



REPÚBLICA DE PANAMÁ

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE
NEGOCIOS.**

**LA ASOCIATIVIDAD ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA LA RENTABILIDAD EN
LAS MIPYMES DE LA REPUBLICA DE PANAMA.**

**PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON ENFASIS EN BANCA Y FINANZAS.**

Tutor (a): Prof. Ricardo Zeballos

Autores: Lili Morales

Jhonathan Ramírez

Ciudad de Panamá, 6 de Junio de 2021



REPÚBLICA DE PANAMÁ

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE
NEGOCIOS.**

**LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA LA
RENTABILIDAD EN LAS MIPYMES DE LA REPUBLICA DE PANAMA.**

**PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON ENFASIS EN BANCA Y FINANZAS.**

Autores: Lili Morales

Jhonathan Ramírez

Ciudad de Panamá, 6 de Junio de 2021



Panamá, 6 de Junio de 2021.

Profesor

Nagib Yassir

Coordinador Comité de Titulación de Estudios de Licenciatura.

Presente.

POSTULACIÓN ASESOR(A) DE PROYECTO

En mi carácter de Tutor de Trabajo de grado presentado por Lili Morales, documento de identidad Nro. xxxxxxx; Jhonathan Ramírez, documento de identidad Nro. xxxxxx, para optar al grado de: LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON ENFASIS EN BANCA Y FINANZAS, considero que el trabajo: reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,

Prof. Ricardo Zeballos

Documento de identidad Nro. xxxxxxxx

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT) por formarme como profesional, al Prof. Nagib Yassir García, por su valioso aporte y orientación en este proyecto y a mi Tutor de trabajo de grado Prof. Ricardo Zeballos, por su entrega incondicional, por compartir sus conocimientos y amor por la investigación. Gracias.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	01
PORTADA INTERNA	02
CARTA DE APROBACION DEL TUTOR.....	03
INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORIA.....	04
AGRADECIMIENTO	06
INDICE GENERAL.....	07
LISTA DE FIGURAS Y CUADROS.....	12
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCION	13
CAPÍTULOS	
<u>1. CAPÍTULO I</u>	12
<u>1.1. Planteamiento y Formulación del Problema.</u>	12
<u>1.2. Objetivos.</u>	14
<u>1.2.1. Objetivo General.</u>	14
<u>1.2.2. Objetivos Específicos.</u>	14
<u>1.3. Formulación.</u>	14
<u>1.4. Justificación:</u>	14
<u>2. CAPÍTULO II</u>	17
<u>2.1. Antecedentes de la Investigación</u>	17

<u>2.2. Bases teóricas.</u>	23
<u>2.2.1. Teoría de la organización.</u>	23
<u>2.2.2. Teoría de los costes de transacción.</u>	23
<u>2.2.3. Teoría de recursos y capacidades.</u>	23
<u>2.2.4. Teoría de juegos.</u>	24
<u>2.2.5. Teoría del comportamiento estratégico.</u>	24
<u>2.3. Definición de conceptos.</u>	25
<u>2.3.1. Asociatividad empresarial.</u>	25
<u>2.3.2. Globalización.</u>	25
<u>2.3.3. Competitividad.</u>	26
<u>2.3.4. Mercado interno o doméstico.</u>	26
<u>2.3.5. Mercado internacional o global.</u>	26
<u>2.3.6. Rentabilidad.</u>	27
<u>2.3.7. Sinergia.</u>	27
<u>2.3.8. Mipymes.</u>	27
<u>2.3.9. Ampyme.</u>	28
<u>2.3.10. Economías de escala.</u>	28
<u>3. CAPITULO 3</u>	28
<u>3.1. Tipo de investigación.</u>	29
<u>3.2. Paradigma.</u>	29
<u>3.3. Diseño de investigación.</u>	30
<u>3.4. Técnicas de recolección y registro de datos.</u>	31
<u>3.5. Fichas bibliográficas.</u>	32
<u>4. CAPITULO IV</u>	40
<u>4.1.1. Ventajas competitivas de Panamá.</u>	40

<u>4.1.2. Ventaja competitiva del futuro</u>	44
<u>4.2. Heterogeneidad de la estructura productiva e inserción de las Mipymes en Latinoamérica</u>	45
<u>4.3. Los grandes retos de las Mipymes, la globalización y la crisis del Covid-19</u>	49
<u>4.3.1. Globalización</u>	49
<u>4.3.2. Crisis Covid-19</u>	53
<u>4.4. Cooperación empresarial para la supervivencia, crecimiento e innovación</u>	58
<u>4.5. De la cooperación empresarial a la asociatividad empresarial</u>	60
<u>4.6. Asociatividad empresarial y sus modelos</u>	63
<u>4.6.1. Cadena productiva</u> :	64
<u>4.6.2. Red Empresarial</u>	65
<u>4.6.3. Economías de la aglomeración</u>	71
<u>4.6.4. Distrito Industrial</u>	72
<u>4.6.5. Clúster</u>	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	77
REFLEXIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA	78

LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

FIGURA Nro.

	Pág.
1 Figura Nro. 1 Crecimiento del PIB (% anual) – Panamá	46
2 Figura Nro. 2 America Latina: Insercion de las empresas en la estructura productiva.....	49
3 Figura Nro. 3 Union Europea: Insercion de las empresas en la estructura productiva	50
4 Figura Nro. 4 Distribucion del comercio exterior de bienes	53
5 Figura Nro. 5 Evolucion del desempleo	56
6 Figura Nro. 6 Evolucion de la informalidad	57
7 Figura Nro. 7 Participacion del PIB sectores seleccionados.....	58
8 Figura Nro. 8 Ahorro total y balance fiscal	58
9 Figura Nro. 9 Ingresos totales diciembre 2020 (en millones).....	59
10 Figura Nro. 10 Diferencia asociatividad vs. cooperacion	64

TABLA Nro.

	Pág.
1 Fases para la conformacion de una red empresarial.....	70
2 Resumen de actividades para la conformacion de una red empresarial	72
3 Diferencia Cluster vs Distrito industrial	77



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE
NEGOCIOS.

LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA LA
RENTABILIDAD EN LAS MIPYMES DE LA REPUBLICA DE PANAMA.

Autores: Lili Morales

Jhonathan Ramírez

Tutor (a): Prof. Ricardo Zeballos

Año: 2021

RESUMEN.

El propósito de este documento, es que a través de una investigación de tipo documental, mediante la recolección información utilizando de fichas bibliográficas, se logra brindar un panorama general del contexto en el que están inmersas las Mipymes en Latinoamérica y puntualmente en Panamá. Enfocándose en identificar, como estas empresas se acoplan en la estructura productiva del país (contribución al PIB y a la generación de empleo), los retos, las oportunidades derivadas de los retos, las ventajas competitivas que brinda Panamá a su parque empresarial y la asociatividad empresarial como una estrategia de negocios que en teoría contribuiría a la rentabilidad de las Mipymes en Panamá, dando opciones para reducir costos y abriendo una ventana para aumentar ingresos mediante la diversificación de mercados. Explicando de forma general sus diferentes modelos.

Palabras clave: Asociatividad empresarial; Mipymes; Rendimiento.



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE
NEGOCIOS.

LA ASOCIATIVIDAD ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA LA RENTABILIDAD EN
LAS MIPYMES DE LA REPUBLICA DE PANAMA.

Autores: Lili Morales

Jhonathan Ramírez

Tutor (a): Prof. Ricardo Zeballos

Año: 2021

ABSTRACT.

The purpose of this document is that through a documentary type of research, by collecting information using bibliographic records, it is possible to provide a general panorama of the context in which MSMEs are immersed in Latin America and specifically in Panama. Focusing on identifying how these companies fit into the country's productive structure (contribution to GDP and job creation), the challenges, the opportunities derived from the challenges, the competitive advantages that Panama provides to its business park and business associativity as a business strategy that in theory would contribute to the profitability of MSMEs in Panama, giving options to reduce costs and opening a window to increase income through market diversification. Generally explaining its different models.

Keywords: Business associativity; MSMEs; Performance.

INTRODUCCION

En la actualidad el mundo pasa por una crisis sanitaria y las medidas para su contención tuvieron un fuerte impacto en el desarrollo económico de los países. Además de las pérdidas humanas, las empresas se vieron muy afectas, más que todo las Mipymes.

El común denominador en las Mipymes es no cuentan el tamaño, el musculo financiero o la estrategia necesaria para sortear este tipo de crisis, por eso, la presente investigación se enfoca en analizar el panorama general en el que se encuentran inmersas las Mipymes en Panamá. Identificando retos, oportunidades y ventajas competitivas que pueden y deben ser capitalizadas por las mismas. Para esto, esta investigación propone la asociatividad empresarial como una estrategia de negocios para la rentabilidad en las Mipymes en la República de Panamá. Se hace énfasis en la rentabilidad, ya que este es un concepto que nos proporciona un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

La asociatividad empresarial es una estrategia enfocada a la generación de sinergias. Brindando la oportunidad de reducir costos al tener la oportunidad de compartir gastos y costos, acceder a recursos que antes no tenía, diversificar mercados en los que se oferta, etc. Y da la oportunidad de aumentar fuentes ingresos al poder participar en proyectos de exportación para hacer presencia en mercados más dinámicos, creación de nuevos productos con valor agregado, creación de nuevas líneas de negocios, etc.

1. CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

1.1. Planteamiento y Formulación del Problema.

Teniendo en cuenta la coyuntura histórica actual que ha producido la emergencia sanitaria global debido al virus Covid-19; además del deterioro de la salud de muchas personas alrededor del mundo que han sido víctima de este virus, uno de los mayores afectados ha sido la economía. Para nadie es un secreto que la economía es pieza fundamental para el desarrollo y sostenimiento de cualquier Estado, por tanto, el congelamiento total o parcial de muchas de las actividades productivas y económicas debido a las medidas confinamiento obligatorio, toque de queda y restricciones de movilidad por cedula o género, trajo consigo la disminución en el ingreso en los hogares produciendo la pérdida sustancial de capacidad adquisitiva.

Después de la salud humana, las empresas son las más afectadas por la pandemia (unas más que otras) algunas se vieron obligadas a cerrar sus puertas de manera parcial o total debido a las medidas impuestas por el gobierno y autoridades sanitarias, con el fin de desacelerar los efectos la pandemia del Covid-19 (las empresas no esenciales tuvieron que cerrar sus puertas hasta nueva orden y los restaurantes tuvieron que limitar a atender mediante pedidos a domicilio). Resultado de esto fue que algunos negocios tomaron la decisión de cierre de operaciones en forma definitiva; otro grupo de empresas que lograron amortiguar el golpe financiero fueron las de empresas del sector salud, logístico, cadena de suministros alimenticios, entre otras, que por sus características le permitieron seguir trabajando y hasta aumentar sus ventas. Teniendo en cuenta lo anterior; y además que, según la página web Ministerio de industria y comercio (Mici), señala que en “Panamá las Mipymes componen el 97% del parque empresarial y generan en su conjunto arriba del 45% de los empleos en el país” (Más de 70 mil MIPYMES podrán acceder a Plan Nacional de Recuperación, 2020). Cabe destacar, que este segmento empresarial es de vital importancia para el desarrollo y crecimiento económico de un país, ya que genera empleos, amplía la base tributaria, dinamiza la

economía, promueve el desarrollo económico local, genera riquezas y promueve la cohesión social.

Hay que resaltar, que el sistema económico nacional o mejor dicho, el sistema económico mundial, está dominado por un mercado muy dinámico que es originado e impulsado por la tecnología y por la globalización, sin embargo, para que una empresa tenga éxito, debe identificar y acoplarse a los cambios para poder seguir de manera activa en el mercado. La gran mayoría de las Mipymes no cuentan con el modelo estratégico necesario, ellas, viven del día a día, alejándose del Principio Contable de Entidad, este principio establece “La actividad económica es realizada por entidades identificables las que constituyen combinaciones de recursos humanos, recursos naturales y capital, coordinados por una autoridad que toma decisiones encaminadas a la consecución de los fines de la entidad. A la contabilidad, le interesa identificar la entidad que persigue fines económicos particulares y que es independiente de otras entidades. Se utilizan para identificar, en una entidad, dos criterios: 1) Conjunto de recursos destinados a satisfacer alguna necesidad social con estructura y operación propias. 2) Centro de decisiones independientes con respecto al logro de fines específicos, es decir, a la satisfacción de una necesidad social. Por tanto, la personalidad de un negocio es independiente de las de sus accionistas o propietarios y en sus estados financieros sólo deben incluirse los bienes, valores, derechos y obligaciones de este ente económico independiente. La entidad puede ser una persona física o una persona moral o una combinación de varias de ellas” (GestioPolis.com Experto, 2002). Precisamente son las Mipymes las principales afectadas de estos cambios originados por la coyuntura actual de la pandemia del Covid-19. Para una reactivación económica se hace indispensable buscar estrategias que ayuden a promover la creación y el crecimiento de las Mipymes mediante estrategias que permitan la habilidad de ser rentables y sostenible en el tiempo buscando que se inserten de manera homogénea en la estructura productiva de la nación.

A la hora de hablar de las Mipymes tenemos que considerar que hay un ente rector que se encarga de fomentar este sector, el cual es el idóneo para ayudar a atacar las problemáticas anteriormente planteadas, y para el caso de la República de Panamá es Ampyme. La Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) se crea a

través de la ley No. 8 del 29 de Mayo de año 2000, siendo reformada por la Ley No. 72 de 9 de noviembre de 2009 (esta es la que rige actualmente), con el objetivo de fomentar el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, mediante la ejecución de la Política Nacional de estímulo y fortalecimiento del sector, para contribuir con la generación de empleos productivos, el crecimiento económico del país y mejorar la distribución del ingreso nacional mediante políticas públicas que sustenten la formalización y sostenibilidad.

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo General.

Analizar la asociatividad, como una estrategia de negocios para la rentabilidad en las Mipymes de la República de Panamá.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Definir el concepto de asociatividad, sus modelos y sus beneficios.
- Identificar las debilidades del modelo de negocio actual de las Mipymes.
- Examinar el aporte de la asociatividad como estrategia para la rentabilidad.

1.3. Formulación.

¿La asociatividad como estrategia de negocio, contribuye a la rentabilidad en las Mipymes de la República de Panamá?

1.4. Justificación:

Debido al gran aporte que el sector Mipymes hace al desarrollo económico de la República de Panamá y a la amplia capacidad de generación de empleo que este sector ofrece para la reactivación económica, se decidió que es de vital importancia sumarse a la misión de Ampyme la cual es “Crear políticas públicas que sustenten la formalización y sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas con actores estratégicos, con programas de capacitación y servicios financieros dinámicos y efectivos”; Proponiendo una estrategia de negocio que demuestre que la unión hace la fuerza y que juntos somos más.

Esta propuesta que se plantea debe ir direccionado a que los emprendedores y las Mipymes tengan un crecimiento real e integral, para que así puedan aportar al crecimiento económico y generación de empleo que necesitamos para salir de esta crisis, esto se puede ser posible al implementar la asociatividad como una estrategia de negocios y teniendo en cuenta los siguientes 3 factores, financiamiento, capacitación e inclusión.

El primer factor es el financiamiento. En la versión digital del periódico El Capital Financiero, señala que “el 78.5% de las Mipymes panameñas se crean con ahorros propios de familiares y amigos, el 10.9% indicó haber obtenido financiamiento bancario, el 6.7% en préstamo de un familiar o amigo y 3.9% otras fuentes como Capital Semilla” (Villar, 2019), lo que evidencia que hoy día, no se puede crear una empresa o iniciar un negocio sin capital debido a que el mercado que facilita el capital. Lo anterior podemos observar que el sector bancario es muy exigente a la hora de evaluar las solicitudes de préstamo de las Mipymes, lo que origina que gran parte de los emprendedores que quieren iniciar su negocio lo hagan con recursos propios o acudan a entidades financieras con requerimientos más flexibles, las financieras (por ejemplo, Corporación el Sol) son más flexibles a la hora de evaluar solicitudes de préstamo, estas entidades tienen tasas de interés muy altas, este fenómeno se da por la naturaleza riesgosa que representan las Mipymes.

El segundo factor es la capacitación. En muchas ocasiones, los emprendedores o las Mipymes no cuentan con el tamaño o la robustez organizacional necesaria para que su operación sea eficiente, o que la manera en que se recopila, se gestiona y se maneja la información no es la más provechosa para el negocio, o que las decisiones que se toman no tienen las bases necesarias para sustentarlas. Por todo lo mencionado, se hace indispensable que la Ampyme sea una autoridad que garantice una capacitación de calidad e integral por un personal que cuente con la idoneidad y conocimiento en el área para sus afiliados, pero además de capacitar, se debe realizar un acompañamiento en el proceso de la aplicación del aprendizaje, esto supone un monitoreo constante en los siguientes procesos académicos: contables, administrativos, técnicos, comerciales y de gestión humana. Si se logra esta iniciativa, las empresas tendrán la información

pertinente, clara y detallada que será el soporte para la toma de decisiones, y que muestre la realidad financiera y operacional para cualquier usuario externo que tenga cualquier tipo de interés en la empresa.

El tercer factor es la inclusión. La Ampyme como autoridad debe de garantizar a sus afiliados la oportunidad de poder aprovechar los Tratados de Libre Comercio firmados por la República de Panamá, las contrataciones con el estado y las políticas de crecimiento empresarial propuestas por el gobierno. Como institución encargada, debe asesorar, orientar y gestionar los mecanismos necesarios para que los emprendedores y las Mipymes puedan beneficiarse de las oportunidades de negocio mencionadas anteriormente.

Una vez terminada la investigación, se conocerán los elementos necesarios para determinar la propuesta que se le debe hacer a la Ampyme para que abandere la asociatividad como estrategia de negocio para la reactivación económica post-Covid-19 con miras a generar crecimiento real e integral de los emprendedores y del sector Mipymes.

2. CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

En este segundo capítulo es necesario establecer los antecedentes, aspectos teóricos y conceptuales referenciales a la presente investigación.

2.1. Antecedentes de la Investigación

Según Fideas Arias (2004) “Los antecedentes reflejan los avances y el Estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.”. Esto hace referencia al conjunto de estudios previos que se han realizado sobre el tema los cuales se adecuan a los propósitos de la presente investigación.

El primer antecedente en el que se apoya la presente investigación, se denomina “MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, presentada por MARCO Dini y Giovanni Stumpo (coords.) (2018), Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santiago.

Esta investigación tiene como principal propósito apoyar el diseño de mejores políticas de fomento para las Mipymes de América Latina, se analizan las dinámicas de la micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de América Latina y la evolución de las políticas de fomento implementadas en la última década por las instituciones que promueven su desarrollo.

El texto genera muchas conclusiones, pero para esta investigación se tendrá en cuenta la siguiente, las Mipymes representan el 99% de las empresas de la región y contribuyen con el 61% del empleo formal y el 25% de la producción. Su aporte a las economías regionales las convierte en un sujeto ineludible y central para atacar el problema de la pobreza y reducir las grandes brechas estructurales que obstaculizan el desarrollo de América Latina.

Tomando lo anterior, este antecedente es de vital ya que expresa que la importancia de las Mipymes en América Latina se fundamenta por la cantidad de empresas y su

aporte al empleo, además esta investigación manifiesta como la heterogeneidad estructural empresarial general brechas que obstaculizan el desarrollo económico para cualquier país en vía de desarrollo y como es su inserción en la estructura productiva. Los encargados de fomentar políticas que ayuden al sector Mipymes son las autoridades de las Mipymes en cada país, en Panamá, la autoridad de las Mipymes es AMPYMES.

El segundo antecedente en el que se apoya la presente investigación, se denomina “Redes de cooperación entre empresas: un estudio aplicado a cinco clusters en Uruguay”, presentada por Galaso, P.; Rodríguez Miranda, A.; Goinheix, S.; Martínez, C. y Picasso, S. (2018). Instituto de Economía, facultas de ciencias económicas y administrativas de la universidad de la República, Uruguay.

Este trabajo estudia las relaciones de colaboración entre empresas y organizaciones que interactúan en cinco clusters industriales y de servicios en Uruguay: el clúster del caucho y el plástico en Montevideo y Canelones, el farmacéutico en Montevideo y Canelones, el lácteo en el litoral y el sur-oeste del país, el de hoteles y restaurantes en Colonia y el clúster de hoteles y restaurantes en Salto. Los datos se obtuvieron en un trabajo de campo donde se realizaron entrevistas a directores de empresas en estos cinco clusters. Posteriormente, se empleó la metodología del análisis de redes sociales junto con técnicas de regresión multivariante para estimar las causas y los efectos de la cooperación empresarial, prestando especial atención a la relación entre la red de cooperación y la innovación. Además de identificar particularidades sectoriales y territoriales de los clusters estudiados, los resultados de la investigación permiten señalar varias causas y consecuencias, tanto de la cooperación entre empresas como de las actividades de innovación. La metodología llevada a cabo por el investigador del presente antecedente se enmarca en el análisis de las técnicas Andragógicas (la Andragogía enfoca un resumen analítico sobre diversas estrategias andragógica que ayudan y fortalecen el aprendizaje en el adulto que consiste en procesar información variada, para esto la clasifica y luego le realiza generalizaciones de manera afectiva, es decir aprende por comprensión, lo cual significa que primero entiende y después memoriza, el adulto en si aprende en forma opuesta al proceso de los niños.) utilizadas en aula y las contrapone con las tecnologías educativas del momento, con el propósito

de evaluar los impactos generados por los últimos en el hecho educativo. Los relaciona con el ámbito legal que le compete y lo contextualiza en la investigación.

Entre las conclusiones de este antecedente tendremos en cuenta para el desarrollo de este trabajo la siguiente conclusión. Los resultados de este estudio muestran que la cooperación entre empresas depende, fundamentalmente, de dos factores: el tamaño de la empresa y su capacidad innovadora, esto se debe a que las empresas más grandes son las que más innovan y por ende tienen más posibilidades de cooperar con otras empresas. Las empresas con menor tamaño tendrán menos recursos para hacer frente a estos costos. Esto es paradójico, porque justamente son las pequeñas empresas las que más podrían beneficiarse de la cooperación, estas son las que cuentan con menos recursos propios y, por ende, se beneficiarían más de aprovechar las sinergias y posibilidades de escala en el intercambio colectivo. Además, los modelos indican que la innovación influye positivamente sobre la cooperación de las empresas. En este punto parece existir otra barrera importante para las firmas pequeñas, dado que la innovación también tiene una fuerte dependencia del tamaño de las empresas. Si las firmas no cuentan con tamaño suficiente como para innovar, entonces, por esa vía tampoco van a cooperar con otras, y si no cooperan será menos probable que innoven. Se genera entonces un círculo vicioso. La forma de romper ese círculo vicioso parece ser un desafío importante de las políticas públicas.

Otro aspecto relevante que se puede concluir de este trabajo es que la innovación depende de la cooperación, además del tamaño de la empresa. Por lo tanto, mejorar la cooperación empresa-organizaciones y empresas-empresas puede tener efectos positivos en la innovación. En este aspecto, se pueden apuntar algunas pistas, en forma de recomendaciones de política y de gestión, que contribuyan a romper el círculo vicioso anterior.

Primero, considerando el rol fundamental de las organizaciones para mantener conectadas las redes, estos actores pueden incidir positivamente sobre la actividad innovadora de las empresas, especialmente sobre la de aquellas con más dificultades para innovar por su reducido tamaño. Existen barreras para a este tipo de empresas que les dificultan integrarse en las redes, una de las más importantes parece ser los propios

recursos internos de las firmas (aproximados en este estudio por el tamaño de la empresa). Las empresas con menor tamaño tendrán menos recursos para hacer frente a estos costos. Por eso, las organizaciones y asociaciones, tanto las públicas como las privadas, pueden cumplir un importante rol generando actividades, destinando tiempo, brindando información y, por tanto, reduciendo los costos de transacción para que las empresas establezcan vínculos y se integren en las redes de su clúster. En la medida en que las asociaciones y organizaciones faciliten la integración de este tipo de empresas en las redes, estos actores estarán también influyendo positivamente sobre las actividades de innovación de las empresas.

Segundo, desde el punto de vista de la gestión empresarial se puede concluir de este estudio que, además de los vínculos con organizaciones, la colaboración con otras empresas del clúster puede resultar estratégica para mejorar los resultados de innovación. Especialmente cuando la empresa no cuente con un gran tamaño en relación con otras firmas del sector.

En línea con el punto anterior, desde la política pública también se podrían tomar medidas para incentivar la cooperación empresa-empresa, con un foco en las empresas pequeñas. Por ejemplo, por medio de instancias de encuentro de PYMES o mecanismos de incentivos para la realización de proyectos conjuntos. Políticas como éstas podrían tener incidencia positiva, aunque indirecta, sobre las actividades de innovación llevadas a cabo en el seno de los clusters.

Tomando lo anterior, este antecedente tiene un aporte muy significativo para esta investigación, ya que manifiesta que la colaboración empresarial trae innovación a las empresas implicadas, pero a su vez la cooperación solo es posible para las empresas grandes ya que estas cuentan con los recursos suficientes para sostener los costos que traen consigo la cooperación, su mantenimiento en el tiempo y tener la capacidad de innovar. Las Mipymes serían las empresas que más podrían beneficiarse de la cooperación, ya que son las que cuentan con menos recursos propios y, por ende, se beneficiarían más de aprovechar las sinergias y posibilidades de escala en el intercambio colectivo, además esto traería consigo la capacidad de innovar, ya que otra barrera importante para las firmas pequeñas, es que la innovación también tiene una fuerte

dependencia del tamaño de las empresas. Si las firmas no cuentan con tamaño suficiente como para innovar, entonces, por esa vía tampoco van a cooperar con otras, y si no cooperan será menos probable que innoven. Se genera entonces un círculo vicioso.

En este segundo antecedente también es de vital importancia la generación de políticas públicas por parte de las autoridades competentes para que el tamaño de las Mipymes deje de ser un obstáculo que les impida cooperar, la cooperación trae consigo la expansión de mercados y la innovación, la innovación trae crecimiento y más cooperación.

El Tercer antecedente en el que se apoya la presente investigación, se denomina “Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia”, presentado por Jenny Roció Duarte Castañeda (2017), Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá.

Este tercer documento que fue utilizado para alimentar la presente investigación habla de las nuevas tendencias de la economía se están basando en el arte del compartir, en Colombia las pymes se están apoyando en modelos de colaboración interempresarial para aumentar o mejorar su productividad y competitividad bajo enfoque del modelo de Asociatividad empresarial o economía colaborativa. Sin embargo, cabe aclarar que estos dos modelos han surgido a raíz de las crisis económicas, y sumado a la falta de financiamiento Público, generando la necesidad en las pymes de trabajar de modo colaborativo, con el fin de crear una ventaja competitiva sostenible. El objetivo de este documento es describir los modelos de economía colaborativa (donde se destacan la información en plataformas tecnológicas y el compartir recursos infrautilizados) y como estos se relacionan con los modelos de Asociatividad tradicionales, de estos últimos se explora cuáles son sus formas de asociación, haciendo énfasis en el Clúster como modelo de Asociatividad más promovido en los últimos años en Colombia.

Este documento tiene un aporte significativo para la investigación ya que nos ofrece una definición de asociatividad que nos ayudara a comprender mucho mejor el concepto, además nos relata la existencia de 4 modelos de asociatividad existentes, los cuales son Cadena productiva, Distrito industrial, Red empresarial y Clúster.

El Cuarto antecedente en el que se apoya la presente investigación, se denomina “Conceptualización colectiva de la asociatividad empresarial: posiciones diversas y nuevos planteamientos”, presentada por José Joaquín Palacios, Edgar Riveros, Javier Jácome, Luz Alexandra Montoya, Iván Alfonso Montoya, Sandra Patricia Rojas, María Teresa Ramírez, Edirley C. Solórzano, Roberto M. Giraldo, Miguel Cortéz M., Martha Faustino, Germán Flórez, , Alejandro Martínez, (Compilador) Luis Guillermo López (2012), Universidad Ean, facultad de administración, finanzas y ciencias económicas, Bogotá.

El contenido de este cuarto antecedente, reúne las investigaciones llevadas a cabo por 13 autores sobre el complejo tema de la asociatividad. Por medio del estudio de diversos sectores de la actividad empresarial colombiana, los autores provenientes de cinco universidades, analizan y desarrollan los aspectos clave tanto para la comprensión del tema como para su adecuada realización. El planteamiento de los autores muestra que asociarse es una estrategia potente y rentable de gran beneficio para quienes participan en su construcción. Como punto de referencia y antecedente para este trabajo de grado utilizaremos únicamente la investigación plasmada en el Capítulo 1 trabajado por el profesor Dr. Joaquín Palacios (Q.E.P.D), el cual cita en su trabajo de investigación a autores como Pallares y Porter como base teórica para estructurar su investigación. De este antecedente tendremos en cuenta exactamente en el numeral Capítulo 1.3 donde se expone la diferencia entre cooperación y asociatividad empresarial, resaltar esta diferencia se hace fundamental ya que cooperar no necesariamente implica asociarse y asociarse no necesariamente implica cooperar.

Este antecedente tiene una gran influencia para este trabajo de grado, y que de la revisión bibliográfica realizada pudimos extraer los conceptos que diferencian la cooperación y la asociatividad, y además nos brinda una tabla donde ilustra de mejor manera sus diferencias. Este antecedente también nos dio bases sólidas para darle preferencia al término asociatividad sobre el de cooperación a la hora de proponerla como un modelo estratégico.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Teoría de la organización.

Postula que los acuerdos de cooperación son un medio para gestionar los recursos propios de la empresa y los que son propiedad o controlados por otras, y la cooperación es la forma de acceder a ellos. Se centra en el acceso o desarrollo de aquellos recursos y capacidades que la empresa no posee o no controla. Según (Casanueva, Castro y Galán, 2006) Establecer una relación de cooperación con otra empresa permite hacer uso de sus recursos y aprovechar sus capacidades y conocimiento. Se espera que éstos, con el tiempo, sean internalizados, incrementando el stock de recursos y capacidades de las empresas participantes. Así, de acuerdo a (De Oliveira y Evaldo, 2003) las empresas son diferentes porque cada una desarrolla su propio potencial gracias a sus recursos y capacidades.

Principales objetivos de esta teoría:

- Mejorar el acceso al mercado.
- Convertirse en competitivas o bloquear la competencia.
- Reducir los costes y riesgos de la actividad innovadora
- Adquirir activos complementarios.

2.2.2. Teoría de los costes de transacción.

Esta teoría explica con mucha profundidad el uso de las alianzas como medio de reducir los costes. (Coase, 1937; Williamson, 1975, 1985) fue una de las primeras y principales explicaciones de la cooperación empresarial que indicó que ésta representa aquellos acuerdos tendientes a reducir dichos costos. Por tanto, la decisión de cooperar requiere un análisis de costo-beneficio que incluya la consideración de los costos de oportunidad.

2.2.3. Teoría de recursos y capacidades.

Explica la alianza como un medio de acceder a recursos estratégicos escasos y complementarios que permitan mantener o mejorar la posición competitiva, estando incluidos entre estos el conocimiento.

Considera la protección y el uso estratégico de los recursos valiosos combinados en estrategias que ayuden a desarrollar y a hacer sustentable la ventaja competitiva. Esto no sólo mediante los recursos tangibles, propios o adquiridos, sino también con los recursos intangibles que desarrollan para el logro de sus objetivos, para neutralizar sus debilidades y facilitar su internacionalización. Álvarez y Busenitz (2001) introdujeron la idea de que un recurso valioso es la capacidad del empresario para buscar e identificar oportunidades, la misma que complementa y refuerza la actividad de organizar y combinar los recursos valiosos de la organización.

2.2.4. Teoría de juegos.

El propósito de la teoría de juegos es el análisis de las interrelaciones entre dos o más individuos, y la búsqueda de un modelo de actuación óptimo.

En los juegos cooperativos, los jugadores pueden negociar contratos vinculantes que les permita adoptar estrategias conjuntas. En el juego no cooperativo esto no es posible. Restrepo (2009) propone un ejemplo de juego cooperativo, es el que dos empresas negocian una inversión conjunta para desarrollar una innovación tecnológica. Un ejemplo de juego no cooperativo se da cuando las misma dos empresas son rivales y consideran la conducta probable de cada una cuando fijan un precio inferior al del mercado, desencadenando una guerra de precios.

2.2.5. Teoría del comportamiento estratégico.

Centra su atención en el deseo de las empresas de obtener ventajas competitivas que les permitan mejorar, consolidar y mantener su posición en el mercado, garantizando su supervivencia. Además, (Fernández da Silva, 2005; Martínez, 2001; Medina, Ortiz y Sacristán, 2007) considera que las relaciones o vínculos de cooperación son una forma de poner en práctica la estrategia de la empresa. Para ello las empresas pueden elegir entre seguir una estrategia de cooperación o una estrategia de competencia (Blanchot, 1999; Montoro, 2005).

2.3. Definición de conceptos.

2.3.1. Asociatividad empresarial.

Se “define la Asociatividad empresarial como “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas en donde cada empresa participante manteniendo su independencia jurídica y autónoma gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”(Rosales, 1997, como se citó en Duarte,2017, pág. 4-5).

Según lo anterior podemos definir a la asociatividad empresarial como una estrategia enfocada a adquirir o potenciar de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos voluntarios con otras empresas, estableciendo una metas comunes, que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, teniendo como eje central la confianza, compromiso, comunicación y liderazgo.

2.3.2. Globalización.

Según Quiroa (2015), “la globalización es un fenómeno basado en el aumento continuo de la interconexión entre las diferentes naciones del mundo en el plano económico, político, social y tecnológico. En este proceso se da una interdependencia económica, donde las empresas y los mercados sobrepasan las fronteras nacionales y alcanzan una dimensión mundial”.

Es un proceso que tiene mayor incidencia en la economía, donde por medio de la apertura de mercados se integran las economías mundiales, lo que se traduce en un aumento del volumen y nivel de complejidad de los intercambios de bienes y servicios en la economía mundial. La oferta y demanda de bienes y servicios viaja libremente a cualquier nación del mundo, producido por la gran apertura económica que se ha dado en el sector de la inversión y el comercio.

En la actualidad los factores de producción como son capital, trabajo y tecnología fluyen de un país al otro con gran facilidad, gracias al proceso de la globalización.

La globalización ha generado que los productores o comerciantes pasen de ofertar en un único mercado doméstico a ofertar en un mercado global, esto quiere decir que cualquier productor y/o comerciante compite con todos los productores y/o comerciantes de todo el mundo. La competitividad es cada vez más fuerte porque se debe competir con empresas de todo el mundo que aplican la tecnología y la innovación a sus procesos, pudiendo ofertar productos a más bajo costo.

2.3.3. Competitividad.

Según Roldán (2016), “la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores”.

La ventaja competitiva permite a la empresa obtener una posición destacada en su entorno, debido a que permite crear productos en tiempos más óptimos que la competencia y a menor costo, lo que le permite obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores.

2.3.4. Mercado interno o doméstico.

Según Arias (2020), “el mercado doméstico es aquel mercado que incluye todas las transacciones que se producen dentro de un país, a excepción de las relacionadas con el exterior, es decir, las exportaciones e importaciones”.

Por lo anterior, un mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores (demanda) y otras como vendedores (oferta) de bienes y servicios, generando la acción del intercambio por medio de un precio. Por tanto, el doméstico es únicamente aquel mercado que opera en el interior de un país o región.

2.3.5. Mercado internacional o global.

Según López (2018), “el comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo”.

El mercado internacional o global es el proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores (demanda) y otras como vendedores (oferta) de bienes y servicios en cualquier parte del mundo, en distintas divisas y formas de pago.

2.3.6. Rentabilidad.

Según Arias (2015), “la rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión”.

La rentabilidad es el mayor indicador que expresa el desarrollo de una inversión y la capacidad que tienen la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

2.3.7. Sinergia.

Según Arias (2012), “una sinergia es el beneficio extra que dos empresas obtienen cuando trabajan juntas o se fusionan”.

La sinergia se produce cuando en una unión de dos empresas, se tiene como resultado una empresa que posee más valor que las dos empresas por separado. Es una de las principales motivaciones que tienen las empresas para fusionarse o absorber otras empresas. Para entender este concepto de manera más práctica se plantea el siguiente ejemplo: $1+1 = 3$. El punto extra es la sinergia.

2.3.8. Mipymes.

El término MIPYMES involucra a tres diferentes tipos de empresa: micro, pequeña y mediana. En Panamá es el ente rector de estas empresas es Ampyme y las diferencia una de otra de la siguiente manera:

Microempresa.

Aquella unidad económica, formal o informal, que genere ingresos brutos o facturación anual hasta la suma de B/.150,000.00

Pequeña Empresa.

Aquella unidad económica, formal o informal, que genere ingresos brutos o facturación anual desde la suma de B/.150,000.01 hasta B/. 1, 000,000.00.

Mediana Empresa.

Aquella unidad económica, formal o informal, que genere ingresos brutos o facturación anual desde la suma de B/.1,000,000.01 hasta B/. 2, 500,000.00.

El ingreso bruto anual, es el total de los ingresos en dinero, especie o valores, percibidos o devengados en un año fiscal, menos las devoluciones, descuentos y otros conceptos similares de acuerdo con la ley, los usos y costumbres de la plaza.

2.3.9. Ampyme.

Según su web-site oficial, la Ampyme es La Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) se crea a través de la No 8 del 29 de Mayo de año 2000, siendo reformada por la Ley No. 72 de 9 de noviembre de 2009, como una entidad autónoma del estado, con patrimonio propio, rectora en materia de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), responsable de crear las condiciones para el desarrollo del sector de la MIPYME, por su carácter multisectorial y capacidad de generar empleo.

2.3.10. Economías de escala.

Según Kiziryan (2015), La economía de escala es una situación en la que una empresa reduce sus gastos de producción al expandirse. Se trata de una circunstancia en la que cuanto más se produce, el coste que tiene la empresa por fabricar un producto es menor.

En la economía de escala, se produce un mayor beneficio por cada unidad extra que producimos. La reducción del costo de fabricación unitario no se presenta porque baje el valor de las materias primas y maquinaria, si no por aprovechar una materia prima o maquinaria que ya tenemos comprada y en el que invertimos dinero en el pasado.

3. CAPITULO 3 MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación del presente trabajo de grado es de naturaleza netamente documental. La investigación documental, teniendo en cuenta el postulado de Finol y Nava (1992) señala que la investigación documental, es una investigación formal, teórica, abstracta si se quiere decir, por cuanto se recoge, registra, analiza e interpreta la información contenida en documentos, en soportes de información registrada, es decir, en libros, periódicos, revistas científicas, materiales iconográficos, video gráficos, sonoros, escritos en general, diskettes, cassettes, discos compactos, documentos jurídicos y no jurídicos, los obtenidos por medios electrónicos. La investigación documental constituye un proceso de búsqueda, análisis, elección, lectura, registro, organización, descripción, análisis de interpretación de datos extraídos de fuentes documentadas existentes, en torno a un problema, con el fin de encontrar respuestas planteadas en cualquier área del conocimiento humano.

Cazares (2000), define: La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos, entendiéndose este término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente, es decir, al que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar. La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica. El concepto de documento, sin embargo, es más amplio. Cubre, por ejemplo: películas, diapositivas, planos y discos.

Teniendo en cuenta los aportes hechos por los autores antes mencionados podemos afirmar que la investigación documental es aquella que se hace a través de la consulta de documentos (revistas científicas, libros, artículos científicos, trabajos de grado, periódicos, bibliografías, audiovisuales, registros etc.).

3.2. Paradigma.

El paradigma en el que se enfoca el presente trabajo de grado es la cualitativa, que según los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando

fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Además Taylor y Bogdan (1987) al referirse a la metodología cualitativa como un modo de encarar el mundo empírico, señalan que en su más amplio sentido es la investigación que produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable.

Abarcando los aportes de los autores Blasco y Pérez (2007:25) y Taylor y Bogdan (1987) anteriormente mencionado, definimos el paradigma cualitativo como el enfoque que utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

3.3. Diseño de investigación.

Tamayo y Tamayo (2001), p.70, refiere que el diseño de la investigación consiste en el “Planteamiento de una serie de actividades sucesivas y organizadas que deben adaptarse a las particularidades de cada investigación e indican los pasos y pruebas a efectuar y técnicas a utilizar para recolectar datos y analizar los datos”. De igual manera se sigue expresando el postulado del autor en lo que concierne al diseño bibliográfico el cual es “cuando recurrimos a la utilización de datos secundarios, es decir, aquellos que han sido obtenidos por otros y nos llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los elaboran y manejan”.

En el caso de este trabajo de grado, para lograr cumplir los objetivos específicos planteados se realizarán las siguientes actividades:

- Buscar artículos científicos, noticias, periódicos, trabajos de grado o monografías con información relacionada a la cooperación empresarial, asociatividad empresarial, Mipymes en Panamá, estructura empresarial en Panamá e indicadores económicos relacionados con desempleo, PIB, déficit fiscal, deuda externa e informalidad laboral. Solo se tendrán en cuenta documentos redactados entre el 2012 y el 2021, presentados tanto en Panamá como en el exterior.

- Seleccionar un artículo que sirva como antecedente y base teórica para hablar establecer las ventajas competitivas de Panamá.
- Seleccionar un artículo que sirva como antecedente y base teórica para determinar la estructura empresarial en Panamá y Latinoamérica.
- Seleccionar un artículo que sirva como antecedente y base teórica para hablar sobre la cooperación empresarial para la supervivencia, crecimiento e innovación.
- Seleccionar un artículo que sirva como antecedente y base teórica para hablar de la diferencia entre cooperación empresarial y asociatividad empresarial.
- Seleccionar un artículo que sirva como antecedente y base teórica para definir la asociatividad empresarial y exponer sus modelos.
- Determinar las bases teórica en la que se cimienta la asociatividad empresarial.
- Extraer y analizar la información que será de aporte en fichas bibliográficas.
- De acuerdo al análisis de la revisión bibliográfica, generar un cuerpo de conclusiones y recomendaciones referente al tema.

3.4. Técnicas de recolección y registro de datos.

Según Bavaresco (2006, pág. 95) “la investigación no tiene significado sin las técnicas de recolección de datos”. Estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado. Cada tipo de investigación determina las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados. Los instrumentos que se construyeron a la obtención de los datos de la realidad y una vez recogidos podrán pasarse a la siguiente fase del procedimiento de los datos obtenidos como información”.

Además Méndez (1999, p.143) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información “como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: fuentes primarias y fuentes secundarias. Las fuentes primarias es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento, mientras que las fuentes secundarias es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal

información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento”.

Las técnicas de recolección de datos son imprescindibles a la hora de realizar una investigación. Este consiste en los hechos o documentos a los cuales acude el investigador, que mediante una amplia gama de técnicas (cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados) conlleva a la verificación del problema planteado, extrayendo información de fuentes primarias secundarias.

3.5. Fichas bibliográficas.

De acuerdo a Alazraki (2007). Una ficha bibliográfica corresponde a un documento breve que contiene la información clave de un texto utilizado en una investigación. Puede referirse a un artículo, libro o capítulos de este.

Para Loredo (2011), “la ficha bibliográfica contiene los datos descriptivos de los documentos usados (libros, tesis, monografías, conferencias, etc.), es decir son los instrumentos que reúnen las características de cualquier documentación o fuente consultada, es así que se incorporan datos del autor, año de edición, título del libro, número de edición, lugar de edición y editorial”.

En línea con lo anterior, podemos definir una ficha bibliográfica, como un documento breve que contiene información clave de una fuente utilizada en una investigación, información que usualmente se extrae de libros, tesis, monografías, conferencias, etc. Reuniendo características de cualquier documento o fuente consultada.

Para este trabajo de grado extraeremos de cada fuente el título, fecha, autores, resumen, conclusiones y el aporte que tuvo dicha fuente en el presente trabajo de grado.

Fuentes	Sevilla, A. (2016) “definición de ventaja competitiva”, página web Revista el martes financiero (2020) “ 6 ventajas competitivas de Panamá”, Pagina web del Banco Mundial “crecimiento PIB Panamá 1988-2020”, pagina web oficial PANAMA HUB DIGITAL “proyecto PANAMA HUB DIGITAL”
Aporte	Esta compilación de aportes del autor (Sevilla, A.), revista virtual (Martes financiero Panamá), Banco Mundial y pagina web gubernamental (PANAMA

	HUB DIGITAL) fueron la inspiración para el primer título “Ventajas competitivas en Panamá”. En donde se definió que era la ventaja competitiva, se determinó cuáles son las 6 principales ventajas competitivas y las futuras ventajas competitivas.
--	--

Titulo	MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento
Fecha	2018
Autor/es	MARCO Dini y Giovanni Stumpo (coords.)
Resumen	Esta investigación tiene como principal propósito apoyar el diseño de mejores políticas de fomento para las Mipymes de América Latina, se analizan las dinámicas de la micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de América Latina y la evolución de las políticas de fomento implementadas en la última década por las instituciones que promueven su desarrollo.
Conclusiones	El texto genera muchas conclusiones, pero para esta investigación se tendrá en cuenta la siguiente, las Mipymes representan el 99% de las empresas de la región y contribuyen con el 61% del empleo formal y el 25% de la producción. Su aporte a las economías regionales las convierte en un sujeto ineludible y central para atacar el problema de la pobreza y reducir las grandes brechas estructurales que obstaculizan el desarrollo de América Latina.
Aporte	Esta investigación inspira el segundo título del desarrollo de esta investigación “Heterogeneidad de la estructura productiva e inserción de las Mipymes en Latinoamérica”. Expresa que la importancia de las Mipymes en América Latina se fundamenta por la cantidad de empresas y su aporte al empleo, además esta investigación manifiesta como la heterogeneidad estructural empresarial general brechas que obstaculizan el desarrollo económico para cualquier país en vía de desarrollo y como es su inserción en la estructura productiva. Los

	<p>encargados de fomentar políticas que ayuden al sector Mipymes son las autoridades de las Mipymes en cada país, en Panamá, la autoridad de las Mipymes es AMPYMES.</p> <p>Para apoyar a la argumentación de este primer título, complementamos la información suministrada por la investigación de MARCO Dini y Giovanni Stumpo (coords.) con :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cita periódico virtual: Según la versión virtual del periódico El Capital Financiero, el 95% de las empresas de Centroamérica son Mipymes, generan el 54% del empleo y aportan el 34% a la producción total de la región. Panamá no es un caso distinto: Representan el 96% del parque empresarial panameño (60,740 empresas, en su mayoría micro) y aportan el 49% del personal empleado. - 2 imágenes extraídas de la investigación de MARCO Dini y Giovanni Stumpo (coords.).
--	---

Fuentes	<p>Conocimiento y argumentación propia “Definición y conceptos de globalización y crisis Covid-19”, Anthony Giddens (2000) “Definición de globalización”, Julio Arellano (2002) “Definición de globalización”, Centro Nacional de Competitividad (CNC) “Distribución del comercio exterior de bienes, situación del PIB, el ahorro total y el balance fiscal tercer trimestre 2020. Ingresos totales y deuda pública Diciembre 2020”, periódico La Estrella de Panamá “Datos del PIB, número de empresas que cerraron debido a los 6 meses de cuarentena, Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) “ graficas de evolución del desempleo 2005-20, grafica de la evolución de la informalidad”</p>
Aporte	<p>Esta compilación de aportes de Pensadores (Anthony y julio), periódicos web (La estrella de Panamá), centros de pensamiento (CNC) e instituciones gubernamentales (INEC) fueron la inspiración para el tercer título “Los grandes retos de las Mipymes, la globalización y la crisis del Covid-19”. En</p>

	<p>donde se define el concepto de globalización, y los retos y oportunidades que representa para las Mipymes, también se expone la contextualización de la crisis Covid-19 desde una perspectiva económica, explicando los retos y oportunidades que tienen las Mipymes en este contexto.</p>
--	---

Titulo	Redes de cooperación entre empresas: un estudio aplicado a cinco clusters en Uruguay
Fecha	2018
Autor/es	Galaso, P.; Rodríguez Miranda, A.; Goinheix, S.; Martínez, C. y Picasso, S.
Resumen	<p>Este trabajo estudia las relaciones de colaboración entre empresas y organizaciones que interactúan en cinco clusters industriales y de servicios en Uruguay: el clúster del caucho y el plástico en Montevideo y Canelones, el farmacéutico en Montevideo y Canelones, el lácteo en el litoral y el sur-oeste del país, el de hoteles y restaurantes en Colonia y el clúster de hoteles y restaurantes en Salto. Los datos se obtuvieron en un trabajo de campo donde se realizaron entrevistas a directores de empresas en estos cinco clusters. Posteriormente, se empleó la metodología del análisis de redes sociales junto con técnicas de regresión multivariante para estimar las causas y los efectos de la cooperación empresarial, prestando especial atención a la relación entre la red de cooperación y la innovación. Además de identificar particularidades sectoriales y territoriales de los clusters estudiados, los resultados de la investigación permiten señalar varias causas y consecuencias, tanto de la cooperación entre empresas como de las actividades de innovación. La metodología llevada a cabo por el investigador del presente antecedente se enmarca en el análisis de las técnicas Andragógicas (la Andragogía enfoca un resumen analítico sobre diversas estrategias andragógica que ayudan y fortalecen el aprendizaje en el adulto que consiste en procesar información variada,</p>

	<p>para esto la clasifica y luego le realiza generalizaciones de manera afectiva, es decir aprende por comprensión, lo cual significa que primero entiende y después memoriza, el adulto en si aprende en forma opuesta al proceso de los niños.) utilizadas en aula y las contrapone con las tecnologías educativas del momento, con el propósito de evaluar los impactos generados por los últimos en el hecho educativo. Los relaciona con el ámbito legal que le compete y lo contextualiza en la investigación.</p>
Conclusiones	<p>Los resultados de este estudio muestran que la cooperación entre empresas depende, fundamentalmente, de dos factores: el tamaño de la empresa y su capacidad innovadora, esto se debe a que las empresas más grandes son las que más innovan y por ende tienen más posibilidades de cooperar con otras empresas. Las empresas con menor tamaño tendrán menos recursos para hacer frente a estos costos. Esto es paradójico, porque justamente son las pequeñas empresas las que más podrían beneficiarse de la cooperación, estas son las que cuentan con menos recursos propios y, por ende, se beneficiarían más de aprovechar las sinergias y posibilidades de escala en el intercambio colectivo. Además, los modelos indican que la innovación influye positivamente sobre la cooperación de las empresas. En este punto parece existir otra barrera importante para las firmas pequeñas, dado que la innovación también tiene una fuerte dependencia del tamaño de las empresas. Si las firmas no cuentan con tamaño suficiente como para innovar, entonces, por esa vía tampoco van a cooperar con otras, y si no cooperan será menos probable que innoven. Se genera entonces un círculo vicioso. La forma de romper ese círculo vicioso parece ser un desafío importante de las políticas públicas.</p>
Aporte	<p>Esta investigación da origen al cuarto título de la investigación “Cooperación empresarial para la supervivencia, crecimiento e innovación”. Manifiesta que la colaboración empresarial trae</p>

	<p>innovación a las empresas implicadas, pero a su vez la cooperación solo es posible para las empresas grandes ya que estas cuentan con los recursos suficientes para sostener los costos que traen consigo la cooperación, su mantenimiento en el tiempo y tener la capacidad de innovar. Las Mipymes serían las empresas que más podrían beneficiarse de la cooperación, ya que son las que cuentan con menos recursos propios y, por ende, se beneficiarían más de aprovechar las sinergias y posibilidades de escala en el intercambio colectivo, además esto traería consigo la capacidad de innovar, ya que otra barrera importante para las firmas pequeñas, es que la innovación también tiene una fuerte dependencia del tamaño de las empresas. Si las firmas no cuentan con tamaño suficiente como para innovar, entonces, por esa vía tampoco van a cooperar con otras, y si no cooperan será menos probable que innoven. Se genera entonces un círculo vicioso. También es de vital importancia la generación de políticas públicas por parte de las autoridades competentes para que el tamaño de las Mipymes deje de ser un obstáculo que les impida cooperar, la cooperación trae consigo la expansión de mercados y la innovación, la innovación trae crecimiento y más cooperación.</p>
--	--

Titulo	Conceptualización colectiva de la asociatividad empresarial: posiciones diversas y nuevos planteamientos
Fecha	2012
Autor/es	José Joaquín Palacios, Edgar Riveros, Javier Jácome, Luz Alexandra Montoya, Iván Alfonso Montoya, Sandra Patricia Rojas, María Teresa Ramírez, Edirley C. Solórzano, Roberto M. Giraldo, Miguel Cortéz M., Martha Faustino, Germán Flórez, , Alejandro Martínez, (Compilador) Luis Guillermo López
Resumen	El contenido de este cuarto antecedente, reúne las investigaciones llevadas a cabo por 13 autores sobre el complejo tema de la

	<p>asociatividad. Por medio del estudio de diversos sectores de la actividad empresarial colombiana, los autores provenientes de cinco universidades, analizan y desarrollan los aspectos clave tanto para la comprensión del tema como para su adecuada realización. El planteamiento de los autores muestra que asociarse es una estrategia potente y redituable de gran beneficio para quienes participan en su construcción. Como punto de referencia y antecedente para este trabajo de grado utilizaremos únicamente la investigación plasmada en el Capítulo 1 trabajado por el profesor Dr. Joaquín Palacios (Q.E.P.D), el cual cita en su trabajo de investigación a autores como Pallares y Porter como base teórica para estructurar su investigación. De este antecedente tendremos en cuenta exactamente en el numeral Capítulo 1.3 donde se expone la diferencia entre cooperación y asociatividad empresarial, resaltar esta diferencia se hace fundamental ya que cooperar no necesariamente implica asociarse y asociarse no necesariamente implica cooperar.</p>
Conclusiones	
Aporte	<p>Esta investigación inspiró el contenido del quinto título “De la cooperación empresarial a la asociatividad empresarial”. Se extrajeron los conceptos que diferencian la cooperación y la asociatividad, y además nos brindó una tabla donde ilustra de mejor manera sus diferencias. Este antecedente también nos dio bases sólidas para darle preferencia al término asociatividad sobre el de cooperación a la hora de proponerla como un modelo estratégico.</p>

Titulo	Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia
Fecha	2017
Autor/es	Jenny Rocío Duarte Castañeda

Resumen	<p>Habla de las nuevas tendencias de la economía se están basando en el arte del compartir, en Colombia las pymes se están apoyando en modelos de colaboración interempresarial para aumentar o mejorar su productividad y competitividad bajo enfoque del modelo de Asociatividad empresarial o economía colaborativa. Sin embargo, cabe aclarar que estos dos modelos han surgido a raíz de las crisis económicas, y sumado a la falta de financiamiento Público, generando la necesidad en las pymes de trabajar de modo colaborativo, con el fin de crear una ventaja competitiva sostenible. El objetivo de este documento es describir los modelos de economía colaborativa (donde se destacan la información en plataformas tecnológicas y el compartir recursos infrautilizados) y como estos se relacionan con los modelos de Asociatividad tradicionales, de estos últimos se explora cuáles son sus formas de asociación, haciendo énfasis en el Clúster como modelo de Asociatividad más promovido en los últimos años en Colombia.</p>
Conclusiones	<p>Los modelos de economía colaborativa y asociatividad empresarial poseen elementos similares, ambos son una herramienta para el cumplimiento estratégico de las empresas en común, estos dos modelos surgieron por los efectos de la globalización y los desequilibrios de la economía tradicional y están basados en una economía del compartir con el fin de lograr unir esfuerzos para competir. Mediante la confianza y la unión que ofrecen estos dos modelos ha demostrado que las empresas pueden obtener ventaja competitiva y cumplimiento de objetivos en común.</p>
Aporte	<p>Esta investigación inspira el sexto título “La Asociatividad empresarial y sus modelos”. Nos ofrece una definición de asociatividad que nos ayudara a comprender mucho mejor el concepto, además nos relata la existencia de 4 modelos de asociatividad existentes, los cuales son Cadena productiva, Distrito industrial, Red empresarial y Clúster.</p>

4. CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1.1. Ventajas competitivas de Panamá.

Sevilla, A. (2016) definió la ventaja competitiva “como cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás.

Panamá cuenta con varias ventajas competitivas que hay que explotar y utilizar a favor de las Mipymes panameñas con el fin de generar crecimiento económico para el país.

Martes financiero La revista financiera de Panamá el 12 de octubre del 2020, publico las 6 ventajas competitivas que posee Panamá, las cuales son:

1) **El dólar como moneda.** Esta característica hace que la inversión carezca de riesgo cambiario, es decir que no haya posibilidad de pérdida para el inversionista por variabilidades del tipo de cambio y que se mantenga su inversión en la moneda “fuerte” (dólar). En este factor, Panamá solamente compite con El Salvador, Ecuador y Puerto Rico, habiendo demostrado ser un país con mayor atracción de inversión que dichos países. Para los países que poseen riesgo cambiario, la expectativa de retorno del inversionista se eleva por la denominada “prima por riesgo” y, en términos generales, eso hace a Panamá más competitivo como país.

2) **Tributación Territorial.** En Panamá solamente causa impuesto sobre la renta aquellos ingresos generados territorialmente, siendo un lugar propicio para establecer empresas internacionales, las cuales generarán “renta local” y “renta extranjera”, no resultando impuestos a las ganancias en este último rubro. Esta figura tributaria es sumamente atractiva para grupos regionales o holdings de negocios que establecen su base en Panamá. Eso permite que la inversión sea más eficiente, es decir que los retornos sean mayores respecto de inversiones en países latinoamericanos como Colombia o Perú, donde la renta es universal, es decir, el impuesto a la renta es aplicable aún si la renta es territorial o no.

3) **Conectividad.** Esto va mucho más allá que la ubicación geográfica, debido a que se ha desarrollado durante décadas infraestructura alrededor de los elementos “ancla” como pueden ser el Canal de Panamá y el Aeropuerto de Tocumen. Por ejemplo, tiene que ver con la capacidad logística que complementa al Canal, el mantenimiento de naves, el desarrollo de puertos, las inversiones realizadas por la principal línea aérea panameña (Copa Airlines), el paso de cables submarinos de fibras ópticas que conectan ambos lados oceánicos, entre otros. En resumen, un hub

logístico, aéreo y de telecomunicaciones. Esto favorece el ambiente de negocios considerablemente.

4) **Centro Bancario Internacional.** La banca tiene un rol fundamental en el desarrollo económico de un país, el crecimiento de los negocios y el bienestar de las familias. Gracias al sistema bancario las empresas pueden endeudarse e invertir. La inversión genera empleo, permite que las familias consuman y que, a su vez, puedan endeudarse para acceder a una mejor calidad de vida a través de una hipoteca o un vehículo propio. Todo este circuito productivo además permite recaudar mayores impuestos por transacciones (ITBMS) y por ganancias (ISR) tanto de empresas como de familias. Actualmente hay 59 bancos en Panamá y 10 licencias de representación, habiendo generado créditos internos que representan aproximadamente 80% del PIB, el segundo nivel de penetración más alto de Latinoamérica (después de Chile).

5) **Grado de Inversión.** Panamá es uno de los países con mejor calificación de riesgo emitida a estados latinoamericanos, por las tres principales calificadoras de riesgo a nivel internacional. La categoría “grado de inversión” está referida a los niveles más altos en términos relativos y solamente se encuentran en dicha categoría: Chile, México, Perú, Uruguay, Colombia y Panamá. Panamá ha recibido BBB+ de S&P, BBB de Fitch y Baa1 de Moody’s. Esta última es equivalente al BBB+ de las dos primeras calificadoras. Tanto S&P como Fitch han asignado perspectiva negativa a la calificación, mientras que Moody’s le ha dado perspectiva estable. Panamá obtuvo su primer grado de inversión en marzo de 2010 cuando Fitch le asignó BBB- con perspectiva estable. Durante el periodo 1989-2009 el crecimiento promedio del PIB en Panamá fue 5.6%, pasando a 6.2% para el periodo 2010-2019.

6) **Crecimiento económico permanente.** Esta característica hace que el inversionista vea posibilidades de consumo interno en forma estructural y desde el punto de vista de negocios, significa tener un mercado de

compradores mínimo, es decir, “con razonable seguridad”. Sin duda, esta situación se ha afectado por la pandemia, pero en términos relativos, aún se mantiene porque ha sido generalizada para el resto de países latinoamericanos. Como se mencionó previamente, este escenario favorece enormemente a las empresas, familias y estado recaudador, por lo que se puede calificar el estado de la economía panameña 1989-2019 como un “megaciclo de crecimiento económico”, inusual en Latinoamérica, que se ha visto interrumpido por la pandemia. (Hernández, 2020)

Figura 1.



Fuente: Crecimiento del PIB (% anual) - Panamá. (s. f.). [Grafico]. Banco Mundial.

Nota: En la imagen anterior podemos evidenciar que desde el año 1989 Panamá ha tenido un crecimiento económico permanente hasta el 2020, donde por motivos de la pandemia Covid-19 la economía no creció, dejando un precedente de 30 años creciendo constantemente.

4.1.2. Ventaja competitiva del futuro.

En la actualidad la tecnología es quien impulsa el crecimiento económico mundial y de todos los sectores productivos tales como la Industria, Educación, Turismo, Sistema Financiero, Energía, Sanidad, etc. Cualquier sector productivo de un país no escapa a la digitalización.

Panamá es consciente de ello y por eso el Dr. Peter Wilton desarrolla a principios del año 2009 el proyecto PANAMA HUB DIGITAL. El cambio de administración gubernamental en el año 2009 representó un cambio de prioridades y la ejecución de la Estrategia fue suspendida pronto después, hasta la presente administración.

El proyecto PANAMA HUB DIGITAL, consta una alianza público, privada y académica para convertir a Panamá en un centro de innovación digital, PANAMA HUB DIGITAL es la Estrategia para el Desarrollo del Sector de las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC) para los próximos 10 años, que tiene como principal objetivo que Panamá sea un Centro de Innovación Digital.

Según la página web Panamá Hub Digital. (s. f.). “El proyecto PANAMA HUB DIGITAL cuenta con 4 pilares: talento humano, infraestructura física y social, recursos financieros, y marco legal y regulatorio. La Estrategia crea un mapa a seguir de programas y proyectos coordinados para lograr los objetivos estratégicos para promover relaciones de clúster y recursos suficientes para hacer al sector TIC competitivo a nivel internacional. Muchos elementos se requieren para hacer que un país sea más innovador. Tenemos una visión que impulsar, sumando a más líderes a que nos ayuden a convertir esa visión en una misión de país. El desarrollo económico a través de la

innovación y el emprendimiento es lo que nos facilitará potenciar al país más allá de sus fronteras, convirtiendo a Panamá en un HUB de INNOVACIÓN DIGITAL”.

Sin duda esto será una ventaja competitiva muy importante para sobresalir en la región, esto sumado a las 6 ventajas anteriormente mencionadas, crean un ambiente propicio para crear políticas públicas enfocadas a mejorar el parque empresarial en Panamá.

4.2. Heterogeneidad de la estructura productiva e inserción de las Mipymes en Latinoamérica.

En esta sección habla de 2 puntos específicos con los que iniciaremos la presente investigación, los 2 puntos son: 1) heterogeneidad de la estructura empresarial en Latinoamérica, 2) como se estructura la inserción de las Mipymes en la estructura productiva de Latinoamérica.

Primer punto, teniendo en cuenta la publicación de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las Mipymes en América Latina en el año 2016 representan el 99% de las empresas formales en Latinoamérica y generan el 61% del empleo formal, además al analizar su aporte a la economía, las Mipymes participan en el producto interno bruto (PIB) regional con solo el 25%, esto contrastado con la unión Europea en el año 2016 donde las Mipymes representan el 99.8% de las empresas formales de la Unión Europea y generan el 69.4% del empleo formal, al analizar su aporte a la economía, las Mipymes participan en el producto interno bruto (PIB) promedio regional del 56% del PIB. Con lo anterior podemos realizar el siguiente análisis, tienen un porcentaje similar en lo que representa a participación de las Mipymes en el total de empresas formales de cada economía y también tienen cifras similares en lo que respecta al empleo formal generado por las Mipymes en ambas economías, pero el análisis real se encuentra en el aporte al PIB regional, ya que las Mipymes Europeas aportan el doble con respecto a lo que aportan las Mipymes de Latino América al PIB regional, Lo cual se convierte en una situación preocupante, ya que este bajo aporte se

refleja en una baja productividad por parte de las Mipymes de Latino América, esta situación genera una estructura productiva heterogénea la cual se traduce en diferencias en productividad entre sectores y empresas, que pueden ser producidas por múltiples factores entre los más comunes son:

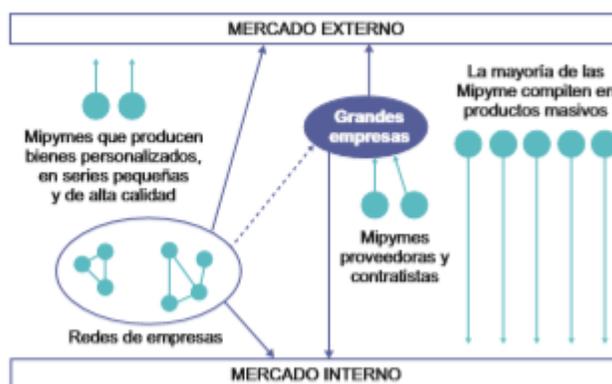
- Especializarse en productos de bajo valor añadido.
- Estar al margen de los mercados más dinámicos.
- Poca capacidad de los gobiernos a la hora de gestionar políticas eficientes a favor del desarrollo de las Mipymes.
- Poca capacidad de exportación.
- Preparación del personal es insuficiente.
- Competir en los mercados internos contra las empresas grandes.
- Poca participación en las relaciones productivas más dinámicas con grandes empresas.
- Productos poco innovadores.
- Poca cooperación empresarial reflejada en los modelos de asociatividad con otras empresas.

Según la versión virtual del periódico El Capital Financiero, el 95% de las empresas de Centroamérica son Mipymes, generan el 54% del empleo y aportan el 34% a la producción total de la región. Panamá no es un caso distinto: Representan el 96% del parque empresarial panameño (60,740 empresas, en su mayoría micro) y aportan el 49% del personal empleado (Villar, 2018).

Segundo punto, en el análisis anterior pudimos observar diferencias sustanciales entre las Mipymes en América Latina y en la Unión Europea debido a la heterogeneidad estructural empresarial marcada principalmente por la productividad, lo anterior lo podemos ver reflejado en la estructura de sus sistemas productivos, en este apartado se tiene como objetivo ilustrar que evidentemente en ambas regiones (América Latina y Unión Europea) no se insertan de la misma manera.

Figura 2.

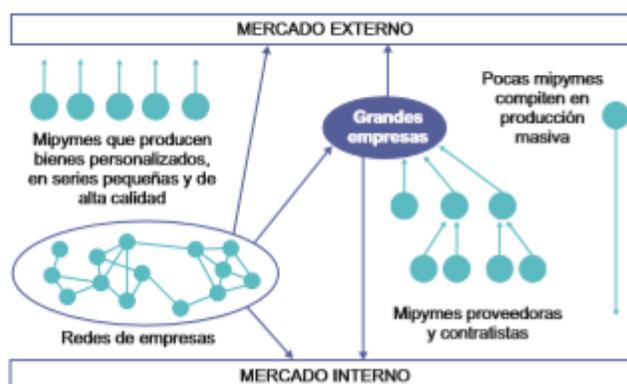
América Latina: inserción de las empresas en la estructura productiva



Fuente: MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento, p. 27.

Figura 3.

Unión Europea: inserción de las empresas en la estructura productiva



Fuente: MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento, p. 27.

Al observar la primera imagen podemos apreciar que la inserción es secundaria, dado que un número reducido de grandes empresas controla y genera la mayoría del PIB y casi el total de las exportaciones, casi todas las Mipymes de América Latina se insertan en áreas de producción estandarizadas y con baja intensidad de conocimientos, en las

que compiten directamente con la producción a gran escala y/o con grandes empresas que generan el 75% de la productividad. Las Mipymes en América Latina carecen de cooperación empresarial y/o cualquiera de sus modelos de asociatividad empresarial, hay casos donde se aplica la cooperación empresarial pero padecen de serias limitaciones, también en los casos más exitosos. En este sentido, se ha observado que en muchos casos en los cuales las empresas están conectadas entre sí, prevalecen únicamente las relaciones de mercado.

En la segunda imagen podemos observar que las Mipymes son parte fundamental para garantizar el funcionamiento de la estructura productiva, concentra sus esfuerzos en la exportación y genera valor agregado. En los países de la Unión Europea la mayoría de las Mipymes son más relevantes las relaciones de cooperación se encuentran las cuales se manifiestan mediante redes articuladas entre sí, son parte de cadenas de proveedores de grandes empresas nacionales y extranjeras y producen bienes y servicios específicos, a diferencia de las Mipymes de América Latina, las europeas no compiten con los productos de fabricación masiva de las grandes empresas, típicamente concentran sus esfuerzos en productos diseñados según los requisitos de los clientes, pequeñas series para nichos de mercado o productos estrechamente ligados al servicio al cliente (instalación, adaptación específica a las necesidades del cliente, mantenimiento y otros). En estos rubros, las economías de escala juegan un papel menor, de tal modo que las ventajas de la flexibilidad y proximidad al cliente de empresas más pequeñas adquieren mayor importancia. Este tipo de especialización impone mayores exigencias de personal calificado y exigencias empresariales, adquiriendo como una habilidad invaluable la capacidad de innovar continuamente.

En el punto 3 teniendo en cuenta lo anteriormente dicho en los dos puntos anteriores, la estructura productiva heterogénea la cual se traduce en diferencias en productividad entre sectores y empresas, y teniendo en cuenta la manera equivocada en la que las Mipymes se insertan en la estructura productiva, podemos afirmar que estos dos aspectos están impactando negativamente en la productividad y por ende se afecta la competitividad y el desarrollo económico de la región.

Hay que tener en cuenta la siguiente afirmación realizada por el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), “la productividad determina el crecimiento económico y es el aumento de la productividad una condición previa necesaria para un mayor progreso social”. Un competitivo es aquel que genera valor agregado siendo productivo, para ello su estructura empresarial debe ser productiva, procurando que la productividad de las Mipymes sea equilibrado con respecto al de las grandes empresas, otro de los aspectos a tener en cuenta cuando tenemos baja productividad, es que aunque el resultado neto, en términos de empleo, puede ser positivo se genera una reducción de los salarios reales y un incremento de la inestabilidad laboral, ambos más acentuados en el caso de las empresas más pequeñas.

El cuarto punto, para mitigar las irregularidades expuestas con anterioridad que conllevan a que la región tenga una productividad tan baja y por ende una baja competitividad contrastado con las Mipymes de la Unión Europea, es fundamental que los entes gubernamentales fomenten políticas que en realidad vallan en encaminadas a corregir estos errores estructurales que nos ponen en desventaja a la hora de competir con los mercados exteriores, y en Panamá dicha responsabilidad cae sobre los hombros de la entidad gubernamental encargada de velar por la creación, desarrollo y fomento de la Mipymes es Ampyme.

4.3. Los grandes retos de las Mipymes, la globalización y la crisis del Covid-19.

“Detrás de toda crisis hay oportunidades”

4.3.1. Globalización.

Teniendo en cuenta el postulado de Anthony Giddens (2000), la globalización es un proceso complejo de múltiples interrelaciones, dependencias e interdependencias entre unidades geográficas, políticas, económicas y culturales; es decir, continentes, países, regiones, ciudades, localidades, comunidades y personas. Y Julio Arellano (2002) agrega

que la globalización comprende la difusión de un nuevo paradigma que se relaciona con múltiples y diversos aspectos, modificando las organizaciones productivas en cuanto a su diseño, gestión y sus mercados.

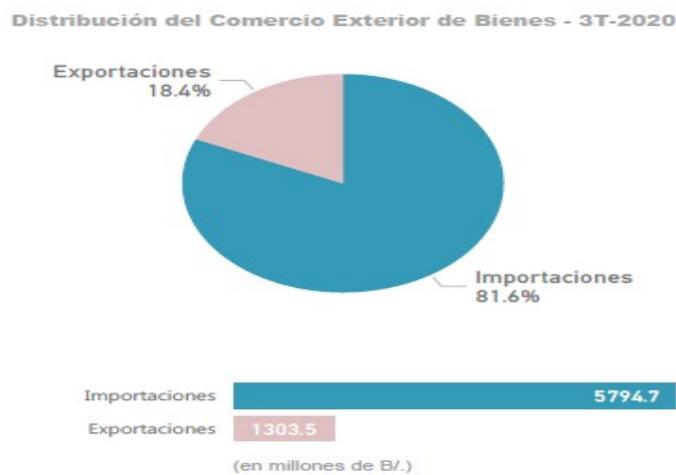
En línea con lo planteado anteriormente, la globalización es un proceso de interacción e interdependencia económico, cultural, político, tecnológico y social complejo a nivel mundial. Este proceso tuvo como catalizador las nuevas tecnologías y el internet, pero es en materia económica donde más podemos evidenciar sus efectos, ya que pasamos a ver el mundo conformado por muchas economías domésticas que no interactuaban entre sí, a un mercado global, dinámico, con mucha interacción y constante cambio. Es paradójico que este proceso abre un sin fin de oportunidades para todo el mundo, pero a su vez estas oportunidades sean aprovechadas principalmente por las economías más competitivas ya que estas son las que más se benefician.

En línea con lo anterior también podemos definir la globalización empresarial como un proceso de integración mundial de servicios, mercados de productos, capitales y tecnologías.

El gran reto. Como anteriormente mencionamos, la globalización trae consigo muchas oportunidades las cuales pueden ser aprovechables por cualquier actor del mercado que considere que tenga la estrategia necesaria para poder aprovecharlas. Desafortunadamente para los países en vía de desarrollo y los subdesarrollados, estas oportunidades son tomadas por las transnacionales de países desarrollados que tienen las sinergias necesarias para ser muy competitivas y ofrecer productos en cualquier país del mundo a precios bajos, dando golpes contundentes a las empresas pertenecientes a las economías domésticas de los países subdesarrollados y los países en vía de desarrollo.

Los gobiernos de turno se convierten en facilitadores, ya que firman convenios internacionales y tratados de libre comercio (TLC) inequitativos, donde se genera un déficit de comercial enorme que impacta negativamente a la industria nacional como lo podemos ver en la siguiente imagen.

Figura 4.



Fuente: Centro Nacional de Competitividad (CNC), observatorio Nacional del desarrollo, monitoreo de principales indicadores Nacionales – Mensuales 2020.

Muchos economistas, expertos en globalización y comercio exterior opinaron que es déficit comercial no son relevantes ya que cada nación aprovecha sus ventajas competitivas produciendo u ofertando los servicios en los que se tiene alguna ventaja competitiva y se compra (importa) en lo que no se tiene dicha ventaja, pero no tienen en cuenta que por ejemplo, el sector agro es uno de los más afectados, encontramos productos importados los cuales Panamá produce tales como cebolla, papa y leche entre otros, que son más baratos que los producidos por el sector primario Panameño, esto implica un riesgo muy grande para la nación ya que ponemos en riesgo la seguridad alimentaria del país, destruyendo la producción nacional, sustituyéndola por productos importados, convirtiéndonos en un dependiente de productos poniendo en manos de un tercero la seguridad alimentaria del país.

La oportunidad, con la globalización toda no es malo, tiene muchas bondades y beneficios a los cuales cualquiera puede acceder encontrando la estrategia adecuada para competir a nivel global, unas cuantas de los tantos beneficios que trae la globalización son:

- **Accesibilidad a tecnología de última generación:** Esto ayudara a mejorará la capacidad de producción a mayor escala y lograra mejorar su proceso de producción, transporte y comunicación dentro de los mercados doméstico y global.
- **Acceso a mercados más grandes:** Debido a la globalización, los países abren sus economías al mundo mediante la firma de acuerdos comerciales entre países o regiones, estos acuerdos son conocidos como tratados de libre comercio (TLC). Estos dan oportunidad a las empresas que inicialmente solo ofertaban sus productos en el mercado doméstico, a ingresar a mercados globales los cuales sumados al mercado doméstico forma un mercado muy grande.
- **Oportunidad de generar economía de escala:** Mediante la posibilidad de ofertar productos a tanto el mercado doméstico como el mercado global, se puede aumentar las ventas, lo que obliga a producir en mayores niveles o volúmenes. Por lo consiguiente, lograra reducir sus costos de producción y esto sumado a la inversión que conlleva a reinvertirse, concebirá una cadena productiva más eficiente.

Estas oportunidades son de vital importancia para las Mipymes ya que les da la oportunidad de ir más allá de un mercado doméstico, da la oportunidad de ingresar a un mercado global con infinidad de oportunidades. Pero muchas veces minúsculo tamaño de las Mipymes hace que ingresar a este mercado global sea muy complicado ya que no cuentan con la mano de obra calificada, financiamiento, tecnología, maquinaria, procesos e innovación necesaria para poder competir en las grandes ligas, por eso es imprescindible que el gobierno Nacional adopte 2 posturas:

- 1) Firmar acuerdos comerciales o tratados de libre comercio (TLC) equitativos y beneficiosos para los países suscritos, que exista una balanza equilibrada entre exportaciones e importaciones.
- 2) Que a través de Ampyme que es el ente rector de las Mipymes en Panamá, adopten asociatividad empresarial como un modelo estratégico de negocio; por consiguiente facilite los mecanismos para que las Mipymes al asociarse puedan reducir costos, aprovechar recursos, obtener nuevas

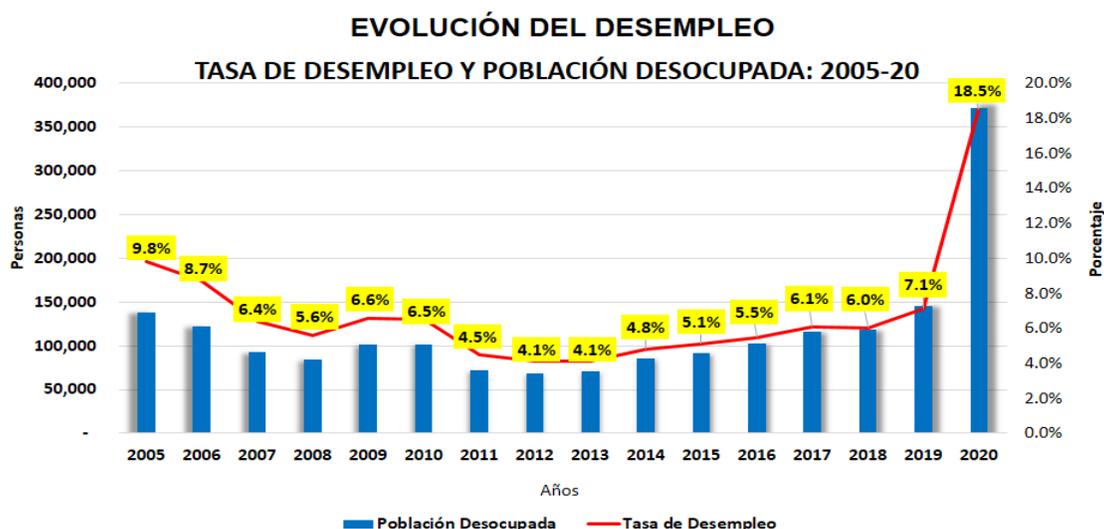
fuentes de financiamiento, optimizar procesos, generar más ingresos a través del aumento de volumen de ventas y así potenciar el parque empresarial de Panamá, generando reactivación económica, mejores indicadores económicos, generación de empleo, creación de nuevos modelos de negocio producto de las asociaciones, garantizar por la seguridad alimentaria del país y generar más ingresos al Estado mediante tributos.

4.3.2. Crisis Covid-19.

Contexto, Según la página web del periódico La Estrella de Panamá, El producto interno bruto (PIB) de Panamá cayó un 17,9 % en el 2020 por la paralización durante seis meses de los sectores productivos no esenciales, y un nuevo cierre en enero para controlar una desbandada de casos de la Covid-19 se tradujo en otra contracción de la actividad económica, del 14,6 % según los datos oficiales. Más de 20.000 empresas cancelaron el aviso de operación en los últimos 15 meses.

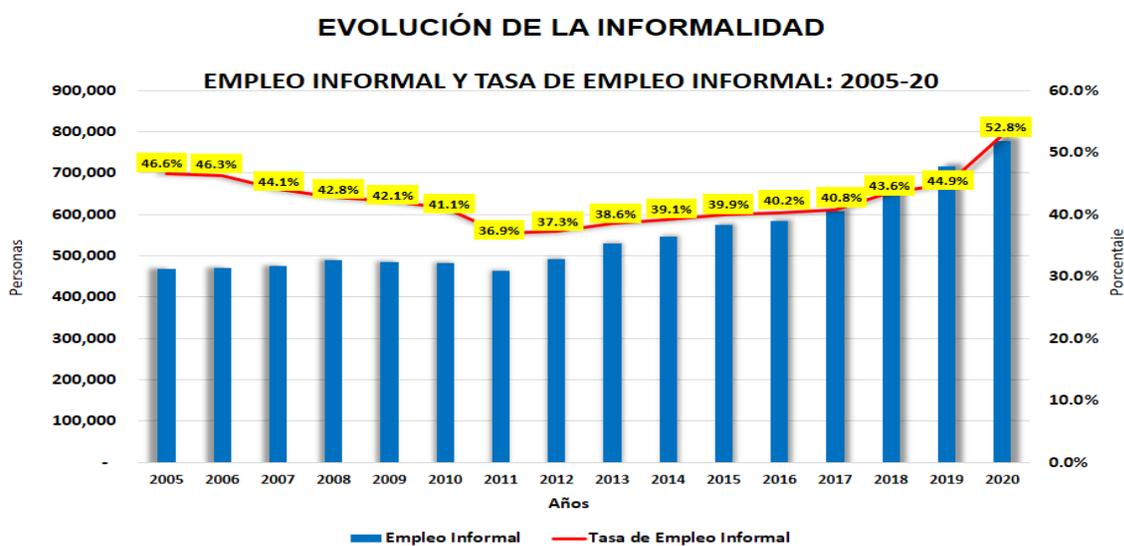
El desempleo escaló desde 7,1 % en 2019 hasta el 18,5 % en septiembre pasado y la informalidad subió a más del 52 %.

Figura 5.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, estadísticas de trabajo, encuesta continua de hogares (2005-2020).

Figura 6.

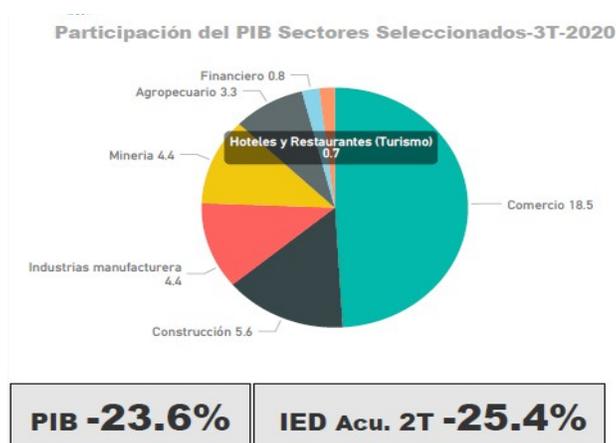


Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, estadísticas de trabajo, encuesta continua de hogares (2005-2020).

Tres calificadoras de riego redujeron el grado de inversión de Panamá, cuyo déficit fiscal en el 2020 se elevó hasta el 10,1 %, desde el 3,1 % de 2019, mientras que la deuda pública pasó a representar el 69,8 % del PIB desde el 46,4 %, según datos de Moody's.

En la siguiente tabla podemos observar la situación del PIB, el ahorro total y el balance fiscal hasta el tercer trimestre del año 2020:

Figura 7.



Fuente: Centro Nacional de Competitividad (CNC), observatorio Nacional del desarrollo, monitoreo de principales indicadores Nacionales – Mensuales 2020.

Figura 8.

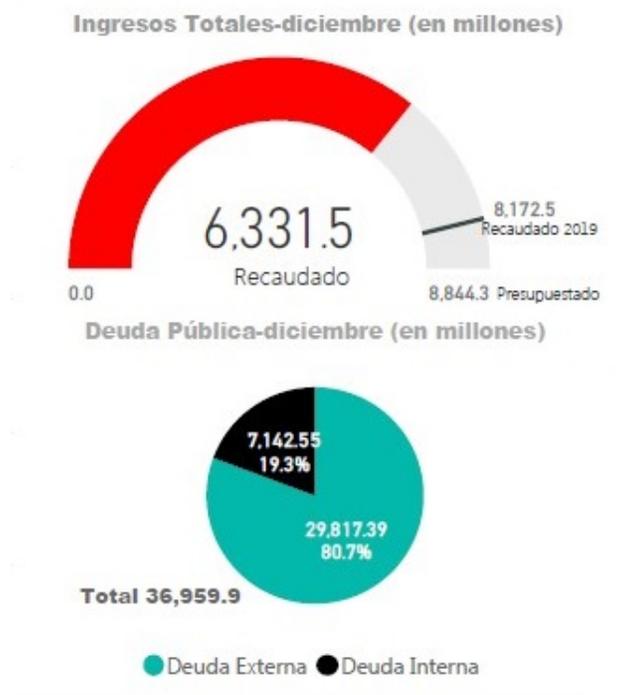


Fuente: Centro Nacional de Competitividad (CNC), observatorio Nacional del desarrollo, monitoreo de principales indicadores Nacionales – Mensuales 2020.

Las cifras lo dicen todo. Las medidas tomadas por el gobierno encaminadas a desacelerar la propagación del virus y evitar saturar el sistemas hospitalario del país, trajo consigo la paralización cuasi total de las actividades económicas del país, lo que produjo que las empresas con menor capacidad operativa, recursos, liquidez y menor tamaño desaparecieran con el pasar de los meses, esto trajo consigo el desempleo que a su vez genero menos ingresos para los hogares y por consecuente el gobierno tuviera que mitigar este efecto mediante programas sociales que le garantizaran un mínimo vital alimenticio para las familias panameñas, estos programas sociales salen de recursos públicos que son limitados y estos sumados a menos empresas que tributen y menos hogares consumiendo (menos ITBMS pagados), el Estado está gastando más de lo que puede recolectar vía impuestos, lo que genera que el gobierno se vea en la obligación de endeudar más de la cuenta llegando al déficit fiscal actual.

En la siguiente imagen se puede evidenciar Lo recaudado en el 2019, el presupuesto del recaudo para el 2020, lo recaudado en el 2020 y el tamaño y fuente de la deuda pública.

Figura 9.



Fuente: Centro Nacional de Competitividad (CNC), observatorio Nacional del desarrollo, monitoreo de principales indicadores Nacionales – Mensuales 2020.

Lo anterior expuesto no es un problemática única de Panamá, todas las naciones del mundo están pasando por una situación peor o similar que Panamá, y esta crisis nos obligó a cambiar nuestra manera de ver el mundo y nos enseñó que la zona de confort es igual o más peligrosa que el mismo virus, ya que pudimos ver vidas, negocios y naciones completas decayeron en cuestión de semanas y cuando uno cree estar bien, puede llegar de la nada una crisis que le dé un giro de 180 grados a la vida y lo único que podamos hacer es adaptarnos al cambio.

La oportunidad en la crisis. La Crisis del Covid-19 ha puesto en evidencia las grandes problemáticas y acciones que debieron implementarse hace mucho tiempo atrás. Por ejemplo en el sector primario, se hizo evidente la necesidad de fortalecer los mercados domésticos y regionales, para generar valor agregado en los territorios, garantizar la seguridad alimentaria, promover y apoyar la asociatividad de las Mipymes buscando ingresar a mercados globales e ingresar en las cadenas de valor de las empresas

grandes. Estas medidas son imprescindibles para alcanzar la reactivación económica en todo el territorio nacional pero, además, son prácticas que deben convertirse en políticas de estado que deben ser trabajadas a largo plazo en las dinámicas económicas del país.

Otra enseñanza que nos trae la crisis es la importancia que han cobrado la virtualidad y la tecnología para el desarrollo de las actividades económicas, laborales, académicas y empresariales. Las formas de hacer negocios y de crear empresa han ido evolucionando, por tanto se hace necesario que los empresarios sean proactivos y no reactivos, que estén a la vanguardia tecnológica y atentos a los cambios que vayan adoptando tanto los consumidores como los mercados globales. Es de vital importancia que las Mipymes inicien procesos para adoptar la virtualidad como una práctica que les permitan seguir operando, tanto en tiempos de crisis como en la nueva normalidad.

4.4. Cooperación empresarial para la supervivencia, crecimiento e innovación.

(Perry, 2010; Hadjimichalis, 2011) postulan que la cooperación empresarial no ocurre en cualquier tipo de territorio. Por el contrario, las redes densas de cooperación empresarial suelen asociarse con regiones que cuentan con algún tipo de especialización productiva y con ciertas características específicas que pueden trasladarse a capacidades productivas diferenciales respecto a otras localizaciones. Y otros autores afirman que en aquellos territorios que cuentan con un tejido empresarial denso, cuyas empresas cooperan de manera habitual y mantienen vínculos hacia el exterior, reportan mayores niveles de producción y competitividad en relación con la media nacional (Perry, 2010; Hadjimichalis, 2011; Pietrobelli, 2004).

La cooperación empresarial, es una estrategia que se acomoda especialmente a las necesidades que tienen las Mipymes provocadas por la globalización y la crisis de Covid-19 para poder sobrevivir, crecer e innovar. Pero según la revisión bibliográfica realizada en esta investigación, encontramos que “la cooperación entre empresas depende, fundamentalmente, de dos factores: el tamaño de la empresa y su capacidad innovadora, esto se debe a que las empresas más grandes son las que más innovan y por ende

tienen más posibilidades de cooperar con otras empresas". Las Mipymes por ser empresas de menor tamaño poseen menos recursos para hacer frente a los costos que conlleva a la cooperar con otras empresas. Es un panorama paradójico, Ya que justamente son las Mipymes las que más podrían beneficiarse y sacar provecho de la cooperación empresarial, ya que estas al contar con menos recursos propios, se beneficiarían más al aprovechar las sinergias y posibilidades de escala que trae cooperar. Cabe resaltar, que la innovación influye positivamente sobre la cooperación de las empresas. En la parte de la innovación pareciera ser otra barrera importante para que las Mipymes puedan cooperar, ya que la innovación también tiene una correlación con el tamaño de las empresas. Al no tener el tamaño suficiente para innovar, se dificulta cooperar con otras empresas y si no pueden cooperar será menos probable que innoven. Esto genera un círculo vicioso. Y la única forma de romper este círculo vicioso es mediante políticas públicas eficientes en pro de las Mipymes. Porque este círculo no solo afecta a las Mipymes sino que también afecta al Estado, ya que si el Estado cuenta con un parque empresarial sólido y competitivo, probablemente tendrá garantizado ingresos vía recaudo de tributos, generación de empleo y bienestar social para el pueblo panameño.

Un aspecto muy relevante de la de la innovación, es que depende del tamaño de la empresa y de la cooperación. Por ende, promover las relaciones de cooperación entre empresa-organizaciones (una organización no tiene necesariamente un fin económico, por lo que un grupo de personas puede ser considerado una organización la cual puede ser de naturaleza tanto públicas como privadas) y empresas-empresas puede tener una tendencia a conseguir efectos positivos en la innovación de las empresas que hacen parte de la cooperación. Por lo tanto, se vale promover e incentivar estudios e investigaciones en esta materia de forma en que se tenga el conocimiento necesario para dar con resultados que puedan ser utilizados para estructurar un cuerpo de recomendaciones de política y de gestión pública en lo que respecta a Mipymes, que contribuyan a mitigar o eliminar los efectos del círculo vicioso anteriormente mencionado.

Desde el punto de vista de la gestión empresarial podemos afirmar que la colaboración con otras empresas resulta ser una estrategia para poder innovar.

Especialmente cuando las empresas como las Mipymes no cuentan con un gran tamaño en relación con otras empresas del sector.

En línea con el punto anterior, desde la política pública también se podrían tomar medidas para incentivar la cooperación empresa-empresa, con un foco en las empresas pequeñas. Por ejemplo, un lugar físico o virtual en donde se permita el encuentro de Mipymes o mecanismos que incentiven la realización de proyectos conjuntos, como por ejemplo sería los proyectos de exportación o licitaciones con el Estado. La cooperación es una gran estrategia para la supervivencia, crecimiento e innovación de las Mipymes pero debe haber políticas públicas para las Mipymes por parte de las autoridades competentes, para procurar que el tamaño de las Mipymes deje de ser un obstáculo que les impida cooperar, ya que la cooperación trae consigo la expansión de mercados y la innovación, la innovación trae crecimiento y más cooperación.

4.5. De la cooperación empresarial a la asociatividad empresarial.

Cooperación y asociatividad. Son dos términos que los cuales se dificulta para trabajar por que principalmente estos dos conceptos son abordados por los autores de manera indiferenciada, como si fueran sinónimos, pero gracias a la investigación denomina “Conceptualización colectiva de la asociatividad empresarial: posiciones diversas y nuevos planteamientos”, producto de 13 investigaciones y Compiladas por Luis Guillermo López (2012), pudimos establecer la diferencia y encontramos por ejemplo que asociarse implica cooperar, pero no toda cooperación implica asociación, y vice-versa.

La cooperación es uno de los muchos aspecto fundamentales para que la asociatividad se dé, pero es imposible que sea el único factor o el factor determinante, ni tampoco una sea un sinónimo de la otra, ¿por qué se afirma esto?; porque cuando las empresas se asocian no abandonan o dejan a un lado sus intereses particulares intereses, así se planteen ambiciosos objetivos colectivos a corto, mediano o largo plazo. Por lo general las empresas libran una lucha por cooperar en medio de las tensiones

producidos por los intereses particulares que generan apetitos mezquinos de cada organización, y más en una cultura como la Latina donde buscar aprovecharse del prójimo es el pan de cada día. La asociatividad se debe entender como una alianza entre egoístas para lograr beneficios comunes, pero eso no genera que se dejen a un lado los intereses particulares de cada empresa comprometida.

Para profundizar en el tema procedemos a ver la siguiente imagen:

Figura 10.

Diferencia Asociatividad Vs. Cooperación.

FACTOR	ASOCIATIVIDAD	COOPERACIÓN
Confianza	La confianza está determinada de acuerdo a ¿quién convoca, quienes participan, que ofrecen? Por una relación coste/beneficio.	Es mutua, surge de pares, es reflexiva e interdependiente, es mayor y con el tiempo automática, con la convicción de que todos se necesitan.
Compromiso	Está formalizado en normas, estatutos, contratos, deberes, derechos y obligaciones.	Está determinado por la estrategia, por una visión y un riesgo compartido.
Comunicación	Se da en niveles y no siempre es en doble vía	Es fluida, se da en red, en tiempo real, permite el empoderamiento.
Transferencia de conocimiento	No es necesario ni obligatorio, es discrecional.	Es indispensable.
Aprendizaje colectivo	Se desarrolla en los proyectos conjuntos.	Es permanente.
Eficiencia colectiva	Es más difícil crearla.	Es un objetivo común.
Cultura	Cultura de la cooperación.	Cultura del trabajo en red.
Liderazgo	Liderazgo del promotor.	Liderazgo rotativo.
Organización	Según los acuerdos básicos.	Entidad formal.
Planeación	Normas de participación básica y por proyectos.	Estratégica de mediano y largo plazo.
Proyectos	Proyectos de vinculación.	Proyectos de red auto sostenibles.
Capital de relaciones	Contactos a escala.	Contactos internacionales.
Resultados	Beneficios económicos parciales y de diferente distribución.	Beneficios económicos generales con una mejor distribución + Acumulación de intangibles.

Fuente. Elaborado por el autor, basado en Palacios, 2008.

Fuente: Palacios (2008).

Anteriormente se planteó la importancia de diferenciar los conceptos de cooperación asociatividad y en la imagen anterior podemos observar las 2 perspectivas en los 13

factores en los cuales se cimienta las relaciones de esta naturaleza. En el ideal de la estrategia para la supervivencia, crecimiento e innovación, las relaciones de cooperación son un ideal pero en la realidad, en este mercado global de constante cambio se hace casi que imposible ya que muchas de las empresas que están aptas para colaborar son competencia, y aun participando en alguno de los modelos de cooperación no dejan de ser competencia ya que el mismo modelos de cooperación dicta que ninguna empresa puede subordinar a la otra y que debe haber independencia gerencial y jurídica entre las empresas participantes en la cooperación, lo que produce que no deje de haber intereses particulares de parte de los integrantes y por eso se hace necesario que sea la asociatividad quien lidere estas estrategias. Por ser un vínculo que permite gozar los beneficios de la cooperación pero que por su misma naturaleza dará tranquilidad a sus integrantes ya permite cooperar y ser competencia simultáneamente, teniendo las reglas de juego más específicas sin dejar nada a la especulación lo que permite que las empresas participantes adquieran más confianza la cual es el pilar fundamental tanto de la cooperación como de la asociatividad.

Cabe resaltar que la cooperación es ideal entra empresas que no sean competencia, un ejemplo claro de esto serían las cadenas productivas, pero en este trabajo de grado buscamos y resaltamos los modelos como los clúster, redes empresariales y los distritos industriales, donde en muchos de los casos las empresas deben producir producto similares para que la asociatividad sea más efectiva ya que pueden reducir costos por que tienen casi la misma cadena de suministros, adquisición de maquinaria especializada de manera conjunta, generación de proyectos de investigación enfocados a mejorar sus procesos y la generación de sinergias.

4.6. Asociatividad empresarial y sus modelos.

Cuando hablamos de asociatividad empresarial, no existe una única manera de aplicarlo, ya que cuenta con varios modelos dependiendo del esquema que el empresario requiera. Al existir una amplia variedad de modelos que, en teoría, posibilitan la resolución de problemas de las Mipymes tales como las limitaciones en el acceso a la tecnología, innovación, ineficacia en los procesos productivos, creación de sinergias, baja capacidad de negociación, escasa inversión en procesos de investigación y desarrollo, escalabilidad, baja productividad y por ende baja competitividad.

Como se ha mencionado anteriormente el modelo de asociatividad empresarial es una forma de compartir recursos con el objetivo de integrar las micro, pequeñas y medianas empresas por sectores productivos y regiones, para mitigar los efectos producidos por los cambios del ciclo económico, la globalización y la crisis Covid-19. Mediante un conjunto de actividades y objetivos orientadas al mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad de las empresas implicadas, en el corto, mediano y largo plazo. Resaltando como objetivo principal la incorporar las Mipymes en las corrientes de los negocios internacionales, consolidándolas en sectores productivos para mejorar su productividad y competitividad, crear nuevas líneas de negocios o de productos.

Los modelos de asociatividad propuestos en esta investigación son los siguientes:

4.6.1. Cadena productiva:

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (2008) define la cadena productiva como “un proceso sistémico en el que los actores de una actividad económica interactúan desde el sector primario hasta el consumidor final, basados en el desarrollo de espacios de concentración entre el sector público- privado orientados a promover e impulsar el logro de mayores niveles de competitividad de dicha actividad”.

La cadena productiva es un modelo la asociatividad donde los participantes son de la misma localidad y un mismo sector, y se trabaja de manera conjunta desde la elaboración de un bien hasta que el mismo llegue al cliente final, este modelo asociativo fomenta las relaciones entre las empresas públicas y privadas orientadas a promover e

impulsar el logro de mayores niveles de competitividad de dicha actividad. Y puede presentarse bajo la forma de:

- **Encadenamientos horizontales.**

Estos están conformados por Mipymes de la misma localidad y del mismo sector productivo que tienen como objetivo generar economías de escala.

- **Encadenamientos verticales.**

Estos están conformados por Mipymes de la misma localidad y del mismo sector productivo enfocados a generar mayor control tanto en el canal de abastecimiento como en el de distribución comercial.

En gran parte de los casos, la cadena productiva cuenta con una gran importancia a lo que se refiere a el diseño de políticas públicas por parte del estados que buscan promoción para las Mipymes y lograr una mejor competitividad de las mismas, estos programas destinan recursos financieros para cubrir de costos de producción o siembra, aumentando el ingresos de los productores, e intensificación de la exportación mediante actividades que promuevan el posicionamiento del sector y potencien el consumo, mejoramiento de infraestructuras, planes para mejoramiento y calidad de los productos.

4.6.2. Red Empresarial.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá (2008, pág. 6) citado por Duarte (2017, pág. 13). Las redes empresariales son un mecanismo de cooperación entre empresas, en el que participan de manera voluntaria para obtener beneficios individuales mediante la acción conjunta. En este mecanismo, cada participante mantiene su independencia jurídica y autónoma gerencial, aunque los participantes acuerdan cooperar, usando los ambientes y métodos adecuados.

Teniendo en cuenta a Noguera Tur & Esparcia Pérez (2011, pág. 91) citado por Duarte (2017, pág. 13). En las redes empresariales no se centra en las transacciones comerciales, sino en las relaciones de todo tipo que se establecen entre las empresas y que permiten el intercambio o la transferencia de información, saber hacer e innovación.

Son un conjunto de empresas con diferente actividad económica, las cuales se relacionan para compartir recursos e información en búsqueda de un mejoramiento de la ventaja competitiva. Dichas redes empresariales se clasifican en redes horizontales y redes verticales.

- **Redes horizontales.**

Según González, A. (2005) las redes horizontales “se integran por empresas de igual tamaño por sector productivo y localización. En estas redes se fomenta la relación de colaboración entre empresas que podrían considerarse competidoras, de forma a que dé solución a los problemas comunes y que se pueda hacer en conjunto lo que nos es posible en manera individual”.

Es una modalidad de cooperación entre empresas independientes, de tamaño similar, por lo general micro, pequeña y mediana empresa de la misma localidad y del mismo sector, que producen un mismo tipo de bien y deciden cooperar para comercializarlo, adquirir materia prima o insumos en conjunto, acceder a recursos que por sí solos no podrían; o en ocasiones no producen el mismo bien pero estas empresas se organizan para producir en conjunto un único producto, cada empresa especializándose en las distintas partes y componentes del bien. En la gran mayoría de los casos este tipo de red está enfocada principalmente en buscar economías de escala y de mayor poder de negociación.

Este grupo de empresas que deciden cooperar entre sí mediante el modelo de redes empresariales, al ser de la misma localidad y mismo sector ofrecen por lo general el mismo bien o servicio, lo cual las hace competidoras, en este punto se puede observar que coexisten la cooperación y la competencia. Cooperan entre sí en algunas actividades, pero independientemente de esto compiten entre sí en un mismo mercado; ya que ocupan el mismo lugar en la cadena productiva.

Un ejemplo de una red horizontal: empresas forjan una alianza con el fin de ampliar las líneas de productos.

- **Redes verticales.**

Cruz, F. (2005) postula que “la red vertical es una modalidad de cooperación entre empresas que se sitúan en posiciones distintas y consecutivas en la cadena y se asocian para alcanzar una ventaja competitiva que solas no podrían lograr”

Estas modalidades de cooperación entre empresas que generalmente son micro, pequeñas y medianas de la misma localidad y mismo sector, y que están situadas en posiciones distintas y consecutivas en la cadena productiva. Se asocian para alcanzar ventajas competitivas a las cuales no podrían llegar por si solas.

Ejemplo de redes verticales: Franquicias, concesión comercial, contratos de distribución, relaciones de subcontratación y relación de proveeduría estratégica que se estable entre varias empresas clientes y sus redes de micro, pequeñas y medianas subcontratistas o proveedoras. Este es el caso típico de desarrollo de proveedores a través de la alianza entre empresas grandes y Mipymes, en el que las Mipymes son proveedores con cierto nivel de especialización en productos manufacturados requeridos para los bienes fabricados por las grandes. En este esquema, las empresas grandes se dedican a aquellas actividades para las que son mejores y les resultan más rentables, y las Mipymes aseguran una cuota de producción vendida de forma segura, lo que les permite sostenerse en el corto plazo y crecer en el largo plazo.

Tabla 1.

Fases Para La Conformación De Una Red Empresarial.

Fase	Nombre	Descripción
1	Caracterización Empresarial	Se hace fundamental para dar inicio a un proceso asociativo que se defina la zona geográfica donde se va a trabajar y se realice un sondeo de la vocación económica de la misma que permita analizar cuál es la actividad o actividades empresariales que jalonan el crecimiento y desarrollo del sector, además de identificar las Unidades productivas y evaluar el número de empresas que se convocaran, para participar en la estructuración de la Red.
2	Sensibilización en la Conformación de Redes Empresariales	Se requiere sensibilizar a los empresarios para que se motiven a participar en un proceso asociativo. Para esto se hace necesario llevar a cabo actividades de formación donde se exponga ampliamente en qué consiste y cuáles son los beneficios de pertenecer a una Red, adicional a esto se trabaja la cohesión del grupo y definen los compromisos que deberán asumir los empresarios para continuar en el proceso. Es importante aclarar que este ejercicio se realiza con grupos de trabajo de empresas pertenecientes a un mismo sector.
3	Fortalecimiento Empresarial	Una vez las empresas manifiestan su compromiso con el inicio del proceso, se realiza un diagnóstico del estado de cada unidad productiva que permita evaluar la situación actual, así mismo identificar fortalezas y debilidades, para hacer recomendaciones en cuento a estrategias de fortalecimiento en cada área de la empresa direccionadas en un plan de mejoramiento individual que redunde en el colectivo empresarial. Las estrategias de fortalecimiento son implementadas a través de entrenamientos del agrupamiento en los siguientes temas: contabilidad y

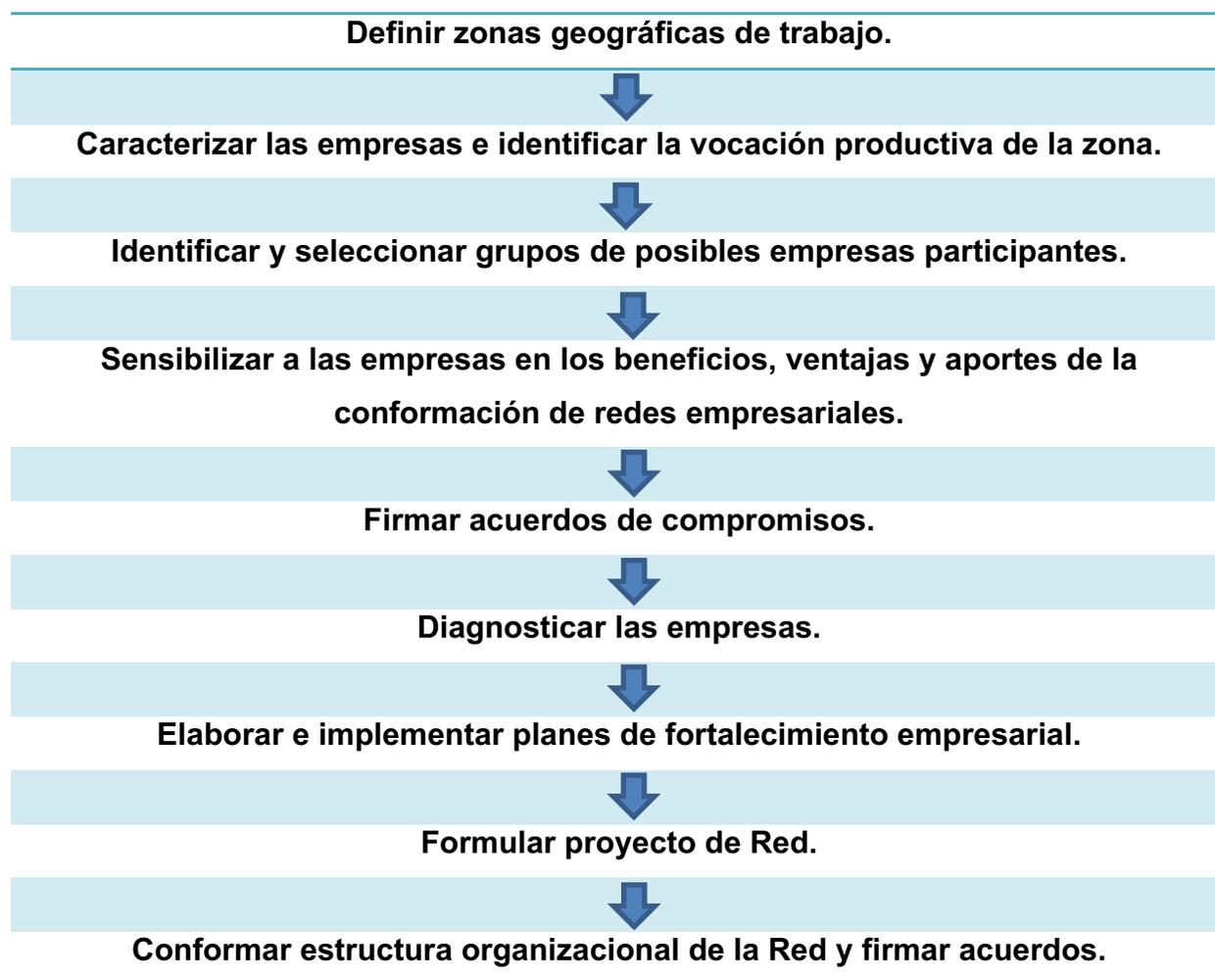
		<p>finanzas, mercadeo y ventas, gerencia, aspectos legales y producción en este último se emplea un mayor porcentaje del tiempo ya que es fundamental por el tipo de red estandarizar productos. Dentro de esta fase se continúan las actividades motivacionales específicamente con reuniones de socialización de casos exitosos de conformación de Redes y/o reuniones de trabajo con grandes empresas de diferentes sectores donde se analizan oportunidades de negocio que estas tengan en cuanto a proveeduría de productos y/o servicios.</p>
4	<p>Formulación de Proyectos de Red Empresarial</p>	<p>Como se dijo anteriormente el trabajo de las Redes se fundamenta en los proyectos, por lo tanto cada agrupamiento debe estructurar un modelos de negocio basado en la producción y la comercialización, este trabajo está direccionado por un consultor quien asesora la elaboración del plan de negocios del colectivo, el cual servirá como norte y guía del trabajo que deberá realizar la Red.</p>
5	<p>Formalización y Puesta en Marcha del Proyecto</p>	<p>Fundamentados en el objetivo de trabajo dado por el plan de negocios se debe formalizar la participación de cada empresa dentro de la implementación del proyecto, así como estructurar un comité directivo conformado por el gerente de cada una de las empresas y un representante de la entidad externa que opera y acompaña la Red, este equipo se encargará de definir metas y hacer seguimiento al cumplimiento de los compromisos, algunas redes se constituyen jurídicamente otras no, pero de igual manera deben tenerse acuerdos privados de asociados, donde se establezcan acuerdos entre las partes. En esta fase se trabaja en la estrategia de Mercadeo y Ventas y se inicia el trabajo de consecución de recursos para el fortalecimiento de la Red Empresarial.</p>

Fuente: Elaboración propia, basado en Montoya. C (s.f.).

En resumen las actividades específicas desarrolladas durante el proceso de conformación de la Red Empresarial son:

Tabla 2.

Resumen Actividades Específicas Para La Conformación De Una Red Empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

Ejemplo: Un Red empresarial constituida por una gran empresa, la cual se denomina “Empresa Pivote” y un grupo Mipymes que cumplen la función de proveedores estratégicos de productos y servicios denominadas “Empresas Satélites”, de la interacción entre ellas y la empresa pivote, se genere un proceso sinérgico que permite a todo sistema incrementar los niveles de productividad y competitividad a través de la cooperación e introducción de acciones innovadoras. Las empresas que cooperan están más propensas a innovar.

4.6.3. Economías de la aglomeración.

El autor Westreicher, G. (2020) las economías de aglomeración consisten en las ganancias que obtienen las empresas por localizarse unas cerca de otras. Esto, como consecuencia de una mayor accesibilidad a diversos recursos (tangibles e intangibles), lo que genera eficiencias.

Las economías de aglomeración hace referencia los beneficios obtenidos por las empresas producto de la concentración en un área geográfica determinada y constituida por inversionistas, consumidores, proveedores, competidores, entre otros, todos directa o indirectamente vinculados.

Visto de una manera más práctica, cuando dos o más empresas están ubicadas en una misma localidad, pueden compartir recursos y conocimientos. Generan sinergias que aumentan la eficiencia de sus procesos y así ser más competitivos.

Entre las principales características clave de este tipo de economías se destacan:

- Reducción en los costes de transporte.
- Acceso a una mayor variedad de bienes y servicios.
- Generación de negocios y alianzas estratégicas entre organizaciones.
- Incentivan el crecimiento poblacional. Por ende, se hace más rentable el desarrollo de infraestructuras para ofrecer servicios básicos como salud y educación.

- Se facilita la difusión de conocimiento entre los agentes económicos.

En las economías de aglomeración prevalecen 2 modelos muy similares pero con diferencias puntuales, el distrito industrial y los clúster.

4.6.4. Distrito Industrial.

El concepto de distrito industrial se remonta a Alfred Marshall. Becattini (1991, Pág. 89), citado por Duarte (2017) afirma que:

Marshall demostró en sus primeros escritos que la mayoría de las ventajas de una gran escala de producción puede lograrse también por poblaciones de pequeñas empresas concentradas en alguna área, que se especializan en fases de producción diferentes y encuentran su oferta de trabajo en un único mercado laboral.

Teniendo en cuenta lo anterior, un distrito industrial es un esquema de cooperación encaminado a fortalecer un área productiva en común, enfocándose en varias empresas que están ubicadas en una misma localidad. Sepúlveda (2008, pág. 67), citado por Duarte (2017) propone que “los distritos industriales tienen como base la noción de las economías de aglomeración de pequeñas y medianas empresas especializadas en un producto y formando un sistema de empresas favorece los intercambios en mercados múltiples, lo que facilita el surgimiento de economías a escala externas a las empresas, pero internas al sistema productivo local y la producción de costos de transacción”.

Es la combinación de cooperación vertical (empresas que se ubican en distintos puntos de la cadena) y competencia horizontal (competencia que surge entre dos compañías del mismo nivel y que pertenecen al mismo sector o a una misma línea de negocio). Estas relaciones de cooperación están basadas en los principios de reciprocidad y clima de confianza.

Algunas de las principales características de los distritos industriales son:

- Entidad territorial y social caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y un grupo de firmas en un área o zona natural e históricamente delimitada.
- Gran presencia de empresas Mipymes.

- Aglomeración de empresas en una zona geográfica.
- Las empresas están comprometidas en varias etapas de la cadena productiva (especialización por etapas).
- Densas redes de naturaleza social y económica.
- Coexistencia de cooperación y competencia.
- Rápida difusión de información informal, nuevas ideas, experiencias y know-how.

Adaptabilidad y flexibilidad.

- Densas redes de naturaleza social y económica.

4.6.5. Clúster.

Porter (1999) citado por Duarte (2017, pág. 16) afirma que:

Los Clústeres son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en un determinado campo. Agrupan a una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir. Incluyen por ejemplo a proveedores de insumos como componentes, maquinaria y servicios y a proveedores de infraestructura especializada.

De acuerdo con, el World Bank (2009) citado por Duarte (2017, pág. 17) Un Clúster es un sistema de interconexión entre los sectores privado y público. Usualmente comprende un grupo de empresas, proveedores de servicios y complementarios. Con referencia a lo anterior, el Clúster (entendido también como la conglomeración de empresas) contribuye a la ventaja competitiva, donde las formas agrupadas logran un alto grado de interconexión en un entorno fundamentalmente competitivo, generan efectos de propagación que estimulan la productividad y adquieren una dinámica auto sostenible derivada de una ventaja eficiente en una gama específica de productos o servicios.

Se entiende como una concentración de empresas e instituciones que se agrupan alrededor de una misma localidad y un mismo sector o actividad productiva donde se

colaboran estratégicamente para una mayor competitividad. De ese modo, buscan alcanzar un alto índice de beneficio, eficiencia de procesos y fortalecer su cadena productiva. Donde prevalece el compartir recursos para un crecimiento inter empresarial abarcando la mejora de la producción, creación de nuevas líneas de productos, buscar oportunidades para nuevos negocios, consolidar estrategias para enfrentar a las grandes empresas, responder a los impactos de la globalización y por ende buscar ayuda para sus fluctuaciones financieras.

- **Integración vertical:** Las empresas que cooperan a través de la cadena de suministros. Es decir, en un clúster pueden estar, por ejemplo, las empresas que ensamblan vehículos y aquellas empresas que fabrican las autopartes.
- **Integración horizontal:** Las diferentes empresas comparten una base común de conocimientos y un mismo mercado para sus productos. Así, emplean tecnologías, recursos humanos y bienes naturales semejantes. En pocas palabras, el clúster está conformado por compañías que compiten entre sí. Interactúan la cooperación y la competencia.
- **Proceso de conformación:** El proceso de identificar, definir, y describir un clúster no posee un paso a paso que este estandarizado. Los consultores económicos individuales y los investigadores desarrollan sus propias metodologías. Todo el análisis del clúster reposa en la evaluación de los patrones locales y regionales de empleo, basados en los códigos SIC y costo de oportunidad.

El distrito industrial y clúster son muy similares, tanto en definición como en característica, pero en lo que respecta al concepto son muy diferentes:

Tabla 3.

Diferencia Clúster vs Distrito industrial

Diferencia

Clúster	Distrito industrial
Persigue un desarrollo de tipo global Y se centra en la competitividad buscando las fuentes de ventajas competitivas en los territorios	Enfatiza un desarrollo de tipo local y asigna un papel estratégico a la comunidad de empresas y personas

Fuente: Elaboración propia.

VI. CONCLUSIONES.

Al reflexionar sobre la asociatividad empresarial como una estrategia de negocios para la rentabilidad de las Mipymes teniendo en cuenta como base los resultados de esta investigación, podemos concluir que.

La asociatividad empresarial como una estrategia enfocada a adquirir o potenciar una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos voluntarios con otras empresas, estableciendo metas comunes que conduzcan a una mayor presencia de esta en uno o más mercados, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, y teniendo como eje central la confianza, compromiso, comunicación y liderazgo.

Cuando hablamos de asociatividad empresarial, no existe una única manera de aplicarlo, ya que cuenta con varios modelos dependiendo del esquema que el empresario requiera. Entre Los cuales tenemos cadena productiva, redes empresariales, distrito industrial y clúster.

Las Mipymes en la actualidad, no cuentan con el modelo estratégico necesario para sobrevivir y crecer en el tiempo, ellas, viven del día a día, alejándose del Principio Contable de Entidad. Esto unido a una baja productividad por parte de las Mipymes, esta situación genera una estructura productiva heterogénea la cual se traduce en diferencias en productividad entre sectores y empresas, que pueden ser producidas por múltiples factores entre los más comunes son: especializarse en productos de bajo valor añadido, estar al margen de los mercados más dinámicos, poca capacidad de los gobiernos a la hora de gestionar políticas eficientes a favor del desarrollo de las Mipymes, poca capacidad de exportación, la preparación del personal es insuficiente, competir en los mercados internos contra las empresas grandes, poca participación en las relaciones productivas más dinámicas con grandes empresas, productos poco innovadores y poca cooperación empresarial reflejada en los modelos de asociatividad con otras empresas.

Teóricamente la asociatividad puede contribuir a la rentabilidad de las Mipymes de 2 formas, reduciendo costos y gastos y aumentando ingresos:

Reducción de costos:

- Mitigar riesgo de mercado, al disminuir el riesgo de estar en un solo mercado. Accediendo a mercados similares regionales y otros mercados internacionales no similares.
- Reducción de costos en la adquisición conjunta de materia prima, transporte, mano de obra calificada, maquinaria, tecnología, distribución y marketing.
- Alcanzar economías de escala, mediante la cooperación con miras a alcanzar un ritmo óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste,

Aumento de ingresos:

- Ingresar a mercados internacionales. Poder acceder a mercados más dinámicos.
- Da la oportunidad de exportar. La asociatividad permite que, mediante la unión de empresas que antes no pudieron exportar debido a que no cuentan con la estructura necesaria, ahora si puedan hacerlo.
- Aumentar la productividad.
- Desarrollo de nuevos productos en conjunto. Mediante la implementación de modelos asociativos, se pueden crear proyectos con el fin de crear nuevos productos o nuevas líneas de negocios que por sí solos no podrían. Así creando productos con mayor valor agregado.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.
- Aprovechamiento de las ventajas competitivas que Panamá tiene y las oportunidades de mercado ampliados a través acuerdos preferenciales mejor conocidos como TLC.

VII. RECOMENDACIONES.

- Para que se pueda explotar todo el potencial de la asociatividad empresarial, debe estar enfocado en proyectos de exportación, proyectos de innovación y alto impacto (Startup), productos o servicios con valor agregado y una mayor

participación en las relaciones productivas más dinámicas con grandes empresas.

- Aumentar capacidad de los gobiernos a la hora de gestionar políticas eficientes a favor del desarrollo de las Mipymes. Crear políticas que tengan como objetivo aumentar la inversión y el empleo, enfocadas a la creación de proyectos asociativos, identificando los sectores con más potencial para implementar dichos proyectos.
- Asignarle a AMPYME la tarea de crear los espacios físicos y virtuales para sensibilizar a las empresas en los beneficios, ventajas y aportes de la conformación de proyectos asociativos como estrategia de negocios para la rentabilidad de las Mipymes de la República de Panamá.

REFLEXIONES.

La presente investigación me ha nutrido académica y profesionalmente, dejando en mí, la siguiente reflexión.

La asociatividad empresarial como instrumento de cooperación tiene un gran potencial para aportar a las empresas panameñas, ya que Panamá cuenta con una diversidad importante de ventajas competitivas que pueden y deben ser capitalizadas

por proyectos asociativos, estos proyectos deben estar cimentados en 3 pilares fundamentales, los cuales son: Gobierno, Academia e Industria, las cuales deben de articularse para crear y fomentar estrategias de negocios, tales como la asociatividad empresarial, con el propósito de obtener , competitividad global, desarrollo económico, crecimiento real e integral de las Mipymes, una estructura productiva homogénea (reduciendo las diferencias en productividad entre sectores y empresas), innovación, generación de empleo formal y mayor cooperación en las empresas de la República de Panamá.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Más de 70 mil MIPYMES podrán acceder a Plan Nacional de Recuperación. (29/04/2020). Recuperado de <https://mici.gob.pa/noticias/mas-de-70-mil-mipymes-podran-acceder-a-plan-nacional-de-recuperacion>.

GestioPolis.com Experto. (25/09/2020). Principios de Contabilidad ¿Qué son? ¿Cuáles son? ¿Para qué sirven?. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/principios-de-contabilidad-que-son-cuales-son-para-que-sirven/>.

Villar, V. (24/09/2019). El 78.5% de las Mipymes panameñas se crean con ahorros propios. El capital financiero.com. Recuperado de <https://elcapitalfinanciero.com/el-78-5-de-las-mipymes-panamenas-se-crean-con-ahorros-propios/>.

M. Dini y G. Stumpo (coords.). “Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018.

P.; Rodríguez Miranda, A.; Goinheix, S.; Martínez, C. y Picasso, S. (2018). “Redes de cooperación entre empresas: un estudio aplicado a cinco clusters en Uruguay”, Instituto de Economía, Serie Documentos de Trabajo, DT 04/2018.

Duarte, J.R. (2017). “Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia”, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá.

(2012). Conceptualización colectiva de la asociatividad empresarial: posiciones diversas y nuevos planteamientos. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/6145>.

Quiroa, M. (02 de junio, 2015). Globalización. Economipedia.com

Roldán, P. (02 de diciembre, 2016).Competitividad. Economipedia.com

Arias, E. (09 de febrero, 2020).Mercado doméstico. Economipedia.com

López, J. (01 de diciembre, 2018).Comercio internacional. Economipedia.com

Sevilla, A. (04 de noviembre, 2015).Rentabilidad. Economipedia.com

Sevilla, A. (08 de abril, 2014).Sinergia. Economipedia.com

Kiziryan, M. (28 de abril, 2015).Economías de escala. Economipedia.com

Base Legal – AMPYME. (s. f.). AMPYME. Recuperado 25 de abril de 2021, de https://ampyme.gob.pa/?page_id=27660

Hernández Morales, E. J y Tiuso Hernández, N. y Vergas Rojas, P. E. (2020). Modelo de gestión estratégica para la Empresa Lap especialistas Villavicencio- Meta. [tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UC

Sevilla, A. (10 de diciembre, 2016).Ventaja competitiva. Economipedia.com C. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/19981>.

Hernández, K. (2020, 12 octubre). Las seis ventajas competitivas de Panamá. Revista Martes Financiero. <https://www.martesfinanciero.com/voz-calificada/las-seis-ventajas-competitivas-de-panama/>

Crecimiento del PIB (% anual) - Panama | Data. (s. f.). Banco Mundial. Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=PA>

Panamá Hub Digital. (s. f.). PANAMA HUB DIGITAL. Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://panamahub.digital/es/panama-hub-digital/acerca-de>

Villar, V. (16/07/2018). Mipymes, claves para generar empleos y cohesión social. El Capital Financiero.com. Recuperado de <https://elcapitalfinanciero.com/mipymes-claves-para-generar-empleos-y-cohesion-social/#:~:text=Compartir%20en%3A&text=El%2095%25%20de%20las%20empresas,p>roducción%20total%20de%20la%20región.

Montoya, C. (s.f.), Conformación de redes empresariales, modelo Universidad de Medellín. Recuperado el 24/05/2021, Universitat de València: <https://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/106.pdf>

Guillermo Westreicher (28 de enero, 2020).Economías de aglomeración. Economipedia.com

