales entre otros, que, en última instancia, constituyen oportunidades para construir y enriquecer sus capacidades internas.

Por lo anterior, es posible afirmar que las capacidades interactivas permiten que un territorio cree y aproveche las oportunidades que su entorno ofrece, de manera que, tanto a nivel individual como colectivo; mejoren sus opciones de elegir diversos medios y objetivos que satisfagan sus necesidades y contribuyan la persecución de sus planes de vida.

De esta manera, se puede afirmar que el enfoque de capacidades provee una base tanto evaluativa como normativa. Es evaluativa, ya que, a partir de ciertas capacidades seleccionadas, es posible realizar un diagnóstico y comparaciones de diversas comunidades, territorios y regiones, y, de esta forma, formular propuestas; por ejemplo, en el caso de capacidades de emprendimiento, las oportunidades que tienen para desarrollar sus iniciativas tales como la creatividad, las redes, el acceso tecnológico y financiero.

Por otro lado, es normativo, ya que, tomando como base las capacidades de emprendimiento e interactivas que se requieren para promover el desarrollo, es posible realizar propuestas que permitan modificar y mejorar las condiciones en las que se encuentre cierto territorio, de modo que, se mejore su calidad de vida y se amplíen sus opciones de elección para la generación de sus proyectos.

1.4 Redes de emprendimiento para el desarrollo endógeno

Como se mencionó anteriormente las pymes y las actividades de emprendimiento a lo largo de su desarrollo se enfrentan a varios obstáculos entre los cuales está la obtención de recursos, tales como la información, el conocimiento, el capital financiero e incluso el respaldo y la legitimación social (Premaratne, 2001). En su mayoría, la obtención de estos se determina con su capacidad para crear relaciones sostenibles de intercambio (Hansen, 1995; Hung, 2006).

Basado en la teoría de las redes sociales de Granovetter (1973), Uzzi (1996), Smith y Lohrke (2008); es posible analizar dichos lazos como una red definida, en la cual la estructura está dada por las relaciones y la calidad de intercambio de estas. Las redes sociales pueden entenderse desde tres dimensiones. Una dimensión estructural, que identifica el número y localización de los lazos, una dimensión relacional (Anderson & Jack, 2002), la cual analiza la calidad y duración de estos (Rowley et al., 2000), y una cognitiva, que hace referencia a los valores y paradigmas compartidos que proveen un marco institucional informal al cual sujetar los intereses individuales a los intereses colectivos (Echeverri, 2009; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Nonaka, 2009).

1.4.1 Definición y tipos de redes de emprendimiento

Una red social puede definirse como una estructura social representada a través de uno o varios elementos gráficos, en los cuales los nodos hacen referencia a individuos u otras redes a los que se les denomina actores. Por otro lado, las aristas representan las relaciones entre ellos que, aunque pueden ser de distinto tipo, están destinadas a relaciones de intercambio y cooperación, por lo que para esta investigación se denominará “red social de emprendimiento” al tipo de intercambios que son realizados entre actores y que favorecen la creación y expansión de las capacidades, y que se materializan a través de las pymes dentro de un territorio específico.

Las redes sociales de emprendimiento pueden analizarse según su tiempo de duración, o bien la calidad de sus lazos, ambos atributos son necesarios, ya que, si bien los lazos a corto plazo a menudo tienen una calidad débil, estos permiten acceder a información nueva y no redundante, además, crean una diversidad de contactos que pueden utilizarse en el futuro y convertirse en lazos fuertes de cooperación a largo plazo (Casson & Della Giusta, 2007).

Por otro lado, los lazos de alto grado de confianza y duración permiten la transmisión de conocimiento tácito y abren la posibilidad de relaciones de cooperación, ya sea para desarrollar proyectos o para construir nuevo conocimiento y desarrollar y transmitir innovaciones. Además, este tipo de redes permite obtener legitimación que reduzca la incertidumbre que genera la novedad de los emprendimientos. Del mismo modo, las redes sociales de largo plazo se auto renuevan, retirando antiguos actores y seleccionando e incorporando nuevos miembros entre los cuales se generan altos niveles de confianza y compromiso (M. Granovetter, 1985).

Las redes sociales de emprendimiento también pueden clasificarse identificando si se dan a nivel personal, o bien a nivel de organización o empresa. Una red interpersonal se refiere a aquellos lazos con los que el emprendedor cuenta según los sistemas sociales donde se inserta. Estos pueden ser familia, amigos, colegas, contactos de negocios y afiliaciones a clubes o asociaciones profesionales. Por otro lado, una red interorganizacional, se refiere a relaciones con una lógica económica clara, ya sea para

desarrollar proyectos conjuntos, para ganar poder de mercado, o bien para reducir los costos de transacción Hansen (1995).

Es importante mencionar que, como sostiene Casson (2007), a pesar de que el crecimiento de una actividad de emprendimiento se dé a partir de las redes interorganizacionales, el carácter interpersonal de estas tiene una importancia fundamental, esto se debe a que estas redes entre organizaciones son mantenidas en la práctica a través de las comunicaciones interpersonales de sus representantes, de manera que un cambio de persona puede repercutir en las relaciones entre organizaciones, si los sucesores no tienen la misma capacidad de vincularse personalmente. De este modo, una gran cantidad de relaciones interorganizacionales son una formalización de relaciones interpersonales antiguas, las cuales son afectadas por el intercambio de actores dentro de estas organizaciones.

1.4.2 Redes de emprendimiento para el desarrollo endógeno

Como se mencionó anteriormente, las pymes y las actividades de emprendimiento a lo largo de su desarrollo se enfrentan a varios obstáculos entre los cuales están la obtención de recursos, tales como la información, el conocimiento, el capital financiero e incluso el respaldo y la legitimación social. En su mayoría, adquirir estos está determinado por su capacidad para crear relaciones sostenibles de intercambio, es decir, redes sociales.

1.4.1 Definición y tipos de redes de emprendimiento

Una red social puede definirse como una estructura social representada a través de uno o varios elementos gráficos, en los cuales los nodos hacen referencia a individuos u otras redes a los que se les denomina actores. Por otro lado, las aristas representan las relaciones entre ellos que, aunque pueden ser de distinto tipo, están destinadas al intercambio y la cooperación; por lo que, para esta investigación, se denominará “red social de emprendimiento” al tipo de intercambios que son realizados entre actores y que favorecen la creación y expansión de las capacidades y que se materializan a través de las PYMES dentro de un territorio específico.

Las redes sociales de emprendimiento pueden analizarse según su tiempo de duración, o bien la calidad de sus lazos; ambos atributos son necesarios, ya que, si bien los

lazos a corto plazo a menudo tienen una calidad débil, estos permiten acceder a información nueva y no redundante, además; crean una diversidad de contactos que pueden utilizarse en el futuro y convertirse en lazos fuertes de cooperación a largo plazo (Casson & Della Giusta, 2007).

Por otro lado, los lazos de alto grado de confianza y duración permiten la transmisión de conocimiento tácito y abren la posibilidad de relaciones de cooperación, ya sea para desarrollar proyectos, o para construir nuevos conocimientos y desarrollar y transmitir innovaciones. Además, este tipo de redes permite obtener legitimación que reduzca la incertidumbre que genera la novedad de los emprendimientos. Del mismo modo, las redes sociales de largo plazo se auto renuevan, retirando antiguos actores y seleccionando e incorporando nuevos miembros entre los cuales se generan altos niveles de confianza y compromiso (M. Granovetter, 1985).

Las redes sociales de emprendimiento también pueden clasificarse identificando, si se dan a nivel personal, o bien a nivel de organización o empresa. Una red interpersonal se refiere a aquellos lazos con los que el emprendedor cuenta según los sistemas sociales donde se inserta. Estos pueden ser familia, amigos, colegas, contactos de negocios y afiliaciones a clubes o asociaciones profesionales. Por otro lado, una red interorganizacional se refiere a relaciones con una lógica económica clara, ya sea para desarrollar proyectos conjuntos, para ganar poder de mercado; o bien, para reducir los costos de transacción Hansen (1995). Generalmente, las redes sociales en los que los emprendedores están inmersos suelen evolucionar siguiendo una lógica de las necesidades de la empresa, mientras que, en etapas iniciales, son las redes sociales las que cobran mayor importancia, las redes organizacionales adquieren peso en etapas tardías de su formación (Butler & Hansen, 1991).

Es fundamental mencionar que, como sostiene Casson (2007), a pesar de que el crecimiento de una actividad de emprendimiento se dé a partir de las redes interorganizacionales, el carácter interpersonal de estas tiene una importancia fundamental. Esto se debe a que estas redes entre organizaciones son mantenidas en la

práctica a través de las comunicaciones interpersonales de sus representantes, de manera que, un cambio de individuo puede repercutir en las relaciones entre organizaciones si los sucesores no tienen la misma capacidad de vincularse personalmente. De este modo, una gran cantidad de relaciones interorganizacionales son una formalización de relaciones interpersonales antiguas, las cuales, son afectadas por el intercambio de actores dentro de estas organizaciones.

1.4.2 Contribución de las redes a las dinámicas de emprendimiento

Para analizar la contribución que tienen las redes en las dinámicas de emprendimiento, es necesario entender este proceso de manera paralela con la creación y desarrollo de las iniciativas de emprendimiento; para este análisis, se utilizará el modelo de Lechner y Dowling (Lechner & Dowling, 2003) que permite una mejor representación gráfica y, de esta manera, su utilización como herramienta de diagnóstico y propuesta que vincule las redes sociales de emprendimiento con las capacidades interactivas que existen en un lugar específico.

Lechner y Dowling (Lechner & Dowling, 2003) realizaron un estudio sobre el surgimiento de nuevas empresas pertenecientes a un cluster de tecnologías de la información, en el cual hallaron que estas empresas utilizan diferentes tipos de redes para avanzar en su proceso de desarrollo. Los autores llaman a estas “ metaredes” por considerar que poseen una gran importancia en el progreso de las actividades de emprendimiento. Mediante la utilización de entrevistas y de fuentes secundarias, lograron identificar que los emprendedores usan diversas metaredes durante las diversas fases del ciclo de vida, por lo que proponen la siguiente clasificación.

Los emprendedores tienen redes sociales con individuos de otras empresas, mientras que, las empresas recién creadas, desarrollan redes de reputación, de reciprocidad, de marketing, de conocimiento y de tecnología e innovación. Todos estos tipos son importantes para que una iniciativa de emprendimiento tenga éxito.

1. Las redes de reputación son sistemas desarrollados por los emprendimientos nacientes para superar algunas restricciones de carácter cuantitativo y cualitativo

para el desarrollo futuro de la empresa. Por lo que, mediante la creación de relaciones con actores de alta visibilidad, los emprendedores logran una reputación de mercado que no podría ser lograda de manera aislada. Del mismo modo, son una herramienta para evitar señales de incertidumbre, además de generar efectos como el acceso a otras redes y el establecimiento de opciones para la creación de vínculos futuros. En este sentido, cuanto mayor sea la reputación ganada, mayor será la oportunidad de crear y formar parte de redes futuras; de manera opuesta, la falta de este tipo de redes frena el desarrollo de la actividad de emprendimiento.

2. Las redes de reciprocidad pueden definirse como relaciones de cooperación con competidores que las empresas desarrollan como fuentes de flexibilidad y crecimiento. De este modo, tienen dos funciones importantes: en primer lugar, la transferencia de experiencia proveniente de emprendimientos anteriores; y, en segundo lugar, el manejo de proyectos conjuntos. En este sentido, estas redes pueden utilizarse como herramienta para enfrentar propósitos de mayor tamaño llevando a cabo alianzas tanto al nivel producción como al nivel de planeación y gestión de propuestas. Es necesario mencionar que, para garantizar la calidad del proceso, los negocios trabajan con pocos socios lo que conlleva al desarrollo de lazos fuertes de cooperación.
3. Las redes de marketing tienen como objetivo el establecimiento de vínculos con otras empresas, de manera que sea posible obtener información de mercado acerca de las necesidades de desarrollo de productos y servicios para tener mayor cobertura u obtener nuevos clientes. Por ello, la asociación que se produce en este tipo de redes posee un gran número de relaciones entre clientes y proveedores y pueden ser un indicador de nivel de comportamiento de una red de emprendimiento.
4. Por último, las redes de conocimiento, innovación y tecnología son las relaciones entre empresas que permiten al emprendedor acceder o crear nuevo conocimiento o innovaciones tecnológicas, así como llegar a una base de

entendimiento significativo para la evolución de la empresa el cual no podría desarrollarse de manera aislada. Además, se caracterizan por tener un alto grado de confianza que permite abrir la puerta para la creación de nuevo saber compartido a través del intercambio interactivo.

Este tipo de redes sociales de emprendimiento puede relacionarse con el enfoque de capacidades sobre todo con la conceptualización de capacidades interactivas; ya que, si se entiende estas como las oportunidades que se crean de manera conjunta con el fin de perseguir diversos objetivos, se puede entender que las redes sociales son la representación de estas capacidades y se desarrollan de manera paralela con el proceso de emprendimiento. La figura 6 representa la relación entre el enfoque de capacidades con el emprendimiento y las relaciones que se dan dentro de este proceso. En esta, se resumen sus dimensiones y cómo derivan los tipos de redes sociales tratados anteriormente.

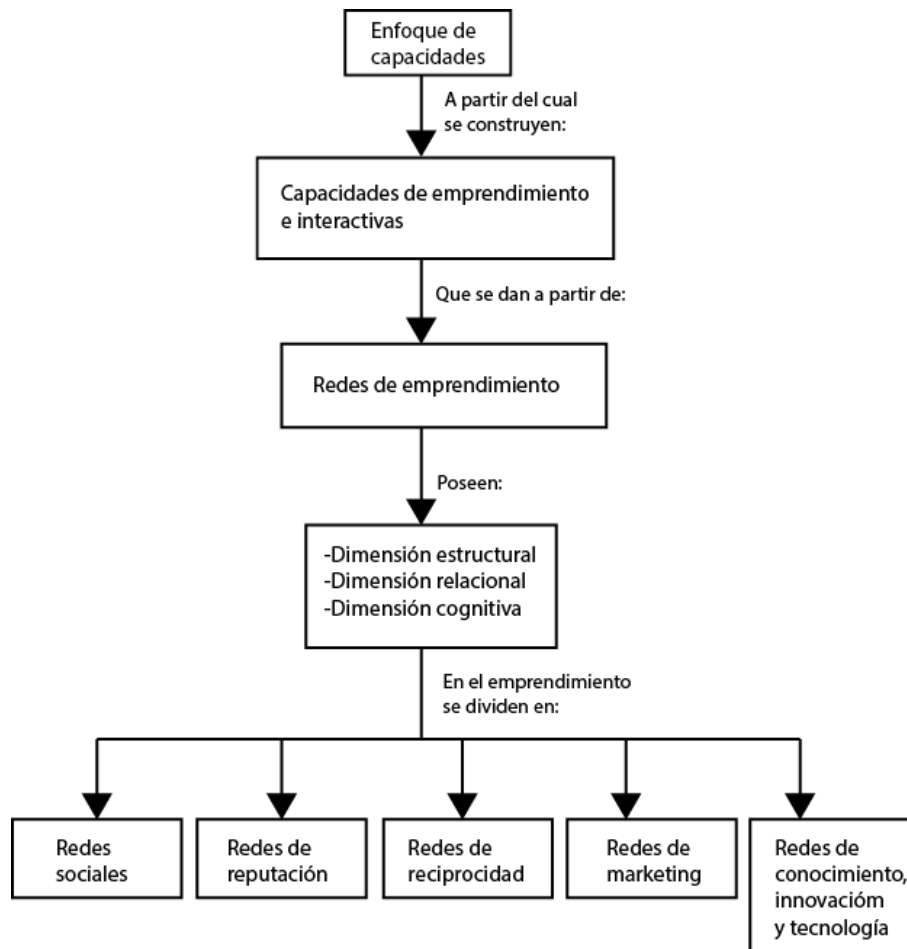


Ilustración 6. Redes sociales de emprendimiento y las dimensiones analizadas.

1.5 Consideraciones finales del marco teórico

En este capítulo se analizó la teoría del desarrollo endógeno, la cual hace especial énfasis en la organización flexible de la producción, la difusión de innovaciones y las instituciones características de un territorio. En este sentido, si se parte de la idea de que el tamaño de las empresas no es lo relevante, sino su forma de organización, las MIPYMES deberían tener un impacto considerable en este proceso de desarrollo. Para ello, se analizaron algunas conceptualizaciones de estas, así como sus principales contribuciones al desarrollo económico.

Sin embargo, no parece claro su impacto en una economía de servicios, en donde el tejido empresarial está compuesto de microempresas en su mayoría de ventas al menudeo. Por otro lado, según esta teoría, lo relevante no son los recursos con los que las empresas cuentan, sino con su capacidad emprendedora, creativa y de organización. Para

ello, se propuso el enfoque de capacidades, en el cual la creación y descubrimiento de oportunidades es un proceso continuo, además; las redes, otro mecanismo de organización de producción, también permiten esta creación y descubrimiento de opciones para el establecimiento de capacidades.

Estas cuestiones, así como las limitaciones que tienen estos enfoques serán tratadas en el capítulo siguiente; en el cual, se propone un marco de capacidades que vincule el enfoque de capacidades anteriormente mencionado y la creación, extensión y mantenimiento de las redes sociales de emprendimiento y además, realizar un diagnóstico utilizando este marco en el objeto de estudio.

Como se mencionó anteriormente, es necesario analizar el problema planteado como un sistema complejo compuesto de subsistemas que actúan de manera semi autónoma, además de las condiciones de contorno que inciden en el funcionamiento de este. Para ello, se utilizarán tres conceptos, el desarrollo endógeno, las redes sociales de emprendimiento y el enfoque de capacidades. La teoría de desarrollo endógeno permite analizar el funcionamiento total del sistema y cómo cada elemento identificado contribuye a las dinámicas de desarrollo del sitio estudiado. En específico, la teoría menciona que las formas flexibles de producción y la difusión de las innovaciones y conocimiento ofrecen mayores oportunidades para desarrollar y mantener las iniciativas de emprendimiento.

Esto, en el sitio específico, puede entenderse como las relaciones de cooperación e intercambio de conocimiento e información entre las diferentes unidades de negocio que, además, repercuten en la forma de tomar sus decisiones y pueden mejorar su capacidad de adaptación y tener impacto sobre su actividad económica y, en última instancia, sus ingresos. De este modo, la teoría de las redes sociales de emprendimiento ofrece un marco para interpretar las múltiples relaciones que existen dentro del sitio específico, así como su contribución a cada unidad de negocio. En este sentido, las relaciones pueden ser analizadas según su estructura, su intensidad y los recursos cognitivos que ofrece.

Cuando se habla de desarrollo, necesariamente se habla de un cambio estructural que permita mantener las dinámicas económicas que mejoren las condiciones en las que los actores económicos se encuentran. Por ello, se propone el enfoque de capacidades, ya que ofrece una alternativa para evaluar las oportunidades tanto internas como del entorno que tienen, en este caso, los negocios para desarrollar y mantener sus iniciativas. Por otro lado, el construir un marco de capacidades a evaluar puede utilizarse como guía normativa, en la cual, se identifiquen los elementos que pueden mejorarse con la intervención comunitaria y de esta manera contribuir a las dinámicas de desarrollo en el sitio.

2. Diagnóstico del sistema de desarrollo endógeno

Como se expuso anteriormente, el problema de las capacidades de los negocios de la zona estudiada es planteado como un sistema complejo, el cual cuenta con diversos subsistemas con sus propias dinámicas, además de condiciones de contorno que afectan la totalidad del sistema. Para este estudio, se han propuesto tres subsistemas y tres niveles de análisis. En primer lugar, los subsistema microeconómico, redes sociales y físico-espacial son parte del nivel más próximo de estudio, es decir, que afecta de manera directa el fenómeno estudiado. En segundo lugar, dos niveles de contorno, uno a una mayor escala (Ciudad de Puebla) y otro a nivel económico-institucional (México). El presente capítulo tiene el objetivo de exponer cada uno de los subsistemas, sus interacciones y contorno con el fin de construir una imagen del comportamiento del sistema estudiado, esto con el objetivo de identificar aquellos comportamientos en los cuales es posible incidir con el propósito de cambiar el funcionamiento del sistema.

2.2 Condiciones de contorno del sistema de desarrollo endógeno

Para entender de mejor manera las dinámicos de estos subsistemas, es necesario analizar las condiciones de contorno que influyen en su funcionamiento. Por ello, se analiza el entorno macroeconómico e institucional de México, así como aquellas políticas que tienen como objetivo mejorar las circunstancias en las que surgen y se desenvuelven los micronegocios. En la figura 7 se representa la estructura del sistema estudiado resaltando

(amarillo) el nivel en donde se encuentran las condiciones de contorno descritas a continuación.

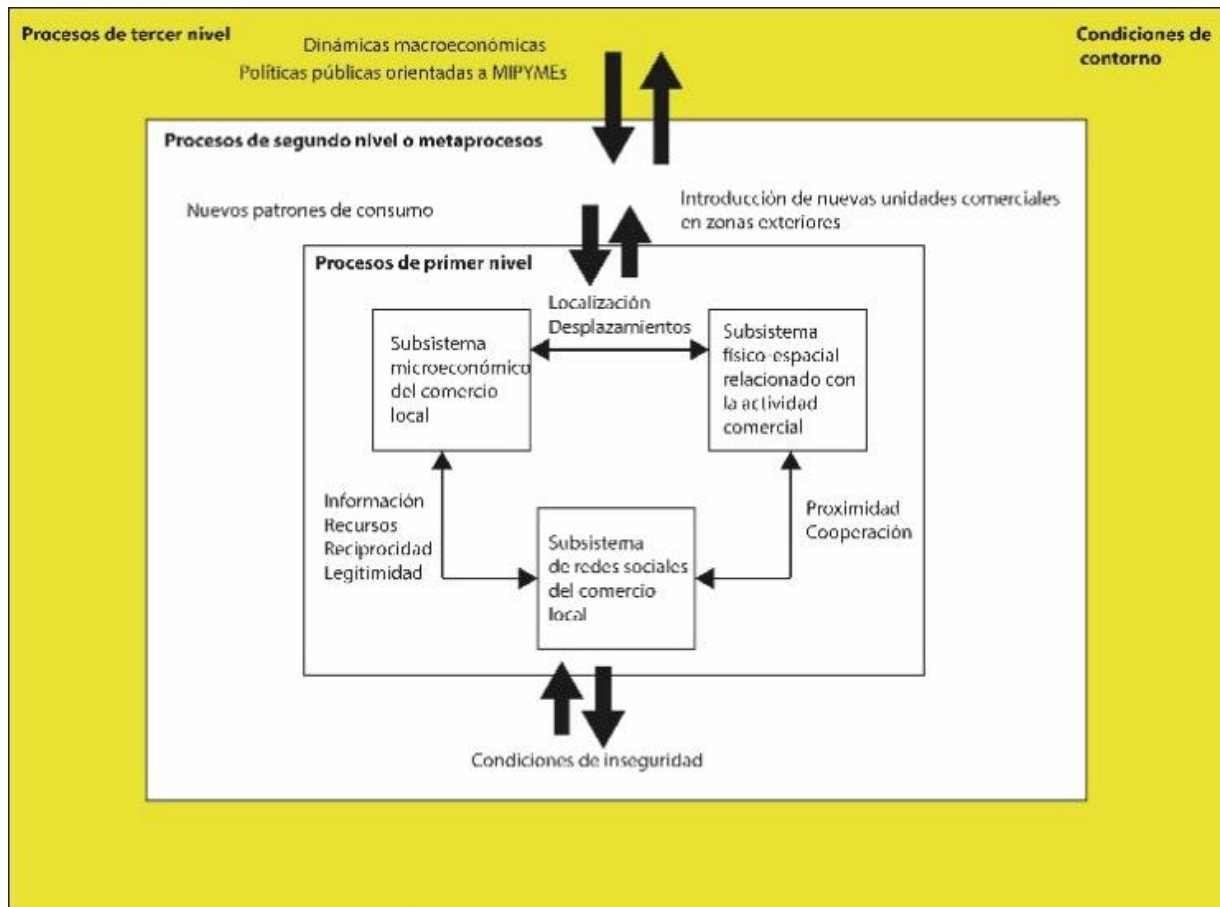


Ilustración 7. Condiciones de contorno del sistema estudiado.

2.2.1 Condiciones macroeconómicas e institucionales de los micronegocios

Como se mencionó antes, los micronegocios son especialmente vulnerables a ciertas circunstancias de la economía agregada, debido a que no cuentan con suficientes mecanismos para afrontar las condiciones de contorno. En gran medida, el Estado de Derecho, la corrupción y el marco regulatorio e impuestos son las situaciones que mayor implicación tienen en este tipo de iniciativas.

En este mismo sentido, México posee una estructura regulatoria relativamente homogénea, esto quiere decir que la estructura fiscal, la reglamentación laboral y comercial y en menor medida el sistema judicial es de carácter federal, lo que conlleva a que la importancia de estos aspectos se analice en el ámbito nacional. En específico, la Ley

de Impuesto sobre la Renta, la Ley Federal del Trabajo y la Ley del Seguro Social son el marco en el cual los actores toman sus decisiones empresariales. En las cuales, por un lado, determinan su tamaño y distribución y, por otro, su número de empleados y con ello la asignación del trabajo en todo el sistema económico (Algazi, 2018).

Por otro lado, México posee la protección de derechos de propiedad por parte del gobierno, sin embargo, el registro de esta es largo y requiere una gran cantidad de recursos financieros; según el Índice Haciendo Negocios (DBI) (2020) publicado por el Banco Mundial se requiere un total de 8 procedimientos para el registro de propiedad, esto se encuentra por encima del promedio de América Latina (AL) (7.4) y el doble de la OCDE (4.7) con una duración aproximada de 42 días (figura 8). Además, en promedio, el costo del registro de la propiedad es de 6.2 % del valor de la propiedad, por encima de AL (5.9) y de la OCDE (4.2) (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022).

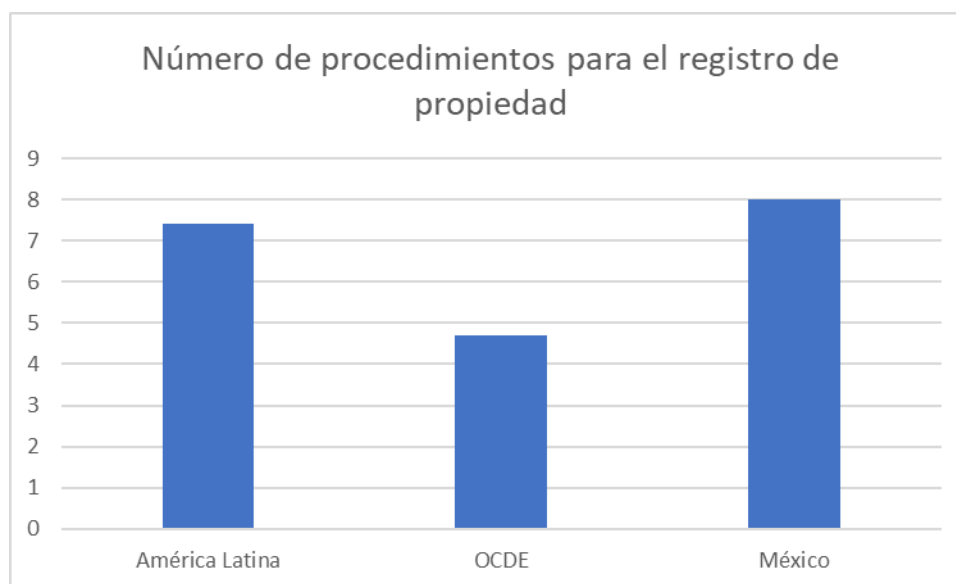


Ilustración 8. Número de procedimientos para el registro de propiedad. Elaboración propia con datos del Índice Haciendo Negocios del Banco Mundial (2020).

En general, en México se requieren aproximadamente 350 días para resolución de disputas por debajo de AL (774.2) y de la OCDE (589.6) (figura 9), pero con un costo promedio de 33.5% del valor de la demanda por encima de AL (32.5) y la OCDE (21.5). Sin embargo, existen dos problemas, el sistema de justicia es débil, lo que significa que no

existe imparcialidad en los jueces y a menudo se requiere sobornos lo que eleva el costo de la resolución y repercute en la protección de derechos de propiedad.

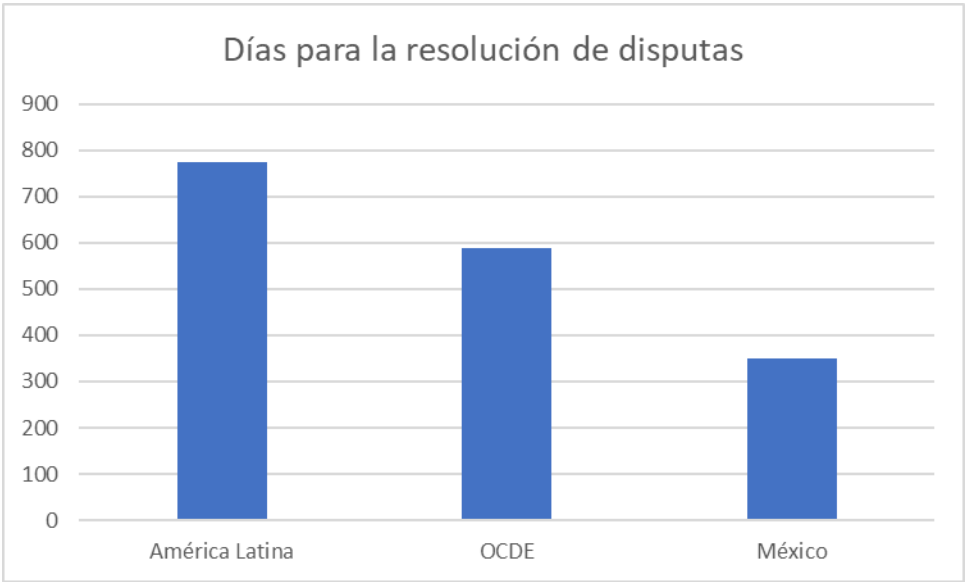


Ilustración 9. Días para la resolución de disputas. Elaboración propia con datos del Índice Haciendo Negocios del Banco Mundial (2020).

Por otro lado, no existe un mínimo capital para poder emprender un negocio, sin embargo, el proceso de registro de este es, en general, costoso, en promedio 16.3% del ingreso per cápita, por debajo de AL (31.4) pero por encima de la OCDE (3.0) (figura 10). Por otro lado, las leyes laborales (Ley Federal del Trabajo y Ley del Seguro Social), al ser rígidas conllevan a que el proceso de contratación y despido sea costoso lo que limita que los micronegocios puedan contratar empleados, repercutiendo en su crecimiento y manteniéndolos en la informalidad.

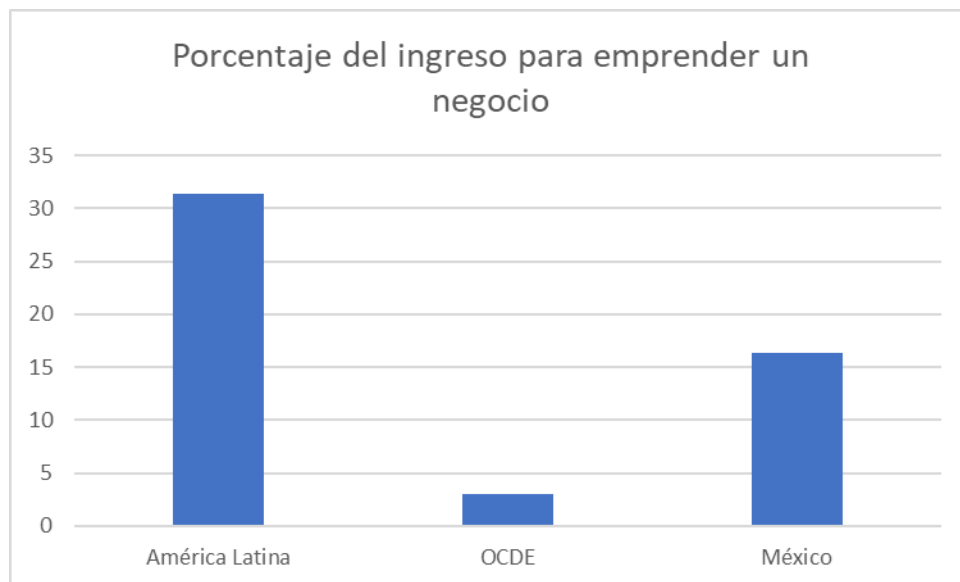


Ilustración 10. Porcentaje del ingreso para emprender un negocio. Elaboración propia con datos del Índice Haciendo Negocios del Banco Mundial (2020).

Por otro lado, en materia de impuestos, según el DBI se requieren, en promedio, 241 días para preparar, presentar y pagar los impuestos por debajo de AL (317) pero encima de la OCDE (158.8) (figura 11). Del mismo modo, en promedio los impuestos sobre la renta, sobre el valor agregado, sobre la nómina y contribuciones al seguro social suman el 55.1 % de las ganancias por encima de AL (47) y de la OCDE (39.9).

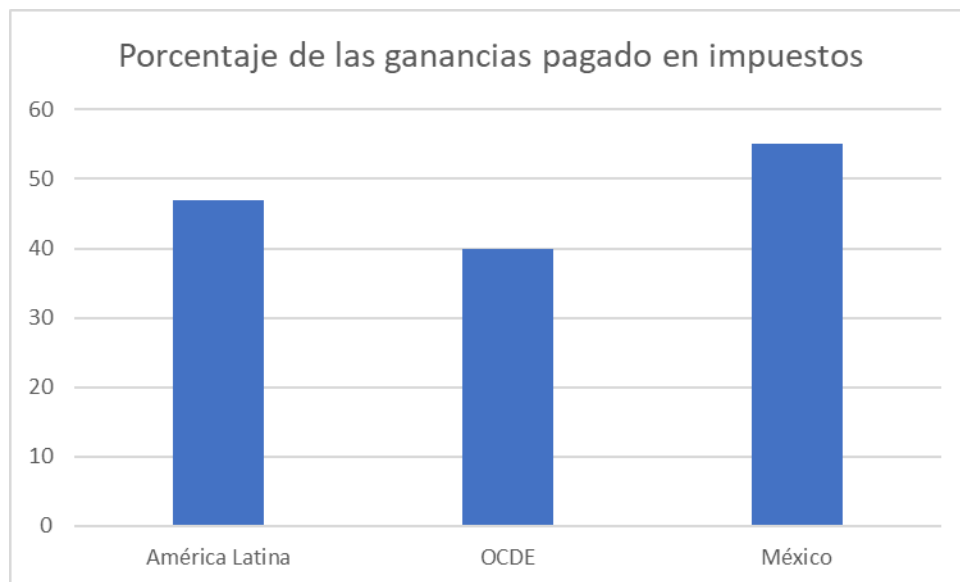


Ilustración 11. Porcentaje del ingreso para emprender un negocio. Elaboración propia con datos del Índice Haciendo Negocios del Banco Mundial (2020).

Por último, el libre comercio en México permite a los micronegocios acceder a bienes y servicios de mejor calidad y menor precio, además de tener la oportunidad de incorporarse a los mercados mundiales. En términos generales, el total de importaciones y exportaciones representan el 77.6 % del PIB, además de existir tarifas de importación y exportación bajas (4.3%). Sin embargo, los costos de importación y exportación que incluyen, la obtención, preparación y presentación durante el manejo de puertos o fronteras, el despacho de aduanas y el procedimiento de inspección, en el caso de las importaciones es de 450 USD por debajo de AL (628.4) pero muy por encima de la OCDE (98.1) y de las exportaciones 60 USD por debajo de AL (100.3) y encima de la OCDE (33.4).

También, el sistema financiero, a pesar de estar relativamente bien capitalizado y ha existido un aumento en el financiamiento internacional; aún existe un gran rezago en el financiamiento a menor escala, ya que solo alrededor de 33% de la población posee una cuenta corriente en alguna institución financiera (T. Miller, A. Kim, 2021)

Los datos presentados anteriormente corresponden aquellas reglas y procedimientos formales, lo cual, como se mencionó, es relativamente homogéneo a lo largo del territorio nacional. Sin embargo, los delitos cometidos a unidades de negocio, que reducen certidumbre en los emprendimientos y las inversiones, sí tienen una

expresión diferenciada en diversos territorios. Puebla, por su parte, se encuentra por encima de la media nacional en delitos cometidos a unidades de negocios y en percepción de inseguridad, lo que conlleva que, en la práctica, los derechos de propiedad y certidumbre se encuentren diferenciados.

2.2.2 El marco de los programas y políticas de fomento a las MIPYMES en México

Los programas orientados a mejorar e incentivar las microempresas tienen dos objetivos. En primer lugar, mejorar el entorno regulatorio para su establecimiento y desarrollo y, en segundo lugar, corregir algunas fallas de mercado a las que se enfrentan. En específico, la asimetría de información para su financiación. Otras contribuciones, como la capacitación y asesoría tienen una menor proporción en los programas.

El marco de este tipo de políticas se fundamenta en la Constitución Política de los Estados Mexicanos en los artículos 25 y 26 en los cuales dota al estado de un Sistema de Planeación Democrática que a la vez remite a la Ley de Planeación Nacional donde faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para la creación del Plan Nacional de Desarrollo el cual marca los objetivos y lineamientos para la construcción de estas políticas (Cámara de Diputados, 2022).

En general, todos los planes nacionales de desarrollo desde el año 2000 contienen una eje o meta nacional que se relaciona con el aumento a la productividad nacional y crecimiento económico, que, además, marca específicamente el apoyo en diversos ámbitos a las pequeñas y medianas empresas. Del mismo modo, a partir del año 2002 se crea la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, donde establece los criterios de clasificación para cada una, así como los principales objetivos que las políticas orientadas a estas deben poseer (Cámara de Diputados, 2002). Del mismo modo, con el Plan de Desarrollo Innovador se crea, en 2013, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) con el fin de coordinar todas aquellos programas y políticas que se orienten al ámbito de desarrollo empresarial y apoyo a las MIPYMES .

En general las políticas y programas orientados al apoyo de microempresas se dividen entre financieros y no financieros, que debido a las diversas fallas de mercado que fueron mencionadas con anterioridad, los apoyos financieros son los que tienen una mayor proporción. En el caso de los no financieros, se dividen en dos categorías, aquellos que están orientados a una actividad específica y aquellos que se relacionan con el entorno regulatorio. La tabla 4 resume la clasificación de estos apoyos.

Tipo de apoyo para MIPYMES en México (A nivel federal, estatal y local)

Tabla 2. Clasificación de políticas PYME Fuente: Reglamento para la Ley de Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Apoyos financieros	Apoyos no financieros	
	Directos	De entorno
Estímulos fiscales	Información	Cabildeo para mejorar el entorno
Financiamientos	Asesoría	Simplificación administrativa
Microcréditos	Capacitación genérica o especializada	
Garantías	Consultoría y asistencia técnica	
Servicios financieros	Premios y reconocimientos	

A nivel federal existen diversos instrumentos de apoyo para las micro, pequeñas y medianas empresas. En una revisión realizada en el portal web de cada una de las dependencias, así como del inventario de programas sociales realizado por el CONEVAL (2019) se contabilizaron, en 2019, 29 apoyos empresariales orientados a las micro y pequeñas empresas del Gobierno Federal distribuido por las diferentes instancias y tipos de apoyo (Tabla 5). Además, la tabla 6 los clasifica según los criterios anteriormente mencionados.

Tabla 3. Clasificación y distribución de políticas PYME por institución. Fuente: CONEVAL y sitio web de las dependencias.

Institución	Número de programas
Secretaría de Economía (SE)	5
Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)	3

Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS)	3
Secretaría de Educación Pública (SEP)	3
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	1
Secretaría de Bienestar	3
Nacional Financiera (NAFIN)	5
Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)	4
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT)	2
Total	29

Tabla 4. Clasificación y distribución de políticas PYME. Fuente: CONEVAL y sitio web de las dependencias Fuente: Fuente: CONEVAL y sitio web de las dependencias.

Tipo de apoyo	Número de programas
Financiamiento	15
Consultoría y asistencialismo	4
Información	1
Capacitación genérica y especializada	6
Premios y reconocimientos	2
Estímulos fiscales	1

Para que exista una correcta aplicación de los programas de apoyo empresarial es necesario contar con una metodología integrada y especializada para el seguimiento y evaluación del impacto que tienen las acciones del gobierno federal. Para ello, hasta el 2019, se contaba con el Instituto Nacional del Emprendedor, el cual contaba con un Observatorio PYME para realizar tareas de recopilación y análisis de datos provenientes de los diferentes programas de apoyo empresarial trabajando juntamente con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Actualmente la Secretaría de Economía ha absorbido las funciones del desaparecido INADEM y se puede esperar que realice este tipo de tareas. Por otro lado, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política para el Desarrollo Social elabora anualmente

el Inventario de Programas y Acciones de Desarrollo Social en donde es posible localizar los programas o acciones que tengan como objetivo mejorar el desempeño de las micro y pequeñas empresas.

El caso del Estado de Puebla

En el caso del estado de Puebla, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla en el artículo 107 se hace referencia al objetivo de establecer las condiciones favorables para el desarrollo económico. Del mismo modo, la Ley de Desarrollo Económico Sustentable del Estado de Puebla en la cual el artículo 5 hace referencia específica a que el Estado desarrollara políticas orientadas a elevar la productividad de las MIPYMES, mientras que en los artículos 22, 23, 24, 25, 26 se indica la orientación de estas políticas al fomento, creación, expansión, mejora y simplificación administrativa orientada a las MIPYMES (Honorable Congreso del Estado de Puebla, 2019, 2022).

En este sentido, al hacer una revisión en el Inventario de Programas Estatales proporcionado con el CONEVAL (2016) y mediante la consulta en el sitio web del Gobierno del Estado de Puebla, se identifican dos programas de apoyo a MIPYME y al emprendimiento. El Programa de Apoyo Productivo a la Mujer Poblana y el Programa de Comunidad Diferente ambos otorgados por el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

En el caso del Municipio de Puebla en la Ley Orgánica Municipal se indica el sistema de planeación como un mecanismo para hacer más eficaz la responsabilidad del ayuntamiento (Gobernación, 2019). De este modo en el Plan de Desarrollo Municipal en el eje “Ciudad con desarrollo económico, prosperidad e innovación” indica que un objetivo de las políticas planteadas debe desarrollar programas de formación y asesoría para MIPYMES, establecer mecanismos de coordinación entre el sector público y privado para el desarrollo de nuevos negocios, fomentar la vinculación de empresas tractoras con MIPYMES y fortalecer la estrategia de circuitos de economía social entre otras.

La teoría del desarrollo endógeno abre la posibilidad para la intervención de las políticas públicas, por un lado, habla de dotación de infraestructura y equipamiento y por

otro, habla de las intervenciones con gobiernos de diversos niveles con la participación de la sociedad civil. Este tipo de intervenciones son escasas debido a que en su mayoría se centran en el financiamiento, mientras que capacitación e información tienen una baja proporción.

Todos los programas mencionados anteriormente, inciden en mayor o menor medida en el funcionamiento y en dado caso, el mejoramiento de los micronegocios. En general, la mayor parte de los programas se relacionan con las capacidades de establecimiento, financiamiento e información. Esto se debe principalmente a que están orientados a mejorar las oportunidades de los micronegocios a acceder a diversos tipos de recursos, tanto financieros como de información, además de mejorar el entorno donde estas se desenvuelven.

2.3 Diagnóstico de los procesos de segundo nivel

Como se mencionó anteriormente, los procesos de segundo nivel son aquellas transformaciones en las actividades económicas que, mediante flujos, inducen cambios en los procesos de primer nivel (R. García, 2006). En este caso, son considerados los aspectos que intervienen en la realización de la actividad comercial y la transforman por parte de los habitantes de la zona de estudio y las relaciones que se dan entre ellos.

Para ello, se analizan los cambios en los patrones de consumo, la introducción y surgimiento de nuevas unidades y zonas comerciales en la ciudad, así como las variaciones en las condiciones de inseguridad. Todos estos aspectos analizados tienen un impacto en el comportamiento y adaptación de los elementos estudiados; las unidades de negocio surgen y se desarrollan de acuerdo con las habilidades, conocimiento y recursos con los que cuentan, en el caso de la oferta, pero también con los patrones de consumo de población y las diversas necesidades que cambian a lo largo del tiempo.

Del mismo modo, a nivel espacial, el surgimiento de unidades comerciales en diversos puntos de la ciudad; que ofrecen diferentes ventajas para los consumidores, tiende a cambiar la forma que consumen, y, en este caso, se desplazan. Además, en el caso de las redes de cooperación e intercambio, la confianza es un elemento necesario

para su surgimiento y mantenimiento, por lo que, las variaciones que las condiciones de inseguridad repercuten en las relaciones existentes y limitan su surgimiento. En la figura 12 se indica el nivel de análisis en el cuál estos procesos se insertan, además, se indica en que subsistemas incide mayormente cada fenómeno mencionado.

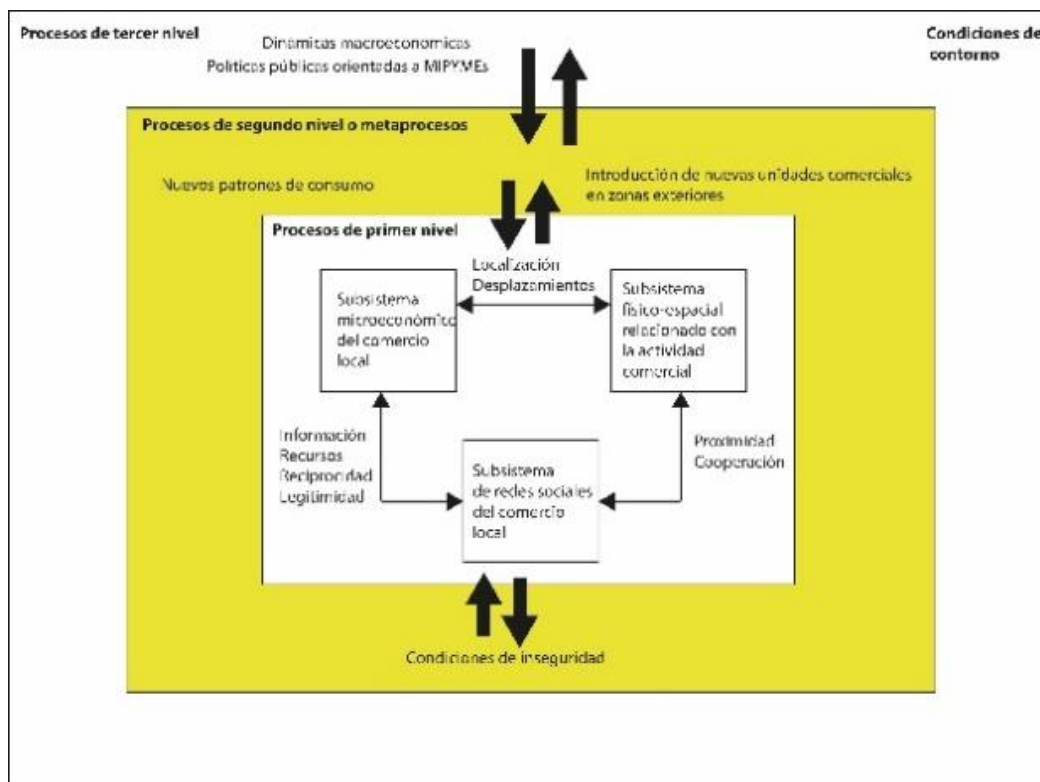


Ilustración 12. Procesos de segundo nivel y su posición en el sistema. Elaboración propia.

2.3.1 Cambios en los patrones de consumo de los habitantes y entrada de comercio electrónico

Cuando se habla de cambios en los patrones de consumo, es posible afirmar que son aquellos cambios en las preferencias de los consumidores, que, por factores subjetivos, determinan la forma como se organiza la actividad comercial. En este sentido, es posible mencionar que existen dos tipos: aquellos cambios que se desarrollan a largo plazo y que generalmente se relacionan con la introducción de nuevas tecnologías, y los cambios a corto plazo que se vinculan con las condiciones de un nivel más alto de procesos. De este modo, las fluctuaciones a corto plazo son generadas por cambios en los ingresos, por la percepción de mayor inseguridad o por las previsiones sobre el futuro que los propios individuos hacen.

En el caso de los cambios a largo plazo, se considera el surgimiento del comercio electrónico de bienes y servicios como un cambio de patrones al largo plazo. Según un análisis realizado por la Asociación Mexicana de Ventas Online en cooperación con la GS1, actualmente, al nivel nacional, 60% de las pymes utilizan el comercio electrónico como canal de venta. Un aspecto considerable es que este fenómeno es de reciente expansión, ya que más del 50% se incorporó en los últimos 2 años (AMVO, 2023). En este sentido, el comercio electrónico representa una serie de ventajas para las pymes, que, es su mayoría, utilizan los diversos canales que existen para esta actividad. En primer lugar, permite tener ofrecer una mayor información acerca de los bienes y servicios que comercia, mientras que, en segundo lugar, permite ofrecer estos sin necesidad de intermediarios, por lo que los ingresos provenientes de estas actividades son mayores.

Sin embargo, aún existen muchas deficiencias de información y capacitación, además que el costo de logística para muchas empresas es difícil de solventar. Por ello, el comercio electrónico aún no ha penetrado en la mayor parte de los sectores del comercio, a pesar de ganar una gran presencia en los últimos años. Por otro lado, la entrada del comercio electrónico (por ejemplo, Amazon) han empujado hacia abajo los precios de las tiendas físicas sobre todo el ropa y calzado y muebles. En general, según el Colegio de México (Colegio de México. [El Colegio de México A.C.], 2022), ha reducido los precios en un 28%.

En el caso de las fluctuaciones a corto plazo, la percepción de las condiciones de seguridad resulta ser de mayor importancia para los habitantes, ya que, según menciona Nielsen México, en 2019, un 16.5 % de un total de 19 de millones de hogares encuestados mencionaron que han reducido su visita a lugares de esparcimiento, sustituyendo estas por actividades que realizan en casa.

Las condiciones mencionadas impactan en el sitio de estudio, ya que, por un lado, existe una deficiencia de capacidades tecnológicas en la mayor parte de los micronegocios, lo que limita su potencial de desarrollo. Por otro lado, la percepción de inseguridad por parte de los consumidores disminuye su visita a los espacios públicos de la

zona, lo cual, repercute en consumo, en la construcción de lazos y en la mejora de estos espacios, como consecuencia, hace que se pierdan oportunidades de creación de negocios, es decir, aquellas que tienen que se relacionan con la venta de alimentos preparados, los servicios personales y algunos tipos de comercio no alimentario.

La teoría del desarrollo endógeno menciona que existen cuatro fuerzas principales que determinan el desarrollo de un territorio específico. En este caso la organización flexible de producción y la difusión de innovaciones cobran importancia, debido a que las empresas suelen adaptarse en mayor o menor medida a los diversos cambios en el entorno. Esto es visible en el surgimiento del comercio electrónico ya que surge, es utilizado y adaptado para el aprovechamiento de nuevos canales de comunicación, sin embargo, también es utilizado como medio de cooperación entre diversos negocios, en donde, ventas al mayoreo, ventas al menudeo y logística, construyen alianzas estratégicas que pueden ser interpretadas como redes de reciprocidad.

Los cambios en los patrones de consumo tienen un impacto considerable en la formación de capacidades, ya que estos determinan que tipo de habilidades, información y recursos son necesarios para el desarrollo de las actividades de emprendimiento. Específicamente, la capacidad de innovación tiene un rol fundamental, ya que el descubrimiento y mejoramiento de esta, determina, en gran medida, de qué manera se adaptan los micronegocios a los cambios que se dan en los hábitos y tendencias de consumo en la población.

2.3.2 Surgimiento de zonas comerciales en la Ciudad de Puebla

El surgimiento de nuevas unidades comerciales dentro de la ciudad de Puebla, a la cual pertenece la zona de estudio, tienen un impacto en las actividades comerciales que se dan a nivel local. Esto se debe principalmente a las ventajas de atracción que estas ofrecen, así como aquellos beneficios que se obtienen con la agrupación (Ripol et al., 2022).

Este tipo de zonas no es exclusivo de los centros comerciales cerrados o malls, sino que suelen surgir ciertas agrupaciones de comercios relacionados con la misma actividad que pueden aprovechar las ventajas de la agrupación. En el caso de la zona de estudio,

según un análisis realizado por García (2018) existen 7 zonas a las cuales la gente suele desplazarse para realizar sus compras (ver figura 13).

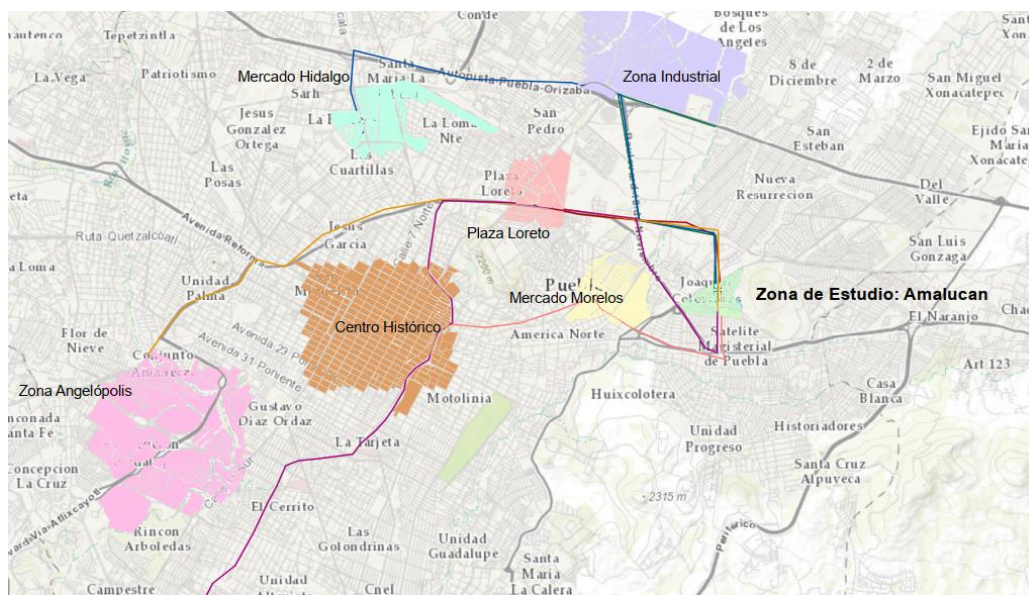


Ilustración 13. Principales zonas atractoras de consumidores en la ciudad de Puebla. Elaboración propia.

Estas zonas han surgido, en su mayoría, en los últimos 30 años y suelen cumplir con la característica de poseer ciertos comercios generadores de aglomeración de oferta, es decir, aquellos comercios que habitualmente implican actos de compra con búsqueda de intensidad media, tales como: textil, confección de calzado, pequeños electrodomésticos y artículos de equipamiento del hogar (Ripol et al., 2022).

El surgimiento de estas zonas suele tener ciertas ventajas para el comercio y para el consumidor, como la mayor difusión de información, la concentración de oferta y las condiciones del espacio físico. Sin embargo, en otras zonas de la ciudad, tiende a desestabilizar la estructura del comercio local, ya que no cuentan con las mismas economías de escala interna y externa y suelen atraer a los compradores, incentivando los desplazamientos. Estos procesos no son necesariamente negativos, ya que permiten conocer cuáles son las mejores prácticas y de esta manera contribuir al mejoramiento de aquellas zonas que no cuentan con estas características, lo que sí resulta de importancia es que el surgimiento de estas zonas cambia la forma cómo los habitantes consumen.

Al analizar este proceso a partir de la teoría del desarrollo endógeno, es posible destacar que una de las principales fuerzas que se encuentran en aquellos territorios ganadores es la organización flexible de la producción. Esto quiere decir que, a medida que las empresas se concentran en un espacio específico, a pesar de estar sujetas a la competencia, también tienen acceso a diversos recursos como información y soporte cognitivo, además pueden aprovechar las economías de escala externas que se generan.

En el caso del sitio de estudio, a pesar de tener una alta presencia de negocios y atraer a clientes de otras zonas cercanas, aún existe una insuficiencia en la construcción y mantenimiento de relaciones, lo que no permite que otras ventajas de la aglomeración como la cooperación para desarrollar proyectos, la difusión de información y conocimiento y el soporte cognitivo sean aprovechadas. Lo cual, al limitar su desarrollo, provoca la pérdida de consumidores hacia otras zonas de la ciudad, repercutiendo así en sus ingresos y por lo consiguiente, en sus condiciones.

2.3.3 Condiciones de inseguridad de la ciudad

Como se mencionó anteriormente, para que sea posible la existencia de redes sociales que permitan la formación y mantenimiento de las capacidades emprendimiento e interactivas; es necesario que existan ciertos niveles de confianza dentro del entorno en el que se desenvuelven las actividades económicas. Por ello, las variaciones en las condiciones de seguridad permiten o limitan la configuración de estas.

En este sentido, según INEGI (2018a), el 38 % de las unidades económicas del Estado de Puebla habían sido víctimas de un delito, de los cuales, cerca del 80%, había sido con la portación de arma de fuego. Por otro lado, el 39 % de los hogares fueron víctimas de delito. En términos generales, en 2018 se cometieron 37,646 delitos por cada 100 mil habitantes en el Estado. Si se compara con los datos a nivel nacional, se puede afirmar que se encuentra por encima del promedio, ya que, en México, la tasa de incidencia delictiva es de 5,397 por cada 100 mil habitantes, mientras que el 33% de las

unidades económicas han sido víctimas de un delito, de los cuales el 47 % de estos han sido con la portación de armas.

En el caso de la percepción de seguridad, en el Estado de Puebla, en 2018, el 63.4 % de la población tiene una percepción negativa de la seguridad, 6776 unidades económicas de cada 100 mil considera insegura su colonia, 8820 su municipio y 9150 su Estado. A nivel nacional, 5,055 de cada 100 mil unidades económicas consideran insegura su colonia, 7,059 su municipio y 7,893 su Estado. Esto muestra que, la percepción de inseguridad supera el promedio a nivel nacional. En 2021, en Puebla, cerca de 26% de las unidades económicas habían sido víctimas de un delito, cercano a nivel nacional el cual es el 24%. Mientras que se habían cometido 26,139 delitos por cada 100 mil habitantes, por encima del nivel nacional (24,207). Del mismo modo, en 2022, cerca de 78% de la población mayor a 18 años percibe como inseguro su Estado, siendo 75% el nivel nacional (INEGI, 2022b).

En el caso específico de la zona de estudio, las anteriores cifras muestran una limitante en la construcción de redes de emprendimiento, ya que, tanto las condiciones de inseguridad, como su percepción; no permiten que estas se formen y que crezcan, y, al mismo tiempo, limita el potencial de crecimiento de estas y su contribución al entorno donde se desenvuelven.

2.4 Diagnóstico del subsistema microeconómico del comercio local

Para analizar el subsistema microeconómico de comercio local, es necesario establecer y clasificar las unidades comerciales que se encuentran en la zona. Para ello, se seleccionaron tres variables: distribución dentro de la zona, tamaño y tipo; Para esto, se utilizará la base de datos del directorio nacional de Unidades Económicas (DENU) (INEGI, 2022a) y la clasificación de unidades que utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) (INEGI, 2016).

Del mismo modo, con el fin de identificar las condiciones de los micronegocios según el enfoque de capacidades se eligieron cuatro capacidades: capacidad de establecimiento, capacidad de información, capacidad de financiamiento y capacidad de

innovación (ver figura 14). Sin embargo, como preámbulo, es indispensable mencionar algunos aspectos generales de la zona de estudio. En la figura 15 se indica el nivel en el cual este subsistema se encuentra, así como sus interacciones con otros subsistemas y las condiciones de contorno.

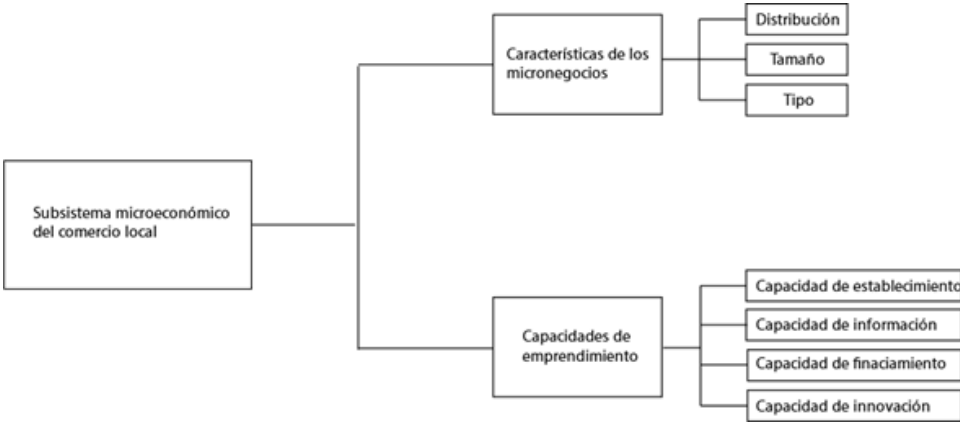


Ilustración 14. Variables establecidas en el subsistema.



Ilustración 15. Subsistema estudiado, localización e interacción. Elaboración propia.

2.4.1 Aspectos generales de la zona de estudio

La unidad habitacional Amalucan se encuentra en el estado de Puebla en la zona nororiente de la Ciudad de Puebla (figura 16), según el INEGI (2020) cuenta con un total

de 2046 viviendas ocupadas y una población total de 11,424 habitantes con un promedio de 3.6 habitantes por vivienda (figura 17). Según el inventario nacional de vivienda, en 2016, la población que tiene mayor presencia en la zona de estudio es la que corresponde al rango de 30 a 59 años, representando cerca del 37 % de la población total, mientras que la población de más de 60 años representa aproximadamente el 22 %.

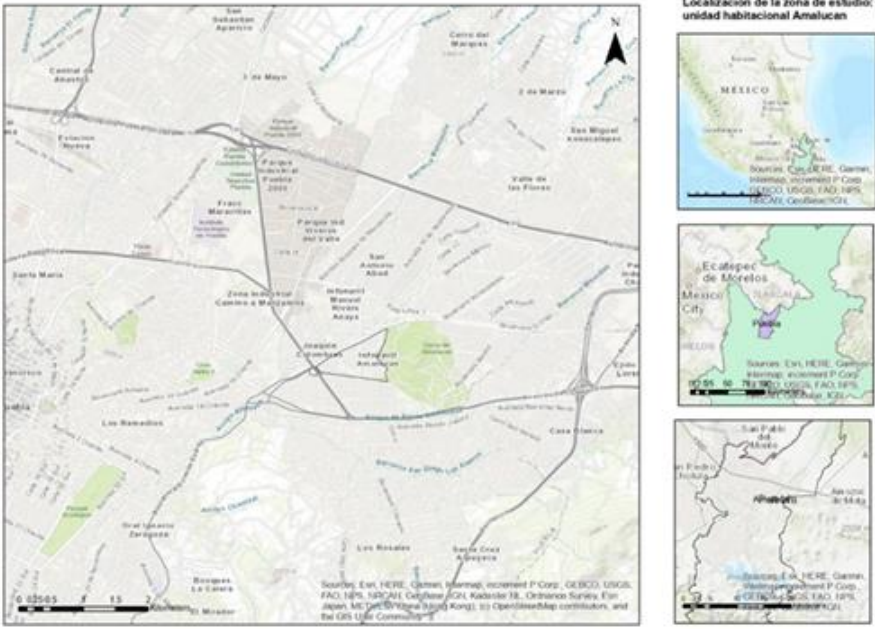


Ilustración 16. Localización de la zona de estudio. Elaboración propia con datos de INEGI (2018) y Esri (2020).

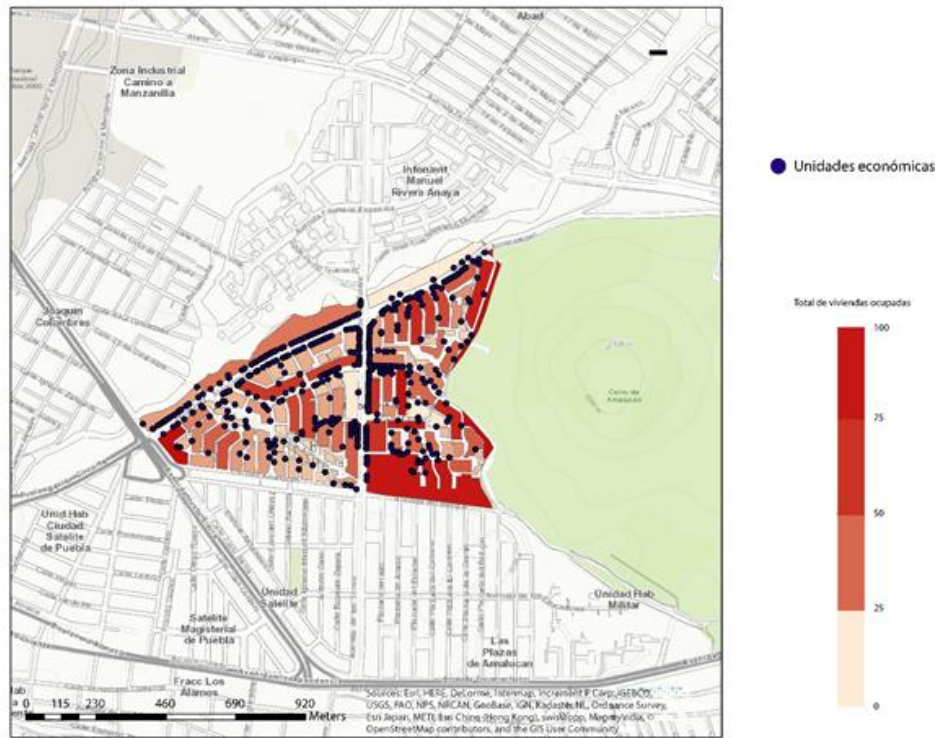


Ilustración 17. Densidad de viviendas ocupadas y distribución de unidades comerciales en la zona de estudio. Elaboración propia con datos de INEGI 2010 y DENUE 2019.

Según datos del INEGI, en 2020, solamente el 2 % de la PEA aproximadamente 200 habitantes se encuentran desocupados, por otro lado, el 2% de la población total nunca asistió a la escuela y el 1% es analfabeta, siendo 10 años el grado promedio de escolaridad de los habitantes de la zona. Estos datos permiten identificar algunas características socioeconómicas, por ejemplo, es posible afirmar que el desempleo es bajo estando por debajo de la media nacional, sin embargo, como se mencionó anteriormente, existe una concentración de las fuentes de empleo en zonas específicas de la ciudad, incentivando los desplazamientos y dando una imagen de las condiciones de las unidades de negocios existentes en la zona.

Por otro lado, si bien, existe un relativo alto nivel de formación, y como se explicará posteriormente, son pocas las habilidades de mayor formación y complejidad las que se distribuyen a lo largo del tejido empresarial de la zona, lo que representa una limitante en el proceso de crecimiento de los micronegocios teniendo un impacto

negativo en el entorno donde se insertan. Una vez, establecidas las condiciones generales de la zona de estudio, es posible analizar las unidades económicas, sus características, distribución y evolución a lo largo del tiempo, con el fin de identificar algunos factores de importancia que inciden en los problemas mencionados anteriormente.

2.4.2 Unidades económicas de la zona de estudio

Al analizar los datos proporcionados por el DENUE 2021 es posible identificar la existencia de 296 unidades económicas, de las cuales una parte importante (65 unidades) pertenecen al ámbito de comercio alimentario como frutas y verduras y productos de origen animal. En segundo lugar, se encuentran las actividades de preparación de alimentos y el comercio no alimentario dedicado al entretenimiento (Ver figura 18).

Hoja 1

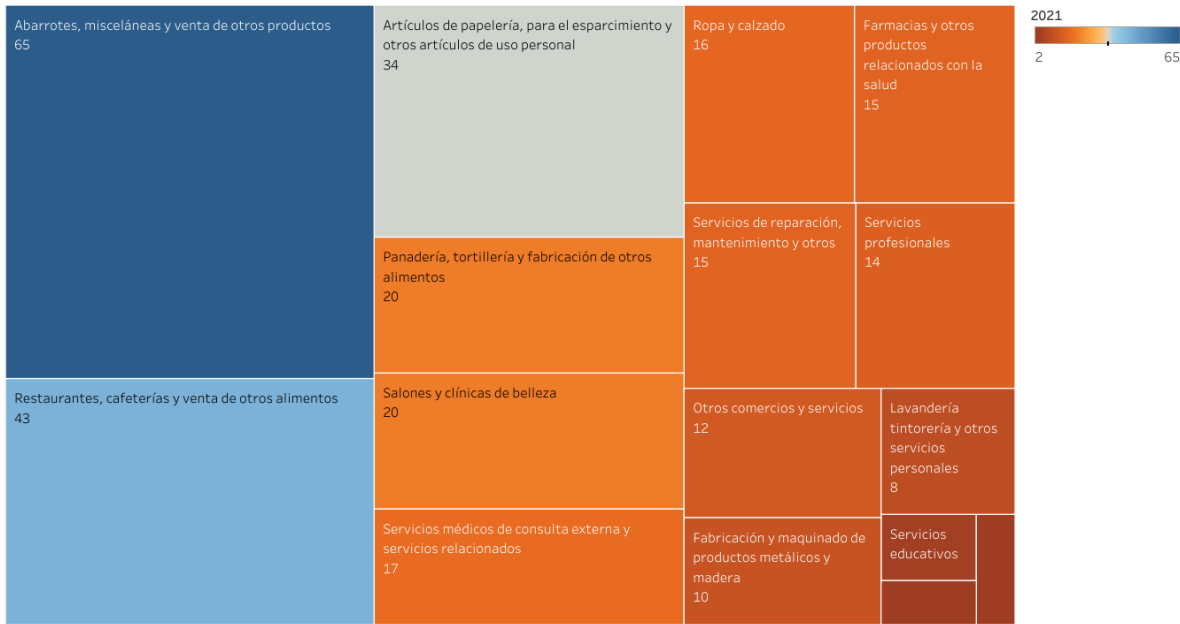


Ilustración 18. Distribución de los negocios de la zona según el tipo de actividad.

Las unidades restantes tales como la industria alimentaria, las actividades de reparación de artículos para el hogar y servicios personales como los salones de belleza y las peluquerías representan alrededor de 20 unidades para cada actividad. Otras actividades como las pertenecientes al sector secundario, como la fabricación de artículos metálicos y la industria de madera representan una pequeña parte (alrededor de 10 unidades por cada actividad). En la tabla 5 se detalla la distribución de los negocios según

su tipo. Además, en la Figura 19 se representa la distribución y tipo de negocios que existen en la zona.

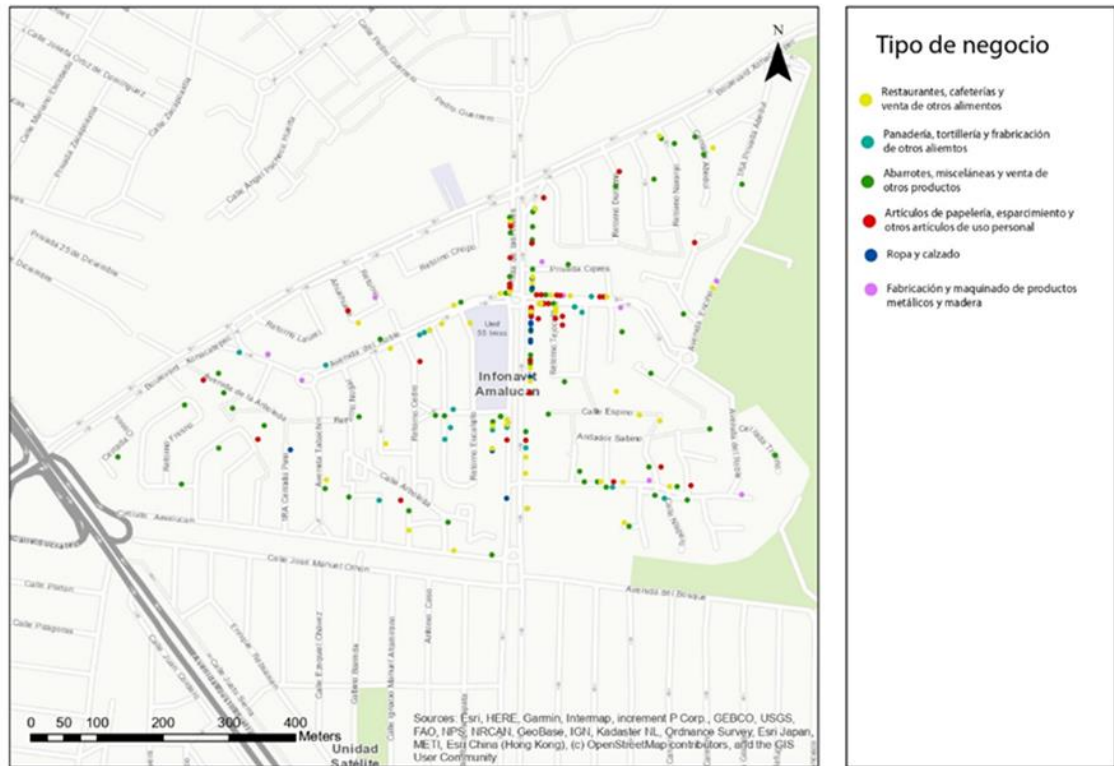


Ilustración 19. Tipos de negocios y su distribución en la zona de estudio.

Tabla 5. Unidades económicas y tipos de actividad. Elaboración propia a partir del DENUE 2020.

Tipo de actividad	Total de unidades	Porcentaje
Restaurantes, cafeterías y venta de otros alimentos	43	15%
Servicios de reparación, mantenimiento y otros	15	5%
Salones y clínicas de belleza	20	7%
Lavandería tintorería y otros servicios personales	8	3%
Panadería, tortillería y fabricación de otros alimentos	20	7%
Abarrotes, misceláneas y venta de otros productos	65	22%
Ropa y calzado	16	5%
Farmacias y otros productos relacionados con la salud	15	5%
Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal	34	11%
Servicios médicos de consulta externa y servicios relacionados	17	6%
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2	1%
Servicios educativos	3	1%

Fabricación y maquinado de productos metálicos y madera	10	3%
Servicios profesionales	14	5%
Servicios de entretenimiento	2	1%
Otros comercios y servicios	12	4%
Total	296	

El comportamiento del tejido empresarial de la zona de estudio puede analizarse desde la teoría microeconómica de la empresa. El comercio alimentario, así como la preparación de alimentos tiene bajas barreras de entrada, es decir, la inversión en capital y trabajo necesaria es menor con relación a otras actividades; sobre todo, aquellas que representan la utilización de maquinaria especial y un tipo específico de habilidades. Por otra parte, las economías de escala que surgen en comercios de distribución hacen que se tenga una percepción de mejores rendimientos provenientes de esta actividad.

Otra forma de analizar este tipo de distribución es a través de las redes sociales en las cuales se encuentran inmersos los emprendedores, ya que, al representar una gran cantidad de unidades, aquellos actores con los que se relacionan pertenecen a estas actividades y de este modo existe una mayor percepción de las oportunidades ofrecidas por esta actividad, así como cierto nivel de legitimidad en el entorno.

Por otro lado, un dato importante a destacar es que de los 296 negocios solamente uno puede catalogarse como mediana empresa debido a que posee de 50 a 100 empleados y pertenece a un supermercado, 3 pueden ser considerados como pequeñas empresas debido a que poseen más de 10 a 30 empleados siendo franquicias, y el resto pertenecen a la categoría de micronegocios ya que cuenta con un máximo de 5 empleados.

Esta información acerca del tamaño de los negocios permite identificar algunas características de condiciones económicas, ya que si bien estos tienen un impacto en el autoempleo y funcionan como medio de subsistencia, en su mayoría no son generadores de empleo; lo que implica que sus ingresos no son suficientes y por lo consiguiente sus oportunidades para el crecimiento y adaptación a las dinámicas económicas nacionales e internacionales son bajas o nulas.

Al realizar una comparación del número y tipo de unidades económicas en los tres periodos estudiados (2010, 2019, 2021) es posible afirmar que ha existido una disminución promedio de 3 unidades por cada tipo de actividad antes mencionada. Sin embargo, el comercio dedicado a la venta de alimentos preparados, los salones y clínicas de belleza, servicios educativos, fabricación de artículos metálicos y de madera, fabricación de alimentos y servicios profesionales, hasta 2019 habían tenido un aumento promedio de 2 unidades (Ver tabla 6).

Tabla 6. Distribución de unidades de negocio a lo largo del tiempo. Elaboración propia a partir de datos de DENU 2010,2019, 2021.

Tipo de actividad	2010	2019	2021
Restaurantes, cafeterías y venta de otros alimentos	35	44	43
Servicios de reparación, mantenimiento y otros	21	15	15
Salones y clínicas de belleza	24	19	20
Lavandería tintorería y otros servicios personales	6	9	8
Panadería, tortillería y fabricación de otros alimentos	15	18	20
Abarrotes, misceláneas y venta de otros productos	91	68	65
Ropa y calzado	21	14	16
Farmacias y otros productos relacionados con la salud	7	14	15
Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal	49	38	34
Servicios médicos de consulta externa y servicios relacionados	17	14	17
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	5	5	2
Servicios educativos	5	8	3
Fabricación y maquinado de productos metálicos y madera	10	10	10
Servicios profesionales	18	19	14
Servicios de entretenimiento	9	3	2
Otros comercios y servicios	24	11	12
Total	357	309	296
Número promedio de unidades de negocios	22.3125	19.3125	18.5

Posteriormente en 2020 y 2021 hubo una disminución promedio de una unidad por cada actividad, debido a la crisis económica causada por los confinamientos masivos. No parece haber un patrón de pérdida mayor dependiendo de la actividad, aunque posiblemente los servicios profesionales y educativos tuvieron una pérdida mayor (3 unidades) por encima del promedio (ver figura 20).

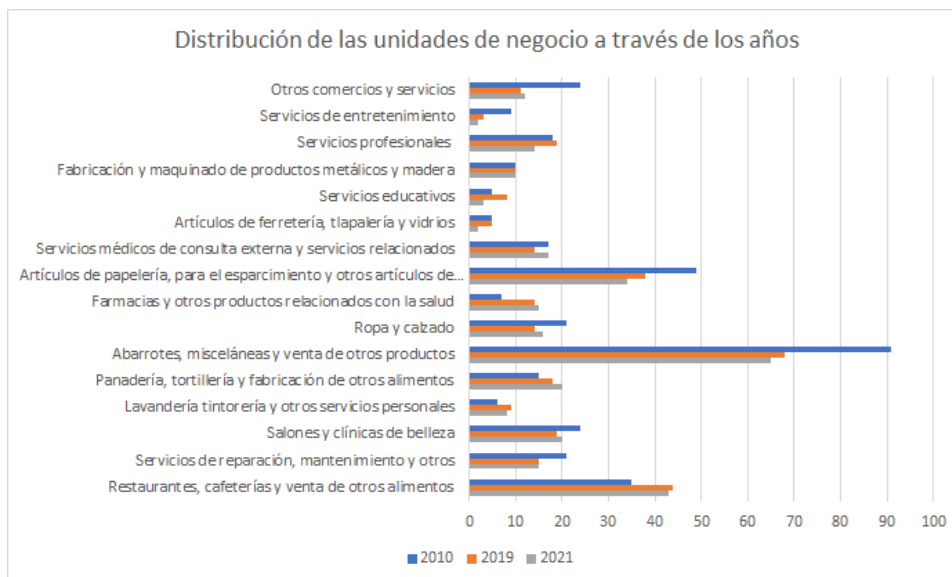


Ilustración 20. Distribución de las unidades de negocios a través de los años.

Al analizar el comportamiento descrito es posible extraer que, si bien de 2010 a 2019 hubo una disminución considerable del número de unidades de negocio, aquellas con un mayor valor agregado y que requieren una mayor formación y especialización habían tenido un aumento, mientras que aquellas con un menor valor agregado habían descendido considerablemente. Por otro lado, para el 2021 a pesar de que todas las actividades tuvieron un descenso, las que poseían mayor productividad son las que disminuyeron por encima del promedio.

El cambio en los patrones de consumo y el surgimiento de nuevas zonas comerciales en la ciudad han tenido un efecto considerable en el cambio de distribución de negocios. En primer lugar, aquellas actividades en la que no existe diferencia en los productos ofrecidos tales como el comercio alimentario y el comercio al por menor de otros artículos fueron los que tuvieron el mayor descenso de 2010 a 2019 en número de unidades, pero en porcentaje de unidades, los servicios de entretenimiento han perdido cerca del 60% de las unidades existentes. Lo anterior tiene que ver con la amplia distribución que internet y las telecomunicaciones ha tenido en los último 10 años (INEGI, 2020).

Una vez establecidas las características generales de las unidades comerciales, es necesario profundizar en las capacidades de emprendimiento desde el enfoque de capacidad propuesto por Nussbaum (2012), el cual refiere a aquellas oportunidades para ser y hacer, esto significa que son aquellas oportunidades que se tienen para desarrollar sus proyectos de generación de valor, es decir, micronegocios.

Capacidades emprendimiento

Para este estudio se establecieron cuatro tipos de capacidades: de establecimiento, de información, de financiamiento y de innovación que, en conjunto, determinan las oportunidades que tienen los habitantes para desarrollar sus proyectos de generación valor. Estas corresponden a las variables estudiadas en este subsistema y ofrecen un análisis de mayor profundidad de la problemática estudiada. En la figura 21 se establecen los elementos que forman las capacidades de emprendimiento.

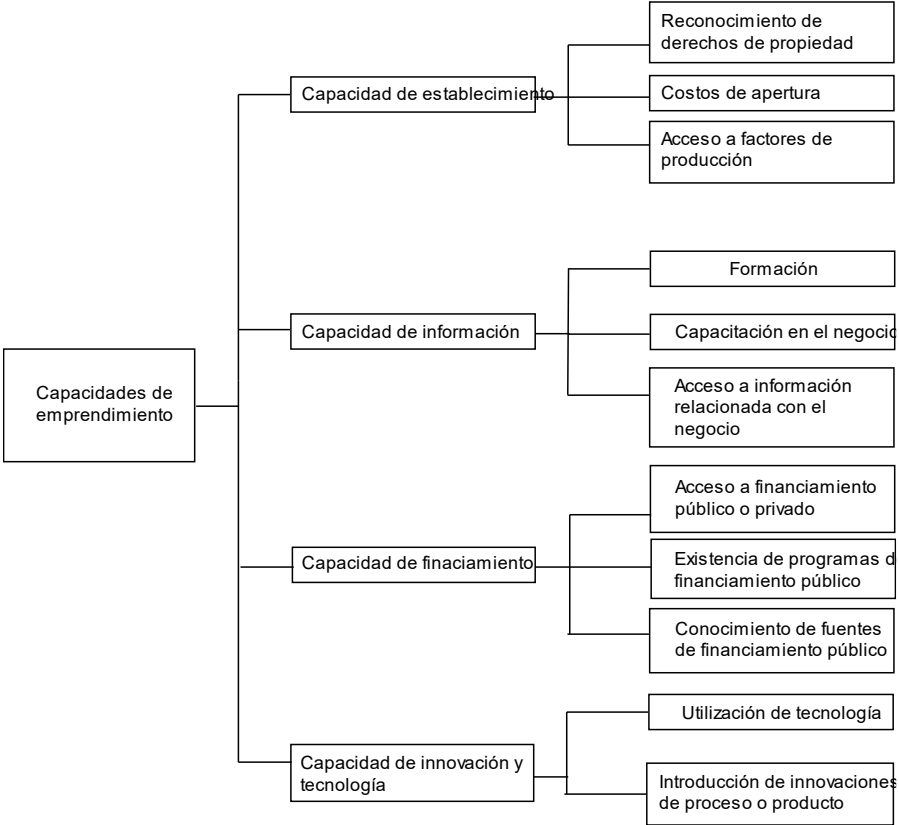


Ilustración 21. Elementos que componen cada tipo de capacidad de emprendimiento.

Capacidad de información

La capacidad de información se refiere a aquella información y conocimiento que los habitantes requieren para desarrollar y mantener sus iniciativas de negocio. En este estudio se seleccionaron tres componentes: formación, entendida como el nivel de estudios formales con el que cuentan los propietarios de negocios, la capacitación en el negocio, es decir, aquel tipo de conocimiento adquirido informalmente y que se relaciona con la actividad que desarrollan y el acceso a información relacionada.

En la zona estudio, según el INEGI, en 2020, el 56 % de la población mayor a 18 años poseía algún tipo de formación post básica, eso significa que, el resto, no cuentan con los conocimientos formales que proporciona este tipo de formación, lo que limita la construcción de sus capacidades. Del mismo modo, según la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE), en el 2018, solo el 14 % de las microempresas habían recibido algún tipo de capacitación dentro del negocio donde trabajan, lo cual coincide con los datos del estudio de campo en el cual solo el 10% de los negocios encuestados habían recibido algún tipo de capacitación.

En el caso del acceso a la información, según INEGI, en 2020, el 66% de las viviendas de la zona de estudio contaban con internet y el 90 % con teléfono celular. Esto puede interpretarse como que una gran cantidad de habitantes de la colonia poseen alguna herramienta para acceder a la información relacionada con la actividad productiva que realizan. Sin embargo, como se trató en el análisis de las políticas públicas relacionadas con los negocios, existe una deficiencia de programas que se encarguen de proporcionar la información, lo que limita esta capacidad.

Capacidad de financiamiento

La capacidad de financiamiento puede entenderse como aquellas oportunidades que los propietarios de estas iniciativas tienen para acceder a fuentes de financiamiento tanto

públicas como privadas. En este caso, se establecen tres elementos que la componen: acceso a financiamiento público o privado, existencia de programas de financiamiento y el conocimiento de estos.

Según la ENAPROCE el 93% de los recursos utilizados para abrir su negocio provenían de recursos propios o de préstamos de amigos y familiares, mientras que solamente el 7.6 % de los micronegocios encuestados ha tenido acceso algún tipo de financiamiento y solamente el 26 % menciona que lo aceptaría. La principal razón del porqué no aceptaría el crédito es por caro, según el 58 % de los encuestados, mientras que el 20% menciona que no lo necesita. El estudio de campo muestra que en general, cerca del 90% no requieren financiamiento en su mayoría porque no lo necesitan y no confían en las instituciones financieras. Además, se ha mencionado que los requisitos (garantías, contabilidad y las tasas de interés altas) hacen que el costo beneficio del financiamiento no permita acceder a este.

Capacidad de innovación y tecnología

La capacidad de innovación y tecnología se refiere a las oportunidades que se tienen para desarrollar y poner en práctica ideas nuevas que contribuyan al mejoramiento de algún ámbito del negocio que se desarrolla, así como la utilización de tecnología, ya sea relacionada con las tecnologías de la información, o con alguna actividad específica. En este caso se establecen dos elementos relacionados, con la tecnología y con la innovación.

Según la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) solo el 37% de los micronegocios utilizaban equipo de cómputo para sus actividades, la principal razón es porque no lo necesitan (50%) seguida de no lo saben usar (30 %). Del mismo modo, solo el 40% de los micronegocios utilizaban internet en su negocio, siendo que no lo necesitan la principal razón por la cual no lo utilizan seguido de no saben usarlo. De aquellos que sí lo utilizan, cerca del 30% mencionó que la actividad principal para la cual lo utilizan es la búsqueda de

información (30%) seguido de ventas en línea, facturación electrónica y contacto con proveedores (INEGI, 2018b).

El estudio de campo muestra que menos del 30% utilizan equipo de cómputo en sus actividades, siendo que no lo necesitan la principal razón, aquellos que lo utilizan es para la búsqueda de información y para mantener contacto con clientes y proveedores. Al preguntar si estarían abiertos a utilizarlo, cerca del 50% respondió que sí debido a que esto puede mejorar su desempeño.

Según la ENAPROCE solo el 12% de los micronegocios utilizan algún tipo de innovación (producto, proceso u organizacional) mientras que el estudio de campo mostró que solo el 5% realizan alguna mejora continua a sus actividades. Por otro lado, es posible que las innovaciones al ser incrementales no sean reconocidas por los negocios por lo que este porcentaje puede ser aún mayor.

2.4.3 Potencial de desarrollo de las unidades de negocio

Al establecer la clasificación de unidades económicas dentro de la zona de estudio, es posible identificar aquellas que tienen un mayor potencial de crecimiento a partir de los rendimientos de los factores de producción y la saturación del mercado. Como se mencionó anteriormente, aquellos negocios con menores barreras de entrada que requieren una inversión de capital físico y humano menor son los que se han distribuido de mayor manera en el territorio de la zona.

Estos negocios tienen la oportunidad de funcionar como fuentes de empleo e ingreso a corto plazo, debido a que poseen una demanda estable a lo largo del tiempo y no requieren una alta inversión inicial. Sin embargo, las mismas ventajas que se tienen para insertarse en este mercado determina un límite para sus ganancias, es decir, las ganancias a corto plazo y la baja inversión atraen a muchos competidores que terminan por frenar su expansión. Lo anterior no implica que estos negocios no tengan potencial de crecimiento, sin embargo, sí son necesarias diversas estrategias de cooperación y difusión de información y conocimiento que permitan aprovechar su cercanía física y su alto número de unidades.

Por otro lado, aquellas unidades de negocio que requieren no solo una mayor inversión de capital, sino que además se requiere una serie de habilidades específicas, tienen una pobre distribución territorial dentro de la zona. Sin embargo, es posible afirmar que aquellos negocios como: la industria alimentaria y en menor medida de madera y metálica poseen un alto potencial de crecimiento, esto se debe principalmente a que, a pesar de que estas unidades no cuentan con las ventajas de las economías de escala proveen, sí cuentan con una mayor capacidad de adaptación e innovación que permiten adaptarse a los cambios del entorno económico, además de poder cooperar de manera que aproveche la proximidad física con el fin de obtener las mismas economías de escala que poseen las grandes empresas.

Una vez establecido el potencial de desarrollo de las actividades económicas de la unidad, así como las formas de aprovecharlo, es posible entender que el crecimiento se logra a partir de la cooperación, la difusión de información y conocimiento y el surgimiento de innovaciones. Para ello, es necesario entender de qué manera estas interacciones ocurren dentro de la zona de estudio, además de considerar cómo es posible integrar a estas para establecer vínculos de cooperación y difusión.

2.5 Diagnóstico del subsistema de redes sociales

Las redes sociales, como se trató en el capítulo anterior, son estructuras sociales, mediante las cuales ocurren diversos tipos de intercambios, estos pueden ser de tipo material, de información o bien de recursos cognitivos con la confianza y la legitimidad. Las redes sociales generan oportunidades para que se creen o fortalezcan los lazos de cooperación que, en el caso de las empresas, son necesarios para su surgimiento y desarrollo a lo largo del tiempo. En este apartado se estudia de qué manera, en la zona de estudio, estas interacciones ocurren y cuál es su utilidad para cada uno de los participantes. En la figura 22 se indica el subsistema tratado (redes sociales de emprendimiento) así como su nivel de análisis en el sistema como totalidad y los flujos que recibe de otros elementos de este.

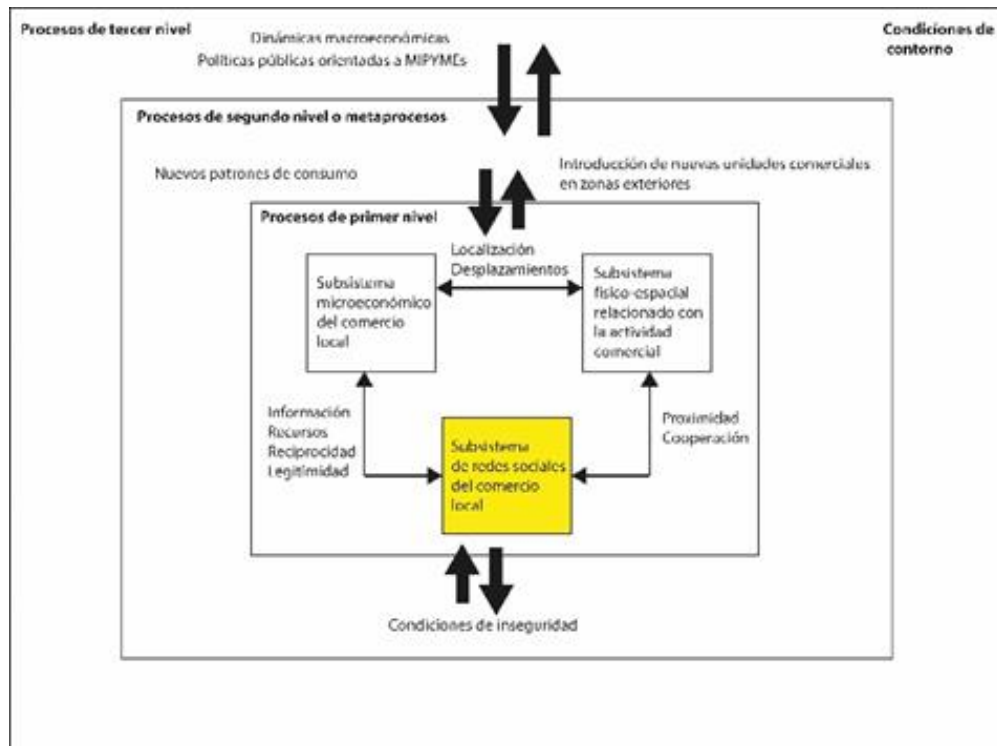


Ilustración 22. Localización del subsistema de redes sociales en la totalidad del sistema. Elaboración propia.

Las redes sociales son una expresión de aquellas capacidades que, del mismo modo que las de emprendimiento, ofrecen oportunidades para que los propietarios de los negocios y aquellos habitantes que tengan iniciativas puedan desarrollar sus proyectos, pero en este caso, de manera conjunta, es decir, las relaciones de cooperación, difusión de información transmisión de conocimientos, desarrollo de innovaciones entre otras, además de la facilidad o dificultad para asimilar y utilizar los recursos provenientes de estas relaciones.

En este estudio se delimitan los tipos de redes sociales de emprendimiento como: redes de reputación, de reciprocidad, de marketing y de innovación, conocimiento y tecnología. Del mismo modo, las capacidades interactivas, es decir, aquellas oportunidades que tienen los emprendedores para interactuar, intercambiar información y construir conocimiento conjunto. En la figura 23 se resumen los tipos de redes sociales, así como las capacidades interactivas analizadas.

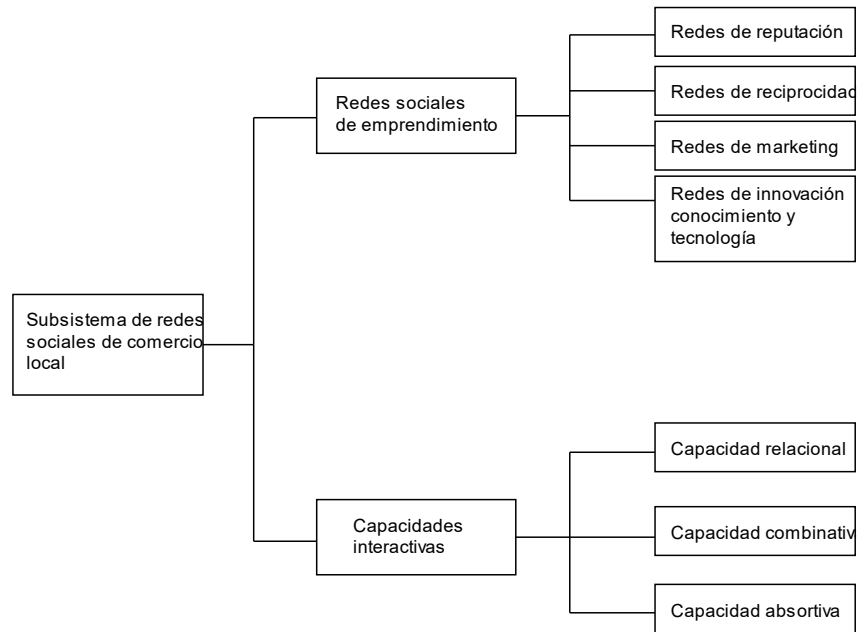


Ilustración 23. Componentes de redes sociales de comercio local. Redes sociales de emprendimiento, capacidades interactivas y sus respectivos elementos. Elaboración propia.

Redes sociales de emprendimiento

Se llaman redes sociales de emprendimiento a aquellas estructuras sociales que se desarrollan a lo largo de la vida de un negocio y que permiten el intercambio de recursos, información y recursos cognitivos, necesarios para superar las barreras que el tamaño de la empresa les impone (Figura 24).

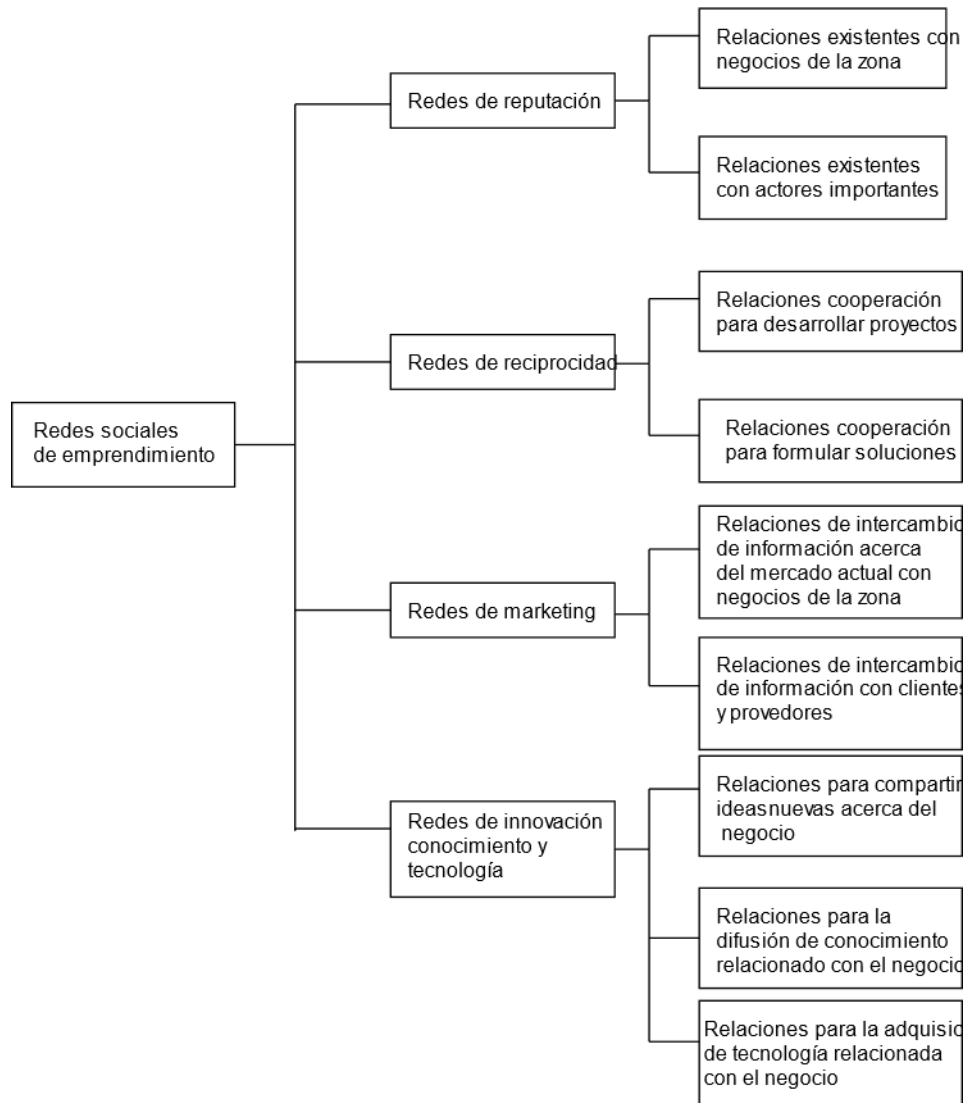


Ilustración 24. Elementos que componen las redes sociales de emprendimiento.

En este caso, se analizarán las redes existentes tomando como modelo las metaredes de Lechner y Dowling (2003), el cual establece la existencia de cuatro tipos: de reputación, reciprocidad, marketing y conocimiento, innovación y tecnología. Además, se analizarán tres variables, tipo de red, intensidad y tiempo de duración. En la figura 24 se muestran las relaciones identificadas en la zona de estudio, así como los principales resultados de las redes sociales encontradas la zona de estudio. En este caso, se puede observar cómo existen nodos que concentran un mayor número de relaciones, los cuales funcionan como intermediarios en la densidad de la red.

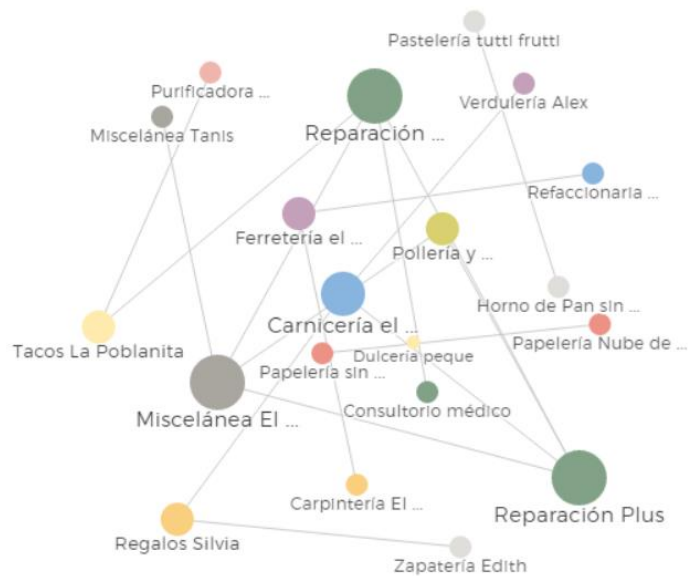


Ilustración 25. Relaciones entre negocios de la zona de estudio. Elaboración propia a partir de entrevistas a los propietarios.

Redes sociales

Las redes sociales son aquellas que existen con anterioridad a la actividad económica realizada, generalmente se refieren a relaciones de amistad y familiares. Estas ofrecen soporte y en muchos casos los recursos necesarios para iniciar con la actividad. En la zona estudiada la mayor parte de las redes existentes son de este tipo. En la figura 26 se representan las principales redes sociales encontradas. Las redes sociales fueron las relaciones con mayor grado de identificación, estas en su mayoría son relaciones de amistad en las cuales son producto del tiempo de establecimiento y la constante interacción (ver figura 26). Además, existe una relación de conocimiento, innovación y tecnología, que, a pesar de pertenecer a un sector diferente, el propietario del negocio de reparación y mantenimiento es su proveedor de tecnologías de la información.

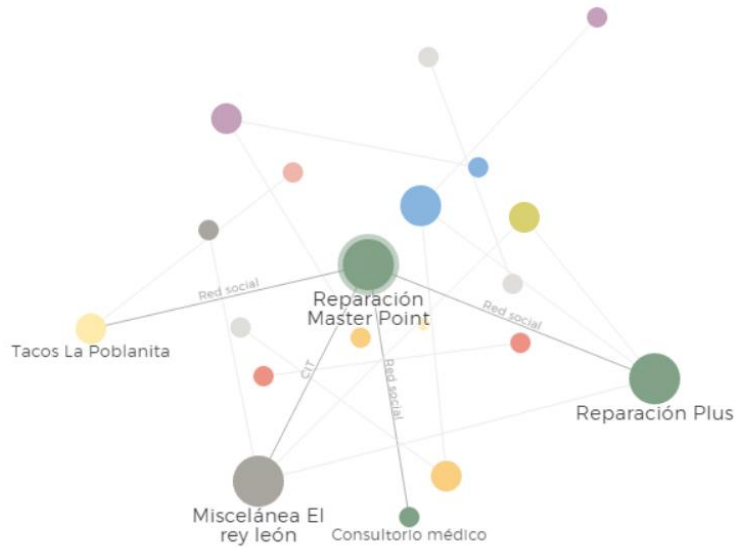


Ilustración 26. Redes sociales localizadas en la zona de estudio. Elaboración propia.

Redes de reputación

Las redes de reputación están presentes en segundo lugar, la característica principal de estas es el tiempo de establecimiento y la constante prestación de servicios en diversos negocios de la zona. En general, aquellos negocios que poseen mayor reputación tienen mayor oportunidad de ser recomendados para prestar sus servicios o bien para la atracción de clientes. Como puede observarse en la figura 1, son los prestadores de servicios de reparación aquellos que por la naturaleza de su actividad están en constante contacto con los habitantes y diversos negocios.

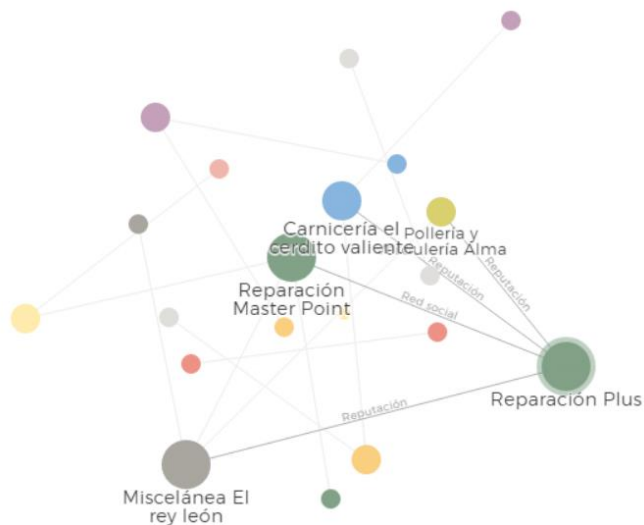


Ilustración 27. Redes sociales de reputación localizadas en la zona. Elaboración propia.

Por otro lado, la amplia distribución de comercio alimentario, además de las razones a nivel de capital y habilidades mencionadas, también se relaciona con la existencia de redes de legitimidad, en las cuales, los contactos de las personas que deciden abrir este tipo de negocios suelen relacionarse entre sí, compartiendo información sobre la actividad y dando una idea de estabilidad del negocio. Del mismo modo, a nivel de la colonia, se acepta y se visita con mayor probabilidad un tipo de negocio con previa existencia, lo que mejora la percepción de este.

Redes de reciprocidad

Las redes de reciprocidad se relacionan con aquellas vinculaciones entre empresas para desarrollar proyectos conjuntos con lo que de manera individual tienen limitaciones debido a tanto a su tamaño, como a su nivel de conocimientos. Del mismo modo, este tipo de redes permiten formular diversas soluciones a problemas comunes, obteniendo una mayor cantidad de perspectivas. Según INEGI (2018) el 45% del financiamiento de los negocios de la zona proviene de préstamos de familiares y amigos, en ese sentido, funcionan como una red de reciprocidad ya que ofrecen recursos, en este caso financieros, para desarrollar proyectos. Esto fortalece en cierta medida, la capacidad de

financiamiento que se tiene individualmente, pero también ofrece un soporte cognitivo que es necesario para cualquier tipo de iniciativa.

Un tipo de red específica encontrada fue la tanda de panaderos, que, además de funcionar como una red de reciprocidad específica, también permite la construcción de lazos a largo plazo, los cuales pueden ser utilizados en un futuro, para acceder a información, conocimiento y legitimidad, además que, al ser actividades similares, ofrecen la oportunidad de cooperar para adquirir capital o desarrollar proyectos.

Redes de marketing

Las redes de marketing son aquellas redes mediante las cuales se comparte información acerca del mercado, nuevos desarrollos de productos, nuevos nichos de mercado y acceso a nuevos clientes. Según una primera aproximación, el 80% de las unidades de negocio compartió información con clientes y proveedores acerca del mercado donde se desenvuelven. Esto se relaciona con las redes de marketing y ofrece ciertas ventajas para sus participantes. Primero, existe un aprendizaje continuo de las diversas tendencias del mercado general y específico de cada actividad, segundo, a medida que estas relaciones se hacen duraderas permiten el surgimiento de otro tipo de redes.

En el caso de las redes de marketing localizadas, estas son características de los negocios de comercio alimentario y se relaciona principalmente con que las materias primas y el capital que utilizan son similares y esto abre la posibilidad de compartir información acerca de proveedores y cambios en el mercado. En la figura 1 se muestran las redes mencionadas, se puede observar cómo existe un nodo que posee mayores relaciones teniendo cierta relevancia dentro del entorno.

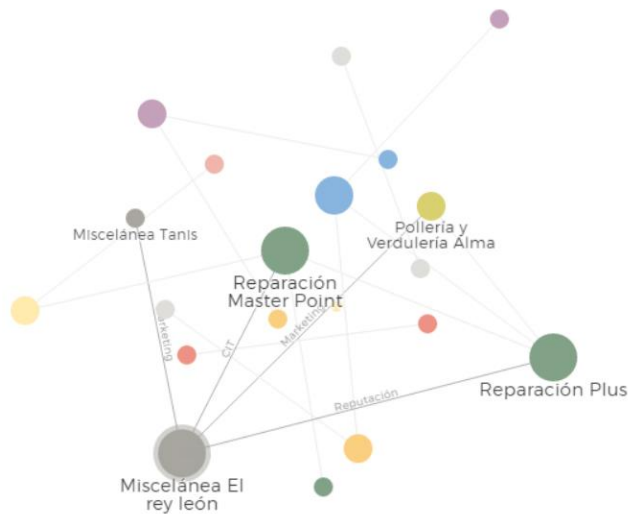


Ilustración 28. Relaciones de difusión de información acerca del mercado en el comercio alimentario.

Redes de innovación, conocimiento y tecnología

Las redes de innovación, conocimiento y tecnología permiten a las empresas o iniciativas de emprendimiento, acceder o crear un nuevo conocimiento o a innovaciones tecnológicas, que mejoren el desarrollo de su actividad económica o que las incentiven a utilizar nuevas ideas para ello. En el caso de estudio, se localizó un negocio de reparación que construyó una red CIT mediante la adaptación de tecnologías de la información para un negocio dedicado al comercio alimentario.

Propiedades según análisis de redes sociales

La tabla muestra en análisis de redes identificadas en los negocios de la zona, se puede resaltar como existen nodos con una relevancia e intermediación muy superior a los demás. Esto puede deberse principalmente a el tiempo de establecimiento y el número de relaciones de diversos tipos que ha construido. También, los servicios de reparación tienen una relevancia importante ya que este tipo de actividad requiere confianza de los clientes y solo aquellos con ciertas características de calidad y trato se mantienen en el mercado.

Tabla 7. Propiedades de las redes identificadas.

Nombre	Tipo de negocio	Grupos	Conexiones	Relevancia	Intermediación	Cercanía	Nuclearidad
Carnicería el cerdito valiente	Carnes rojas	6	3	0.46	35	0.11	1
Carpintería El carpintero	Fabricación de productos	4	1	0.00	0	0.06	1
Consultorio médico	Medicina general	2	1	0.30	0	0.11	1
Dulcería peque	Dulcería	6	1	0.07	0	0.10	1
Ferretería el retorno	Ferretería	4	2	0.00	1	0.06	1
Horno de Pan sin nombre	Panadería	5	1	0.00	0	0.05	1
Miscelánea El rey león	Tienda	3	4	0.97	13	0.11	2
Miscelánea Tanis	Tienda	3	1	0.33	0	0.11	1
Papelería Nube de Magallane	Papelería	1	1	0.00	0	0.05	1
Papelería sin nombre	Papelería	1	1	0.00	0	0.05	1
Pastelería tutti frutti	Panadería	5	1	0.00	0	0.05	1
Pollería y Verdulería Alma	Carne de Aves	3	2	0.66	0	0.11	2
Purificadora inmaculada	Purificadora	2	1	0.11	0	0.10	1
Refaccionaria Romano	Autopartes	4	1	0.00	0	0.06	1
Regalos Silvia	Regalos	6	3	0.20	21	0.11	1
Reparación Master Point	Reparación y mantenimiento	2	4	0.88	29	0.11	2
Reparación Plus	Reparación y mantenimiento	3	4	1.00	37	0.12	2
Tacos La Poblanita	Restaurante	2	2	0.33	11	0.11	1
Verdulería Alex	Frutas y verduras	6	1	0.15	0	0.11	1
Zapatería Edith	Zapatería	6	1	0.067	0	0.10	1

2.6 Diagnóstico del subsistema físico-espacial

Una de las fuerzas que determinan el desarrollo identificadas por la teoría del desarrollo endógeno es el desarrollo urbano del territorio, esto puede interpretarse como aquellos territorios que cuentan con mayor infraestructura y bienes públicos con mayor probabilidad para atraer inversiones y aquellas empresas que tienen mayores dinámicas de crecimiento.

Sin embargo, otro factor que la teoría no desarrolla se relaciona con el uso del espacio público como conexión entre consumidores y vendedores, los cuales suelen aprovechar las externalidades tales como la seguridad que ofrece el mayor tránsito de personas, la calidad del espacio en términos físicos y una mayor socialización.

Dentro del subsistema socioespacial es necesario analizar la distribución y concentración de unidades de negocio dentro de ciertos espacios, así como su impacto en las condiciones físicas de estos. Para ello, se realizó un levantamiento que permitió conocer estas características a partir de tres criterios: mayor tránsito de personas, mayor percepción de seguridad por parte de los habitantes y mayor calidad del espacio según los habitantes. En la figura 29 se esquematizan los elementos analizados en este subsistema.

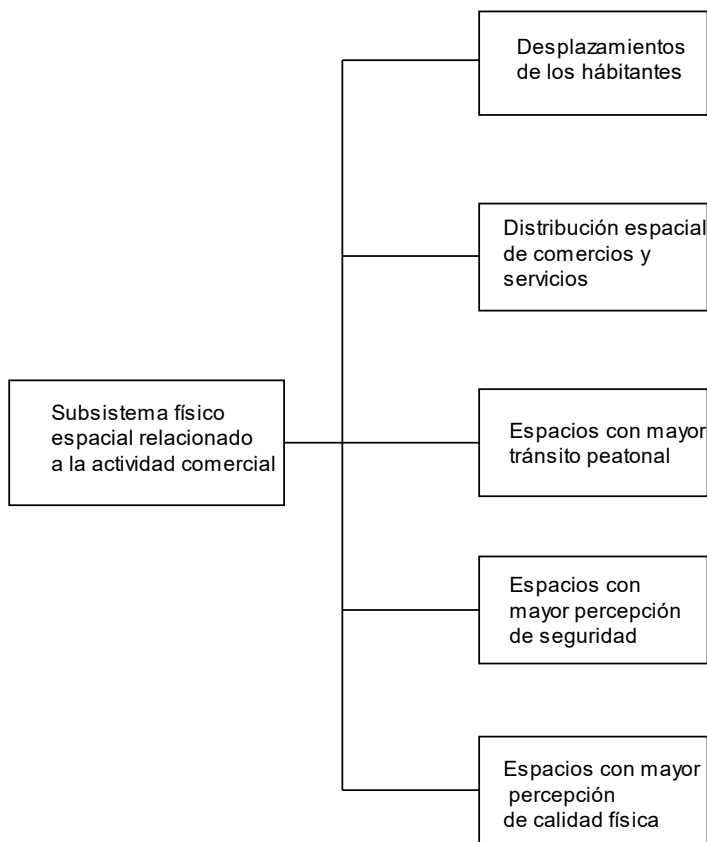


Ilustración 29. Elementos que componen al subsistema físico espacial relacionado con la actividad comercial.

Del mismo modo, es necesario analizar, a una escala mayor, aquellos puntos de la ciudad donde los habitantes de la zona de estudio se desplazan. Lo que proporcionará un mayor entendimiento de las razones y los factores que determinan la atracción. En la

figura 30 se representa la posición que tiene el subsistema en la estructura del sistema en su totalidad, así como sus influencias en otros niveles.

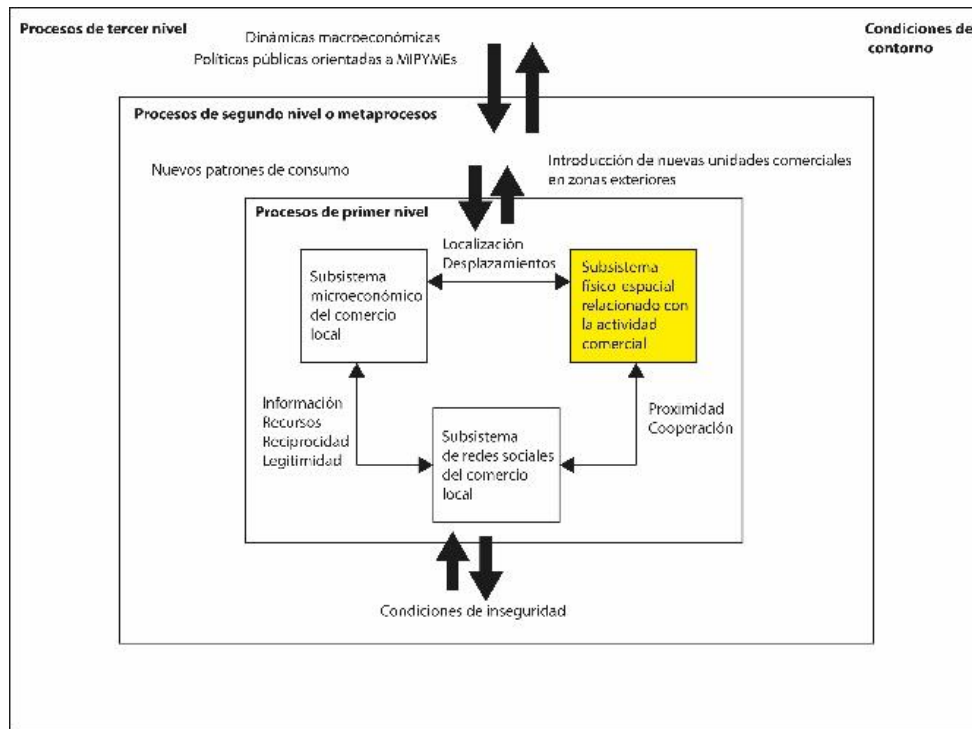


Ilustración 30. Análisis del subsistema físico-espacial.

Al analizar la distribución espacial de las unidades de negocio se pueden encontrar dos patrones. En el primero, la mayor parte se concentra en las avenidas principales (avenida de las Torres y bulevar Xonacatepec) por el gran flujo vehicular al ser conectoras a diversas áreas de vivienda, lo cual incentiva y aumenta a los consumidores potenciales, mientras que en menor medida ocurre en la avenida del Roble (figura 30).

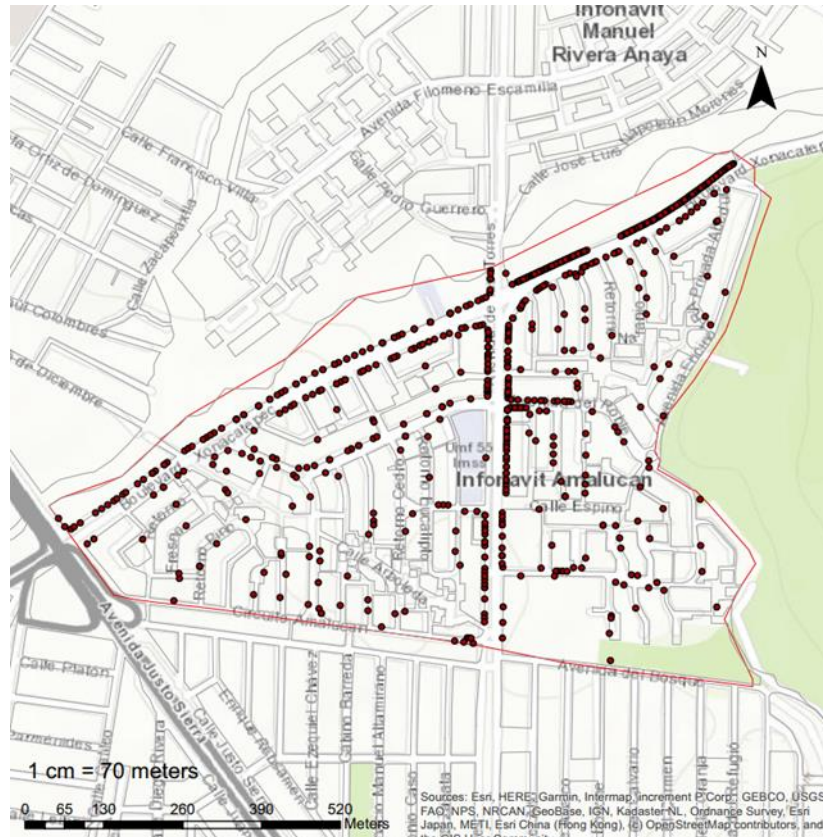


Ilustración 31. Distribución de unidades comerciales dentro de la zona de estudio.

El segundo patrón es la influencia que ejerce el equipamiento (Unidad Médica Familiar 55 IMSS) sobre el comercio, por la gran cantidad de personas que atrae no solo de la zona de estudio, sino de áreas cercanas, lo cual incentiva su supervivencia. No obstante, aquellas que se encuentran fuera tienen una mayor probabilidad de fracaso.

A partir de una encuesta realizada en el año 2016 a 120 habitantes de la unidad Amalucan en un estudio de la Maestría en Ordenamiento del Territorio, se determinaron los tipos de patrones y niveles en el consumo interno y las razones que lo determinan, los cuales pueden compararse con la teoría microeconómica del consumidor. El 57% mencionó que consumen bienes dentro de la unidad, siendo la cercanía de vivienda la razón expuesta en más del 80% seguido por el precio como son los alimentos no preparados. Para cada tipo de bien evaluado existe un motivo diferente de consumo.

Al analizar estos resultados bajo la teoría microeconómica encontramos que son los bienes con menor elasticidad al ingreso los que se consumen con más frecuencia

dentro, mientras que aquellos con una mayor elasticidad se consumen menos. Además, el hecho de que cerca de la mitad de los encuestados consuman fuera muestra una deficiencia en la oferta de bienes que puede deberse al costo relacionado. Por otra parte, en actividades tales como comercio, educación, salud y entretenimiento, cerca del 77% lo realiza fuera de la unidad, lo cual puede significar una baja oferta, o bien, que las condiciones de la unidad no permitan a este tipo de actividades insertarse.

2.6.1 Análisis de accesibilidad

Con el fin de identificar el grado de accesibilidad entendida como la cercanía que los habitantes tienen a sus diversos destinos, que se tiene a ciertas actividades, se evaluó el tiempo dedicado de traslado, siendo el trabajo y el entretenimiento los que mayor tiempo, llegando hasta 60 min, mientras que para acceder a la salud fue la de menor con un tiempo de traslado de 15 min. Al analizar estos datos mediante la teoría económica espacial, es posible encontrar una relación entre las ventajas de la aglomeración dentro de ciertas zonas de la ciudad que llevan a concentrar las actividades productivas y fuentes de empleo. Por otro lado, las actividades de entretenimiento requieren ciertas características específicas que solo pueden insertarse dentro de ciertos espacios y territorios. Es entonces a partir de los datos de desplazamientos que se analiza el gasto que conllevan, siendo el mayor gasto el desplazamiento al empleo y el entretenimiento, llegando hasta 250 MXN por semana para ambas actividades.

2.6.2 Análisis de las condiciones espaciales

Como se ha mencionado con anterioridad, los espacios públicos permiten la vinculación de compradores y vendedores, del mismo modo, son espacios de construcción de relaciones sociales que permiten una mejor vida comunitaria dentro del área de estudio. Por lo tanto, se han seleccionado tres características importantes para compradores y vendedores, ya que esto determinan, tanto su establecimiento como su tránsito: espacios con mayor tránsito peatonal, espacios con mayor percepción de seguridad y espacios con mayor percepción de calidad, esto relacionado con la presencia y tipo de micronegocios en el espacio seleccionado. Los espacios públicos de la unidad habitacional Amalucan, fueron seleccionados bajo los criterios anteriormente mencionados cuyas características

fueron establecidas de manera metodológica, ya que en menor o mayor medida cumple con las tres categorías. En la figura 32 se indica la ubicación de los espacios seleccionados dentro de la zona de estudio.

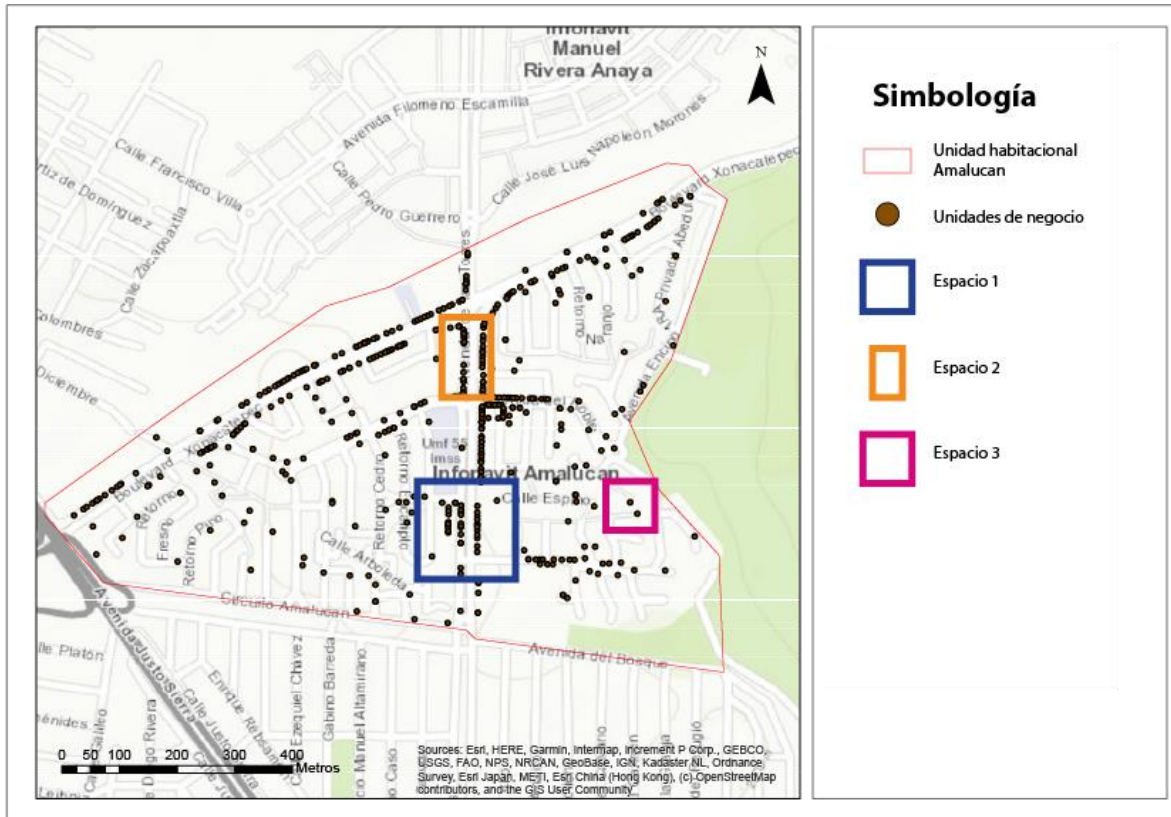


Ilustración 32. Espacios seleccionados. Fuente: elaboración propia a partir de datos de INEGI 2020.

Espacio 1 (Portal de la avenida las Torres)

En la figura 1 se ubica un espacio entre la avenida de las Torres y la avenida del Roble por donde los habitantes prefieren transitar debido a la presencia de aproximadamente 10 unidades de negocio con actividades relacionadas con servicios personales (peluquería), venta y preparación de alimentos. Del mismo modo, se puede observar como la calidad del espacio es mayor y las relaciones que se crean por la proximidad física de los comercios, son de mayor duración e intensidad ofreciendo seguridad. Por otro lado, un ejemplo contrastante se debe al abandono de comercios que, sumado a la falta de mantenimiento incentiva su abandono (Figura 33 y 34).



Ilustración 33. Primer espacio seleccionado. Elaboración propia.



Ilustración 34. Espacio 1. Fuente: elaboración propia.

Espacio 2 (Banqueta de la avenida las Torres)

En la figura 34 se ubica un espacio entre la avenida de las Torres y la avenida Xonacatepec, cuenta con 15 negocios cuyas actividades se relacionan con ventas al menudeo y servicios personales. En este, las características de mayor tránsito y percepción de seguridad están presentes, además, cuenta con una serie de jardineras que, como iniciativa de los propietarios de comercios a pesar de limitar el tránsito, ofrecen una mayor calidad física. Las relaciones son de larga duración e intensidad alta, debido a la repetición de interacciones que se han traducido en el éxito y mantenimiento de este espacio comercial a lo largo del tiempo.



Ilustración 35. Espacio 2: Localización, distribución comercial y condiciones del espacio. Elaboración propia.

Espacio 3 (Espacio remanente de la cerrada Ceiba)

El espacio observado cuenta solo con dos negocios, uno de ventas al menudeo y otro de servicios; sin embargo, a pesar de su baja presencia es considerado un espacio seguro y de calidad física. Además, permite el fortalecimiento de las relaciones de largo plazo debido a la alta intensidad, tanto para propietarios como para compradores y habitantes de las viviendas cercanas.



Ilustración 36. Espacio 3: Localización, distribución comercial y condiciones del espacio.

Conclusiones del subsistema físico-espacial de la actividad comercial

En los espacios evaluados es posible extraer una serie de generalidades para la zona, como lo es la presencia de comercios correlacionada con un mayor tránsito, percepción de

seguridad y una mejor calidad del espacio. Del mismo modo, a medida que los comercios se establecen en proximidad, las continuas interacciones generan lazos de larga duración y de intensidad alta; lo que facilita la cooperación, la difusión de información y la transmisión de conocimiento que contribuye a mejorar sus capacidades de emprendimiento e interactivas.

Estructura del sistema de desarrollo endógeno

Para analizar los micronegocios y el desarrollo endógeno de la unidad es necesario entender las dinámicas de emprendimiento como un complejo empírico y fenómeno social que tiene manifestaciones en el espacio y sus elementos deben ser tratados analizando sus interrelaciones e influencias (García Jaramillo & Ramírez Rosete, 2022). Además de que recibe múltiples influencias de dinámicas de contorno que transforman los mecanismos del sistema estudiado. Es decir, los subsistemas microeconómicos, de redes sociales y espacial, son transformados ya sea por el surgimiento de nuevas unidades comerciales, por el cambio en los patrones de consumo o por las condiciones de seguridad, que a su vez son determinadas por las condiciones macroeconómicas y regulatorias en donde se encuentran inmersos.

El subsistema microeconómico se compone de aquellas iniciativas de generación de valor presentes en la unidad, además de servir como un medio para el autoempleo, ofrece la oportunidad de expresar las capacidades de los individuos. No obstante, se encuentra en peligro, debido a la disminución o estancamiento de sus ingresos, resultado de la deficiencia e insuficiencia de capacidades a nivel individual como del entorno. Esto puede comprobarse con datos de la ENAPROCE, investigaciones de campo y por la variación a lo largo de 10 años del tamaño de los negocios, los cuales no han crecido (5 empleados).

El subsistema de redes sociales, cuyas relaciones entre propietarios, clientes y proveedores, proporcionan distintos tipos de recursos, información y legitimidad es perturbado por la pérdida de confianza que determina la falta de construcción de lazos, lo que agrava los problemas en las capacidades de los negocios

El subsistema físico espacial, compuesto tanto de la localización de los negocios, así como las condiciones físicas, percepción de calidad y de seguridad de los espacios públicos próximos a estos; es perturbado por la degradación que sufren debido al abandono de los negocios. En la tabla 8 se resumen las relaciones entre subsistemas y las modificaciones que estos reciben.

Tabla 8. Conjunto de relaciones significativas del sistema de desarrollo endógeno.

Relaciones	Conjunto de relaciones
Relaciones del subsistema microeconómico de los negocios con el subsistema de redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los negocios e iniciativas de emprendimiento inician con préstamos de amigos y familiares. 2. Las relaciones entre negocios propician el intercambio de información relevante con respecto a las actividades que realizan, facilitan la cooperación para desarrollar proyectos y ofrecen la oportunidad de construir conocimiento y aprendizaje conjunto. 3. La legitimidad que brindan las relaciones y contactos, permite a las iniciativas novedosas obtener una mejor calidad de información y facilita la cooperación.
Relaciones del subsistema microeconómico con el sistema físico espacial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Su localización ya sea en vialidades principales o con cercanía a espacios públicos, determina la capacidad del negocio para mantenerse a lo largo del tiempo. 2. El crecimiento de los negocios afecta el entorno físico donde estos se insertan, ya que su presencia mejora tanto la calidad del espacio como la seguridad.
Relaciones del sistema de redes sociales con el subsistema físico espacial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las relaciones entre negocios surgen debido a la proximidad espacial. Crecen y se mantienen por las constantes interacciones, lo que facilita la difusión de información y la cooperación.

Procesos de perturbación del sistema de desarrollo endógeno

Uno de los principales problemas de los micronegocios es que no poseen el tamaño suficiente para aprovechar las economías de escala. Una alternativa es la organización flexible de la producción, en la cual, se construyen relaciones para desarrollar proyectos conjuntos y tener un mayor mercado y especialización. A pesar de existe en la zona una gran cantidad de relaciones entre negocios, muy pocas son de cooperación como aquellos de mayor tamaño.

La información, conocimiento y las innovaciones generadas, determinan en gran medida, la capacidad de un negocio para competir. En el caso de los micronegocios, la generación de este se relaciona con la experiencia práctica que se adquiere a lo largo del tiempo desempeñando la actividad mientras que, algunos tipos de información relevante y conocimiento codificado requiere la construcción de lazos más allá del entorno inmediato. Según el análisis realizado, la zona cuenta con redes a lo largo del territorio, donde generalmente existe una unidad de negocio que sirve como nodo principal, así como la capacidad de transmitir información y conocimiento. Sin embargo, la participación con actores fuera del contexto inmediato con excepción de los proveedores es escasa, lo que limita el acceso a nueva información y conocimiento que contribuya a sus capacidades.

Además, el espacio físico donde se insertan es afectado por la presencia o ausencia de unidades económicas, del mismo modo que, la proximidad determina la construcción de lazos de alta intensidad y duración, lo que mejora su desempeño. Por otro lado, a medida que disminuye la presencia de negocios; los espacios son abandonados y su calidad física se degrada. En la zona estudiada se han identificado tres casos, en los cuales es especialmente visible esta correlación.

Otra dificultad significativa es la concentración de actividades en diversas zonas de la ciudad, dejando en desventaja a ciertos tipos de comercio en los barrios y colonias. Esto puede deberse, principalmente, a los subsidios tanto de transporte público como el combustible, reduciendo el costo de desplazarse a estas zonas lo cual distorsiona el consumo y el empleo. Posiblemente, en el contexto actual del país, la inseguridad sea el

principal problema para la certidumbre en los negocios aumentando el costo de abrir y mantenerse en el mercado.

Los micronegocios son especialmente sensibles a algunos fenómenos macroeconómicos y de regulación. En primer lugar, los impuestos, las regulaciones y las prácticas anticompetitivas son los principales problemas a los que se enfrentan las empresas de menor tamaño. Según la ENAPROCE, entre las mayores dificultades que enfrentan están: el exceso de regulaciones (específicamente el arreglo institucional de impuestos, seguridad social y resolución de conflictos), la falta de crédito y el alto costo de energéticos. De esta manera, tanto el ambiente regulatorio como la apertura a mercados internacionales en el caso de la energía repercuten en el desarrollo de sus capacidades. En la figura 37 se resumen las relaciones y perturbaciones del sistema.

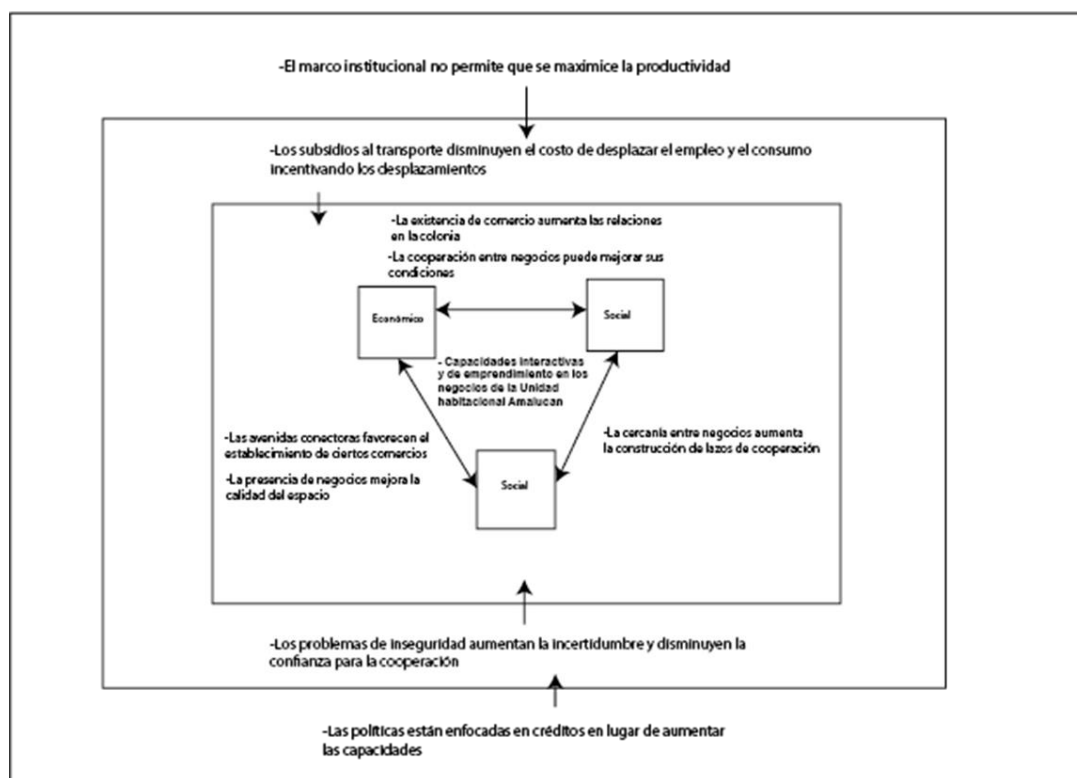


Ilustración 37. Principales dinámicas identificadas después de la investigación.

3. Análisis de iniciativas de desarrollo endógeno y redes de emprendimiento

El enfoque de capacidades permite hacer una evaluación de iniciativas y nivel de intervención a partir de un diagnóstico tanto de las de emprendimiento como interactivas. Es importante mencionar que ninguna capacidad surge de manera aislada, sino que se encuentran constantemente en un proceso de interacción y expansión. Por tanto, las capacidades identificadas pueden relacionarse y servir como base para generar nuevas.

3.1 Asociación Nacional de Micro y Pequeños Comerciantes de México AC (ANMPCM)

Para entender el funcionamiento que tienen las redes en el desarrollo de las actividades comerciales, es necesario analizar aquellas iniciativas que funcionalmente tienen semejanzas con una red de actores participantes, que funcionen como mecanismo de difusión de información y conocimiento, y como una plataforma en la cual sea posible cooperar para desarrollar proyectos comunes.

En México, a nivel nacional, es posible identificar una iniciativa de la sociedad civil que tiene el objetivo de funcionar como red de comerciantes y de esta forma proporcionar diversos servicios además de las ventajas la asociación trae. La Asociación Nacional de Micro y Pequeños Comerciantes de México AC (ANMPCM) es una asociación civil sin fines de lucro en Morelia Michoacán, que surge como un apoyo a todos aquellos comercios que, por su tamaño o falta de asesoría, no tienen el potencial para seguir creciendo como lo va demandando el mercado actual. Por lo que un grupo de especialistas en diversas áreas relacionadas al sector comercial fundan esta asociación que permite apoyar a las empresas para lograr un crecimiento permanente, al mismo tiempo que mejoran la calidad de sus servicios y de sus alrededores.

Análisis del caso visto desde las capacidades de emprendimiento

Al analizar la información presentada por su sitio web, se puede obtener una serie de beneficios que es posible relacionar con las capacidades de emprendimiento e interactivas anteriormente mencionadas. Entre los principales beneficios, se encuentra el acceso a crédito, lo que es posible relacionar con la capacidad de financiamiento, capacitación, que, según la información proporcionada, los miembros de esta asociación pueden tener acceso a ciertos tipos de capacitación; lo que se permite construir y mejorar su capacidad

de información, es decir, conocer de mejor manera las habilidades, tecnología e información necesaria para desarrollar sus actividades.

Del mismo modo, el portal ofrece información de diversos ámbitos relacionados con las microempresas, en especial aquellas dedicadas al comercio y los servicios. También ofrece información acerca de tecnologías relacionadas, programas de apoyo, convenios con empresas de mayor tamaño entre otros, que puede relacionarse con el apoyo a la capacidad de información que cada empresa que es miembro tiene.

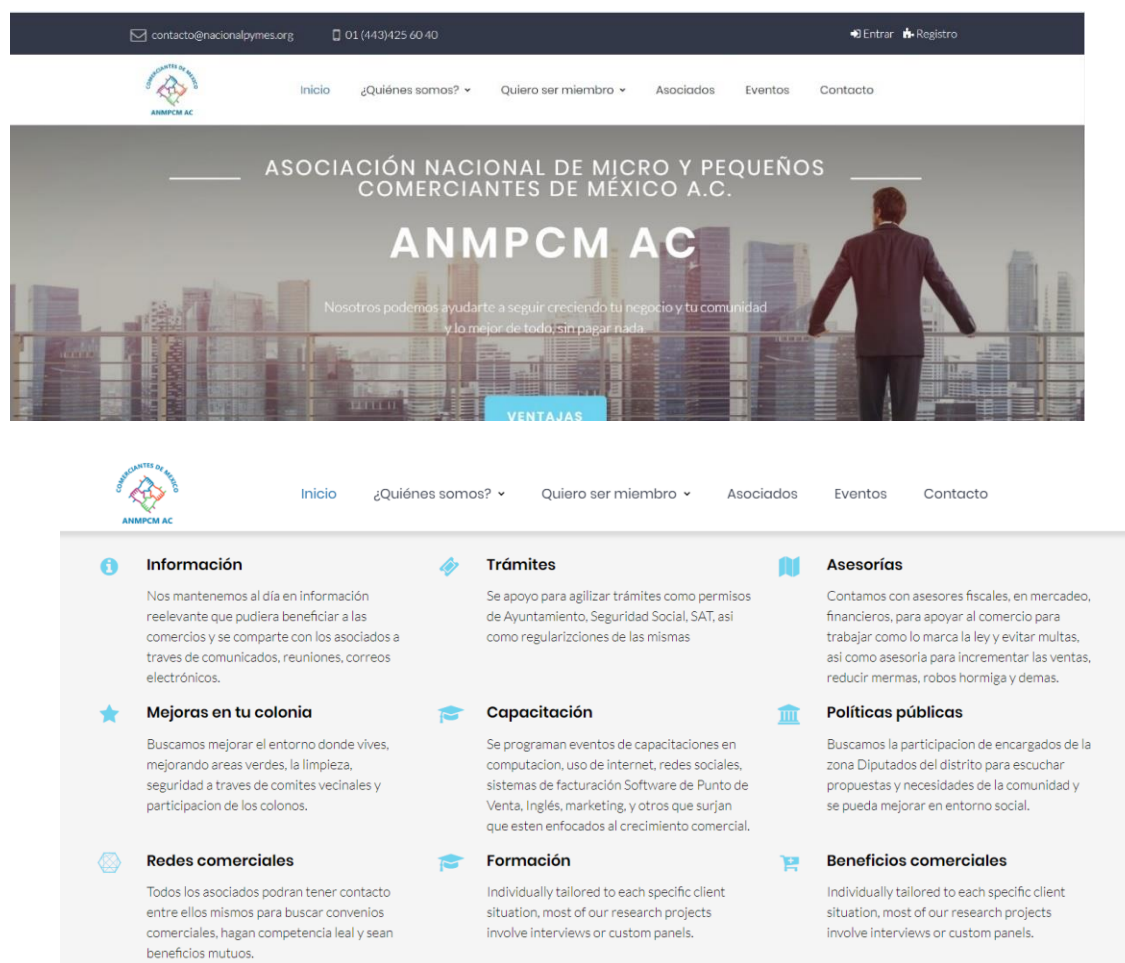


Ilustración 38. Principales servicios que ofrece la Asociación Nacional de Micro y Pequeños Comerciantes de México AC (ANMPCM) dentro de su sitio web.

Análisis de caso visto desde las capacidades interactivas

La asociación permite construir redes de distintos tipos, que contribuyen al mejoramiento de las capacidades interactivas con las que cada empresa cuenta. Según la información

proporcionada, se puede afirmar que contribuye a la construcción de redes de reputación, ya que al hacer alianzas con diversas empresas de mayor tamaño e instancias gubernamentales; las empresas que pertenecen a la asociación envían señales que reducen la incertidumbre ya sea por su tamaño o por su novedad.

Del mismo modo, están presentes las redes de reciprocidad ya que los miembros pueden interactuar de manera que existan relaciones de cooperación, ya sea para desarrollar proyectos, elaborar convenios y establecer beneficios mutuos. Un tipo de redes que están especialmente presente en esta iniciativa son las redes de marketing, ya que los miembros pueden compartir y difundir información acerca del mercado donde se desenvuelven; además del intercambio de información con clientes y proveedores.

Por último, se encuentran presentes las redes de conocimiento, innovación y tecnología, ya que la asociación ofrece, en primer lugar, ciertos tipos de capacitación que, además de difundir el conocimiento específico relacionado con las actividades comerciales, permite la generación de nuevos tipos de este. En segundo lugar, la asociación ofrece la incorporación de ciertas tecnologías como los “pagos unificados” o las terminales de puntos de venta lo que permite la incorporación de esta tecnología en las empresas que participan.

Las redes anteriormente mencionadas permiten mejorar las capacidades interactivas que las empresas tienen; permiten la selección y mantenimiento de lazos de cooperación y difusión de la información, es decir la capacidad relacional. Así también, mejoran la disposición para adquirir conocimiento proveniente de otras empresas, definida como capacidad de absorción, además de mejorar las habilidades y el conocimiento que estas tienen para utilizarlo con el fin de mejorar sus condiciones, es decir, su capacidad de combinación.

El análisis de caso anterior tiene ciertas limitaciones, al ser de nivel nacional, no es posible analizar su impacto en el entorno inmediato ni las características de las empresas que pertenecen a la asociación. Del mismo modo, ofrece muy poca información acerca de los tipos de capacitación y vinculaciones que tiene. Sin embargo, es posible extraer que

existe la posibilidad de creación y mantenimiento de este tipo de iniciativas que además de funcionar como un medio de información y capacitación, también permite que las empresas interactúen y generen sus propias redes.



Ilustración 39. Actividades sociales que realiza la Asociación Nacional de Micro y Pequeños Comerciantes de México AC (ANMPCM) dentro de su sitio web.

3.2 Asociatividad comercial en Bilbao España

Otro tipo de iniciativas que funcionan como red de actores participantes son las organizaciones de pequeños comerciantes que surgen en un sitio específico con el fin de obtener diversos beneficios. Este tipo de iniciativas están presentes en diversos lugares de México y Latinoamérica. La Asociación Latinoamericana de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (ALAMPYME) y La Asociación de Emprendedores de México (ASEM) son un ejemplo de ello.

Sin embargo, debido a la dificultad para tener acceso a estudios formales e investigaciones de estas, es necesario utilizar un caso español, en el cual han sido identificadas no solo las ventajas y beneficios que tienen este tipo de organizaciones, sino también aquellas dificultades que encuentran para crecer y de esta manera tener mayor impacto en el entorno urbano donde se insertan (Mediano. 2006).

La Ciudad de Bilbao España presenta el mismo patrón de transformación comercial que cualquier ciudad de un país desarrollado en los años 70 y en vías de desarrollo en los

años 80 del siglo XX. Pasando de unidades de comercio tradicional a unidades comerciales de mayor tamaño como supermercados, malls, hipermercados entre otros; provocando una fuerte competencia entre el comercio urbano y el comercio periférico. Dentro de este contexto, surgen las múltiples asociaciones de comerciantes como una oposición a la constante pérdida de consumidores y con ello una disminución en sus ingresos.

Actualmente estas asociaciones han evolucionado de manera importante, ya que no solo permiten un mayor poder de negociación con las administraciones locales, sino también consiguiendo otro tipo de beneficios como publicidad, cursos de formación, información importante, negociación con proveedores y prestadores de servicios entre otros. Un estudio publicado en 2006 identificó la existencia de 1,195 comercios pertenecientes a algún tipo de asociación, mientras que 5,148 no pertenecían ninguna.

Del mismo modo, al preguntar las ventajas percibidas, en ambos grupos la mayor capacidad de negociación tanto en la administración pública como con otros comercios fueron las ventajas que mayor percepción se encontraban. Entre otras ventajas se encontraban las campañas publicitarias, la información, la reducción de costos, el comercio electrónico y los beneficios del consumidor. En la Tabla 9 se puede encontrar la valoración de 1 a 5 que cada grupo dio a las ventajas de pertenecer a una asociación.

Tabla 9. Principales ventajas de la asociatividad comercial. Tomada de Mediano 2006.

SERVICIOS MÁS VALORADOS COMERCIANTES ASOCIADOS		SERVICIOS MÁS VALORADOS COMERCIANTES NO ASOCIADOS	
- PRESIONAR A LA ADMINISTRACIÓN	4,49	- PRESIONAR A LA ADMINISTRACIÓN	4,30
- CANALIZACIÓN QUEJAS ADMINISTRACIÓN	4,43	- APARCAMIENTO SIN OTA	4,14
- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	4,26	- CANALIZACIÓN QUEJAS ADMINISTRACIÓN	4,12
- CURSOS DE FORMACIÓN	4,18	- NEGOCIACIÓN DE DESCUENTOS	4,04
- BOLETINES INFORMATIVOS	4,11	- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	3,85
- ANIMACIÓN Y AMBIENTACIÓN ZONA	4,07	- ANIMACIÓN Y AMBIENTACIÓN ZONA	3,72
- NEGOCIACIÓN DE DESCUENTOS	3,98	- CURSOS DE FORMACIÓN	3,59
- APARCAMIENTO SIN OTA (9)	3,94	- BOLSA DE TRABAJO	3,49
- PROMOCIONES CONJUNTAS	3,79	- BOLETINES INFORMATIVOS	3,42
- PÁGINA WEB	3,71	- PROMOCIONES CONJUNTAS	3,33
- SERVICIOS DE ASESORÍA	3,70	- SERVICIOS DE ASESORÍA	3,30
- BOLSA DE TRABAJO	3,56	- PÁGINA WEB	3,05
- TARJETA DE CLIENTE	3,34	- TARJETA DE CLIENTE	2,95

FUENTE: Elaboración propia.

Análisis del caso visto desde las capacidades de emprendimiento

Si se analiza la tabla anterior, se puede extraer que la mayor parte de los comerciantes asociados valoran los cursos de formación, boletines informativos y asesoría. Esto se relaciona principalmente con la capacidad de información con la que cada comercio cuenta, principalmente porque mejoran los conocimientos y habilidades, así como la información del mercado y del entorno donde se desenvuelven, lo que mejora sus condiciones.

Por otro lado, otros servicios que los comercios valoran es la página web y la tarjeta de cliente, las que se relacionan con el uso de tecnología y ciertas innovaciones que surgen para atraer mayor demanda, lo que contribuye a mejorar su capacidad de innovación y tecnología.

Análisis del caso visto desde las capacidades interactivas y redes

Los servicios valorados por los comercios de este caso tienen una relación directa o indirecta con la formación y mantenimiento de redes. En primer lugar, se le da una mayor valoración a la negociación y a la comunicación con la administración pública, esto se relaciona con las redes de reputación y reciprocidad; por un lado, los comercios asociados tienen mayor visibilidad y por otro la cooperación permite obtener beneficios que individualmente no podrían alcanzar.

Las campañas publicitarias y la bolsa de trabajo están relacionados con las redes de marketing, es decir, los comercios asociados tienen mayores alternativas para realizar campañas conjuntas; además de acceder a información relacionada con el mercado y atraer a nuevos clientes. Del mismo modo, los cursos de formación, los boletines informativos la página web y los servicios de asesoría, se relacionan con la capacidad de conocimiento, innovación y tecnología; esto se debe principalmente a que los comercios miembros pueden acceder y cooperar para crear estos elementos que son esenciales para su actividad.

El caso estudiado permite identificar la formación de ciertas redes al asociarse los comerciantes y su contribución a sus capacidades interactivas, en primer lugar, como el caso anterior, la capacidad asociativa, en este caso, los comerciantes asociados mejoran su disponibilidad para crear y conservar contactos y esto mejora las oportunidades que podría tener individualmente. En segundo lugar, los comerciantes valoran la capacitación y la difusión de información, por lo que se tiene una mejor capacidad de absorción. Por último, si se parte de que los comerciantes valoran ciertos servicios de estar asociados; es posible afirmar que logran incorporar los conocimientos e información que les brinda asociarse, por lo que se mejora su capacidad combinativa.

3.3 Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras (Madrid)

La Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas empresas del Barrio de las Letras en Madrid surge con el objetivo de establecer un plan de apoyo y promoción del Barrio de las Letras como iniciativa de uno de los comerciantes del sector. Esta asociación inició con 30 socios y en 2016 tenía alrededor de 333 socios.

A partir de la participación de todos los socios, se lleva a cabo el proyecto de dinamización comercial y de regeneración del barrio como un “microdestino” turístico que permita a los visitantes tener contacto con el modo de vida y cultura de los residentes. Entre los principales objetivos de la asociación se encuentran: mejorar la competitividad de los comercios, crear un entorno para el surgimiento de innovaciones que mejoren el tejido socioeconómico de la zona, fomentar el asociacionismo como mecanismo de generación de valor e incentivo para la cooperación y dotar a la zona de una identidad propia (García Henche & Salvaj Carrera, 2017).

Del mismo modo, la asociación tiene el objetivo de incentivar los emprendimientos que mejore la diversidad de oferta en la zona, también, sirve como vínculo con las autoridades; sobre todo, con la seguridad pública. La asociación, mantiene constante formación de miembros y establece colaboraciones con diversas instituciones de difusión cultural del Barrio de las Letras de Madrid, además de realizar eventos conjuntos (García Henche & Salvaj Carrera, 2017). La figura 40 muestra el portal web de la asociación y sus

diversos sitios. La figura 41 muestra una imagen de un comercio tradicional del barrio (uno de los principales atractivos de este sitio turístico).

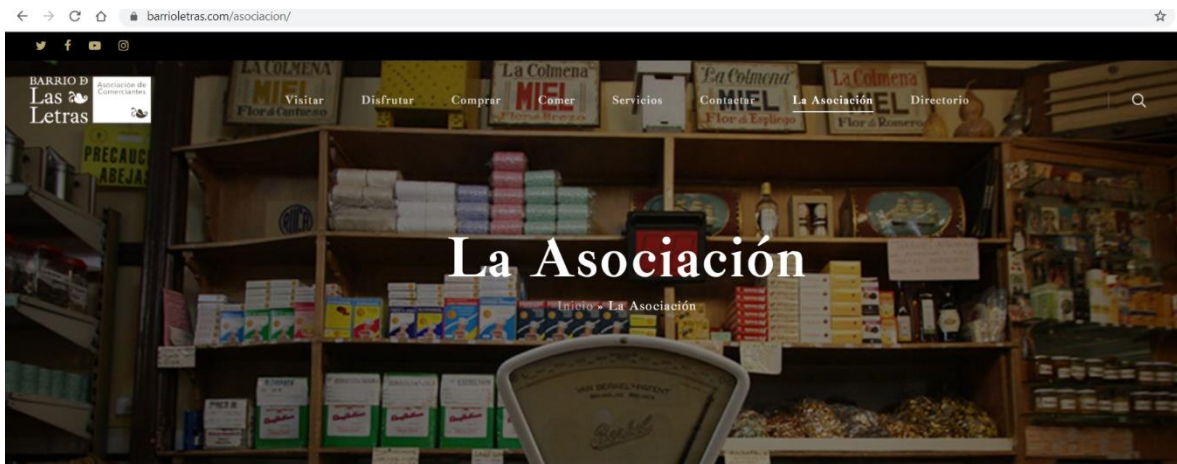


Ilustración 40. Portal de la Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas empresas del Barrio de las Letras. Captura tomada de: <https://www.barrioletras.com/asociacion/>



Ilustración 41. Barrio de las Letras, Madrid. Imagen tomada de: <https://www.barrioletras.com/galeria/>

Análisis de caso desde capacidades de emprendimiento

Según la información proporcionada por el portal de la asociación, así como el estudio realizado por García Henche (2017) permiten identificar algunas capacidades de emprendimiento que están presentes en este caso. En primer lugar, la capacidad de información, esto puede observarse, tanto en su portal como en la constante capacitación que les brinda a sus miembros. Del mismo modo, la capacidad de innovación se encuentra presente, ya que se busca constantemente desarrollar nuevos negocios que amplíen la oferta de lugar.

Análisis de caso desde la capacidad interactivas y redes

Al analizar las redes presentes en este caso, es posible identificar que las redes de reputación son un factor importante para la asociación, debido a que existen comercios cuya presencia dentro de la asociación es determinante para la existencia de la red y el flujo de información. Del mismo modo, la colaboración con ciertas instancias gubernamentales, así como instituciones de difusión cultural permiten que tanto las empresas establecidas como los nuevos emprendimientos tengan mayor visibilidad.

Por otro lado, la red que tiene una mayor presencia en este caso es la red de reciprocidad, debido a la gran cantidad de eventos y colaboraciones que realizan las empresas de manera conjunta; los cuales tienen como objetivo, aumentar la demanda, así como incentivar a la participación de empresas que no son parte de la asociación. Las redes de marketing y las redes de conocimiento tienen una gran presencia, ya que además de recibir constante capacitación, las empresas pueden acceder a información del mercado local, así como desarrollar estrategias para atraer nuevos clientes.

Las redes mencionadas, como en los casos anteriores, contribuyen a la formación y expansión de las capacidades interactivas con las que cada empresa cuenta. De este modo, pertenecer a la asociación y participar en las actividades conjuntas que se

desarrollan, mejoran el acceso a los contactos y además permiten que estos interactúen manteniendo relaciones a corto y largo plazo. Por otro lado, se puede afirmar que las empresas, a medida que pertenecen a la asociación e interactúan dentro de ella, mejoran la capacidad que estos tienen para aprender y utilizar la información que circula acerca del negocio y del entorno, es decir, la capacidad absorbitiva.

3.4 Aportaciones de los casos análogos

El análisis de los casos anteriores tuvo la utilidad de ofrecer una perspectiva empírica, de las redes sociales entre comercios y cómo estas intervienen en la formación de las capacidades de emprendimiento e interactivas. En primer lugar, si bien el espacio físico es necesario para que exista una vinculación, ya sea debido a la proximidad o por la constante interacción, se requiere un espacio que abra la posibilidad del reconocimiento mutuo y la construcción de relaciones que permitan en diferentes niveles de cooperación, difusión de información, aprendizaje y construcción del conocimiento. En el primer caso, esto se puede observar, en una plataforma digital, en la cual se difunde, la información relevante para los negocios, y sirve como medio de contacto para los participantes.

En el segundo caso, esto se puede observar como una ventaja percibida, ya que la página web ofrece diversos servicios no solo para los participantes, sino también para los consumidores. El tercer caso, ofrece la oportunidad de observar que, además de las ventajas mencionadas anteriormente, ofrece identidad que vinculada a un territorio específico que, de manera moderada, puede mejorar las capacidades internas de los comerciantes.

Un aspecto esencial de los tres casos es la territorialidad, es decir aquella vinculación que surge con el espacio donde se encuentran, esto facilita, entre otras cosas, la formación de relaciones a largo plazo, que, por su naturaleza, forman lazos fuertes que permiten la difusión de información y algo más importante, la construcción de conocimiento conjunto. Esto se puede observar según el análisis del segundo caso, ya que después del poder de negociación que se adquiere en conjunto, los cursos de capacitación son una ventaja que los comerciantes aprecian.

El análisis de los casos anteriores, si bien permite identificar las dinámicas de intercambio y las ventajas que ofrece dentro del sector comercial, posee varias limitaciones tanto de información, como de escala y localización. En el primer caso, como se mencionó, a pesar de que se encuentra insertado en un nivel local, sus objetivos y alcances son de carácter nacional; esto dificulta su comparación con el caso estudiado actualmente. El segundo, si bien está enfocado a las valoraciones y percepciones que se tienen acerca de los beneficios de la construcción de redes a través de la asociación, no está enfocado en un sitio específico y dificulta, en gran medida analizar el impacto que se tiene en el entorno inmediato.

Por otro lado, el tercer caso; a pesar de tener mayores características en común, como la escala y el tipo de unidades comerciales que se analizan, se refiere a un barrio histórico, que ofrece principalmente servicios de experiencias turísticas, lo cual brinda una identidad local, que no puede imitarse con tanta facilidad. Estas limitaciones, pueden contraponerse con la teoría anteriormente analizada, ya que si bien, la importancia que los consumidores le dan a ciertos bienes y servicios está determinada en cierta medida con la localización y espacios específicos, las capacidades de emprendimiento y de interactuar y cooperar están presentes en cualquier unidad económica, grupo y espacio, por lo que los beneficios de la asociación y la formación de redes va más allá de la actividad que se realiza.

En segundo lugar, si bien las redes formadas por lazos fuertes permiten la cooperación y la construcción de conocimiento conjunto, estas no son suficientes debido a la redundancia de la información que limita el potencial que estas tienen, para, en este caso, mejorar las capacidades de emprendimiento de los miembros. Por ello, es necesario que, las relaciones formadas, vayan más allá de los contactos directos y próximos, formando lazos débiles, que permitan acceder a nueva información, nuevos contactos de cooperación y de esta manera mejorar las capacidades con las que cuentan.

4. Proceso participativo de construcción de capacidades de emprendimiento e interactivas

Existen diversos autores que mencionan aspectos metodológicos en el proceso de la intervención, administración del tiempo y las características de la secuencia lógica de las actividades a desarrollar como es el caso de Ramírez Rosete (2017). En este sentido, es posible hablar de algunas etapas generales en el proceso de intervención comunitaria, presentando ciertas diferencias con respecto al objeto de estudio y la forma de intervención. Para este proyecto se utilizará la metodología “Getting to Outcomes” propuesta por Wandersman (Wandersman et al., 2000) como una aproximación que permita a los diseñadores de proyectos de desarrollo implementar y evaluar iniciativas comunitarias orientadas al cambio social, centrándose en el compromiso con los resultados anunciados y la responsabilidad con las comunidades. En la figura 42 se indica la fase de la investigación en la cual se inserta este proceso.

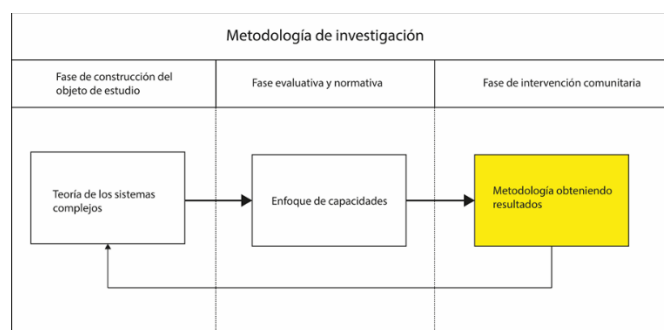


Ilustración 42. Fase de la investigación en la cual la metodología “obteniendo resultados se inserta”.

Esta metodología se basa en dar respuesta a diez preguntas las cuales representan las fases de un proceso de acción comunitaria. Es necesario mencionar que, a pesar de esta metodología presenta una secuencia inherentemente lógica, cada intervención es única con respecto al contexto temporal y espacial; por lo que no se descarta la posible reestructuración de esta.

- Fase 1. Definición del problema de acción: 1) ¿Cuáles son las necesidades y condiciones básicas de la comunidad; 2) ¿Cuáles son las metas, los actores y grupos de interés a quien va dirigido el programa y los objetivos?
- Fase 2. Elección del tratamiento o buena práctica: 3) ¿Qué programas basados en resultados de investigación y programas con las mejores prácticas se pueden

utilizar para alcanzar las metas?; 4) ¿Qué acciones deben tomar para que el programa seleccionado se adecue al contexto comunitario?

- Fase 3. Asegurar el plan de acción: 5) ¿Qué capacidades organizacionales se necesitan para implementar el programa?; 6) ¿Cuál es el plan del programa?; 7) ¿Cómo será evaluada la implementación del programa?
- Fase 4. Evaluación de resultados y plan para el futuro: 8) ¿En qué medida funcionó el programa?; 9) ¿Cómo serán incorporadas estrategias para mejorar la calidad en futuras ediciones?; 10) ¿Cómo se podrá continuar en el futuro?

Si se analizan las fases que menciona la metodología anterior, es posible identificar que se cuenta con una fase de diagnóstico, marcando ciertos puntos para comenzar con un proyecto de intervención; sin embargo, esto se puede complementar con la construcción del objeto de estudio y la propuesta de marco de capacidades anteriormente tratados. El valor principal de incorporar esta metodología para un proyecto de intervención comunitaria está en que puede vincularse con el marco de capacidades propuesto y de esta manera diseñar estrategias puntuales sobre puntos específicos.

Por ejemplo, una de las capacidades interactivas es la capacidad de reciprocidad dentro de la cual se encuentran las relaciones existentes con actores económicos para realizar proyectos conjuntos, o bien para la solución de problemas relacionados con la actividad económica que realizan. De modo que, tanto la capacidad de actuación, el plan y su continua evaluación, deberán estar orientados a mejorar las relaciones existentes entre actores económicos y continuamente documentar los cambios que estos ocurran. Solo de esta manera es posible tener una mayor probabilidad de influir en la creación y expansión de este tipo de capacidad.

Por otro lado, la última fase de esta metodología permite interpretar las acciones de manera regresiva. Es decir, a partir de una capacidad y las actividades relacionadas para desarrollarla, se puede evaluar de forma continua de qué manera se está incidiendo sobre el desarrollo endógeno de una zona específica. Es decir, cómo las capacidades planteadas permiten que exista una mayor oferta de bienes y servicios, además de

permitir que los habitantes tengan mayores oportunidades para desarrollar sus proyectos de emprendimiento individuales y cooperativos. Estas evaluaciones también pueden contribuir a reconstruir en objeto de estudio, ya que es posible identificar aquellas dinámicas que cambian a través del tiempo; lo que también interviene en la manera cómo se concibe el desarrollo endógeno de un territorio.

4.1 Fase 1: definición de plan de acción

La primera fase tiene como objetivo plantear un diagnóstico de las necesidades (problema) que se pretende tratar. En la unidad habitacional Amalucan en la Ciudad de Puebla, surge la preocupación acerca de las condiciones que los negocios familiares y micronegocios se enfrentan, esto debido a diversos problemas como: el fracaso de las iniciativas de emprendimiento, corta duración de operación de los negocios, bajos ingresos provenientes de estas actividades, además algunos efectos negativos sobre el entorno físico como abandono de los espacios públicos y su consiguiente deterioro, espacios inseguros además de que las condiciones actuales de los negocios incentivan a la población a generar desplazamientos a otros puntos de la ciudad lo que aumenta el costo para los habitantes y contribuye al deterioro de los negocios.

En este sentido, un grupo de micro comerciantes en colaboración con el posgrado en Procesos Territoriales de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla proponen el desarrollo, implementación y evaluación de un programa que contribuya al mejoramiento de estas condiciones mediante una iniciativa llamada “*Free Markets Open Cities*” (FMOC).

4.1.1 Asociación Free Markets Open cities

En el año 2016, se realizó un proyecto por parte de la Universidad, en el cual se desarrollaron diversas estrategias con el fin de mejorar las condiciones de unidad habitacional Amalucan; pero, sobre todo, a los micronegocios que constituyen la economía y la vida social del lugar. En la figura 43 se describe el funcionamiento de esta, así como sus componentes.

En el trabajo llamado “Contribuciones a la Reactivación Económica y de Servicios de Proximidad en la Unidad Habitacional Amalucan (García, 2018), pero, en términos

generales, surge como un proyecto empresarial-vecinal y abre la posibilidad de la participación y vinculación con la colonia y la ciudad. En la figura 43 se establece su estructura.

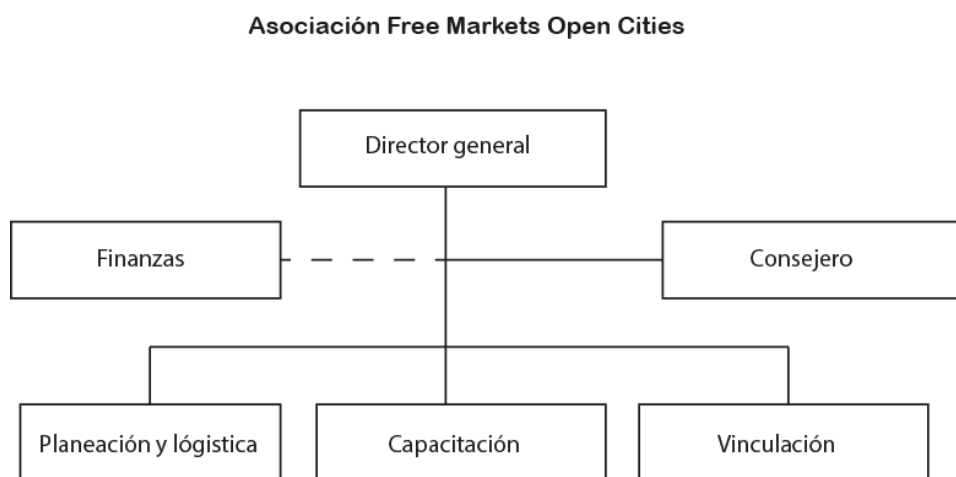


Ilustración 43. Estructura de la asociación. Elaboración propia.

Para determinar qué estrategias serán utilizadas se estableció la necesidad de una visión común de manera que los valores individuales de cada participante pudieran trabajar en conjunto con valores que podrían ser contrapuestos. Por ello, se llevaron a cabo una serie de reuniones en las cuales cada participante expusiera sus motivos y valores para desarrollar el proyecto, de este modo se establecieron valores comunes, así como desacuerdos. El grupo tuvo la capacidad de procesar las diferencias y de esta manera se redactó la declaración del proyecto:

“Cada habitante de la unidad habitacional Amalucan debe poseer las herramientas, información y relaciones suficientes para que pueda llevar a cabo cualquier iniciativa de emprendimiento utilizando sus recursos disponibles”

Con el establecimiento de la visión común se logró la motivación necesaria para la participación en el proyecto, donde se identificaron los recursos con las que cuentan los participantes estableciendo cada componente y las estrategias a realizar. Las estrategias para realizar según estos fueron:

- Capacitación especializada en el registro de aspectos legales del negocio
- Capacitación especializada acerca de importaciones, exportaciones y otros derechos especiales
- Capacitación genérica que permita complementar su formación, así como incentivos para continuar con sus estudios formales
- Capacitación especializada en búsqueda, utilización y adaptación de medios de información
- Capacitación especializada en descripción y utilización de fuentes de financiamiento
- Capacitación de genérica y especializada de los usos de tecnología, así como las formas para la creación y aplicación de esta
- Capacitación para el desarrollo, selección y aplicación de ideas para mejorar tanto productos como formas de organización

Del mismo modo, se describen las estrategias según las capacidades interactivas propuestas.

- Construcción de un entorno donde los negocios de diversos tamaños y tiempo de establecimiento puedan interactuar y construir relaciones
- Gestión de la participación con actores relevantes de la zona (mesa directiva, instituciones educativas, centros de desarrollo).
- Construcción de un entorno que facilite la comunicación entre diversos negocios de manera que no pierdan clientes y puedan acceder a proyectos de mayor tamaño
- Construcción de un entorno en el cual la información pueda compartirse que además ofrezca medios de contacto con actores externos
- Construcción de un espacio de creación, discusión y difusión de conocimiento relacionado con las actividades que realizan. A medida que las relaciones crecen, las innovaciones pueden surgir de manera espontánea

4.1.2 Necesidades y recursos

Según el trabajo comunitario, se llegó a un consenso de que los problemas anteriormente mencionados eran síntoma de un problema mayor. Por lo que, fue necesario realizar un diagnóstico de las condiciones actuales mediante la recolección de datos de diversas fuentes. En primer lugar, utilizando estadísticas oficiales y mediante el diseño de una serie de entrevistas que tuvieron cómo objetivo recoger información acerca de las diversas capacidades de emprendimiento e interactivas con los que los negocios contaban y el nivel de estas.

Del mismo modo, las entrevistas realizadas también se tomaron datos acerca de la distribución y tamaño de los negocios con el fin de inferir algunos resultados, así como los recursos disponibles dentro del área estudiada. Para ello, se resumen las necesidades identificadas y los recursos disponibles hasta el momento de análisis.

- Existe la posibilidad de gestionar una serie de capacitaciones tanto formales como por parte de otros propietarios. También es posible utilizar las instalaciones del “salón social” de la unidad para este propósito, además de los salones de la unidad deportiva
- Existe la posibilidad de gestionar educación financiera de manera formal, así como por parte de una institución pública que exponga los principales instrumentos de financiamiento público que existen actualmente
- Existe la posibilidad de gestionar una serie de capacitaciones tanto formales como por parte de otros propietarios que muestren la utilidad de incluir mejoras tecnológicas en su actividad
- Posibilidad de gestionar una serie de charlas acerca de las innovaciones y su valor en los micronegocios
- Existe la posibilidad de gestionar un espacio en el físico y virtual en el cual los negocios puedan interactuar y construir relaciones.

4.1.3 Actores sociales

De igual manera, se localizaron a los principales actores sociales y sus posibles aportaciones en el proyecto (tabla 10).

Tabla 10. Actores sociales y sus características.

Nombre de actor	Tipo de actor	Tipo de intervención	Intereses en común del tema	Actividad	Recursos	Capacidades	Alcance	Articulación con otros actores
Pollería y verdulería Alma (Don Luis)	Empresarial	Asistencia técnica	Interés en compartir su experiencia como migrante retornado microempresario	Proporcionar una serie de pláticas relacionadas con el negocio de venta de alimentos	Humanos	Posee un negocio de comercio alimentario conocido en la zona	local	Posee relaciones sociales y de marketing con algunos dueños de negocios en la zona
Reparación Plus (Alfonso)	Empresarial	Asistencia técnica y financiamiento	Interés en hablar sobre la importancia del conocimiento formal para disminuir el riesgo	Proporcionar una serie de pláticas acerca de temas relacionados con administración de empresas	Humanos	Posee un negocio de reparación de electrodomésticos y el licenciado en administración	local	Posee relaciones de reputación con varios comercios de la zona
Purificadora inmaculada (Gabriel)	Empresarial	Asistencia directa y técnica	Interés en participar como asistente y para compartir experiencias	Asistir y apoyar en la logística además de compartir la experiencia con su negocio	Humanos y materiales	Lleva alrededor de 5 años en el negocio	local	Apoyo activo
Presidencia de la colonia	De cooperación	Asistencia técnica	Interés en participar e invitar a más asistentes	Existe la disponibilidad para otorgar los espacios en el salón social de la colonia	Humanos y materiales	Presidente de la mesa directiva de la unidad	local	Apoyo activo

4.2 Fase 2. Elección del tratamiento o buena práctica

La fase dos se trata de la elección y adaptación de una práctica, en el capítulo 4 se describieron 3 iniciativas e investigaciones que mencionan algunos puntos importantes acerca de la construcción de redes entre comerciantes y su relación con sus capacidades y el desarrollo económico. De este modo, fue posible diseñar el programa llamado “capacidades interactivas y de emprendimiento” en las que se contó con la participación de aproximadamente 20 propietarios de negocios.

En la Tabla 11 se describen las metas, la manera en que se medirán, así como la población designada

4.2.1 Metas planteadas y sus respectivas mediciones

Tabla 11. Metas planteadas y sus respectivas mediciones.

Metas	Cómo se medirá
Mejorar la capacidad de información	El número de negocios que respondan que sí han recibido capacitación y acceso a la información relacionada
Mejorar la capacidad de financiamiento	El número de participantes que cambien su confianza en el financiamiento externo
Mejorar la capacidad de innovación y tecnología	El número de participantes que respondan positivamente a la implementación de innovaciones, así como el reconocimiento de las innovaciones incrementales
Mejorar la capacidad relacional	Ampliar el número y tipo de las relaciones que posean los participantes sin importar su tipo (reputación, reciprocidad, marketing, ICT)
Mejorar la capacidad combinativa	Ampliar el número y tipo de las relaciones que posean los participantes sin importar su tipo (reputación, reciprocidad, marketing, ICT)
Mejorar la capacidad absorptiva	Aumentar el número de entrevistados que respondan tener relaciones de innovación, tecnología y conocimiento

4.3 Fase 3. Asegurar el plan de acción

La fase 3 plantea asegurar el plan de acción según los recursos organizacionales con las que se cuenta estos están divididos en personales, técnicos, de enlace y monetarias. En general, se contó con la participación de: la Primaria Cadete Vicente Suárez, la Secundaria General Narciso Mendoza y el Salón Social Amalucan, los cuales, proporcionaron los recursos necesarios para la elaboración de los talleres. Del mismo modo, se contó con la participación de un capacitador de la Universidad Tecnológica de Puebla con el fin de proporcionar la información necesaria especializada en los talleres.

El primer componente del programa “capacidades de emprendimiento” consistió en una serie de capacitaciones con el fin de mejorar las oportunidades que tienen los propietarios y emprendedores para desarrollar y mantener sus proyectos. El programa “capacidades interactivas” tuvo como fin abrir un espacio para el mutuo reconocimiento y la construcción de relaciones de cooperación y difusión de información y conocimiento. Entre las actividades se enfocaron las de apoyo especializado adicional y otras actividades de expresión y discusión, que ofrezcan la oportunidad de conversar acerca de los problemas específicos que viven. De modo que la constante interacción es esencial para construir y difundir los lazos de cooperación.

4.4 Fase 4 Evaluación de resultados y plan para el futuro

En esta fase, una vez realizado el trabajo se evalúan los resultados, se incorporan estrategias a corto mediano y largo plazo y se establecen las actividades. El programa tuvo algunas dificultades con las fechas, pero se pudo llevar a cabo, también, la participación

no fue la esperada; aunque suficiente para realizar un diagnóstico y una serie de propuestas con mayor profundidad

Como se indicó en la sección anterior, se realizó una serie de talleres en los cuales las capacidades planteadas fueran impulsadas. Del mismo modo, se planteó un espacio de interacción entre los diversos participantes, mediante cual fuera posible el mutuo reconocimiento y el intercambio de experiencias; además, surgieron algunas propuestas que, en cooperación con FMOC y la mesa directiva de la colonia, puedan ser llevadas a cabo.

Capacidad de información

En esta sesión se abordaron los temas relacionados con el ambiente de negocios, en el cual los participantes compartieron algunas experiencias de ser microempresarios en la unidad habitacional Amalucan. En la figura 44 se muestran algunas imágenes de los participantes. Del mismo modo, en la figura 45 se muestra la estructura de las sesiones realizadas.



Ilustración 44. Participantes de las sesiones y capacitador. Elaboración propia.



Ilustración 45. Estructura de las sesiones informativas. Elaboración propia.

Los principales resultados de esta actividad fueron, en primer lugar, el reconocimiento de las causas comunes como la necesidad de trabajo o bien el ánimo emprendedor, así como los problemas a los que se enfrentan como inseguridad y pérdida de competitividad con el paso del tiempo como lo ha tratado Algazi (2018) y Romero Luna (2006). Del mismo modo, se obtuvo una serie de experiencias acerca de los años como microempresa en la zona.

He tenido varios negocios fui panadero y actualmente tengo un negocio de armado de cajas; no me quejo, pero creo que siempre llega un punto máximo al cual llego dentro de los negocios que es casi imposible de traspasar. (Salomón, panadero).

Capacidad de financiamiento

En esta parte se trató de uno de los temas que los datos obtenidos de fuentes oficiales y de campo han mostrado como una de las limitaciones principales de los micronegocios; el financiamiento como ya lo ha tratado (Storey, 2003). Se expuso el tema su importancia y otros conceptos relacionados. En la figura 45, se muestran las fotos de la sesión.

Es información útil, pero es difícil de asimilar, muchas instituciones financieras no la proporcionan (herrero).

Casi siempre los registros del negocio son importantes, es posiblemente lo que más importa para las instituciones (emprendedor).

Capacidad de innovación y tecnología

En esta parte se habló acerca de la transformación tecnológica de las empresas y de cómo la innovación también es incremental, es decir, que se obtiene con pequeñas mejoras que se dan en la actividad que se realiza. Además, se abordó la utilización de la tecnología como medio de formación continua, compartiendo algunos sitios de interés.

La innovación es algo que trato de hacer siempre, cualquier cosa que me haga utilizar menos tiempo o recursos la utilizo, pero la tecnología es más complicada de estar siempre a la vanguardia (Eduardo, optometrista).

La competencia se ha vuelto muy grande desde hace aproximadamente 10 años, lo que me ha obligado a mejorar la atención al cliente, plan de pagos y adaptarme a lo que la gente quiere pagar; eso lo considero innovación (Sarah, dentista).

Capacidad relacional

En esta parte se trató el tema de la experiencia dentro de la zona y de la gente con la que tiene alguna relación y ha servido en su negocio. En general, la mayoría obtiene asesoría y apoyo de amigos y familiares algunos dentro de la zona como ha sido analizado en otros casos.

Empecé teniendo un negocio de videojuegos hasta que un primo que tiene una tienda me animó a poner una tienda, no pensaba que fuera a funcionar, pero ya llevo 10 años en el negocio (Ricardo, propietario)

Del mismo modo, fue común encontrar que los negocios, sin importar el ramo se recomiendan (descripción de redes sociales en el capítulo). En el cual los negocios construyen una reputación en la zona.

Siempre que me preguntan ¿Cuál es la mejor óptica? Los mando con Eduardo, él es el único que ha podido encontrar mi graduación (Luis, mecánico).

Al tratar el tema de que las relaciones dentro del entorno importan muchos encontraron sentido a este tema haciendo relación a otros lugares donde esto ocurre.

En Estados Unidos esa integración existe, por ejemplo, en Silicon Valley, eso debería ocurrir aquí, que no nos sintamos solos (herrero).

Capacidad combinativa

También se trató de la forma en como aprenden de la comunidad, por lo que, fue posible obtener información acerca del aprendizaje continuo dentro del entorno.

Siempre que tengo un problema con alguna reparación o con algún otro trabajo, trato de consultar a un amigo que sabe, a veces termino ganando nada, pero lo que importa es mantener al cliente (Luis, mecánico).

Capacidad absorbitiva

En este caso fue posible obtener información de la manera que aplica la información que proporcionan otros para fines de la actividad que desarrollan.

Creo que la experiencia es algo importante en mi negocio; yo no era costurera, hasta que me di cuenta de que así podía ganar más de anterior empleo, cada vez que tengo un cliente trato de identificar las necesidades que tiene y que el entorno no ofrece (costurera).

Del mismo modo, se logró identificar que, como muchos otros, obtuvieron la forma de trabajar debido a que fueron migrantes, relacionado con sus anteriores empleos.

La forma en la que manejo mi recaudería es lo que he aprendido a lo largo de los años, pero el modelo; es como en Estados Unidos funcionan estos negocios, podría decir que es eficiencia, pero es algo más (Luis, propietario recaudería).

De la misma manera, las sesiones sirvieron como una plataforma para que junto con la asociación FMOC se formularan algunas propuestas que permitieran a los micronegocios mejorar sus condiciones. En la tabla 12 se muestran las propuestas, así como su nivel de importancia, su facilidad y la capacidad a la que pertenecen, además en la figura 46 se muestra su nivel de prioridad según esta clasificación.

Tabla 12. Principales propuestas formuladas

Número de propuesta	Propuestas formuladas	Importancia	Facilidad	Capacidad
1	La creación de un portal web comercial	Alta	Alta	Innovación y tecnología, relacional
2	Formación multisectorial en marketing y comercialización	Media	Media	Información, marketing
3	Formación básica en TIC y redes sociales	Media	Media	Innovación y tecnología, relacional
4	Campaña de fidelización comercial	Media	Media	Información, relacional
5	Diferenciación comercial: creación de una marca local	Alta	Baja	Establecimiento
6	Incorporar recorridos y señalética del comercio local	Baja	Baja	Establecimiento, información
7	Plan de dinamización comercial	Alta	Baja	Establecimiento
8	Plan tutorizado de innovación productiva para negocios	Alta	Baja	Información, Innovación y tecnología

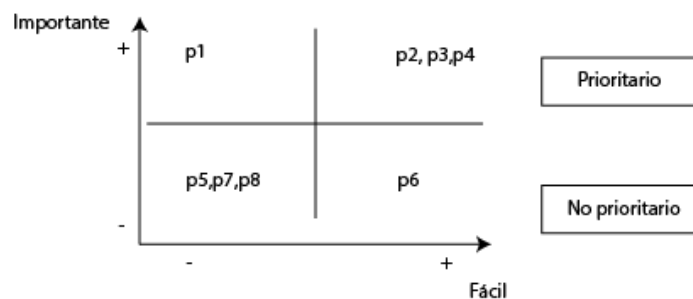


Ilustración 46. Clasificación de las propuestas según su prioridad al momento.

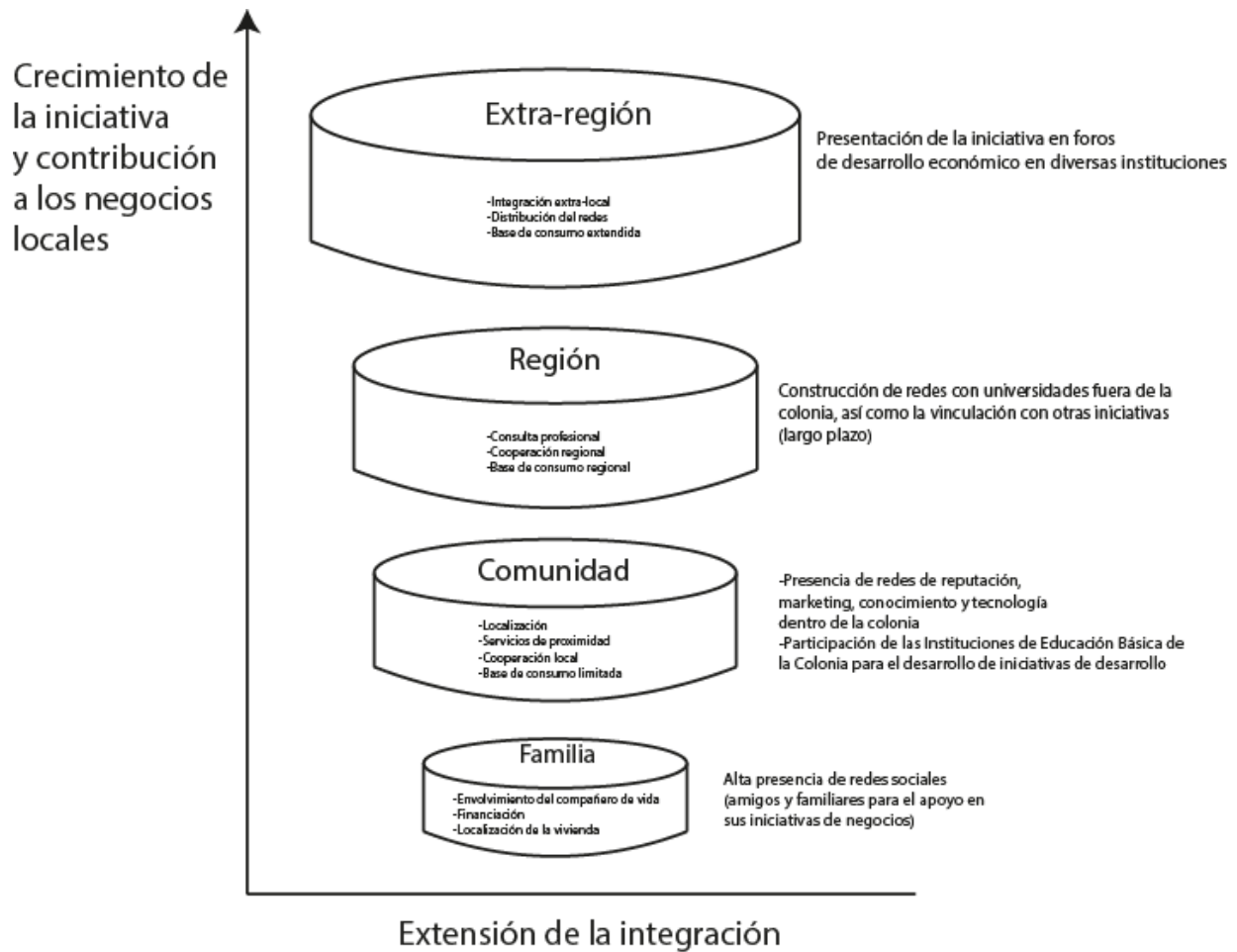


Ilustración 48. Integración de actores y éxito u grado de éxito de la iniciativa.

4.4.3 Consideraciones sobre el trabajo participativo

El trabajo realizado tuvo grandes dificultades para su proceso debido a las barreras de acceso a recursos. Sin embargo, gracias a la participación de la mesa directiva de la unidad habitacional Amalucan, la Escuela Primaria Vicente Suárez y la Secundaria Narciso Mendoza fue posible realizar las actividades planteadas. Por otro lado, los dueños de los negocios, en su mayoría, mencionan que su actividad no les permite acudir a las actividades; por el contrario, los que decidieron acudir; cuyas experiencias fueron planteadas en la sección anterior, parecen tener un mayor ánimo emprendedor y una mayor apertura para integrarse con otros comerciantes.

La mayor parte de los problemas mencionados (regulaciones, financiamiento y tecnología) ya fueron abordados en el diagnóstico de la investigación, además de ser tratados por (Algazi, 2018; Ayyagari et al., 2007). Del mismo modo, permite; en cierta medida, confirmar la hipótesis causal propuesta al inicio de la investigación. La cual, plantea que es la deficiencia en las capacidades de emprendimiento e interactivas lo que está causando su progresivo deterioro. Se puede mencionar, además, que varios de los propietarios y emprendedores que acudieron pueden servir como actores de mayor relevancia en el entorno, por lo que; es posible que se amplie la red y las actividades puedan realizarse con más confluencia como lo menciona Lechner y Dowling (Lechner & Dowling, 2003)

De igual manera, la metodología utilizada “obteniendo resultados” sirve no solo como un instrumento de planeación, sino también como método de análisis; ya que permite evaluar los recursos disponibles para realizar las actividades comunitarias. También, las metas planteadas abren la posibilidad de tener un objetivo claro dentro de las actividades. De este modo, las metas planteadas como el porcentaje de respuestas positivas dentro de cada una de las capacidades serán evaluadas posteriormente; pero, en este caso, es posible tener logros positivos con respecto a las capacidades como fue mencionado en la sección anterior.

Finalmente, las propuestas clasificadas como prioritarias y de mayor facilidad serán establecidas en un corto y mediano plazo (1 a 5 años), mientras que aquellas de mayor dificultad y menor urgencias pueden (deben) ser tratada en un largo plazo. Las propuestas a realizar son:

- Formación multisectorial en marketing y comercialización
- Formación básica en TIC y redes sociales
- Campaña de fidelización comercial

En este caso, los actores como capacitadores de la Universidad Tecnológica de Puebla y el propietario del negocio “master point” tienen un papel importante, ya que, en primer lugar, pueden relacionarse con actores más allá del barrio, obteniendo mejor información

para realizar las propuestas. Además, algunas de ellas ya fueron iniciadas en el proyecto realizado, ya que se proporcionó información acerca del marketing y la utilización de tecnología. Por otro lado, la creación de un portal web requiere una serie de recursos y participación de los actores relacionados con las TICS. Este puede crearse y mantenerse a mediano plazo, a pesar de que tiene una importancia prioritaria.

Por otro lado, las propuestas que, a pesar de que tienen una gran importancia, su realización requiere recursos técnicos y monetarios. Por lo que podría esperarse que, a largo plazo; exista una mayor participación e interacción, lo que permita la difusión de la importancia de las propuestas que pueden, en primer lugar, ser adaptadas las políticas públicas orientadas a la reactivación económica, pero, en segundo lugar, al ser una propuesta comunitaria con valores como libertad y cooperación, el mejor camino para la realización es informando y permitiendo que los propietarios decidan la utilidad de estas propuestas.

- Diferenciación comercial: creación de una marca local
- Incorporar recorridos y señalética del comercio local
- Plan de dinamización comercial
- Plan tutorizado de innovación productiva para negocios

Los anteriores plazos e intervenciones coinciden con los propuestos por Castañares Maddox (2009) que establece para aquellos procesos de nivel macro, se requieren intervenciones son de largo plazo, para aquellas de nivel meso el mediano plazo y aquellas de nivel micro, que se encuentran en los elementos del sistema estudiado, el corto plazo. De esta manera, es posible vincular las propuestas que surgieron mediante el trabajo participativo y el sistema complejo estudiado en la investigación.

4.4.4 Difusión científica de la investigación

Como se mencionó anteriormente, a lo largo del desarrollo de la investigación y el proceso de investigación comunitaria, se vuelve necesario realizar una labor de comunicación científicas, es decir; presentar, debatir y contrastar ideas y aportaciones en diversos foros y talleres de temas relacionados con el desarrollo local, la gestión comunitaria y la

economía de las comunidades. Desde el inicio del proyecto en el 2017 se presentaron algunos de los primeros hallazgos cuando se intentaba dar con el problema de los micronegocios en el área estudiada; estos fueron presentados en la Universidad Autónoma del Estado de México, en el Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México realizado en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México y la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional.

A partir de ahí, la participación fue constante, presentando el ámbito metodológico, el enfoque de sistemas complejos utilizado en el proyecto, así como el marco teórico (redes sociales, enfoque de capacidades, desarrollo endógeno). Esto, con el fin de compartir algunas posturas e ideas acerca del desarrollo local, así como recibir cierta retroalimentación de proyectos con objetivos y abordajes similares. Con ello es posible obtener dos contribuciones importantes. La primera, como se mencionó anteriormente, es que, a medida que las redes se hacen más grandes y diversas (vinculación extra-región), existe una mayor probabilidad de que el proyecto y sus miembros (micronegocios de la unidad) resulten beneficiados. La segunda tiene que ver más con el debate académico acerca del desarrollo económico local y su vinculación con el territorio.

De este puede extraerse que, con diversos nombres y valores políticos, la mayor parte de los enfoques comparten la vinculación y cooperación de los actores en un territorio con el fin de obtener beneficios que pueden ir desde el aumento de la productividad, la conservación de recursos, la construcción de la vida comunitaria entre otros. Lo que abre la posibilidad de ampliar los estudios que tratan estos temas, incorporando las redes sociales y el enfoque de capacidades en estos.

4.5 Reflexiones acerca del desarrollo endógeno, redes sociales y los sistemas complejos

El desarrollo endógeno es un concepto que permite entender los procesos de desarrollo económico a diversas escalas lo que da un carácter territorial. (Vázquez-Barquero & Rodríguez-Cohard, 2019). Además, este concepto abre la posibilidad para la participación social, ya que se basa en que las relaciones sociales más allá de las transacciones de mercado, que son la base de la mejora de las condiciones socioeconómicas. Por su parte, las redes sociales analizan de qué manera y cómo ocurren estas relaciones y permiten

analizar simultáneamente el desempeño económico y la formación de lazos, dando paso a un análisis más complejo y dinámico del desarrollo.

La teoría del desarrollo endógeno ofrece la posibilidad de territorializar los procesos de desarrollo económico, es decir, un cambio estructural que permita el aumento de productividad. Para ello, se establece que cada territorio, comunidad, demarcación, entre otros cuenta con los recursos tanto humanos, sociales, culturales y naturales, los cuales pueden ser aprovechados para beneficio de la población; pero, además, el desarrollo es endógeno en el proceso productivo, es decir, existe un aprendizaje continuo y una difusión de las innovaciones.

El caso de estudio muestra las relaciones existentes de los negocios de la zona estudiada, las cuales tienen diferente utilidad para los participantes y, en conjunto, forman una red social que permite el flujo de información y recursos, así como la cooperación entre sí. Es importante mencionar que este es un primer acercamiento con el objetivo de, a largo plazo, plantear estrategias para que estas relaciones crezcan y amplíen su complejidad, como es el caso de la formalización de las redes sociales existentes (Cisi et al., 2020) o en las cámaras de comercio de diversas escalas (Lefebvre et al., 2015), en las cuales se mejoran las interacciones y se genera un aprendizaje continuo. Lo cual conlleva, en un largo plazo, a un conjunto de vinculaciones más allá del territorio estudiado, lo cual puede traer beneficios tanto para el desempeño de los negocios como para la comunidad en general, contribuyendo así a la creación de una “comunidad de emprendimiento (Dowin Kennedy, 2021; Johannisson et al., 2002).

Otros aspectos que pueden analizarse de las redes sociales, sobre todo a escala barrial, es su historia y evolución desde una perspectiva no estática (Chamlee-Wright & Myers, 2008), sino como un aprendizaje continuo en el que se seleccionan y se cambian los contactos según la dimensión temporal. Además, al abordarse el tema de ciudades y negocios, es posible recuperar la tesis de Jacobs (2020) y analizar el proceso mediante el cual se crean los espacios a partir de las múltiples actividades que se realizan en él y su

utilidad para la comunidad, utilizando el marco teórico de redes sociales; lo cual puede abrir nuevos debates acerca del espacio y su relación con la sociedad y la economía.

La teoría de los sistemas complejos, por su parte, permite realizar un recorte de la realidad que responde a un fenómeno; en este caso, el desarrollo económico. En este sentido, los subsistemas, límites e interacciones seleccionados, sirven para encontrar aquellos mecanismos que están detrás del problema principal la deficiencia en las capacidades de emprendimiento e interactivas en el caso estudiado, y, de esta manera, poder influir sobre estos con el fin de mejorar las condiciones de la población.

Los negocios o emprendimientos de la unidad habitacional Amalucan deben analizarse desde un enfoque interdisciplinario, y, con ello, mejorar el entendimiento acerca de los fenómenos sociales y espaciales que ocurren además de la actividad económica. Para ello, vincular la teoría del desarrollo endógeno con la teoría de los sistemas complejos es fundamental. De este modo, fue posible realizar un recorte de la realidad separando los subsistemas microeconómicos, de redes sociales y físico espacial, entendiendo que estos interactúan y se influyen mutuamente, además de estar influidos por el entorno. En este caso, el entorno institucional y macroeconómico influye y transforma los subsistemas mencionados.

Del mismo modo, un objetivo de la investigación fue detener y, si es posible, revertir los procesos que causan el deterioro de las condiciones de los micronegocios en la unidad habitacional Amalucan, el cual, al ser un problema complejo, tiene diversas causas; sin embargo, en las que es posible influir es en las relaciones de los subsistemas; es decir, si se ayuda y acelera la formación de redes de negocios en la zona, es posible hacer frente a sus deficiencias. Esto a través de la creación de foros y talleres relacionados con los micronegocios como ya lo han mencionado (Lefebvre et al., 2015), esto puede ser de manera privada, es decir, con recursos de la comunidad, o bien mediante intervenciones públicas.

Otras intervenciones, en otras condiciones del entorno como la inseguridad de los negocios, las regulaciones y la incertidumbre para la inversión deben ser abordadas y

tratadas en otra escala, ya sea desde el sector público o social organizado. Sin embargo, sí es posible señalarlos y abrir un panorama para su futura investigación; además, cada subsistema y cada una de sus relaciones puede ser tratada con mayor profundidad en futuras investigaciones, ya sea ofreciendo información empírica para mejorar su entendimiento o proponiendo nuevas teorías que mejoren su interpretación.

4.5.1 Reflexiones acerca del proceso investigativo y los resultados obtenidos

La investigación *Capacidades interactivas y redes para el desarrollo endógeno en la unidad habitacional Amalucan: Iniciativa “Free Markets Open Cities”* tiene tres aportaciones importantes. En primer lugar, a nivel metodológico es posible resaltar que la vinculación de la teoría de los sistemas complejos (R. García, 2006) a nivel de formulación del problema y recorte de la realidad; lo cual permite abordar un problema complejo semi desponiendo sus principales elementos. Esta no es la única manera de abordar de manera sistémica un problema complejo (que requiera el estudio de varias disciplinas) coincide con los estudios de ecosistemas de emprendimiento como los de (Daniel et al., 2022), incluyendo dimensiones como sociedad y lugar, pero, un aspecto de significancia de la teoría de García (2006) es la inclusión de valores políticos es la selección y definición del sistema (Becerra & Castorina, 2016).

En segundo lugar, el enfoque de capacidades que abre la posibilidad de construir un marco de evaluación de condiciones y, al mismo tiempo, establecer un ideal para alcanzar (Nussbaum & Mosquera, 2012). El enfoque de capacidades es de utilidad ya que, sin importar la temática de la que se esté hablando, es posible establecer una base normativa con la cual evaluar las condiciones de inicio y, con ella, elaborar una serie de propuestas con las cuales sea posible alcanzar un ideal propuesto (aumento de capacidades) (Casique Carrillo & García Melchor, 2018). Cualquier metodología evaluativa, ya sea FODA o marco lógico requiere partir de un ideal al cual llegar, para ello el enfoque de capacidades es útil, ya que además permite reflexionar acerca de los supuestos y valores que están detrás de estos ideales (S. García & Ramírez, 2021)

Por último, la metodología *“obteniendo resultados”* permite tomar este marco de capacidades y proponer un plan con todos sus componentes para incidir en estas; de

manera que se aumente la probabilidad de tener éxito. Un aspecto para resaltar de esta metodología es que es adaptativa, ya que, tanto los resultados como la planeación y ejecución pueden influir en otros proyectos que deseen utilizar esta. Además, abre la posibilidad de formular propuestas a partir del trabajo participativo y con ello influir en ciertos plazos (corto, mediano y largo) en las condiciones actuales.

4.6 Conclusiones generales

Para concluir, este trabajo tuvo como objetivo contribuir al mejoramiento de las capacidades de emprendimiento e interactivas (aumentar sus oportunidades para desarrollar sus proyectos) de los micronegocios de la unidad habitacional Amalucan. Lo anterior mediante una iniciativa de propietarios que permitiera, en el corto plazo; servir como espacio para el mutuo reconocimiento y la construcción de relaciones, mientras que, en el mediano y largo plazo; permita mejorar su ingreso y promover el desarrollo endógeno de la zona.

Para ello, se identificó y analizó la dificultad para competir en el entorno local de los comerciantes, obteniendo datos acerca de sus problemas que, principalmente, están relacionados con la seguridad y el aumento de competencia. Por otro lado, se analizó la capacidad de organización y vinculación que los comerciantes poseían, siendo esta buena, pero menor a la que se esperaba; además, las restricciones del 2020 ampliaron las dificultades para la promoción de actividades comunitarias que permitieran informarlos y mejorar la organización.

Lo anterior, no quiere decir que la contribución a la mejora de sus capacidades no se haya logrado; como se abordó en el último capítulo, existen diversos plazos para que las propuestas (resultado de la iniciativa) sean puestas en práctica y, más importante, tengan algún beneficio. Sin embargo, es posible resaltar que, las relaciones existentes, creadas y que en un futuro existirán, contribuirán a que esto ocurra, sobre todo si se tiene algún tipo de beneficio esperado que contribuya al compromiso de vinculación (Larson & Starr, 1993; Malewicki, 2005).

Este trabajo partió de la hipótesis de que a las actividades económicas de menor escala requieren estrategias que les permitan sobrevivir a lo largo del tiempo y crecer, Entre estas está la integración por redes que permiten la cooperación y difusión de información; a lo largo del proyecto Iniciativa “Free Markets Open Cities” fue posible, en cierta medida, comprobar esta hipótesis. En primer lugar, existe una gran cantidad de redes distribuidas en los negocios entrevistados y participantes, que, a pesar de ser de carácter social (amigos y familia) son de gran impulso para el desarrollo de su negocio.

En segundo lugar, es posible afirmar que existen redes de otros tipos que; a pesar de que su presencia es menor, contribuyen al desempeño y a las estrategias abordadas por los negocios para superar las limitaciones de su tamaño. Tal es el caso de la información relacionada con el mercado o la adopción de tecnología.

Del mismo modo, la cooperación entre diversos actores, como el caso de la mesa directiva de la colonia o las instituciones educativas, permite que la creación de espacios para el desarrollo de relaciones (redes sociales) tenga mayor facilidad, además de, con ello, comprobar algunas de las hipótesis que establecen la vinculación territorial (actores de un sitio específico) al participar en los procesos de desarrollo pueden mejorar las condiciones de la propia comunidad.

El presente trabajo puede servir para futuras investigaciones que traten de vincular la dimensión territorial al desarrollo económico, así como la transmisión de información y conocimiento, sobre todo en zonas urbanas, que han sufrido grandes transformaciones como el área de estudio. Las redes sociales de emprendimiento y la vinculación de empresas puede ser una herramienta útil (como se mostró en los casos análogos estudiados) para mejorar las comunidades en donde se insertan, así como las condiciones de la población general.

En el caso de estudio, es posible afirmar que las contribuciones se dan en varios ámbitos; en el ámbito económico, ya que una mejora de las condiciones de empresas mejora las oportunidades que tienen los habitantes para satisfacer sus deseos, en el ámbito social, ya que las relaciones construidas a través del comercio y las redes sociales mejoran los

vínculos de la comunidad, y un ámbito espacial, ya que, la presencia de los negocios mejora la seguridad, la percepción e incluso contribuye a la formación de relaciones sociales, lo cual, en conjunto, tiene un impacto sobre la comunidad y la población de la colonia. Con lo anterior es posible concluir que, a pesar de las condiciones de contorno (regulaciones, inseguridad y distorsiones del mercado), es posible realizar una contribución a las oportunidades que tienen los negocios de la zona a través de lazos que promuevan la cooperación y la difusión de información.

Referencias

- Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J. A. (2005). Chapter 6 Institutions as a Fundamental Cause of Long-Run Growth. *Handbook of Economic Growth, 1*(SUPPL. PART A), 385–472. [https://doi.org/10.1016/S1574-0684\(05\)01006-3](https://doi.org/10.1016/S1574-0684(05)01006-3)
- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1987). Innovation, Market Structure, and Firm Size. *The Review of Economics and Statistics, 69*(4), 567–574. <https://doi.org/10.2307/1935950>
- Algazi, S. L. (2018). *Esfuerzos mal recompensados: La elusiva búsqueda de la prosperidad en México*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://books.google.com.mx/books?id=dRmGDwAAQBAJ>
- AMVO. (2023). *Estudio sobre Venta Online en México – 2023 | AMVO*. Asociación Mexicana de Ventas Online. <https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2023/>
- Anderson, A. R., & Jack, S. L. (2002). The articulation of social capital in entrepreneurial networks: A glue or a lubricant? *Entrepreneurship and Regional Development, 14*(3), 193–210. <https://doi.org/10.1080/08985620110112079>
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). Linking Entrepreneurship to Growth. *OECD Publishing, 34*. <http://dx.doi.org/10.1787/736170038056>
- Austin, James E., and M. C. (2006). Business and Low-Income Sectors: Finding a New Weapon to Attack Poverty. *Harvard Review of Latin America, 6*(1), 3–5.
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. *Small Business Economics, 29*(4), 415–434. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>
- Barquero, A. V. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Antoni Bosch Editor.
- Barquero, A. V. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales, 11*, 183–210.
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial marshalliano a la «teoría del distrito» contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research, 1*, 9–32.
- Becerra, G., & Castorina, J. A. (2016). Una mirada social y política de la ciencia en la epistemología constructivista de Rolando García. *Ciencia, Docencia y Tecnología, 52*, 459–480.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, growth, and poverty: Cross-country

- evidence. *Journal of Economic Growth*, 10(3), 199–229.
<https://doi.org/10.1007/s10887-005-3533-5>
- Berlin, I. (1958). *Two concepts of liberty*. Oxford: Clarendon Press, 1958.
- Biggs, T. (2002). *Is Small Beautiful and Worthy of Subsidy? Literature Review*.
- Birch, D. L. (1981). Who creates jobs? *The Public Interest*, 65, 3.
- Bjornstrom, E. E. S., & Ralston, M. L. (2014). Neighborhood Built Environment, Perceived Danger, and Perceived Social Cohesion. *Environment and Behavior*, 46(6), 718–744.
<https://doi.org/10.1177/0013916513503833>
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en. *Revista de La CEPAL*, 86, 16.
- Boscherini, F., & Poma, L. (2000). *Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas: el rol de las instituciones en el espacio global*. Miño y Dávila.
- Brusco, S. (1982). The Emilian model: productive decentralisation and social integration. *Cambridge Journal of Economics*, 6(2), 167–184.
- Butler, J. E., & Hansen, G. S. (1991). Entrepreneurship & Regional Development : An International Network evolution , entrepreneurial success , and regional development Network evolution , entrepreneurial success , and regional development. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 3(1), 1–16.
- Camagni, R. (1991). *Innovation networks: spatial perspectives*. Belhaven-Pinter.
- Cámara de Diputados. (2002). *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Cámara de Diputados.
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ldcmpme/LDCMPME_orig_30dic02.pdf
- Cámara de Diputados. (2022). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Cámara de Diputados. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Camison, C. (2000). Reflexiones sobre la investigación científica de la PYME. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 6, 13–30.
- Casique Carrillo, M., & García Melchor, N. (2018). Intervencion y gestión comunitaria para el desarrollo local y regional en Guanajuato. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 4(1 SE- CIENCIAS SOCIO-ADMINISTRATIVAS), 1645–1648.
<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2544>
- Casson, M., & Della Giusta, M. (2007). Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *International Small Business Journal*, 25(3), 220–244.
<https://doi.org/10.1177/0266242607076524>

- Castañares Maddox, E. J. (2009). *Sistemas complejos y gestión ambiental el caso del Corredor Biológico Mesoamericano México*.
- Caves, R. E. (1998). Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms. *Journal of Economic Literature*, 36(4), 1947–1982.
- Chamlee-Wright, E., & Myers, J. A. (2008). Discovery and social learning in non-priced environments: An Austrian view of social network theory. *Review of Austrian Economics*, 21(2–3), 151–166. <https://doi.org/10.1007/s11138-007-0039-8>
- Chandle, A. D., & Hikino, T. (1997). The large industrial enterprise and the dynamics of modern economic growth. In A. D. Chandler, F. Amatori, & T. Hikino (Eds.), *Big Business and the Wealth of Nations* (pp. 24–58). Cambridge University Press. <https://doi.org/DOI: 10.1017/CBO9780511665349.002>
- Cisi, M., Devicienti, F., Manello, A., & Vannoni, D. (2020). The advantages of formalizing networks: new evidence from Italian SMEs. *Small Business Economics*, 54(4), 1183–1200. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0127-0>
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity : A New Perspective on Learning and Innovation Author (s): Wesley M . Cohen and Daniel A . Levinthal Source : Administrative Science Quarterly , Vol . 35 , No . 1 , Special Issue : Technology , Organizations , and Innovation (Mar ., 8/Administrative Science Quarterly, 35(1), 128–152.
- Colegio de México. [El Colegio de México A.C.]. (2022). *El impacto de la entrada de Amazon a México sobre los precios de las tiendas físicas [video]*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=dw8IPNxAKWg>
- CONEVAL. (2016). *Inventario de Programas y Acciones Estatales de Desarrollo Social*. CONEVAL. <https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IPE/Paginas/historico.aspx>
- CONEVAL. (2019). *Inventario de Programas y Acciones Federales de Desarrollo Social*. CONEVAL. <https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IPFE/Paginas/historico.aspx>
- Coraggio, J. L. (2003). El papel de la teoría en la promoción del desarrollo local (Hacia el desarrollo de una economía centrada en el trabajo). *JL Coraggio. La Gente o El Capital. Desarrollo Local y Economía Del Trabajo*, 239–258.
- Costa, M. T. (1995). Cambios en la organización industrial: cooperación local y competitividad internacional. *Desarrollo Económico Local En Europa*, 105–135.
- Daniel, L. J., de Villiers Scheepers, M. J., Miles, M. P., & de Klerk, S. (2022). Understanding entrepreneurial ecosystems using complex adaptive systems theory: getting the big picture for economic development, practice, and policy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 34(9–10), 911–934. <https://doi.org/10.1080/08985626.2022.2083691>
- Donckels, R., & Lambrecht, J. (1995). Networks and Small Business Growth: An

- Explanatory Model. *Small Business Economics*, 7(4), 273–289.
<http://www.jstor.org/stable/40228809>
- Dowin Kennedy, E. (2021). Creating community: the process of entrepreneurial community building for civic wealth creation. *Entrepreneurship and Regional Development*, 33(9–10), 816–836. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1964612>
- Echeverri, H. H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: Revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19–33.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de La CEPAL*.
- Flores, L. M. (2015). *Introducción a los ecosistemas urbanos*. Universidad Iberoamericana.
- Forrest, R., & Kearns, A. (2001). Social cohesion, social capital and the neighbourhood. *Urban Studies*, 38(12), 2125–2143. <https://doi.org/10.1080/00420980120087081>
- Freeman, C., & Soete, L. (2009). Developing science, technology and innovation indicators: What we can learn from the past. *Research Policy*, 38(4), 583–589.
- Friedmann, J., & Douglas, M. (1978). *Agropolitan Development: Toward a new Strategy for Regional Development Policy*. Pergamon, Oxford.
- Fuá, G. (1983). Rural industrialisation in later developed countries: the case of Northeast and Central Italy. *PSL Quarterly Review*, 36(147).
- García Henche, B., & Salvaj Carrera, E. (2017). Asociacionismo, redes y marketing en la transformación hacia el turismo experiencial. El caso del Barrio de las Letras. Madrid. *Cuadernos de Turismo*, 0(0 SE-Artículos), 315–338.
<https://doi.org/10.6018/turismo.40.309731>
- García Jaramillo, S. L., & Ramírez Rosete, N. L. (2022). El desarrollo endógeno desde una perspectiva sistémica: el caso de la unidad habitacional Amalucan. In *Estudios aplicados al análisis global y aprovechamientos del territorio para la innovación productiva* (pp. 397–416). UNAM-AMECIDER.
- García, R. (2006). *Sistemas complejos: conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Editorial Gedisa.
- García, S., & Ramírez, N. (2021). Capacidades Interactivas y Redes para el Desarrollo Endógeno de la Unidad Habitacional Amalucan: Teoría y Aplicación. *Academia Journals*, 13(7), 308–312.
- Garofoli, G. (1986). Áreas de especialización productiva y pequeña empresa en Europa. *Documents d'anàlisi Geogràfica*, 8–9, 143–172.
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78–104.
<https://doi.org/10.1080/09692290500049805>

- Glaeser, E. L., & DiPasquale, D. (1998). *Incentives and Social Capital: Are Homeowners Better Citizens?*
- Gobernación, S. de. (2019). *Ley Orgánica Municipal*. Secretaría de Gobernación.
https://gobiernoabierto.pueblacapital.gob.mx/transparencia_file/InformacionFiscal/norm/77.01.ley.org.mpal.pue.pdf
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness - London School of Economics and Political Science. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Hackett, P. M. W., & Foxall, G. R. (1995). The Structure of Consumers' Place Evaluations. *Environment and Behavior*, 27(3), 354–379.
<https://doi.org/10.1177/0013916595273005>
- Håkansson, H., & Johanson, J. (1993). Industrial functions of business relationships. *Sharma, DD (Ed.), Industrial Networks, Advances in International Marketing*, 5, 13–29.
- Hansen, E. L. (1995). Entrepreneurial Networks and New Organization Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), 7–19.
<https://doi.org/10.1177/104225879501900402>
- Harris et al. (2016). Innovation, Market Structure, and Firm Size. *The Review of Economics and Statistics*, 38(4), 357–385.
- Harrison, B. (1997). *La empresa que viene: la evolución del poder empresarial en la era de la flexibilidad*. Paidós.
- Helmsing, A. H. J. (2001). Externalities, learning and governance: New perspectives on local economic development. *Development and Change*, 32(2), 277–308.
<https://doi.org/10.1111/1467-7660.00206>
- Honorable Congreso del Estado de Puebla. (2019). *Ley de Desarrollo Económico Sustentable del Estado de Puebla*. Honorable Congreso Del Estado de Puebla.
<https://ojp.puebla.gob.mx/legislacion-del-estado/item/121-ley-de-desarrollo-economico-sustentable-del-estado-de-puebla>
- Honorable Congreso del Estado de Puebla. (2022). *Constitución Política del Estado Libre y Soberano*. Honorable Congreso Del Estado de Puebla.
https://www.congresopuebla.gob.mx/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=3572&Itemid=
- Hung, H. (2006). Formation and survival of new ventures: A path from interpersonal to interorganizational networks. *International Small Business Journal*, 24(4), 359–378.
<https://doi.org/10.1177/0266242606065508>

- INEGI. (2016). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN* (INEGI (ed.)).
- INEGI. (2018a). *Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE) 2020*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/enve/2020/#Tabulados>
- INEGI. (2018b). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>
- INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- INEGI. (2022a). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- INEGI. (2022b). *Gobierno, Seguridad y Justicia*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/percepcion/>
- Jacobs, J. (2020). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Capitán Swing Libros.
- Johannisson, B., Ramírez-Pasillas, M., & Karlsson, G. (2002). The institutional embeddedness of local inter-firm networks: a leverage for business creation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(4), 297–315. <https://doi.org/10.1080/08985620210142020>
- Kaufmann, D., Kraay, A., & Zoido-lobatón, P. (2002). Governance Matters II: Updated Indicators for 2000/01. *Governance An International Journal Of Policy And Administration*, 61(2772), 78–89. <http://ideas.repec.org/p/wbk/wbrwps/2772.html>
- Keane, C. (1998). Evaluating the influence of fear of crime as an environmental mobility restrictor on women's routine activities. *Environment and Behavior*, 30(1), 60–74.
- Kim, L., & Nelson, R. R. (2000). *Technology, learning, and innovation: Experiences of newly industrializing economies*. Cambridge University Press.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383–397.
- Larson, A., & Starr, J. A. (1993). A Network Model of Organization Formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 5–15. <https://doi.org/10.1177/104225879301700201>
- Lechner, C., & Dowling, M. (2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/08985620210159220>
- Lefebvre, V., Radu Lefebvre, M., & Simon, E. (2015). Formal entrepreneurial networks as communities of practice: a longitudinal case study. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(7–8), 500–525. <https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1070539>

- Lewis, W. A. (1954). *Economic development with unlimited supplies of labour*.
- Lorenzoni, G., & Lipparini, A. (1999). The leveraging of interfirm relationships as a distinctive organizational capability: A longitudinal study. *Strategic Management Journal*, 20(4), 317–338. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199904\)20:4<317::AID-SMJ28>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199904)20:4<317::AID-SMJ28>3.0.CO;2-3)
- Maillat, D. (1995). Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(2), 157–165.
- Maillat, D. (1998). Entrepreneurship & Regional Development Innovative milieus and new generations of regional policies Innovative milieus and new generations of regional policies '. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/08985629800000001>
- Malewicki, D. S. (2005). Network Organizations : the Role of Commitment and Trust. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10(2), 141–166.
- Maskell, P. (1998). Low-tech competitive advantages and the role of proximity: the Danish wooden furniture industry. *European Urban and Regional Studies*, 5(2), 99–118.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Nonaka, I. (2009). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Knowledge, Groupware and the Internet*, 5(1), 3–42. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- North, D. (1990). Institutions and their consequences for economic performance. *The Limits of Rationality*, 383–401.
- North, D. C., & Bárcena, A. (2014). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica. <https://books.google.com.mx/books?id=kB7dAwAAQBAJ>
- Nussbaum, M. C. (2012). *Las mujeres y el desarrollo humano*. Herder Editorial.
- Nussbaum, M. C., & Mosquera, A. S. (2012). *Crear capacidades*. Paidós Madrid, España.
- Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. (2004). *Upgrading in clusters and value chains in Latin America: the role of policies*. Inter-American Development Bank Washington, DC.
- Pihkala, T., Varamaki, E., & Vesalainen, J. (1999). Virtual organization and the smes: A review and model development. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(4), 335–349. <https://doi.org/10.1080/089856299283146>
- Piore, M. J., & Sabel, C. F. (1984). *The second industrial divide: possibilities for prosperity*.
- Premaratne, S. P. (2001). Networks, resources, and small business growth: The experience in Sri Lanka. *Journal of Small Business Management*, 39(4), 363–371. <https://doi.org/10.1111/0447-2778.00033>

- Quigley, J. M. (1998). Urban diversity and economic growth. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 127–138.
- Ramírez Rosete, N. L., Calderón Calderón, B., & Milián Ávila, M. G. (2017). Gestión participativa en la elaboración de estrategias de revitalización urbana para el barrio histórico de San José, Puebla. *Nova Scientia*, 9(18), 588–626.
- Ripol, F. J. C., García, E. A., Cerdeño, V. J. M., & de Robles, J. C. A. (2022). *Distribución comercial*. ARANZADI/CIVITAS.
- Roberts, B. D., & Woods, C. (2000). Changing the world on a shoestring : The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45–51. <http://www.uabr.auckland.ac.nz/files/articles/Volume11/v11i1-asd.pdf>
- Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global: Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas Del Desarrollo*, 37(146), 31–50.
- Rowley, T., Behrens, D., & Krackhardt, D. (2000). Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the steel and semiconductor industries. *Strategic Management Journal*, 21(3), 369–386.
- Schiffer, M., & Weder, B. (2001). *Firm size and the business environment: Worldwide survey results* (Vol. 43). World Bank Publications.
- Scott, A. J. (1988). Flexible production systems and regional development. *International Journal of Urban and Regional Research*, 12(2), 171–186.
- Sen, A. (2000). El desarrollo como libertad. *Gaceta Ecológica*, 55, 14–20.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research Author (s): Scott Shane and S . Venkataraman Source : The Academy of Management Review , Vol . 25 , No . 1 (Jan . , 2000) , pp . 217-226 Published by : Academy of Management Stable URL : [http://www. The Academy of Management Review](http://www.TheAcademyofManagementReview), 25(1), 217–226.
- Silverberg, G., Dosi, G., & Orsenigo, L. (1988). Innovation, diversity and diffusion: a self-organisation model. *The Economic Journal*, 98(393), 1032–1054.
- Smith, D. A., & Lohrke, F. T. (2008). Entrepreneurial network development: Trusting in the process. *Journal of Business Research*, 61(4), 315–322. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.018>
- Stöhr, W., & Taylor, D. R. F. (1981). *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries*.
- Storey, D. J. (1988). The role of small and medium-sized enterprises in European job creation: key issues for policy and research. *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*, 140–160.
- Storey, D. J. (2003). Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public

- policies. *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, 473–511.
- Suarez-Villa, L. (1988). Innovation, Entrepreneurship and the Role of Small and Medium-size Industries: A Long-term View. *Small and Medium-Size Enterprises and Regional Development*, 21–43.
- T. Miller, A. Kim, J. R. (2021). *2021 Index of Economic Freedom*. The Heritage Foundation.
- The Fraser Institute. (2022). *Economic Freedom of the World: 2022 Annual Report*. The Fraser Institute. <https://www.fraserinstitute.org/studies/economic-freedom>
- Uzzi, B. (1996). The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect. *American Sociological Review*, 61(4), 674–698. <https://doi.org/10.2307/2096399>
- Vázquez-Barquero, A., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2019). Local development in a global world: Challenges and opportunities. *Regional Science Policy and Practice*, 11(6), 885–897. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12164>
- Wagner, J. (1995). Firm size and job creation in Germany. *Small Business Economics*, 7, 469–474.
- Wandersman, A., Imm, P., Chinman, M., & Kaftarian, S. (2000). Getting to outcomes: A results-based approach to accountability. *Evaluation and Program Planning*, 23(3), 389–395. [https://doi.org/10.1016/S0149-7189\(00\)00028-8](https://doi.org/10.1016/S0149-7189(00)00028-8)
- Wood, L., Frank, L. D., & Giles-Corti, B. (2010). Sense of community and its relationship with walking and neighborhood design. *Social Science and Medicine*, 70(9), 1381–1390. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.01.021>
- World bank. (2020). *Doing Business 2020*. World Bank. <https://archive.doingbusiness.org/es/data>