

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA



TESIS DE GRADO

**INTEGRACION DE LAS PYMES DEL DISTRITO 6 DE
EL ALTO, SECTOR TEXTILES POR MEDIO DE LOS
DISTRITOS INDUSTRIALES**

POSTULANTE : Johnny Richard Clavel Ayala
DOCENTE TUTOR : Lic. Humberto Palenque Reyes
DOCENTE RELATOR : Msc. Lic. L. Narda Maceres Ochoa

LA PAZ - BOLIVIA

2014

DEDICATORIA

Este trabajo de Tesis de Grado está dedicado a DIOS, porque ha estado conmigo a cada paso que he dado, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, por darme la vida a través de mis queridos PADRES: ZENÓN y PILAR quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, quienes han hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme como: ESPOSO, PADRE Y PROFESIONAL.

A MI ESPOSA MARISOL, por su paciencia y comprensión, que prefirió sacrificar su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío, dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir con otra etapa en mi vida.

A MIS HIJOS ROMMEL, ADRIAN Y GABRIEL, que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellos fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y comprensión para poderlos superar.

A MIS ABUELITOS ADRIAN Y SUSANA, porque sus consejos y cariños son tan sabios y tan bastos que me impulsan a continuar en la lucha por superarme constantemente y esperaron a que llegue este momento tan deseado para ellos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme guiado por el buen camino e iluminado durante todo este período de estudio y llegar a la finalización de la misma.

A mis Padres, hermanos y a todos mis tíos; porque siempre me han dado su fuerza y apoyo incondicional que me ha ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

A todas las personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, con todo mi cariño les agradezco inmensamente.

A mis tutores Lic. Humberto Palenque Reyes y Lic. Narda Maceres Ochoa por su paciencia, consejos y ayuda en este trabajo.

A mi amigo Jorge por apoyarme con su experiencia y consejos e impulsarme hasta la culminación de la Tesis.

Y por último a todos los Docentes de la Carrera de Economía de la U.M.S.A. por la invaluable tarea de enseñanza, conocimientos y experiencias brindadas a lo largo del período de estudio.

INDICE GENERAL

	Pág.
CAPÍTULO I	8
GENERALIDADES	8
1.1. INTRODUCCIÓN.....	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.4. PREGUNTA DEL PROBLEMA.....	10
1.5. DELIMITACIÓN	11
1.5.1. Delimitación Espacial.....	11
1.5.2. Delimitación Temporal	11
1.6. OBJETIVOS	11
1.6.1. Objetivo General.....	11
1.6.2. Objetivos Específicos	11
1.7. HIPÓTESIS	11
1.8. VARIABLE INDEPENDIENTE	12
1.9. VARIABLE DEPENDIENTE.....	12
1.10. JUSTIFICACIÓN.....	12
1.10.1. Justificación Económica	12
1.10.2. Justificación Social	13
1.11. METODOLOGIA.....	14
1.11.1. Métodos y Técnicas a utilizar	14
1.12. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	16
1.13. LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	16
1.13.1. Técnicas	16
1.14. FUENTES DE INFORMACION.....	17
1.14.1. Fuentes Primarias.....	17
1.14.2. Fuentes Secundarias.....	17
1.15. SELECCIÓN DE MUESTRA	18
1.15.1. Muestreo No Probabilístico.....	18
1.16. OBTENCION DE LA INFORMACION.....	20

CAPITULO II	21
MARCO TEORICO.....	21
2.1. VENTAJA ABSOLUTA	21
2.2. VENTAJA COMPARATIVA	21
2.2.1. Modelo de Heckscher - Ohlin (H-O).....	22
2.3. VENTAJA COMPETITIVA	22
2.3.1. Ventaja Competitiva de las Naciones	22
2.4. ENFOQUES RELACIONADOS CON EL CARÁCTER SISTÉMICO DE LA COMPETITIVIDAD	26
2.5. PRODUCTIVIDAD: CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD.....	28
2.6. FUNDAMENTOS DE LA PRODUCTIVIDAD	30
2.7. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL	33
2.8. TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	34
2.8.1. Escuela Neo-Keynesiana	34
2.8.2. Escuela Neoclásica	34
2.9. PAUL KRUGMAN Y EL NUEVO COMERCIO INTERNACIONAL.....	35
2.9.1. Importancia del Comercio Internacional	36
2.10. MARCO CONCEPTUAL.....	37
2.10.1. Bienes Transables.....	37
2.10.2. Comercio Exterior.....	37
2.10.3. Comercio Internacional.....	37
2.10.4. Teoría de Localización y Distritos Industriales.....	38
2.10.5. Localización con orientación hacia Transporte	39
(Clasificación de materias primas)	39
2.10.6. Localización de la firma individual orientada hacia el transporte	40
2.10.7. Localización con orientación hacia la Mano de Obra.....	42
2.11. MODELOS DE LOCALIZACIÓN	43
2.11.1. La localización de la producción	43
2.11.2. Sistemas Locales Productivos.....	45
2.12. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)	45
2.12.1. La importancia de las PYMES	46

2.13.	ANTECEDENTES PYMES EN BOLIVIA	48
2.14.	INDUSTRIA TEXTIL	50
2.14.1.	Caracterización del sector textil-confección	51
2.14.2.	Formación de Asociaciones Empresariales.....	52
2.14.3.	Tamaño	52
2.15.	POR SU ESTRUCTURA	53
2.15.1.	Asociaciones Horizontales	53
2.15.2.	Asociaciones Verticales.....	53
2.15.3.	Por su Nivel de Agregación	54
2.16.	FORMACION DE ASOCIACIONES CIUDAD DE EL ALTO DISTRITO 6.....	54
2.17.	DISTRITOS INDUSTRIALES	54
2.17.1.	Conceptualización	56
2.17.2.	Características de Distritos Industriales.....	57
2.17.3.	Economías de Concentración.....	58
2.17.4.	Ventajas de Especialización	58
2.17.5.	Ventajas de Integración	58
2.18.	LOS DISTRITOS INDUSTRIALES COMO UNIDAD DE ANÁLISIS.....	59
CAPITULO III		60
DESARROLLO INSTITUCIONAL.....		60
3.1.	ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	60
3.2.	ANALISIS FODA.....	62
3.3.	ASOCIACION DE PYMES EL ALTO	67
3.4.	LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL Y LAS EXPORTACIONES AL MERCOSUR.....	71
3.5.	LA INDUSTRIA DE CONFECCIONES EN EL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO	73
3.6.	ESTUDIO DE LA DEMANDA	74
3.7.	ESTUDIO DE LA OFERTA.....	75
3.8.	PRECIO.....	76
3.9.	COMERCIALIZACIÓN.....	76

3.10.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE TEXTILES.....	77
3.11.	SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.....	79
3.12.	INSTITUCIONALIDAD DE APOYO	80
3.13.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	84
3.14.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	85
3.15.	FORMATOS DE VENTA AL POR MENOR	85
	CAPITULO IV	86
4.1.	DE LAS ENTREVISTAS	86
4.2.	ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE EL ALTO DISTRITO 6.....	89
	CAPITULO V	99
	IMPLICANCIA DE LOS RESULTADOS	99
5.1.	MATRIZ DE INTEGRACIÓN DE DISTRITOS INDUSTRIALES	105
5.2.	ANALISIS INFERENCIAL.....	106
5.2.1.	PASO 1. Formulación de Hipótesis:	106
5.2.2.	PASO 2. Nivel de Significación:.....	106
5.2.3.	PASO 3. Estadístico de Prueba:.....	106
5.3.	RELACIÓN DE PRODUCCION DE JEANS CON Y PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN LA ECONOMIA	108
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
	CONCLUSIONES SOBRE EL MARCO REFERENCIAL	111
	CONCLUSIONES DEL DISEÑO METODOLOGICO	111
	CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA	112
	RECOMENDACIONES	112
	BIBLIOGRAFÍA	113
	REFERENCIAS DE INTERNET	117
	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:.....	118
	ANEXOS	119

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRAFICO Nº 1. DIAMANTE COMPETITIVO.....	25
GRAFICO Nº 2. NIVELES DE COMPETITIVIDAD SISTEMICA	27
GRAFICO Nº 3. SALTOS CUALITATIVOS EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE UNA NACIÓN.....	31
GRAFICO Nº 4. PORCENTAJE DE FERIAS POR DISTRITO	64
GRAFICO Nº 5. PORCENTAJE DE MERCADOS POR DISTRITO	65
GRAFICO Nº 6. CIUDAD DE EL ALTO PRODUCCION INDUSTRIAL	68
GRAFICO Nº 7. PORCENTAJE DE PEQUEÑAS INDUSTRIAS POR DISTRITO	69
GRAFICO Nº 8. PORCENTAJE DE MEDIANAS INDUSTRIAS POR DISTRITO	70
GRAFICO Nº 9. PREGUNTA Nº 1 ¿USTED CONOCE SOBRE LO QUE ES UN DISTRITO INDUSTRIAL?.....	90
GRAFICO Nº 10. PREGUNTA Nº 2 ¿SI SE LE PROPUSIERA UN PROYECTO DE DISTRITO INDUSTRIAL ESTARIA DE ACUERDO?.....	91
GRAFICO Nº 11. PREGUNTA Nº3 ¿CUANTO ES SU INGRESO MENSUAL ACTUAL?	92
GRAFICO Nº 12. PREGUNTA Nº 4 ¿USTED SABE QUE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES PODRIA MEJORAR SUS INGRESOS?	93
GRAFICO Nº 13. PREGUNTA Nº 5 ¿DESEARIA CONTAR CON MAYOR CAPACITACION EN SU AREA?.....	94
GRAFICO Nº 14. PREGUNTA Nº 6 ¿SI SE IMPLEMENTARIA EL PROYECTO DE DISTRITOS INDUSTRIALES, PODRIA ESTAR EN MEJORES CONDICIONES, QUE RANGO DE INGRESOS LE GUSTARIA PERCIBIR?	95
GRAFICO Nº 15. PREGUNTA Nº 7 ¿CONOCE UN DISTRITO INDUSTRIAL EN FUNCIONAMIENTO?.....	96
GRAFICO Nº 16. PREGUNTA Nº 8 ¿QUÉ REQUERIRIA USTED PARA EL FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE UN DISTRITO INDUSTRIAL Y SU AREA COMERCIAL?	97
GRAFICO Nº 17. PREGUNTA Nº 9 ¿CONOCE ALGUN ACUERDO O LEY QUE RESPALDE A LOS DISTRITOS INDUSTRIALES?	98
GRAFICO Nº 18. PUESTOS POR RUBRO	99
GRAFICO Nº 19. DISTRIBUCION DE PUESTOS POR MACRO DISTRITO.....	100
GRAFICO Nº 20. DOCIMA DE HIPOTESIS RELACION DE PRODJEAN VS %PECO.....	109

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA, CONSIDERANDO DISTINTOS NIVELES DE CONFIANZA (EXPRESADO EN %).....	19
CUADRO Nº 2. CUATRO FACTORES DE COMPETITIVIDAD.....	32
CUADRO Nº 3. TASA ANUAL DE CRECIMIENTO INTERCENSAL.....	60
CUADRO Nº 4 SUPERFICIE, POBLACION Y DENSIDAD POR DISTRITO.....	61
CUADRO Nº 5. MATRIZ FODA.....	63
CUADRO Nº 6. CIUDAD DE EL ALTO % DE MERCADOS Y FERIAS.....	64
CUADRO Nº 7. MATRIZ FODA PERFIL ECONOMICO DE LAS PYMES.....	66
CUADRO Nº 8. CIUDAD DE EL ALTO, REGISTRO DE EMPRESAS INDUSTRIALES.....	67
CUADRO Nº 9. CIUDAD DE EL ALTO PORCENTAJE DE INDUSTRIAS.....	69
CUADRO Nº 10. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS GENERADAS POR LAS PYMES.....	72
CUADRO Nº 11. EL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO: VALOR BRUTO DE PRODUCCION.....	74
CUADRO Nº 12. PRODUCCIÓN DE JEANS POR LAS PYMES.....	78
CUADRO Nº 13. OFERTA Y DEMANDA DE PANTALONES JEANS DE LAS PYMES.....	79
CUADRO Nº 14. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS ELABORADOS POR LAS PYMES CON LOS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE BOLIVIA A NIVEL MUNDIAL.....	83
CUADRO Nº 15. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS A PAÍSES DEL MERCOSUR.....	83
CUADRO Nº 16. EMPLEO POR SECTORES, EDUCACION Y SEXO DE LA CIUDAD DE EL ALTO.....	102
CUADRO Nº 17. MATRIZ DE INTEGRACIÓN DE DISTRITOS INDUSTRIALES.....	105
CUADRO Nº 18. SERIE HISTORICA DE PRODUCCIÓN DE JEANS POR LAS PYMES.....	107
CUADRO Nº 19. CALCULO DE ESTADISTICOS.....	107
CUADRO Nº 20. CALCULO DE ESTADISTICOS DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES.....	108
CUADRO Nº 21. RELACION DE PRODJEAN VS %PECO.....	108

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 PROPUESTA.....	120
ANEXO N° 2 TABULACION DE ENCUESTAS	124
ANEXO N° 3 ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD DE EL ALTO.....	126
ANEXO N° 4 PRESUPUESTO	128
ANEXO N° 5 FORMULARIO ENCUESTA.....	129
ANEXO N° 6 EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO.....	130
ANEXO N° 7 DISTRITOS INDUSTRIALES TESIS DOCTORAL.....	131
ANEXO N° 8 EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO.....	132
ANEXO N° 9 SISTEMAS LOCALES	133
ANEXO N° 10 CLUSTER DE DISTRITOS INDUSTRIALES	134
ANEXO N° 11 MAPA DEL DISTRITO 6 EL ALTO	135
ANEXO N° 12 PLANO DE EL ALTO	136

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

El tema objeto de estudio será elaborado con el fin de analizar la integración de las pymes a través de los distritos industriales que se puede definir como concentraciones de sectores especializados en una localidad específica”. Para Marshall¹, un distrito industrial trae “grandes ventajas al disponer de un mercado de trabajo constante”. Al crecer el distrito, crece también la población de trabajadores formados y especializados de los cuales el distrito puede beneficiarse.

El distrito industrial, es una estrategia colectiva de asociación empresarial de pymes, constituye un exitoso fenómeno de desarrollo industrial de carácter regional que se presentó en países industrializados como Italia, España y Alemania como un reflejo de sus condiciones económicas, políticas, sociales y culturales.²

Aunque en países en vías de desarrollo no tienen las mismas condiciones bajo las cuales surgieron los distritos industriales en Europa.

Por tanto el tema de estudio es analizar la integración de los distritos industriales a través de la ejecución de asociaciones empresariales que se refiere a una alianza estratégica permanente entre un grupo limitado y claramente definido de empresas concentradas espacialmente y especializadas sectorialmente con el fin de alcanzar objetivos comunes de corto y largo plazo orientados al desarrollo y la competitividad, en la fase de preparación para la acción conjunta y cuyo crecimiento de las exportaciones puede dar como resultado la creación de dichos distritos.

La importancia que las pymes aportan a los distritos industriales, que bajo la presión cada vez mayor de la competencia internacional ha buscado a menudo poner en práctica procesos de internacionalización ya que las empresas de los distritos industriales, parecen ofrecer nuevas oportunidades.

¹ ALFRED MARSHALL. En su obra *The Principles of Economics* (1890), Marshall en el Modelo de Distrito Industrial, pág. 57.

² BALBÍN, MARÍA YANICED. (2007). *Los Distritos Industriales como modelo de competitividad para las pymes y Mipyme*, documento en proceso de publicación, pág.93.

Las empresas se han caracterizado siempre por una gran preferencia a la internacionalización sobre todo a la búsqueda de nuevos mercados destinatarios que permitan dar un respiro a los procesos de especialización de la producción que a menudo constituye su principal ventaja competitiva.

Demuestra importancia y apertura a los mercados extranjeros y la peculiar especialización sectorial del comercio internacional de la ciudad de El Alto Distrito 6, en la que tienen gran peso los productos no tradicionales (textiles). En este sentido los distritos industriales es la búsqueda de mercados por parte de las pequeñas y medianas empresas.

Las pymes son exportadoras eventuales o por oportunidad, pero no logran desarrollar un plan de desarrollo de largo plazo que se asiente, aunque sea en parte en las ventas al mercado externo. En las economías en crecimiento, el rol de las Pymes es mucho más importante para el comercio internacional.

Quizá el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y la asociación por especialidad.

El objetivo del presente trabajo es asociar a las pymes de la ciudad de El Alto por medio de los distritos industriales con el fin de que sus relaciones de cooperación y competencia generen ventajas competitivas, de mejorar sus exportaciones y tener una creciente participación en el comercio internacional por diversos motivos que son la generación de empleo productivo y la mejora en la distribución.

El trabajo expondrá los conceptos básicos, ventajas y desventajas que implica los distritos industriales hacia las pymes del Distrito 6 en la ciudad de El Alto, si existe alguna legislación que rige los distritos industriales y algunos datos de interés.

Teniendo en cuenta que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son la caracterización más elocuente del ámbito empresarial de cualquier país, sea desarrollado o subdesarrollado.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema que se logra identificar dentro de las opciones de mercado en la ciudad de El Alto del Distrito 6, son la falta de asociación por sectores, por especialidad en una misma localidad, la no cooperación y colaboración entre empresas.

Ya que el mayor número de los negocios en la ciudad de El Alto, recae en la pequeña y mediana industria la cual cuenta con el capital mínimo para empezar actividades comerciales. Por lo tanto resulta difícil lograr altos niveles de competitividad, eficiencia y volumen de las exportaciones que exigen los nuevos mercados nacionales e internacionales.

No se cuenta con un modelo de asociatividad definido; así mismo se percibe un impreciso conocimiento sobre el término.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La escasa participación de las Pymes en las exportaciones y, en general, en los mercados más dinámicos son un reflejo de la situación en la que operan las pequeñas y medianas empresas: atraso tecnológico, acceso en condiciones desventajosas a los mercados de insumos y de productos finales, escaso uso de técnicas modernas de gestión, comercialización y control de calidad y dificultad de acceso a la información en general.

Se deberá desarrollar una política de apoyo a las Pymes en el contexto de economías abiertas, en la que los niveles de competitividad y de exigencia para garantizar la sobrevivencia y el éxito son mucho más elevados.

1.4. PREGUNTA DEL PROBLEMA

¿COMÓ SE PODRÁ SUPERAR LAS DIFICULTADES DE EXPORTACIÓN DEL SECTOR TEXTIL (MANUFACTURA DE PANTALONES JEANS) DE LAS PYMES EN EL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO?.

1.5. DELIMITACIÓN

1.5.1. Delimitación Espacial

El tema objeto de estudio estará en el departamento de La Paz específicamente en la ciudad de El Alto Distrito 6 (Zona 16 de Julio), llegando a generar exportaciones al MERCOSUR preferentemente a los países de Brasil y Argentina.

1.5.2. Delimitación Temporal

El periodo de análisis será a partir del año 2008-2012.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

Asociar a las PYMES (Sector textiles) del Distrito 6 de la ciudad de El Alto, mediante los Distritos Industriales para aprovechar al máximo sus capacidades creativas, productivas y comerciales para la exportación de pantalones jeans al MERCOSUR con preferencia a Brasil y Argentina.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de las Pymes (Sector textiles).
- Realizar un análisis FODA sobre las potencialidades de las pymes del sector industrial y de los distritos industriales.
- Considerar los distritos industriales como un instrumento para mejorar las exportaciones de pantalones jeans creados por las PYMES del Distrito 6 de la ciudad de El Alto.

1.7. HIPÓTESIS

CON LA ASOCIACIÓN DE LAS PYMES (SECTOR TEXTILES), DEL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO, A TRAVÉS DE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES SE LOGRARA UN MAYOR CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN LAS MANUFACTURAS DE PANTALONES JEANS.

1.8. VARIABLE INDEPENDIENTE

Asociación de las pymes a través de los distritos industriales.

1.9. VARIABLE DEPENDIENTE

Mayor crecimiento económico en las exportaciones.

1.10. JUSTIFICACIÓN

1.10.1. Justificación Económica

Las Pymes se han constituido en uno de los más sólidos y concluyentes pilares, todo ello debido a su vital contribución en el desarrollo del aparato económico-productivo de estas economías.³

Las Pymes se han caracterizado en los últimos veinte (20) años, por ser grandes generadoras de empleo, y por ello vitales dentro de la política económica nacional, según las Estadísticas del Registro de Comercio de Fundempresa disponibles a julio de 2009.

Es cierto que ellas no son en la actualidad un gran número, pero aportan a la economía tanto empleo como la gran empresa. Son al menos dos veces más productivas que las microempresas y están dispersas en todo el país. Por ello, junto con la gran empresa, pueden y deben jugar un rol fundamental en el desarrollo. Para lograrlo es necesario generar un entorno que las promueva en vez de perjudicarlas. Esto requiere acciones decididas tanto desde el sector público como desde la iniciativa privada.

Las Pymes carecen de la capacidad de crear, sostener e incrementar presencia y participación en los mercados locales e internacionales.

³ LEMES BATISTA, Ariel, MACHADO HERNÁNDEZ, Teresa, *Las Pymes y su espacio en la economía Latinoamericana*, México, 2000 pág. 112.

Las experiencias internacionales exitosas de pequeñas y medianas empresas pueden alcanzar las unidades productivas si se encuentran articuladas en sistemas de empresas especializadas que actúan en un contexto de confianza y de reglas claramente establecidas. Estos se pueden denominar como distritos industriales.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas desempeñan una función crucial en la competencia mundial. Si bien se esperaba que esta requiriera de grandes unidades de producción, la historia industrial de los últimos decenios ha demostrado con claridad que las Pymes no son agentes marginales de la dinámica competitiva, es decir el escenario no está plenamente dominado.

1.10.2. Justificación Social

La empresa es una valiosa institución para la sociedad por su capacidad para impulsar grandes innovaciones que posibilitan el desarrollo económico del entorno donde se ubica. En la actualidad definir la empresa como “unidad económica de producción de bienes y servicios”, no es suficiente. La empresa incluye entre sus objetivos el beneficio de las personas y la sociedad en general, persigue un equilibrio económico y social, de forma sostenida.

Hoy en día la Responsabilidad Social de la Empresa es una realidad, la importancia de la Responsabilidad Social de la empresa como factor de competitividad de las pymes y de la obligación que como organismo público tenemos que desarrollar iniciativas para promover y fomentar el comportamiento socialmente responsable de las empresas de la ciudad de El Alto.

Con la implementación de los distritos industriales se llegaría a obtener formas de competencia mucho más favorables para el desarrollo económico y el progreso social de la población de la ciudad de El Alto, y de esta forma llegar a obtener una mejor calidad de vida.

1.11. METODOLOGIA

1.11.1. Métodos y Técnicas a utilizar

Para la presente tesis se usara el:

MÉTODO DESCRIPTIVO

Consiste en la narración de los procedimientos relacionados con el control interno, los cuales pueden dividirse por actividades que pueden ser por departamentos, empleados y cargos o por registros contables. Una descripción adecuada de un sistema de contabilidad y de los procesos de control relacionados incluye por lo menos cuatro características:

- Origen de cada documento y registro en el sistema.
- Cómo se efectúa el procesamiento.
- Disposición de cada documento y registro en el sistema.
- Indicación de los procedimientos de control pertinentes a la evaluación de los riesgos de control.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) deben sostener ventajas competitivas para encarar los desafíos que se les presentan, consideran que dentro de estas ventajas competitivas figuran los sistemas de control de gestión (AECA, 2005). Otros trabajos han establecido que los sistemas de información son una alternativa para mejorar la productividad y competitividad en las organizaciones (Prieto y Martínez, 2004).

De manera igual, las tecnologías y sistemas de información son importantes para el desarrollo de las operaciones en la mayoría de las organizaciones. En muchos casos se han convertido en uno de los más valiosos activos y en un factor de éxito para los objetivos del negocio, Hardy (2006).

Asimismo, el auge de las organizaciones en el presente siglo vislumbra la fortaleza en su inversión tecnológica y la necesidad de establecer modelos de gestión y mecanismos de controles operativos, administrativos, financieros e informáticos,

que permitan optimizar sus recursos tecnológicos en beneficio de los objetivos de la organización.

Por tanto, se aspira adelantar una revisión teórica, el análisis de estudios empíricos sobre los diferentes marcos de referencia que admitan al interior de la investigación establecer el estudio de los sistemas de información, la necesidad del aseguramiento, la administración de los riesgos asociados, así como elementos claves para constituir la estructura del modelo de gestión y del control interno informático.

Por consiguiente, este trabajo de investigación presentará un análisis de los procesos de planeación estratégica de sistemas de información de las PYMES registradas en la Cámara de Comercio de Bolivia.

La indagación se centrará en los modelos de gestión y control aplicados en los sistemas de información. Lo anterior, conlleva a presentar un marco de referencia de las PYMES, de las tecnologías, de la información, del sistema de información y las diferentes prácticas y estándares que existen y que logren armonizar los modelos de gestión, control y seguridad de la información y que puedan ser aplicados con el objetivo de gestionar los riesgos operativos y los que se ven expuestas a este tipo de organizaciones.

El enfoque de la investigación será de carácter cuantitativo, exploratorio y descriptivo. La recolección de información se llevará a cabo por medio de encuestas dirigidas a las PYMES seleccionadas en Bolivia de acuerdo con la metodología de investigación a establecer. El instrumento de recolección de datos (Hernández, 2003), deberá reunir los requisitos de confiabilidad y validez estadística con el fin de lograr la suficiencia investigativa.

Se muestran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y procedimientos que fueron utilizados para llevar a cabo dicha investigación.

1.12. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con el problema referido dentro de las opciones de mercado en la ciudad de El Alto Distrito 6, son la falta de asociaciones por sectores, por especialidad en una misma localidad, la no cooperación y colaboración entre empresas.

El trabajo de tesis consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o asociaciones sociales; en la cual con esta investigación se propone que las pymes de la ciudad de El Alto se integren mediante los Distritos Industriales con el fin de obtener mayor progreso evolutivo en las exportaciones.

1.13. LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario utilizar herramientas, técnicas que permitieron recolectar el mayor número de información necesaria, con el fin de obtener un conocimiento más amplio de la realidad de la problemática.

Por naturaleza del estudio se requirió la recopilación documental, que se trata del acopio de los antecedentes relacionados con la investigación. Para tal fin se consultaron documentos escritos, formales e informales, también se usó la observación directa y las entrevistas y encuestas las cuales complementarán dicha investigación.

1.13.1. Técnicas

Una técnica es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener resultados determinados, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.⁴

Supone el razonamiento inductivo y analógico de que en situaciones similares una misma conducta o procedimiento produce el mismo efecto, cuando éste es

⁴ <http://www.abcpedia.com/diccionario/definicion>, Pag No 7, 16/02/12 ,21:30.

satisfactorio. Es por tanto el ordenamiento de la conducta o determinadas formas de actuar y usar herramientas como medio para alcanzar un fin determinado.

Con las presentes técnicas se llegó a entrevistar a directores y gerentes de las pymes de la ciudad de El Alto con el objetivo de recopilar la mayor información de si su empresa tiene conocimiento sobre los Distritos Industriales.

1.14. FUENTES DE INFORMACION

1.14.1. Fuentes Primarias

1.14.1.1. Entrevistas

Se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el investigador. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios, potencial del sistema propuesto aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación de la propuesta.

1.14.1.2. Encuestas

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

1.14.2. Fuentes Secundarias

Se basan en la revisión de documentos internos, publicaciones y artículos, estudios, libros y datos publicados por entidades nacionales e internacionales como ser: Viceministerios de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fundempresa, Cámara Nacional de Comercio, CANEB, IBCE, INE.

1.15. SELECCIÓN DE MUESTRA

Para realizar la selección de muestra es indispensable definir la unidad de análisis es decir personas sobre las cuales se realizara la recolección de datos.

La unidad de análisis fueron los directores o gerentes de las empresas de la ciudad de El Alto, la muestra es parte de un conglomerado de Pymes (Textiles) del Distrito 6, inscritas dentro de la Federación Regional de Micro y Pequeños Empresarios de El Alto (FERMYPE).

Dichas empresas cuentan con las características tanto de tamaño como de sector comercial necesarias para validar la información requerida para el presente estudio, por otra parte también es importante definir que el tipo de muestra se refiere a una muestra probabilística puesto que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

1.15.1. Muestreo No Probabilístico

Este tipo de muestreo, como su nombre lo indica, se basa en el criterio del investigador. Las unidades de muestreo no se seleccionan por procedimiento al azar; se utilizan por razones de costo⁵.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p .q}{e^2 (N - 1) + z^2 p.q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

N= Universo

⁵ ÁNGELES ERNESTO Y MUNCH LOURDES, 2003, *Métodos y Técnicas de Investigación*, edit., trillas, México, pág. 116-117.

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

El universo considerado dentro de esta investigación comprenderá a todas las pequeñas y medianas industrias (PYMES) de la ciudad de El Alto que son un total de 5600 pymes, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En donde específicamente el total de pymes en el sector textil del Distrito 6 es de 1024. Para la determinación del tamaño de la muestra más adecuado a las circunstancias y recursos de investigación, se presenta una tabla que considera distintos niveles de confianza, la cual se presenta a continuación:

CUADRO Nº 1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA, CONSIDERANDO DISTINTOS NIVELES DE CONFIANZA (EXPRESADO EN %)

Z1	(1) 95%	(2) 94%	(3) 93%	(4) 92%	(5) 91%	(6) 90%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65
Z2	3.84	3.54	3.28	3.07	2.87	2.74
E	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.1
e2	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01
N	62					

Fuente: ANGELES ERNESTO Y MUNCH LOURDES, Métodos y Técnicas de Investigación pág. 54.

p= 0.5 ; q=0.5 (permanecen constantes)

N= 1024 pymes (en el distrito 6 del sector textiles)

Haciendo las operaciones aplicando (1) 95% de la tabla

$$n = \frac{Z^2 N p \cdot q}{e^2 (N - 1) + z^2 p \cdot q}$$

Reemplazando datos:

$$n = \frac{Z^2 N p .q}{e^2 (N - 1) + z^2 p.q}$$
$$n = \frac{3.84 (1024) (0.5) (0.5)}{0.0025 (1024 - 1) + 3.84 (0.5) (0.5)}$$
$$n = \frac{279}{4.5}$$
$$n = 62$$

Como referencia se determina que el tamaño de la muestra más acorde a las circunstancias de la investigación es el que presenta un nivel de confianza del 95%, y con un error de estimación de 0.05.

Como se puede apreciar en el Cuadro N° 1 este nos indica un total de 62 encuestas. A estas 62 encuestas se les adiciona un 8% como colchón de seguridad de los que resulta 70 como el tamaño de muestra definitivo, se aplicaran 70 encuestas. El colchón de seguridad se determina de manera que cubra los posibles imprevistos (escasa o nula cooperación de las empresas, errores en las encuestas, etc.).

1.16. OBTENCION DE LA INFORMACION

Una vez analizadas, el proceso de ejecución se procedió a clasificar los resultados del proceso de investigación que se llevó adelante. Se obtuvieron resultados a través de la aplicación de la encuesta y la entrevista, los cuales serán tabulados y analizados mediante diferentes procedimientos.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. VENTAJA ABSOLUTA

La contribución de Adam Smith (1917) obedece al principio de la ventaja absoluta, por el cual un país produce y se especializa en la producción de aquello que le cuesta más barato producir que comprar de otra nación⁶. Es decir, un país se especializa en un producto donde sus costos son más bajos o donde es más eficiente.

*"Si un país extranjero puede suministrarnos un bien más barato de lo que nosotros mismos podemos hacerlo, resulta mejor comprarlo con alguna parte de la propia industria, empleada en alguna forma en la cual tengamos ventaja"*⁷.

Este planteamiento lleva implícita la teoría del valor trabajo como determinante de los costos de producción. Esta teoría dice que el trabajo es el único factor de producción y que la cantidad de trabajo empleada en la producción de un bien es lo que determina su precio. Esto permite expresar los precios relativos de los bienes como la razón entre el número de horas hombre empleadas en la producción de cada bien.

2.2. VENTAJA COMPARATIVA

La ventaja comparativa amplía el concepto de ventaja absoluta al indicar que un país se especializa no en función de la diferencia absoluta existente entre los costos de producción, sino en la diferencia que existe en el costo comparativo, es decir, en el producto en el cual uno es mucho más eficiente o menos ineficiente comparativamente entre dos productos⁸.

⁶ Reconocía que la exportación de materias primas significa enviar al exterior una porción considerable del sustento del pueblo, lo que no sucede con la exportación de manufacturas porque únicamente exporta el excedente del producto... (Smith A.).

⁷ SMITH A. "Investigación de la naturaleza de la riqueza de las naciones". Pág. 424-426.

⁸ DAVID R. (1817). "Principios de economía política y tributación".

Por tanto, la ventaja comparativa determina la pauta de producción de un país⁹ tomando como base la situación relativamente más favorable de un país respecto a otro en relación con la productividad del trabajo y del costo comparado (según la dotación de recursos naturales y los factores de producción) para explicar las bases del intercambio internacional y la obtención de ganancias por parte de los países concurrentes al comercio.

Existe una diferencia fundamental entre ventaja absoluta y ventaja comparativa. En la presencia de ventaja absoluta no es posible suponer cuál país podría tener mayor tasa de salarios, por el contrario la ventaja comparativa muestra al país más eficiente con mayores tasas de salarios en relación al país menos eficiente ya que indica que "los salarios son altos donde la productividad del trabajo es alta"¹⁰.

2.2.1. Modelo de Heckscher - Ohlin (H-O)

El modelo de Heckscher-Ohlin fue desarrollado a principios del siglo XX por los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin, quienes argumentaron que las ventajas comparativas entre países surgen de las diferencias en las dotaciones de los factores. El teorema expone que cada país exporta el bien que utiliza intensamente el factor más abundante. De esta forma, la ventaja comparativa de un país dependerá de que exporte aquel bien cuya producción es relativamente intensa en el factor con el que está relativamente bien dotado y por el que asume un menor coste. En consecuencia, las diferencias en las dotaciones de factores entre varios países explican las divergencias en los costes de los factores, que resultan de las diferentes ventajas comparativas.

2.3. VENTAJA COMPETITIVA

2.3.1. Ventaja Competitiva de las Naciones

Este paradigma desarrollado por M. Porter, sostiene que la productividad, competitividad y el crecimiento de una nación dependen de dos aspectos fundamentales. **Primero**, la base macroeconómica que está determinada por el

⁹ KRUGMAN, P., OBSTTELD M. (1998). "Economía Internacional". Mac Graw Hill, 3ra. edición. Pág. 35. España.

¹⁰ M. CHACHOLIADES, Op. Cit. Pág. 26 - 27.

marco institucional, jurídico y económico; **segundo**, la base microeconómica, en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos: Condiciones de los factores, Condiciones de la demanda, Empresas relacionadas horizontal y verticalmente, Estructura y rivalidad de las industrias. Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante Nacional". Además de dos variables auxiliares que complementan el marco del análisis: El gobierno y los hechos fortuitos o causales¹¹.

Condición de los factores: Estos se dividen en 2:

- ❖ *Generales Vs. Especializados:* Los factores generales son comunes a todas las industrias y por lo tanto no generan ventajas sostenibles, mientras que los factores especializados-infraestructura, investigación y desarrollo, educación, habilidades, tecnología de punta, son específicos para cada industria o segmento. Dado el tiempo que lleva generarlos y su difícil acceso, estos factores contribuyen significativamente a la creación de ventajas competitivas sostenibles.
- ❖ *Básicos Vs. Avanzados:* El desarrollo de factores básicos no requiere gran esfuerzo. Por ello son de fácil acceso para los competidores. Los factores avanzados, en cambio, requieren niveles de inversión elevados, recursos humanos sumamente calificados y una infraestructura moderna y eficiente¹².

Condición de la demanda: Otro atributo valioso es contar con demanda local sofisticada, ya que representa un poderoso incentivo para desarrollar una posición sólida internacionalmente. Esto estimula a las empresas a introducir nuevos productos al mercado con mayor rapidez. Los compradores locales pueden ayudar a las empresas a obtener ventajas si sus necesidades anticipan o prefiguran las tendencias de mercados globales¹³.

¹¹ M. PORTER, *Op. Cit.* Pág. 63-64

¹² M. PORTER, *Ventaja Competitiva*, 1987 Pág. 113

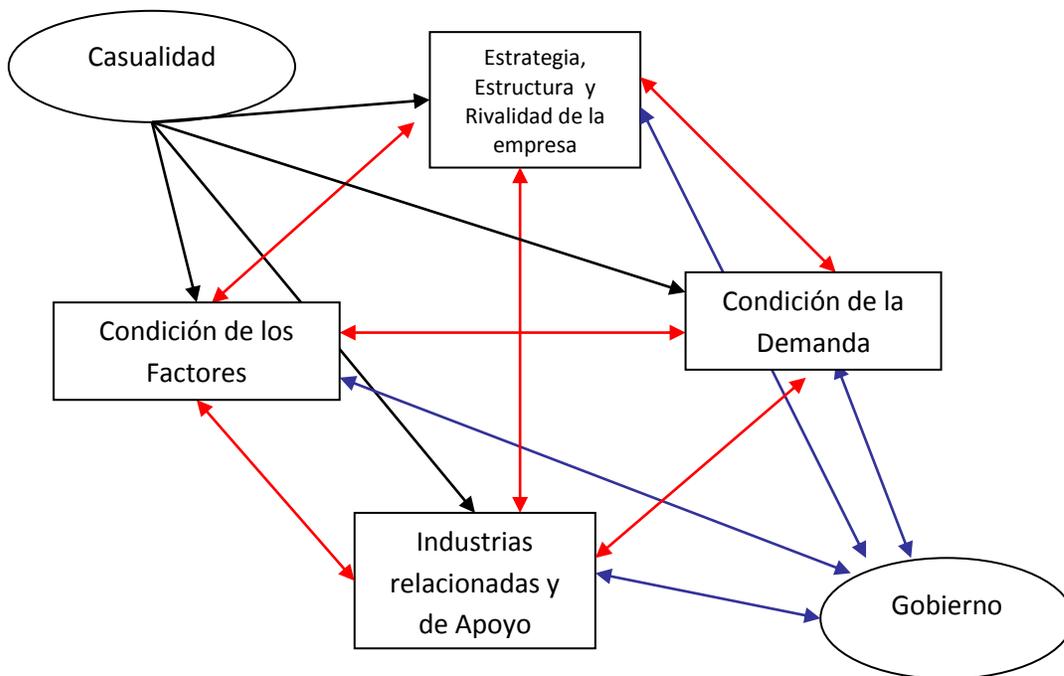
¹³ *Ibidem.* Pág. 129.

Industrias relacionadas y de apoyo: Este atributo genera lo que Porter denomina clusters (conglomerado de industrias) de empresas competitivas internacionalmente, que surgen por la relación entre diferentes industrias. Las empresas nacionales se benefician cuando sus proveedores son competidores globales. La presencia de empresas horizontalmente relacionadas e internacionalmente competitivas representa una fuente importante de ventajas competitivas; la relevancia de lo anterior es cuando más interdependencia técnica exista entre las empresas integrantes de un cluster.

Estrategia, estructura y Rivalidad empresarial: El último, se relaciona con la intensidad de la rivalidad interna, la cual obliga a las industrias a competir en forma más agresiva, innovadora y a adoptar una actitud "global". La mayor rivalidad, determina que las empresas tiendan a expandirse a otros mercados con mayor prontitud que en aquellos países donde estos patrones no existen. Hay un elemento adicional acerca de la rivalidad. La rivalidad interna es mucho más fuerte que la pura competencia económica tradicional. La rivalidad internacional es a menudo la excusa para el proteccionismo o la intervención gubernamental, mientras que con la rivalidad interna no existen excusas. Las reglas del juego son las mismas para todos¹⁴.

¹⁴ M. PORTER, *Ventaja Competitiva*, 1987 Pág. 113

GRAFICO Nº 1. DIAMANTE COMPETITIVO



FUENTE: Las Ventajas Competitivas: MICHAEL PORTER
Elaboración Propia.

Además dos elementos que afectan también la configuración del Diamante Nacional y el nivel de ventaja competitiva:

Gobierno: El grado de intervención del gobierno y sus políticas juegan un papel determinante en la competitividad de un país. Porter planea que, tradicionalmente, tiende a concebirse al gobierno como un elemento esencial que proporciona ayuda a las empresas líderes y crea "campeones nacionales". Sin embargo, según su análisis, ello puede resultar en una erosión permanente de la competitividad. En el argumento de Porter, el papel real del gobierno es el de servir como catalizador de la innovación y el cambio, cuestionar posiciones estáticas, forzar al sistema a mejorar constantemente e impulsar a las empresas a competir para acelerar el proceso de innovación¹⁵.

¹⁵ SYLOS Labani, 1964.

Fenómenos fortuitos: Los hechos fortuitos no pueden ser controlados generalmente, pero proporcionan un fuerte estímulo para el cambio y la innovación. Crean los medios para que nuevas empresas ingresen a la industria, o para que algunas naciones se conviertan en competidoras internacionales. Los casos fortuitos adoptan situaciones que permiten cambios en las posiciones competitivas; sin embargo, los atributos nacionales del diamante juegan un papel importante respecto a la forma en que la nación los aprovecha.

Siguiendo este contexto y los elementos centrales que postula el autor, se podrá notar que en Bolivia existen muchas limitaciones en cuanto se refiere a la estrechez del mercado interno y la falta de encadenamientos productivos, estas limitaciones de carácter estructural son muy importantes, de alguna forma han limitado la creación de condiciones y de nuevos factores de producción para elevar la competitividad nacional.

2.4. ENFOQUES RELACIONADOS CON EL CARÁCTER SISTÉMICO DE LA COMPETITIVIDAD

Si bien el enfoque de Porter podría considerarse como sistémico, su orientación y aplicación corresponde claramente a economías altamente desarrolladas, por lo que en el presente acápite se desarrollarán otros enfoques de "competitividad sistémica" que a diferencia del enfoque de Porter, constituyen un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo.

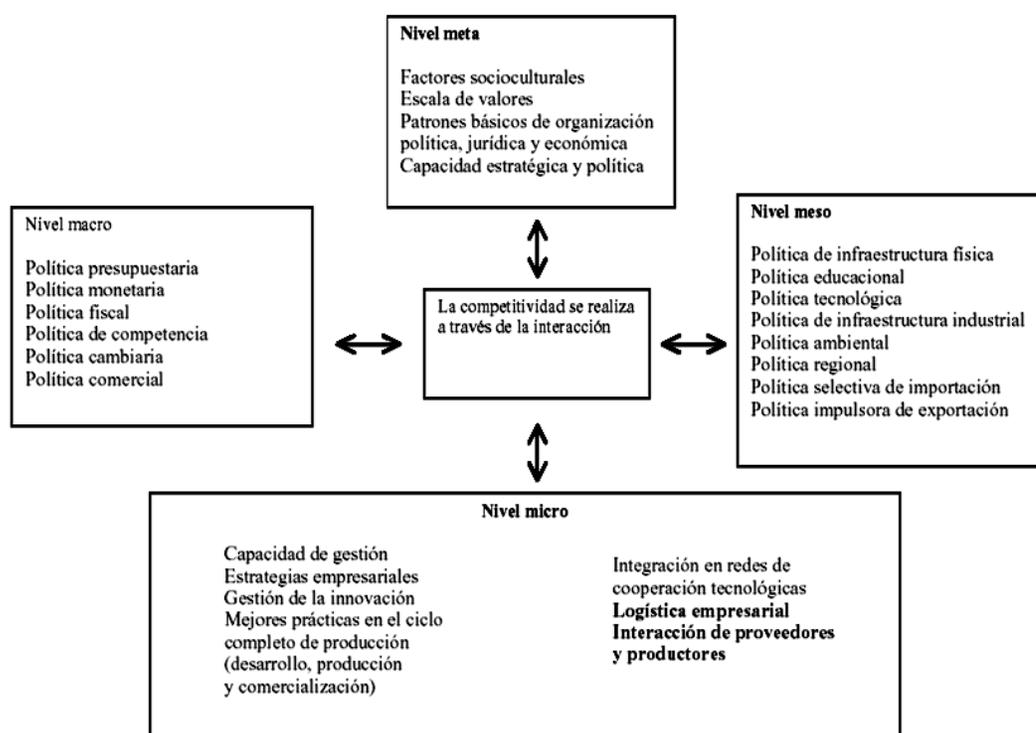
El concepto de competitividad sistémica se basa en el debate del Centro de Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). Las reflexiones al respecto partieron de un fenómeno observado en numerosos países en desarrollo: la inexistencia o insuficiencia del entorno empresarial eficaz en que hace hincapié el concepto de "competitividad estructural" de la OCDE.

Este fenómeno puede impedir que el reajuste estructural fomente el desarrollo industrial aun cuando la estabilización a nivel macro haya sido exitosa, como se ha venido comprobando en los países de desarrollo relativo mayor o menor¹⁶.

De acuerdo a este enfoque los factores determinantes de la competitividad sistémica, se clasifican en cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso y micro).

Estos cuatro niveles se muestran en el siguiente esquema:

GRAFICO Nº 2. NIVELES DE COMPETITIVIDAD SISTEMICA



Fuente: CEPAL Anuario Informativo

Siguiendo con la revisión de los enfoques sobre competitividad se encuentra a Dane, en 1995 realizó una revisión analítica sobre el concepto de competitividad a partir de la definición de la OCDE¹⁷, y expone lo siguiente:

¹⁶ ESSER K., HILLEBRAND W., MESSNER D. Y MEYER J. (1996). "Competitividad sistémica: Nuevo desafío para las empresas y la política". Revista de la CEPAL No. 59. Naciones Unidas. Pág.40.

¹⁷ DANE (1995). "Indicadores de Competitividad y productividad". Pág. 11.

"...la competitividad se entiende como la habilidad de las empresas, industria, sectores, regiones o áreas geográficas para generar, en un contexto de competencia internacional, niveles relativamente altos de ingresos y empleo de factores sobre bases sostenibles...; el mejor camino para lograrlo es elevar la productividad de la mano de obra y del capital mientras permanece expuesto a la competencia...".

En este marco, el conocimiento cobra cada vez mayor importancia debido a la necesidad de incrementar la productividad mediante la aplicación del aprendizaje y las innovaciones en el proceso productivo y el comercio. Dentro de esta nueva visión de la tecnología, el aprendizaje supone que el avance tecnológico es primordialmente consecuencia de los conocimientos que las empresas asimilan en la producción de bienes y adquisición de equipos (Young, 1991)¹⁸ y las innovaciones consideran que el cambio tecnológico es primordialmente resultado de esfuerzos intencionales por adquirir conocimientos mediante la investigación y el desarrollo (Grossman y Elhanan, 1991)¹⁹.

En este sentido, la capacidad de un país para elevar sus niveles de bienestar (por ejemplo, mediante salarios reales más altos) se vincula estrechamente con el incremento de la productividad, lo que a su vez depende de una amplia gama de factores como la tecnología y educación. Por tanto, el concepto de competitividad se acerca más al concepto de un incremento de la productividad.

2.5. PRODUCTIVIDAD: CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD

Para comprender la competitividad el punto de partida debe ser las fuentes de prosperidad de una nación. La calidad de vida de un país está determinada por la productividad de su economía, la cual se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de mano de obra, capital o recursos naturales del país.

¹⁸ YOUN A. (1991). *Learning by Doing and the Dynamic Effects of International Trade*. *Quarterly Journal of Economics* 106 (2), 196-406

¹⁹ GROSSMAN, G.; ELHANAN H. (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge, MA: MIT

La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios nacionales, medido de acuerdo a los precios que estos obtengan en los mercados internacionales y la eficiencia en sus procesos productivos.

Dentro del enfoque adoptado, este es el concepto clave para la búsqueda de la competitividad y el progreso económico. Se debe entender que son las empresas mismas las que logran generar ventajas competitivas en los mercados internacionales, cuando consiguen aumentar la productividad en el uso de los recursos que emplean.

Esto puede alcanzarse a través de un aumento en la productividad de la fuerza de trabajo, una reducción de los insumos utilizados, desechos generados o en costos financieros, de logística o de administración. Asimismo puede alcanzarse por medio de un aumento en los precios unitarios de sus productos al mejorar su calidad, al diferenciarlos con respecto a los de la competencia o aumentar la productividad de la maquinaria, el equipo y demás bienes de capital que emplea en sus procesos productivos²⁰.

La suma de las productividades de todas las empresas de un país, deriva en la productividad general de una nación. De esa forma, la productividad determina la competitividad y permite aumentar el nivel de vida de los ciudadanos. Esto ocurre en parte, porque un aumento de la productividad del trabajo permite aumentar los salarios, sostener una moneda fuerte y obtener una mayor rentabilidad del capital, contribuyendo así a alcanzar un mejor estándar de vida para la población²¹.

Por lo tanto, el verdadero objetivo no debe ser aumentar las exportaciones sino más bien la productividad. El reto central en el desarrollo económico es por tanto, cómo crear las condiciones para un crecimiento rápido y sostenido de la productividad, pues la calidad de vida de la población de un país dependerá en gran medida de esto. La economía mundial no es entonces un juego de suma cero, pues muchas

²⁰ *Agenda para Competitividad, 2003*

²¹ *Ibidem.*

naciones al mismo tiempo pueden aumentar su prosperidad si su productividad crece²².

2.6. FUNDAMENTOS DE LA PRODUCTIVIDAD

Gran parte de la discusión sobre la competitividad se ha centrado sobre las condiciones macroeconómicas, políticas y legales que distinguen a una economía exitosa.

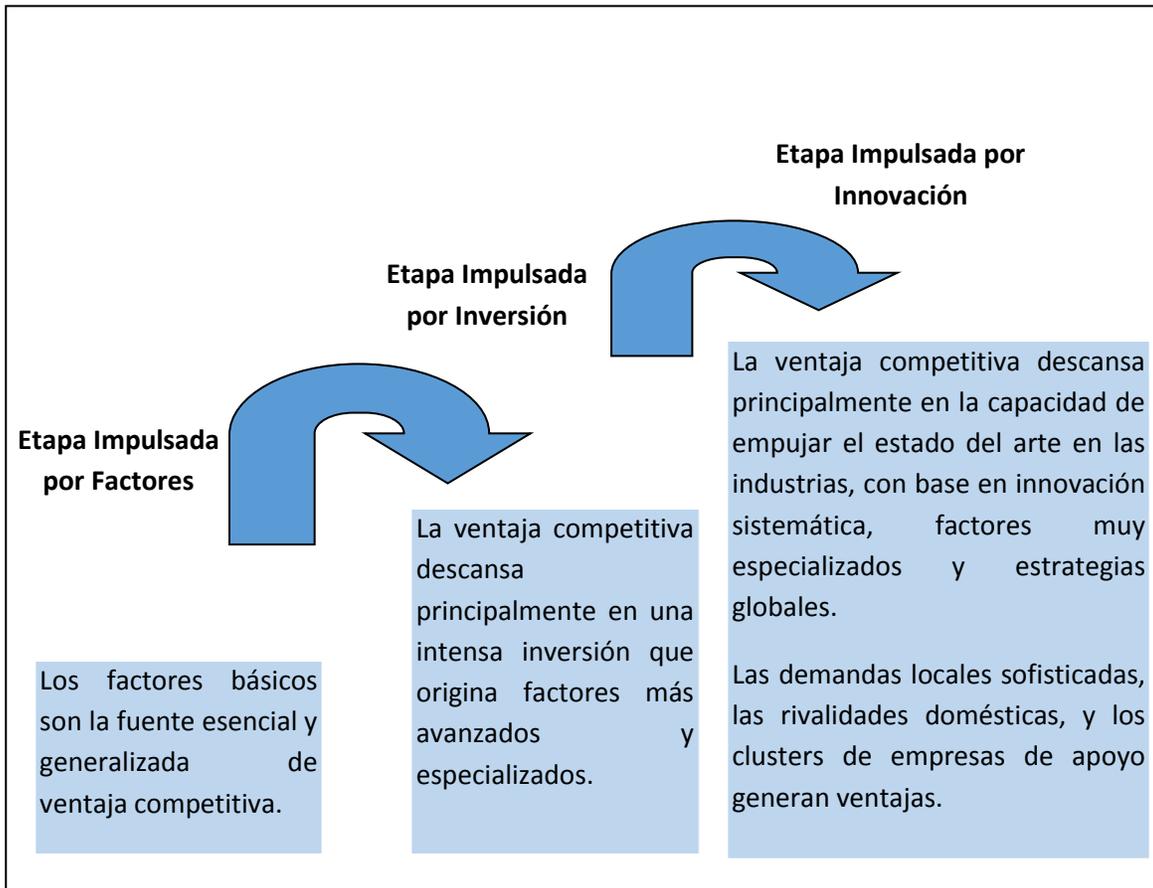
Estas circunstancias son ampliamente reconocidas. Un grupo de instituciones políticas estables, un marco legal de confianza, políticas fiscales y monetarias sólidas contribuyen significativamente con una economía sana. Sin embargo, estas condiciones macroeconómicas son necesarias pero no suficientes, para alcanzar la prosperidad de una economía, pues proveen la oportunidad de crear riqueza, pero no crean riqueza por sí mismas.

El bienestar es precisamente creado sobre los fundamentos microeconómicos de la economía, arraigados en las prácticas operativas y estrategias empresariales, en la calidad de los insumos, la infraestructura, las instituciones y el marco de políticas que constituyen el ambiente de negocios en el cual compiten las empresas de un país.

A continuación se presentan las etapas para el desarrollo económico en el que están descritos los saltos cualitativos de la competitividad en una nación.

²² *Ibidem.*

GRAFICO Nº 3. SALTOS CUALITATIVOS EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE UNA NACIÓN



FUENTE: Las Ventajas Competitivas: MICHAEL PORTER
Elaboración: Propia

Desde el punto de vista de la competencia entre naciones, la Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe (CEPAL) establece cuatro factores clave para la competitividad de las mismas.

CUADRO Nº 2. CUATRO FACTORES DE COMPETITIVIDAD

FACTORES DE COMPETITIVIDAD	VARIABLES
Desempeño económico	Economía doméstica Comercio internacional Inversión extranjera Empleo Precios
Eficiencia del Gobierno	Finanzas públicas Política fiscal Entorno institucional Legislación empresarial Entorno social
Eficiencia empresarial	Productividad Mercado Laboral Finanzas Prácticas administrativas Actitudes y valores
Infraestructura	Infraestructura básica Infraestructura tecnológica Infraestructura científica Salud Medio ambiente y Educación

Fuente: Liliana Castilleja Vargas; "Instrumentos de medición de la competitividad"; Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Elaboración: Propia

A nivel sectorial, una industria es competitiva si, como promedio, obtiene las ganancias más altas, logrando mayores tasas de crecimiento de la productividad o los costos más bajos. Las mediciones de una industria o un sector son obviamente promedios y no reflejan las experiencias de empresas individuales.

Cuando se dispone de suficientes datos para hacer comparaciones internacionales, entonces la competitividad de una industria puede medirse utilizando la ventaja comparativa revelada (VCR) método dado a conocer por Bela Balassa y recientemente adoptado por Michael Porter²³.

2.7. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

Como se ha podido apreciar, si bien muchos economistas argumentan que la competitividad se asocia con aumentos sostenidos en los niveles de vida, en la práctica, por lo general, se mide con indicadores que pueden tener o no alguna correlación positiva con mejoras en el bienestar económico nacional. Se han ofrecido múltiples, ambiguas y con frecuencia conflictivas definiciones técnicas al igual que los indicadores.

Las mediciones de competitividad internacional que la OCDE ofrece en sus publicaciones regulares, en su mayoría se basan en costos y precios diferenciales.

En sus estudios recientes, las medidas de competitividad más utilizadas por la OCDE han sido las importaciones, exportaciones y el total del comercio. Para que un país sea competitivo sus productores deben ser capaces de capturar una cuota mayor del mercado interno y de cualquier otro en el extranjero donde sus productos se vendan.

²³ La VCR de un país se calcula sobre una base industrial o sobre la base de una mayor desagregación por tipo de producto:

$$VCR_{ij} = (X_{ij} / X_i) / (X_j / X)$$

Donde X_{ij} representa exportaciones de la industria i ubicada en el país j , X_i representa las exportaciones mundiales del mismo producto, X_j son las exportaciones totales del país j , y X son las exportaciones totales del mundo. Si la VCR es mayor que uno entonces la industria i ubicada en el país (o región) j tiene una ventaja comparativa internacional. Porter agrega que las industrias, para ser competitivas, deben tener también una balanza comercial positiva, a menos que su VCR sea mayor que dos.

Es decir que un país se considera competitivo si su balanza comercial es superavitaria. Entonces, el indicador total de competitividad es un promedio ponderado de la capacidad de importación y exportación de un país y se supone que refleja la posición de éste en ambos mercados: el nacional y el extranjero.

Aunque este indicador supuestamente refleja los cambios en los precios reales (y en el costo de producción) de determinados productos, está fuertemente afectado por los movimientos del tipo de cambio²⁴.

2.8. TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2.8.1. Escuela Neo-Keynesiana

La escuela neo-keynesiana, o neo-keynesianismo, ha sido uno de los paradigmas más visibles de la economía en las últimas décadas. El enfoque neo-keynesiano surge de la síntesis entre las primeras ideas de John Maynard Keynes y las ideas procedentes de la escuela neoclásica. Esta escuela de pensamiento económico constituye la actual ortodoxia económica.

La primera generación de keynesianos se concentró en unificar las ideas de Keynes en un paradigma accesible, combinando las ideas de la escuela austriaca y las de Alfred Marshall. La siguiente gran ola de pensamiento keynesiano empezó con el intento de dar al pensamiento macroeconómico una base microeconomía. Los resultados de este programa intelectual dieron lugar al enfoque monetarista, a otras versiones conservadoras de la macroeconomía y a la síntesis neoclásica.

2.8.2. Escuela Neoclásica

En el caso de la escuela neoclásica, esta enfoca su atención hacia las relaciones estáticas y microeconómicas. Toman como preocupación fundamental, la forma en que el mercado podía asignar en forma óptima los recursos en la sociedad. Su variante más actualizada está en la política neoliberal.

²⁴ BOUGRINE A., *Op. Cit.* Pág. 769.

Esta corriente de pensamiento concebía el comercio exterior como un “motor de crecimiento” automático. Estaban a favor del libre cambio, identificándose en este aspecto con Adam Smith. Su argumento central, está basado en la teoría de los costos comparados, según la cual, un país puede elevar su nivel de consumo por encima de lo que hubiera sido posible en un estado de autarquía, especializándose en la producción y venta hacia el exterior, de mercancías que relativa o comparativamente tengan costos más bajos de producción. Otro de sus supuestos es que el desarrollo en una parte del mundo daría lugar al desarrollo de las demás partes, mediante el efecto de “difusión”. Entre sus representantes más destacados están Eli Heckscher (1919) y Bertil Ohlin (1933), quienes explican porque un país puede producir mercancías más baratas que otros.

2.9. PAUL KRUGMAN Y EL NUEVO COMERCIO INTERNACIONAL

Los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción básicos, sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y a la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, calificación y especialización, así como a la asimilación de tecnologías pertinentes al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financieros, representados en instrumentos y herramientas que contribuyen a compensar los flujos de caja y hacer realmente competitivas las economías internacionales, incluso la de países con reducidos factores de producción según la connotación tradicional, pero con potenciales elementos innovadores que encajan dentro de la clasificación de los factores a la luz de la posmodernidad económica, ampliando el espectro de la conceptualización de la teoría económica en lo relativo al comercio internacional.

En la presente investigación se plantea la naturaleza de la teoría económica internacional a la luz de David Ricardo (ventajas comparativas), y el modelo de Heckscher-Ohlin (proporciones factoriales), en torno a la integración moderna financiera del factor capital por tecnología y del factor trabajo por especialización, así como del factor tierra por compensación de precios.

1. El comercio internacional es de doble vía, porque supone el proceso de compra y venta que se relaciona con las exportaciones e importaciones. Existe una natural tendencia a exportar más de lo que se importa para lograr un superávit. En este sentido, las naciones se especializan para poder participar exitosamente en el comercio internacional a través de políticas que apuntan no solo a lograr un superávit en la balanza de pagos sino a lograr sostenidas tasas de crecimiento tanto para los flujos de exportación como para los de importación²⁵.
2. El Comercio internacional no se refiere solo al intercambio de bienes, sino también al de servicios.
3. Un tercer aspecto es el concepto de “residencia” de los agentes económicos que participan en el comercio internacional. Aun cuando son las personas jurídicas las unidades institucionales²⁶ que mayormente explican el desarrollo de las operaciones del comercio internacional, la participación de las personas naturales también es importante.

2.9.1. Importancia del Comercio Internacional

M. Chacholiades postula que el comercio internacional representa el bienestar, la prosperidad y el crecimiento²⁷. Desde un punto de vista económico, existen cuatro razones para participar en el comercio internacional.

1. Permite incrementar la cantidad y mejorar la calidad del consumo de la población en relación al que podría lograrse solamente con la producción y la tecnología doméstica.
2. Se aprovechan, de manera óptima, las ventajas de la especialización.
3. Se facilita una más rápida difusión y aprendizaje del proceso de innovación tecnológica.

²⁵ Fletes, seguros, software, turismo, comunicaciones, servicios financieros, consultaría e ingeniería.

²⁶ Unidad institucional es una unidad residente cuando tiene un centro de interés económico en el territorio económico del país. Fondo Monetario Internacional, *Manual de Balanza de Pagos*, 1983, Pág. 20.

²⁷ M. CHACHOLIADES, “Economía Internacional” Mc Graw Hill. 2ª. Ed., Pág. 3.

4. Se puede crear y desarrollar estrategias para lograr un liderazgo competitivo.

2.10. MARCO CONCEPTUAL

2.10.1. Bienes Transables

Son aquellos susceptibles de ser comercializados en el mercado²⁸ mundial y dentro de los cuales debe identificarse los que permiten una producción competitiva y sustentable en el tiempo.

2.10.2. Comercio Exterior

Conjunto de transacciones de productos de un país con otros países. Las transacciones son exportar los productos que se fabrican en un país a otros países y a importar los productos que se fabrican en otros países para venderlos en el país importador. La diferencia entre lo que ingresa por las exportaciones y lo que se gasta por las importaciones se llama Balanza Comercial. El Comercio Exterior paga aranceles diferenciados de acuerdo al tipo de producto que se trate, siempre que no haya acuerdos comerciales que establecen la no existencia de dichos pagos La OMC (Organización Mundial del Comercio) es el organismo que vela por la libre competencia y el libre comercio internacional.²⁹

2.10.3. Comercio Internacional

Es el intercambio de Bienes y Servicios entre residentes de diferentes países quienes realizan las transacciones económicas. Cada país tiende a especializarse en la producción de aquellos bienes que pueden producir más baratos que los otros países para luego intercambiar sus excedentes por los de otros países. Los bienes que importa un país pueden dividirse en dos categorías: 1) Los bienes que otros países producen más barato. 2) Los bienes que el país importador definitivamente no puede producir.

²⁸ LARRAIN Felipe, SACHS Jeffrey. "Macroeconomía en la economía global" 2da Edición. 2002 B. Aires Argentina.

²⁹ DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, Carlos Sabino.

La División Internacional del Trabajo es la que permite la especialización internacional e incrementa el nivel de vida de todos los países.³⁰

2.10.4. Teoría de Localización y Distritos Industriales

La actividad económica no sólo se desarrolla a través del tiempo, sino que también tiene lugar en el espacio geográfico. La introducción de la dimensión espacial, en el análisis económico, plantea la necesidad de considerar el costo de transporte, para ello definimos el insumo transporte como el desplazamiento de una unidad de peso sobre unidad de distancia (Toneladas, Kilómetros, Libras, Millas, etc.). El precio de insumo de transporte es denominado por algunos autores: TASA DE TRANSPORTE.

Desde el punto de vista de la producción industrial, una reducción de la tasa de transporte tendrá como consecuencia un efecto de sustitución y un efecto de escala.

- Efecto de Sustitución. Es cuando existe una mayor facilidad en el desplazamiento de bienes y personas.
- Efecto de Escala. Se entiende en el sentido de los crecientes aumentos de la producción provocados por la disminución de tasa de transporte.

W. ISARD: Lo importante es destacar la asociación existente entre una producción física mayor a un uso creciente de insumos de transporte. Los factores fundamentales que determinan los costos de transporte son:

- El peso a ser transportado y;
- La distancia a ser recorrida

A. WEBER: Toma en consideración otros factores que son:

- El Tipo de sistema de transporte y la intensidad de su utilización.
- La naturaleza de la región y los tipos de vías de transporte.

³⁰ CHACHOLIADES MELQUIADES. *Comercio Internacional*,

- La naturaleza de los Bienes en sí mismos, por ejemplo: Las características que además del Peso, influyen sobre el tipo de transporte a utilizar.

Para Krugman³¹, un gran mercado local crea encadenamientos hacia atrás -sitios con buen acceso a mercados grandes con lugares preferidos para la producción de bienes sujeto a economías a escala-, y encadenamientos hacia adelante un mercado grande justifica la producción local de bienes intermedios, disminuyendo los costos a los productores (comerciantes).

Una concentración industrial, crea un mercado laboral fuerte, especialmente para las habilidades especializadas, así a los propietarios se les hace más fácil encontrar empleados y viceversa. Además, una concentración local de la industria podría crear más o menos economías externas, pura transferencia de información.³²

Del mismo modo, Parr argumenta que el análisis de la localización industrial es importante para comprender fundamentalmente la estructura del espacio económico que determina el tamaño de las ciudades. Es decir, grandes centros dedicados al comercio que se vuelven industriales y representan una oportunidad para el desarrollo y crecimiento regional.

2.10.5. Localización con orientación hacia Transporte

(Clasificación de materias primas)

A. Weber: Basa su análisis en el supuesto que la localización de una Industria es función solamente del Costo de Transporte y clasifica las Materias primas en:

- Materias Primas Ubicuas.** Son aquellas que se encuentran disponibles en cualquier punto del espacio considerando la ubicuidad, que debe ser:

Relativa, si la disponibilidad de la Materia Prima no es suficiente para satisfacer la demanda.

Absoluta, si la demanda es menor que la disponibilidad de la Materia Prima.

³¹ Krugman, P(1998). *What's new about the new Economy? Geography?*, *Oxford Reviews of Economic Policy*, vol14, N°2

³² *Idem*

ii) **Las Materias Primas Localizadas.** Son aquellas que se encuentran disponibles solamente en unos pocos puntos del espacio considerado. Y se clasifican en:

➤ **Materias Primas Puras.** Son aquellas que incorporan todo su peso al producto, en el proceso de producción.

➤ **Materias Primas Brutas.** En cambio, son aquellas que pierden parte de su peso en dicho proceso, incorporando sólo una parte del mismo producto.

2.10.6. Localización de la firma individual orientada hacia el transporte

A. WEBER: Analiza la localización de la firma individual bajo los siguientes supuestos:

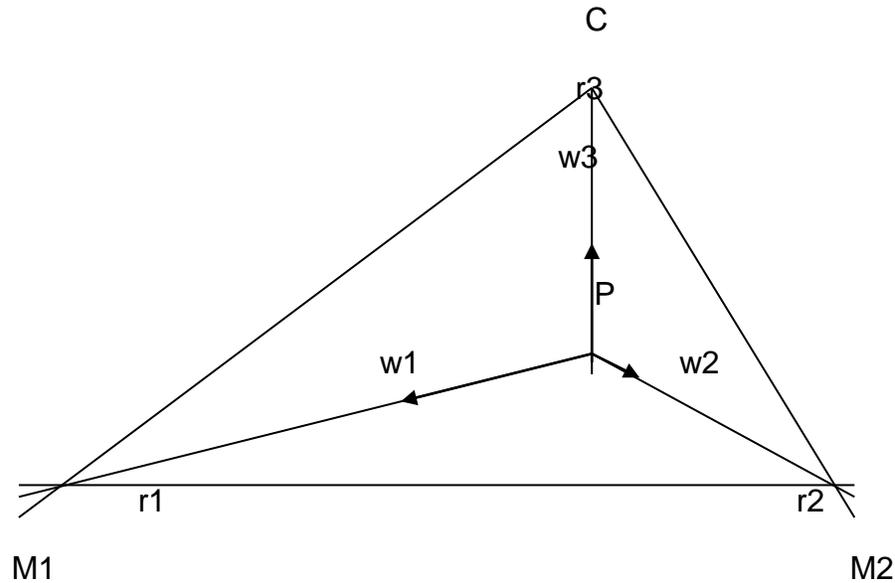
- Que la localización de una industria es función del costo de transporte.
- Considera como dados la ubicación y tamaño de lugar de consumo.
- Ubicación de las materias primas están dadas.
- La producción se realiza en una sola etapa.
- La materia Prima es transformada en producto terminado en un solo lugar de producción

Dados los supuestos mencionados, el problema consiste en determinar el punto en que los costos totales de transporte se minimizan.

Consideremos una superficie sobre la cual las condiciones de transporte son igualmente favorables en todas las direcciones y los gastos de transporte son proporcionales al peso y a la distancia.

Dados los puntos donde se localiza el mercado y las fuentes de materias primas se puede construir la figura locacional en la cual se intenta determinar el Punto de Producción en el que se minimizan los Costos totales de Transmisión.

Supongamos un caso con solo dos materias primas localizadas en la fuente M1 y M2, un mercado localizado en el punto C, denominamos P al punto de producción cuya localización óptima se busca, se obtiene así la siguiente figura locacional:



Donde:

W1 y W2 son los pesos de la Materia prima localizada que entran en la producción de una tonelada de producción determinado.

W3 es el peso del producto terminado, que suponemos igual a una tonelada.

La cantidad W, es obtenida de la fuente M1, y la cantidad W2 de la fuente M2.

r1 es la distancia PM1 desde el lugar de producción hasta la fuente M1

r2 es la distancia PM2 desde el lugar de producción hasta la fuente M2.

r3 es la distancia PC desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo.

Con estos datos, la función de COSTOS TOTALES de TRANSPORTE esta dada por la ecuación:

$$T = (W1 r1 + W2 r2 + r3)$$

Siendo $T =$ costos totales de transporte.

Siendo F la tasa de transporte por tonelada – kilómetro.

La posición de P para la cual T es mínimo es tal que diferencial de T igualan a cero.

$$dT = (W1 dr1 + W2 dr2 + dR3)f$$

Se obtiene entonces:

$$W1 dr1 + W2 dr2 + dR3 = 0$$

Esta relación expresa que el trabajo de $W1$, $W2$, y 1 , consideran como tres fuerzas aplicadas en P , es nulo en P

Estas tres fuerzas aplicadas cumplen la condición de que están sobre un mismo plano y de que cada una de ellas están en exterior al ángulo formado por las otras dos.

2.10.7. Localización con orientación hacia la Mano de Obra

Si bien los costos de transporte, afectan especialmente a los demás factores que forman parte de la función de Producción. Un elemento a ser tenido muy en cuenta es el grado de inmovilidad relativa que afecta a dichos factores, del cual dependen las diferencias Locales de Precio.

El análisis de la influencia del factor Trabajo sobre la Localización de la FIRMA, supone que existe un centro de Mano de Obra disponible a Costos Menores que en el lugar de mínimo costo de transporte obtenido, luego a la firma se le presentan dos alternativas:

- Trasladar la actividad al centro de Mano de Obra.
- Dejar en el punto de mínimo costo de transporte.

Para decidir entre ambas alternativas deberá compararse el incremento en el Costo Total de Transporte, como consecuencia de una desviación hacia el centro de Mano de Obra, con la denominación que se producirá en el costo de producción como consecuencia del ahorro en Salarios.

$$CT = F w_1 d_1 = \text{Distancia}$$

Donde:

CT	=	Costo Total
F	=	Tasa de Transporte
w ₁	=	Peso Relativo de Mano de Obra
d ₁	=	Distancia

2.11. MODELOS DE LOCALIZACIÓN

2.11.1. La localización de la producción

A diferencia de las actividades industriales, la producción hace un uso más intensivo de la mano de obra.

Definido como las acciones por las cuales el aumento de la Tasa de Crecimiento del Producto o de la Productividad de una unidad de producción simple o compleja.

La unidad de producción es denominada Industria Motriz, que es definida como una unidad de producción capaz de ejercer sobre otras unidades, acciones que aumentan la dimensión de estas últimas, modifican su estructura, su organización, que provocan el progreso económico.

Von Thunen destaca la especial significación de las industrias “enteramente nuevas” como industrias Motrices que ofrecen las siguientes características:

Realizar una innovación expansiva

Su producto experimenta un crecimiento acelerado, superior al conjunto de la economía, su desarrollo sostenido se basa en el conocimiento científico y tecnológico.

Dentro del esquema desarrollado por Von Thunen se destaca cuatro clases de efectos de industria Motriz:

1. Efectos de Polarización. Comprenden los crecimientos inducidos en industrias que insumen el Bien producido por la industria motriz, como consecuencia de un aumento en la dimensión de esta última o por reducción de costos, también comprenden la Aglomeración.

2. Efectos de Multiplicación. Comprenden los crecimientos inducidos en industrias que abastecen los requerimientos directos e indirectos de insumos del complejo formado por la Industria Motriz y las actividades complementarias inducidas por el efecto de polarización.

3. Efectos de Capacidad. Plantean los requerimientos de nuevas inversiones para las actividades ligadas a la Industria Motriz. Lo que se traduce en una ampliación de la capacidad instalada, con sus efectos multiplicadores.

4. Efecto de Ingreso. La aparición de nuevas actividades, unida al crecimiento de las ya existentes, provocará un impacto positivo sobre el Ingreso Disponible de la población, lo que traducirá en un cambio de las pautas de comportamiento y de la estructura de la demanda de bienes de consumo.

5. Polos de Crecimiento. Se refieren a actividades económicas o sectoriales (generación de energía eléctrica e industria pesada).

6. Centros de Desarrollo. Se refieren a las concentraciones urbanas donde se localizan dichas actividades.

7. Crecimiento en espiral por distrito industrial. Von Thunen indica y fundamenta que para que exista un crecimiento y mejora en el desarrollo se debe realizar la

capacitación y a partir de la capacitación realizar la asociación por mano de obra, el crecimiento en espiral fundamenta un desarrollo productivo de un país.

2.11.2. Sistemas Locales Productivos

En la literatura económica, el Distrito Industrial es un ejemplo de agrupación económica que forma parte de los Sistemas Locales Productivos (SLP).

El concepto de Sistema Local Productivo, aborda un conjunto de actividades productivas (comercio) a las que se dedica un país, región, o ciudad en forma permanente y es un concepto mucho más antiguo, el cual ha sido objeto de estudio por las diferentes escuelas económicas, desde los mercantilistas hasta nuestros días, en cambio el concepto de Distrito Industrial es más particular y está orientado a analizar nuevas formas de producción en localidades, regiones, distritos.

2.12. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

Conocida también por el acrónimo PYME, es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MiPyME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

La pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.³³

³³ LEMES BATISTA, Ariel, Machado Hernández, Teresa, *Las Pymes Y Su Espacio En La Economía Latinoamericana*, México, 2000 pág. 112.

2.12.1. La importancia de las PYMES

CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y SU ROL EN EL DESARROLLO ECONOMICO

El elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las Pymes y de la actividad emprendedora. Paradójicamente, a pesar de la relativamente poca atención que reciben de parte de los hacedores de políticas, las Pymes representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo. Los beneficios más relevantes para la actividad económica, a partir del aporte de las Pymes, están dados principalmente por:

- El estímulo a la actividad privada.
- El desarrollo de habilidades emprendedoras.
- La flexibilidad que les permite a las Pymes adaptarse a cambios en la demanda y la oferta.
- Son una importante fuente generadora de empleo.
- Ayudan a la diversificación de la actividad económica,
- Y por lo tanto, realizan un importantísimo aporte a las exportaciones y al comercio.

Las políticas para el desarrollo de las Pymes deben evadir importantes obstáculos como:

- Falta de legislación
- Falta de promoción e infraestructura suficientes.
- Falta de crédito y medios de financiación.
- Falta de instrumentos de capacitación a medida de sus necesidades.

Desde el punto de vista estratégico, las razones que justifican el desarrollo de políticas para las Pymes son:

- Las Pymes contribuyen al crecimiento del empleo en tasas mayores que las grandes corporaciones, y bien pueden representar una importante porción del empleo total.
- Las Pymes pueden ser una herramienta interesante para reestructurar las empresas estatales, ayudándolas a abandonar o vender las actividades que no están ligadas a su estrategia, y absorbiendo a los empleados desafectados.
- Las Pymes aportan mayor flexibilidad en la producción de bienes y servicios a la economía en términos agregados.
- Mejoran la competitividad en el mercado, y moderan las posiciones monopólicas de las grandes corporaciones.
- Las Pymes pueden actuar como un semillero para la actividad emprendedora y la innovación.
- Juegan un papel relevante en la provisión de servicios para la comunidad, y
- Pueden realizar una importante contribución a los programas de desarrollo regional.

La capacidad innovadora es sin lugar a dudas una de las características más interesantes de las Pymes. La innovación puede darse en diversas dimensiones, ya sea a partir del producto que se comercializa, los procesos de fabricación o servicio en general, organizativamente a través de estructuras creativas que promuevan el mejor desempeño de los empleados o a través de la comercialización y el marketing creativos.

A pesar de la importante participación de las Pymes en la actividad económica, la mayoría no participa activamente en el comercio internacional y las inversiones. Las principales desventajas de las Pymes pasan por el acceso al financiamiento, la tecnología, el desarrollo de los recursos humanos y el networking. El comercio internacional está típicamente asociado con las grandes corporaciones

multinacionales, cuyas marcas y productos pueden ser encontradas alrededor del mundo. Si bien resulta sumamente difícil de medir, las Pymes contribuyen y se benefician del comercio internacional de diferentes maneras:

- Forman parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales.
- Exportan productos y servicios para nichos especializados del mercado.
- Importan y distribuyen productos de Pymes extranjeras.
- Proveen servicios de soporte en la cadena de transacciones del comercio internacional (logística, despachos).³⁴

Las oportunidades de El Alto es uno de los principales centros textileros del país, concentra el 35 % del parque industrial³⁵.

2.13. ANTECEDENTES PYMES EN BOLIVIA

Las Pymes en Bolivia adquirieron un singular protagonismo en los debates sobre el desarrollo, siendo un actor especialmente destacado en las propuestas de reformas de primera y segunda generación.

Hacia fines de los años setenta, los casos del sector textil italiano y de la industria automotriz y electrónica en Japón surgieron como ejemplos emblemáticos de la importancia de las Pymes para el crecimiento económico y en la generación de empleo.

Estos ejemplos fueron pronto adoptados en América Latina específicamente en Bolivia para abogar por una mayor atención de los Estados Nacionales, a este segmento empresarial que en ese entonces tuvieron pocas excepciones, habían tenido hasta entonces prioridades puestas en grandes proyectos productivos, especialmente públicos.

³⁴ DE MARÍA Y CAMPOS Mauricio (2002) *pequeñas y medianas empresas industriales y política tecnológica. Serie desarrollo productivo* pág. 123, CEPAL Santiago.

³⁵ PDM, (Plan De Desarrollo Municipal) pág. 41.

En este contexto, varios países adoptaron leyes y otras normas mediante las que se crearon instituciones y se establecieron incentivos y beneficios a favor de los emprendimientos de pequeña y mediana escala. Articulados con este proceso general en Bolivia destacan los siguientes acontecimientos:

- En 1979 se crea el Instituto Boliviano de Pequeña Industria y Artesanía, (INBOPIA), y se aprueban disposiciones legales para facilitar el acceso a financiamiento y a mercados para la Pequeña Industria y Artesanía.
- En 1985, empresarios del sector crean la FEBOPI, bajo la cual se organizan Asociaciones o Cámaras Departamentales de PyME en todo el país.
- Desde 1985 se organizan diversas instituciones privadas, con y sin fines de Lucro para apoyar a los sectores empresariales de pequeña escala. Hacia fines de esa década, las ONGs e Instituciones Privadas de Desarrollo Social (IPDS) muestran una marcada tendencia a especializarse en microempresa más que en Pymes.
- Con el propósito de apoyar la Pequeña Industria, en 1989 se crea el Fondo de Asistencia Técnica (FAT) que luego se transforma en el Servicio de Asistencia Técnica, (SAT).
- Acelerada expansión de la oferta de micro crédito hasta 1998.
- En 1994 se crea la Dirección Nacional de Artesanía, Micro, Pequeña y Mediana Industria en el actual Viceministerio de Industria y Comercio Interno del Ministerio de Desarrollo Económico y en 1997 el Viceministerio de Microempresa en el Ministerio de Trabajo.
- La Ley del Diálogo reconoce en 2001 a la Pequeña Industria y a los micro y Pequeños productores urbanos y rurales como actores centrales del desarrollo³⁶.

A pesar de toda esta evidencia de acciones a favor de la pequeña industria desde hace más de 20 años aunque en la segunda mitad de ese período el énfasis ha

³⁶ SALDÍAS POZO Andrés: *El Desafío para la Internacionalización de Pymes en Bolivia, sénior en comercio exterior, desarrollo empresarial y productivo en Bolivia, Estados Unidos, Europa del este, Asia y Latinoamérica*. Facultad de postgrado Universidad del Valle, Cochabamba sep. 2010, pag.23.

estado en la micro empresa no existen resultados que puedan mostrar cambios verificables en la participación de la PYME en el desarrollo.

El creciente interés y la importancia que han adquirido las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la actividad económica de Bolivia, han generado diversas investigaciones tanto de instituciones públicas como privadas, las que a través de encuestas y registros administrativos, han caracterizado diferentes temáticas para este tipo de empresas.

Sin embargo, las estadísticas existentes referidas a este sector son diversas y parciales y no permiten realizar otras investigaciones asociadas. Por lo que la escasa información sobre las pymes conlleva a una serie de especulaciones sobre su desarrollo, comportamiento, evolución, características y parámetros.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas no sólo radica en la cantidad, sino, principalmente, en su participación en la económica nacional y sus características socioeconómicas, tales como: organización, asociación, acceso a servicios financieros, mercados, capacitación, factores adversos, personal ocupado, remuneraciones, gastos operativos, servicios, suministros, insumos y otras variables.

Asimismo, el surgimiento de estas empresas de pequeña escala significa importantes aumentos del Producto Interno Bruto y el empleo; además permite mejorar la distribución del ingreso y el ahorro familiar y actúa como una activa incubadora de nuevos empresarios.

2.14. INDUSTRIA TEXTIL

Industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados. Aunque desde el punto de vista técnico es un sector diferente, en las estadísticas económicas se suele incluir la industria del calzado como parte de la industria textil.

Los textiles son productos de consumo masivo que se venden en grandes cantidades. La industria textil genera gran cantidad de empleos directos e indirectos, tiene un peso importante en la economía mundial. Es uno de los sectores industriales

que más controversias genera, especialmente en la definición de tratados comerciales internacionales. Debido principalmente a su efecto sobre las tasas de empleo³⁷.

2.14.1. Caracterización del sector textil-confección

De acuerdo con Myro y Gandoy (2001) las actividades industriales tienen por objeto la transformación de los recursos naturales, a través de sucesivas fases, por medio de procedimientos físicos o químicos.

Si de ese ámbito se excluyen la producción de energía y la construcción (conforme al procedimiento que sigue el Sistema Europeo de Cuentas Integradas) y, a su vez, se tiene en cuenta que las industrias extractivas no energéticas revisten generalmente poca importancia, se puede afirmar que el ámbito propio de la industria queda reducido a lo que se suele denominarse como manufacturas.

Como actividad manufacturera el textil-confección está formado por un amplio y diverso número de líneas productivas, mercados y productos que dificulta su estudio. Para su análisis, un acercamiento que supere esta limitación puede hacerse desarticulando su observación en dos perspectivas: demanda y oferta. La primera tiene en cuenta el dinamismo de sus mercados, mientras que la segunda tiene en cuenta los factores de que depende su eficacia productiva y su competitividad.³⁸

Desde la perspectiva de la demanda, se considera la industria textil-confección como una actividad manufacturera de demanda débil. Eso implica que, en la línea de la teoría del ciclo de vida (Vernon, 1966), el mercado doméstico es menos favorable para su avance industrial que para el de otras actividades conceptualizadas como de demanda fuerte, debido al carácter más novedoso y reciente de estas últimas.³⁹

³⁷ ENCICLOPEDIA DE LA INDUSTRIAL TEXTIL, *Desarrolló Industrial*, Vol. 4, pág. 72-02, 2009.

³⁸ MYRO, R. y GANDOY R. (2001) "Sector industrial" en GARCIA DELGADO, J.L. "Lecciones de Economía Española", 5ª Edición, 1ª Edición en 1993, Biblioteca Civitas Economía y Empresa, Colección Economía, pág. 205-227

³⁹ VERNON, R. (1966), "International investment and international trade in the product cycle", "La inversión internacional y el comercio internacional en el ciclo del producto", *Quarterly Journal of Economics*, pág., 44.

2.14.2. Formación de Asociaciones Empresariales

De acuerdo con Dini (1997) las asociaciones de empresas se diferencian de los distritos industriales por las siguientes razones:

En primer lugar, las asociaciones de empresas están generalmente constituidas por un número mucho más limitado de empresas que los distritos industriales.

Las empresas que componen una asociación son claramente identificadas y la composición de la misma tiende a ser menos variable⁴⁰.

Finalmente los miembros de una misma asociación no pertenecen necesariamente al mismo territorio. Según ciertos autores, como por ej. Olivanti⁴¹, las asociaciones podrían ser consideradas como una evolución de los distritos industriales, mientras que otros economistas, como por ejemplo Camagni⁴², consideran distritos y asociaciones como dos fenómenos complementarios, no jerárquicamente subordinados. Donde cada participante mantiene independencia jurídica y autonomía gerencial con afiliación voluntaria para obtener beneficios individuales mediante una acción conjunta⁴³.

2.14.3. Tamaño

No existe un acuerdo sobre la dimensión de una asociación, en el caso de la ciudad de El Alto específicamente en el Distrito 6, es posible integrar una asociación empresarial a partir de tres empresas. Sin embargo en una asociación tan pequeña es obvio que existe muy poco poder de negociación en los empresarios que la integran, sobre todo si estas son de tamaño pequeño.

⁴⁰ DINI, Marco. (1997). *Enfoques Conceptuales para el Estudio de Pequeñas y Medianas Empresas*, Mimeo, CEPAL, Santiago de Chile. pág.11

⁴¹ OLIVANTI, Valeria, "L'impresa a Rete nei Settori Tradizionali: Potenzialità e Limiti", *Economia Marche*, No.1, abril de 1992, Italia. ("La empresa en red en los sectores tradicionales: potencialidades y límites," *Marchas de Economía*, No. 1, abril de 1992, Italia").

⁴² CAMAGNI, R. *On the Concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading*. *Urban Studies*, 39, 13, 2002, p. 2395-2411, (Sobre el concepto de competitividad territorial: Sonido o engañosa. *Estudios Urbanos*, 39, 13, 2002, pág. 239-241).

⁴³ DINI, Marco. (1997). *Enfoques Conceptuales para el Estudio de Pequeñas y Medianas Empresas*, Mimeo, CEPAL, Santiago de Chile. pág.17.

En una asociación de más de 20 empresarios se tiene un gran poder de negociación sin embargo, es difícil de gestionar el consenso entre todos los empresarios que la integran.

Esto permite señalar que las asociaciones integradas por más o menos un grupo de 10 empresarios tienen poder de negociación y son relativamente ágiles en su toma de decisiones.

2.15. POR SU ESTRUCTURA

2.15.1. Asociaciones Horizontales

Es la alianza entre grupo de empresas que ofrecen el mismo producto o servicio las cuales se cooperan entre sí en algunas actividades, pero compiten entre sí en un mismo mercado. Un ejemplo de este tipo asociación podría ser el agrupamiento de pequeñas empresas del sector confección las cuales conservan su individualidad y atienden a sus mercados individuales sin embargo a través del agrupamiento cooperan entre sí para la compra de insumos y/o para surtir un pedido que exceda las capacidades individuales de cada una de las empresas.

2.15.2. Asociaciones Verticales

Es la alianza entre las grandes empresas y las pequeñas empresas para desarrollar proveedores. De esta manera las primeras pueden dedicarse a aquellas actividades que les resultan más rentables y disponen de mayor flexibilidad organizacional, en tanto que las segundas pueden asegurar un mercado que les permitirá sostenerse en el corto plazo y crecer en el largo plazo.

Algunos ejemplos de asociaciones verticales podrían ser los siguientes:

- El desarrollo de un agrupamiento orientado a la producción de autopartes tales como la fabricación de pastas para frenos, el armado de arneses, o la fundición de pequeñas piezas para abastecer a la industria automotriz.
- El desarrollo de agrupamientos orientados a la curtiduría de pieles para abastecer a la industria de calzado.

2.15.3. Por su Nivel de Agregación

Asociaciones sencillas. Es una alianza entre un grupo de empresarios.

2.16. FORMACION DE ASOCIACIONES CIUDAD DE EL ALTO DISTRITO 6

En cuanto a la organización, el caso de las PYMES del rubro textil en la ciudad del Alto Distrito 6, crean grupos sociales entre ellas formando consorcios y estos a su vez se agrupan en asociaciones que cuentan con 50 a 80 talleres para producir en gran escala. Cada taller, en temporada alta cuenta con mayor número de operarios, reduciendo la cantidad cuando se encuentran en temporada baja.

Se puede decir que en estas asociaciones (pymes) existe una jerarquía de trabajo (empleadores, contratistas, dirigentes, trabajadores, repartidores y artesanos) en donde estos pueden estar asociados a la organización en la que se cooperen mutuamente.

2.17. DISTRITOS INDUSTRIALES

Dice Becattini: “Defino el distrito industrial como una entidad socio territorial caracterizada por la presencia simultánea activa, en una área territorial limitada desde el punto de vista natural e históricamente determinada, de una comunidad de personas y de una población de pequeñas empresas industriales. En el distrito, a diferencia de lo que ocurre en otros ambientes (la manufacturera, por ejemplo), la comunidad y las empresas tienden a interrelacionarse entre sí”

La gran cualidad del Distrito Industrial, no es la de contar con muchas empresas flexibles, sino la de la agrupación de productores (comerciantes), que se adaptan de manera rápida a la coyuntura del mercado y los múltiples sectores a su alrededor, a través de la especialización de la mano de obra.

El modelo de distrito industrial se desarrolla en Italia a partir de la declinación del modelo productivo fordista.

El término fordismo se refiere al modo de producción en cadena que llevó a la práctica Henry Ford; fabricante de automóviles de Estados Unidos.

Este sistema comenzó con la producción del primer automóvil a partir de 1908 con una combinación y organización general del trabajo altamente especializada y reglamentada a través de cadenas de montaje, maquinaria especializada, salarios más elevados y un número elevado de trabajadores en plantilla y fue utilizado posteriormente en forma extensiva en la industria de numerosos países, hasta la década de los 70 del siglo XX⁴⁴.

El fordismo como modelo de producción resulta rentable siempre que el producto pueda venderse a un precio relativamente bajo en relación a los salarios promedio, generalmente en una economía desarrollada⁴⁵.

El desarrollo tecnológico, un perfil de demanda de mercado menos estandarizados y los movimientos sindicales de protesta empujan a un modelo productivo más flexible, lejano de la gran empresa integrada, concentrando la producción en una larga cadena de pequeñas y pequeñísimas empresas, extremadamente flexibles y especializadas.

A inicios de los años 50 la estructura de la industria italiana resulta dominada por empresas de grandes dimensiones (con más de 500 empleados) con pequeñas unidades productivas. Esta estructura de producción se enfrenta a dos transformaciones.

La primera está representada por el nacimiento de un mercado nacional en algunos importantes sectores como la indumentaria, el calzado, la industria alimenticia, etc. Con el pasar del tiempo, el surgimiento de un mercado nacional, la mayor integración del transporte y la estandarización del consumo y de los estilos de vida, ha traído un progresivo dimensionamiento de la actividad artesanal tradicional, la cual estaba vinculada sólo al mercado local.

La segunda transformación se da a partir de la afirmación del proceso de integración económico europeo. Esto ha obligado a las empresas de sectores que debían

⁴⁴ FORD, HENRY (1916): *Es: System. La Revista de Negocios*. Vol.30, pág.447-452. Reimpreso en: Chandler, AD (1979): *La aplicación de la gestión sistemática moderna*. Nueva York.

⁴⁵ BECATTINI, G.(1992): "El Distrito Industrial Marshalliano como Concepto Socioeconómico"; Sengenberger, W.(vol. I). *Italia, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 2001.pag. 313.*

enfrentar la competencia internacional a una reorganización del aparato productivo, con un consecuente aumento de las dimensiones de la empresa para poder obtener así una mayor economía de escalas.

Sin embargo, a partir de 1971 se da inicio a una evolución de la industria italiana con características netamente diversas. Comienza a crecer el peso de la ocupación en empresas de pequeñas dimensiones, contemporáneamente se reduce la ocupación y la importancia de las empresas grandes⁴⁶.

Históricamente los distritos industriales se han afirmado en los sectores textil-indumentaria, calzado, muebles, piel y cuero, trabajo del mármol, cerámica, mecánica de precisión, instrumentos ópticos, instrumentos médicos, etc. Algunos de los sectores citados precedentemente han dado origen al conocido fenómeno del “Made in Italia”.

2.17.1. Conceptualización

En la actualidad en el país, no se cuenta con un modelo de asociatividad definido; así mismo se percibe un impreciso conocimiento sobre el término de distrito industrial.

Es por ello que a lo largo de la investigación, se hablara sobre los diferentes modelos de asociatividad significativos que han logrado un movimiento positivo en la economía mundial, de igual manera, sobre un concepto claro de distritos industriales, su historia y su funcionalidad y características.

Los distritos industriales nacen como respuesta a las bajas de las economías por problemas de tipo social, económicos y políticos en países desarrollados como Italia, España y Alemania.

Una de las mayores características de los distritos, es que las empresas asociadas o que lo integran, son pequeñas, de pocos empleados y no utilizan un nivel muy elevado de tecnología es decir son de manufactura, por ejemplo la integran los sectores:

⁴⁶ ASHTON, THOMAS, *La Revolución Industrial 1760-1830, México, D.F. Fondo de Cultura Económica.1993, Pág. 56-66.*

- Textil
- Mueble
- Calzado
- Piel
- Anteojos
- Orfebrería/joyas

A nivel mundial el concepto de distrito industrial no ha sido definido concretamente, a continuación se da a conocer el concepto que define con más claridad lo que esto significa: “Es una asociación de cientos y a veces miles de empresas de tamaño pequeño y/o mediano orientadas al mismo sector industrial y concentradas en la misma área. Típicamente, se incluyen dentro del distrito varias etapas del proceso productivo así como servicios a los productores”.⁴⁷

2.17.2. Características de Distritos Industriales

Desde finales de los setenta, una importante corriente académica italiana, recupera las reflexiones marshallianas sobre el «distrito industrial» de pymes y trata de avanzar en la verificación de la naturaleza e intensidad de las ventajas competitivas que se generan en determinadas aglomeraciones empresariales.

Según esta corriente académica, se considera como «Distrito Industrial»: Una asociación local de pymes (pequeñas y medianas empresas) independientes industriales, todas especializadas en una industria y que disfrutan de unas economías externas idiosincrásicas dependientes del entorno.

Estas “economías externas” se generan gracias a la «asociación» de relaciones interempresariales que se establece en el seno de estas aglomeraciones industriales permitiendo una «especialización en fases» de la producción. Además de poder contar con un mercado laboral denso y de trabajadores cualificados, con una

⁴⁷ COSSENTINO, Francesco, PYKE, Frank y SENGENBERGER, Werner. (1996). *Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial districts*, OIT (Organización Internacional del Trabajo), Suiza, (Las respuestas locales y regionales a la presión mundial: el caso de Italia y sus distritos industriales, OIT. pág., 122.

atmósfera que propicia la innovación y el carácter emprendedor del empresario, y una importante fluidez de información de todo tipo entre las propias empresas⁴⁸.

2.17.3. Economías de Concentración

Se produce un efecto de atracción hacia proveedores de insumos y profesionales especializados.

- Mejora la oferta de estos factores y aumenta la eficiencia de los respectivos mercados.
- Genera un efecto positivo sobre los costos de las empresas ubicadas en estas áreas.

2.17.4. Ventajas de Especialización

- Aprovechamiento de economías de escala que las empresas no podrían alcanzar en un escenario de diversificación de las funciones productivas.
- Reducción de fuentes de costos, como por ejemplo la reducción de inventarios.
- Aceleración de los procesos de aprendizaje, posibilitada por la simplificación/focalización de las tareas productivas.

2.17.5. Ventajas de Integración

Estado superior de articulación que posibilita el intercambio de experiencias, la ampliación de redes de contactos y el desarrollo conjunto de conocimientos estratégicos.

- Estímulo a la difusión de las nuevas tecnologías,
- Se potencian las capacidades de los empresarios de captar y procesar la información y tomar decisiones estratégicas.

⁴⁸ (1979), "Dal 'settore' industriale al 'distretto' industriale. Alcune considerazioni sull'unità d'indagine dell'economia industriale", *Rivista di economia e politica industriale*, a. (1979), "De" campo "de" distrito "industrial industria. Algunas consideraciones sobre la investigación economía industrial ", *Revista de Economía y Política Industrial*. V, 1, pág. 7.21.)

2.18. LOS DISTRITOS INDUSTRIALES COMO UNIDAD DE ANÁLISIS

Los distritos industriales se hallan en el pensamiento de Alfred Marshall, cuando en sus escritos apunta que esa forma de organización industrial puede proporcionar ciertas ventajas a las empresas instaladas en la zona de influencia.

Esas ventajas tienen su origen en las economías externas resultantes de la división del trabajo entre las unidades especializadas y un espacio geográfico que reúne unas determinadas características geográficas, sociales y culturales.

Concretamente Marshall (1890), al final del Capítulo IX del Libro IV, distingue las economías internas (resultado de las inversiones de los recursos de la propia empresa, de su organización y de la eficiencia de sus inversiones) de las economías externas (dependientes y como resultado del desarrollo general de la industria).

Aunque por la definición dada a éstas últimas pueda deducirse que no están ligadas especialmente a la proximidad geográfica, ya que pueden ser cosechadas en lugares bien alejados en el que se originaron, sí que es ampliamente aceptado que son particularmente significativas en las industrias concentradas geográficamente.

De hecho, el propio Marshall introduce el concepto de economías externas para explicar dos grandes aspectos:

- a. como un determinante de la localización de una actividad en un territorio, que junto con otros como las condiciones físicas (clima, recursos naturales, comunicaciones para el comercio...), la existencia de una determinada demanda y la casualidad, explicarían las concentraciones geográficas de empresas; y
- b. como fuente de ventajas competitivas para las empresas que se dedican a una misma industria y que están próximas geográficamente.

CAPITULO III

DESARROLLO INSTITUCIONAL

3.1. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

La ciudad de El Alto comparativamente al resto de las ciudades en Bolivia experimento un aumento poblacional explosivo en el periodo comprendido en 1992 y 2001 que se expresó en una tasa de crecimiento anual superior al 9.0% (Cuadro 3), provocado básicamente por la persistente migración rural y el crecimiento urbano de la ciudad de La Paz. Estimaciones existentes revelan que el periodo con mayor crecimiento fue entre 1985-1987 coincidiendo con el periodo de ajuste económico⁴⁹.

La crisis económica que afecto a Bolivia entre 1982-1985 y las medidas de ajuste estructural, además de provocar elevados niveles de desempleo, los salarios y los ingresos de la mayor parte de las familias, con el consiguiente deterioro de las condiciones de vida, en ese contexto, se produjeron cambios importantes en las corrientes migratorias, concentrándose esta especialmente en la ciudad de El Alto que genero externalidades negativas en el crecimiento urbano, para el periodo 2005-2010 la población de El Alto tuvo una tasa de crecimiento promedio de 5,1% anual notándose una contención en la migración regional⁵⁰.

CUADRO N° 3. TASA ANUAL DE CRECIMIENTO INTERCENSAL

	Tasa de crecimiento	%
Total País	2,03	
Total Departamento	1,66	
Área Urbana	3,43	
Área Rural	0,53	
Ciudad de La Paz	1,78	
Ciudad de El Alto 1992- 2001	9,23	
Ciudad de El Alto 2005- 2010	5,10	

Fuente: INE, 2010

⁴⁹ PDM (Plan de Desarrollo Municipal) pág. 124

⁵⁰ Instituto Nacional de Estadísticas, sección, A18, 2010

Según la división política administrativa, del Plan de Desarrollo Municipal la población del municipio de El Alto se encuentra organizada en 7 distritos (6 distritos urbanos y 1 rural), los distritos urbanos asocian en promedio 285 urbanizaciones y el distrito rural aglutina a 52 comunidades. Según se observa en el cuadro 4, los distritos 1, 3 y 6 representan los más poblados albergando alrededor 50% de la población total, situación que se explica por el desarrollo “histórico” de la ciudad, la relativa cercanía a la ciudad de La Paz y el acceso a servicios básicos y de infraestructura vial.

CUADRO Nº 4 SUPERFICIE, POBLACION Y DENSIDAD POR DISTRITO

	HAB.	%	POBLACION	%	DENSIDAD
Distrito 1	821	5,9	120,938	21,3	147
Distrito 2	2,121	15,3	74,243	13,0	35
Distrito 3	2,232	16,1	98,856	17,4	44
Distrito 4	913	6.6	68,445	12,0	75
Distrito 5	1,432	10.3	69,169	12,2	48
Distrito 6	674	4,9	120,883	21,2	179
Distrito 7	5,691	41,0	16,388	2,9	3
Total	13,885	100,0	568,922	100,0	75,8

Fuente: PDM (Plan De Desarrollo Municipal), 2012.

No obstante el gran crecimiento demográfico, la densidad poblacional (en promedio 88 por habitante). En la zona urbana continúa siendo bajo. Los distritos 1 y 6 presentan mayor concentración de población y la densidad oscila entre 147 y 179; en contraste los distritos 2, 3, 5 y 7 son los distritos menos densos y representan áreas destino de la migración reciente y zonas urbanas por consolidarse.

- Con esto demostramos el objetivo específico: **Analizar la situación actual de las Pymes (Sector textiles).**

3.2. ANALISIS FODA

Tanto las Pymes como las unidades económicas pequeñas (artesanía y microempresas) se caracterizan principalmente por sus bajos índices de relación capital-trabajo, con uso de tecnologías relativamente simples, intensivas en mano de obra y en gran parte con una débil división técnica del proceso productivo. Su presencia como actividades “informales” viene como producto de la excesiva regulación del sector público que en vez de considerarlos como agentes dinamizadores de empleo y producción, se los observa como potenciales contribuyentes.

Cabe destacar que parte de estas unidades económicas son en algunas ramas de actividades muy sensibles a cambios en la demanda y precios de insumos intermitentes, con gran versatilidad y flexibilidad en su producción, advirtiéndose cambios estacionales en el volumen de producción, número de trabajadores, monto de capital y diseño del producto, no obstante, el sector goza de ventajas comparativas en productos como: confecciones, vestimenta, cuero y otros⁵¹. En relación a los mercados de abastecimiento para las Pymes en El Alto, se observa que el mercado de aprovisionamiento de La Paz es el principal no obstante, el mercado local tiende a consolidarse debido al establecimiento de pequeñas y hasta medianas empresas “alentando una tendencia al crecimiento intensivo”.

La flexibilidad y versatilidad del sector por efectos de la contratación de la demanda y crisis económica (interna y externa) han generado estrategias que ligados a: I) el cambio de la línea de producción o actividad; II) el cambio de mercado de destino y III) la disminución de contratación de personal asalariado.

A continuación se presenta un análisis FODA preliminar sobre el sector industrial (pymes):

⁵¹ Ver SNlyC “Bolivia: una visión para invertir” Páginas de Negocios. sec-world-businesses. 4ra. in/**Bolivia**/companiessniy.

CUADRO Nº 5. MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de Mano de Obra. • Fuentes de financiamiento disponibles. • Mercados internos y externos crecientes. • Versatilidad en la oferta. • Vocación empresarial. • Apoyo institucional público y privado. • Talentos disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco legal y normativo poco adecuado. • Débil estructura institucional pública y privada. • Baja productividad competitiva. • Baja disponibilidad de insumos. • Infraestructura precaria. • Tecnología obsoleta. • Escasa información técnica. • Insuficiente calificación de mano de obra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a mercados potenciales, sofisticados. • Formación de asociaciones productivas. • Economías de aglomeración. • Economías de escala. • Economías externas. • Desarrollo de industrias de apoyo y distritos industriales. • Infraestructura industrial. • Aplicación de políticas industriales sectoriales 	<ul style="list-style-type: none"> • Shock y crisis económica • Ausencia de políticas industriales • Innovación tecnológica • Débil inserción al mercado interno y externo • Falta de sostenibilidad a largo plazo. • Políticas sectoriales a corto plazo. • Financiamiento a largo plazo. • Deficiencias y limitaciones. • Infraestructura básica.

FUENTE: Elaboración propia

La actividad del comercio formal e informal en la ciudad de El Alto genera un intenso flujo comercial de bienes y servicios debido a la existencia de múltiples ferias temporales y regionales⁵² convirtiendo a la ciudad en el centro principal de intercambio y abastecimiento para las zonas rurales. Cabe recordar que el 43% de la población ocupada se encuentra inmersa en el comercio formal y el 20% en el comercio informal⁵³.

• Con lo que se llega a demostrar el objetivo específico: **Realizar un análisis FODA sobre las potencialidades de las pymes del sector industrial y de los distritos industriales.**

⁵² Se destacan la feria 16 de julio, feria de ramos, mercado campesino, mercado informal de la ceja y otros.

⁵³ El PDM indica que existe aproximadamente más de 100.000 gremiales dedicados al comercio informal Pag. 167.

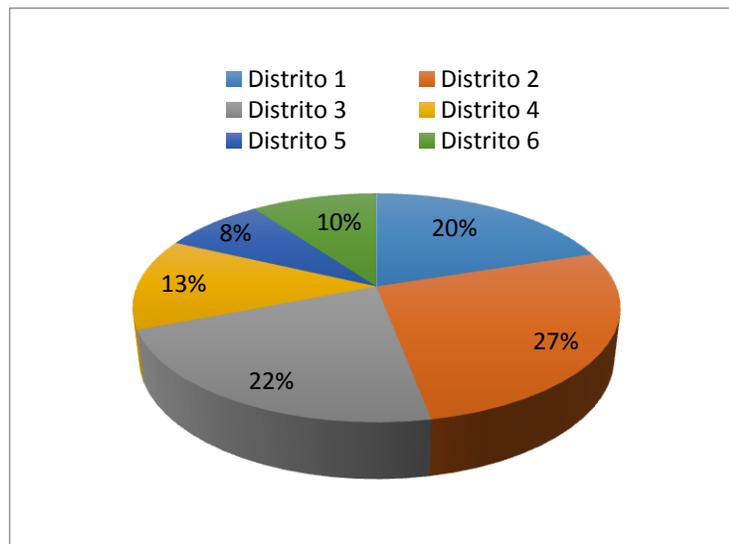
CUADRO Nº 6. CIUDAD DE EL ALTO % DE MERCADOS Y FERIAS

DISTRITOS	MERCADOS	FERIAS	TOTAL
Distrito 1	16	8	24
Distrito 2	10	11	21
Distrito 3	5	9	14
Distrito 4	4	5	9
Distrito 5	1	3	4
Distrito 6	4	4	8
Total	40	40	80

FUENTE: INE, 2010-2012

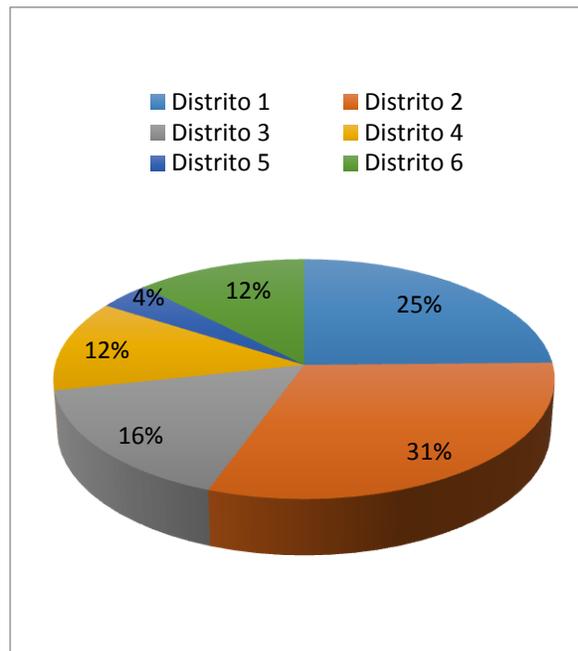
El presente cuadro nos demuestra que en el Distrito 6 existen 4 mercados y 4 ferias dedicadas al comercio manufacturero de acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional donde hacen un total del 8%.

GRAFICO Nº 4. PORCENTAJE DE FERIAS POR DISTRITO



FUENTE: INE, 2010-2012

GRAFICO Nº 5. PORCENTAJE DE MERCADOS POR DISTRITO



FUENTE: INE, 2010-2012

En el gráfico 4 y 5 observamos el porcentaje de ferias y mercados por distrito donde por ejemplo, en el gráfico 4 el Distrito 6 tiene un porcentaje de ferias existentes del 10% y en el gráfico 5 el Distrito 6 tiene un porcentaje de mercados existentes del 12%.

El perfil económico desarrollado en El Alto permite establecer la importancia del sector de servicios y manufacturero en un contexto en el cual se observa una etapa inicial de especialización al nivel de distrito.

En general, la ciudad se halla inmersa en una fase evolutiva donde se presentan los primeros tramos de avance en la producción manufacturera y una intensa actividad ligada al comercio informal. No obstante, la dinámica económica en la ciudad de El Alto podría fortalecerse al generarse escenarios donde se presenten oportunidades específicas como: la ampliación de mercados, nuevos acuerdos de integración, economías de escala, economías de aglomeración, economías externas y economías de transporte. Tales potencialidades se resumen en el cuadro FODA siguiente:

CUADRO Nº 7. MATRIZ FODA PERFIL ECONOMICO DE LAS PYMES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Posición competitiva favorable Producción diversificada Agroindustria, joyería, cuero, alimentos y otros Mano de obra disponible Mayor vinculación externa e interna Flexibilidad y adaptación Posibilidades de expansión Presencia Zona Franca	Ampliación de acuerdos de integración Economías de escala y aglomeración Economías de transporte Crecimiento industrial Mano de obra disponible Generación de distritos industriales
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ausencia de planes de desarrollo industrial Falta de infraestructura industrial Cobertura a insuficientes servicios Baja integración intersectorial Acceso limitado al crédito Atraso tecnológico Débil perfil empresarial Dependencia de insumos importados Actividades productivas desordenadas	Falta de voluntad política para ejecución de planes y proyectos Trabas burocráticas Costos de la energía Contrabando Importación bienes de segundo uso Falta de inversión pública Contaminación ambiental Restricción del sistema financiero Conflictos sociales

FUENTE: Elaboración Propia

3.3. ASOCIACION DE PYMES EL ALTO

Como se destaca, la ubicación geográfica de la ciudad de El Alto lo convierte en el nudo de articulación y distribución del sistema de transporte nacional e internacional generando una fuerza pro-competitiva especialmente para el desarrollo del sector industrial. Una proporción importante de emplazamientos industriales existentes en la ciudad (en promedio alrededor del 30%) son evidencias de las preferencias, localizaciones de empresas que incorporan en sus criterios relativos a costos de emplazamientos, disponibilidad, mano de obra y otros factores.

CUADRO Nº 8. CIUDAD DE EL ALTO, REGISTRO DE EMPRESAS INDUSTRIALES

INSTITUCIONES	LA PAZ	EL ALTO	%	TOTAL
Cámara Nacional de Industrias	274	51	17,1	298
CAMEX	101	16	13,7	117
ADEPI	436	493	53,3	929
INBOPIA	144	53	26,9	197
SENAREC	247	86	28,9	360

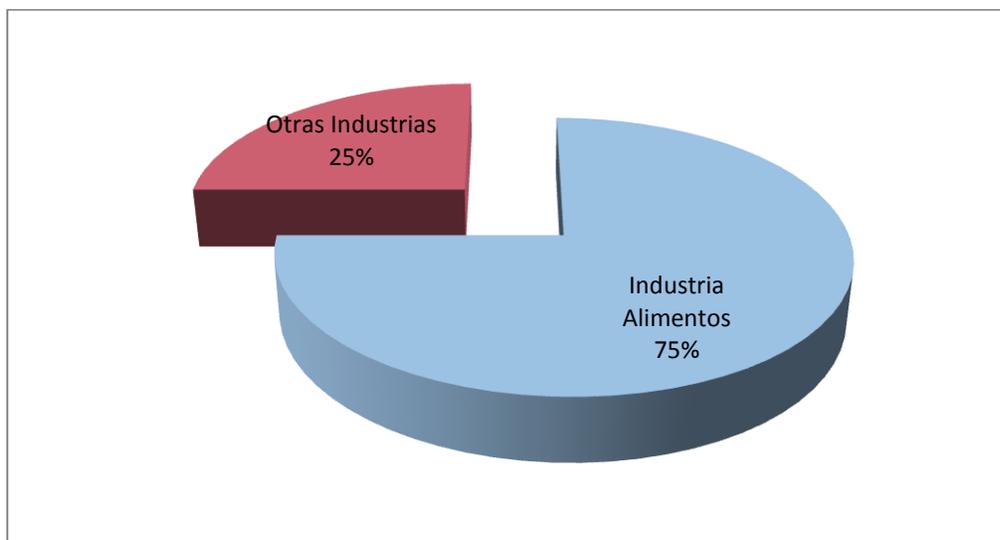
FUENTE: Varias fuentes, CNI, Adepi, inbopia, camex, 2010-2011
Instituto Boliviano de la Pequeña Industria y Artesanía (Inbopia)
La Asociación Boliviana de la Pequeña Industria (Adepi)
Cámara Nacional de Industrias de Bolivia, (CNI)

Según se estima, la actividad industrial en la ciudad de El Alto esta predominantemente orientada a la producción de bienes de consumo y en menor medida la producción de bienes intermedios, quedando casi inexistente la producción de bienes de capital. El sector incorpora la gran industria, las Pymes industriales y las microempresas.

Sin embargo, en estos últimos años se han iniciado y desarrollado actividades económicas a través de Asociaciones desarrollando actividades mediante la “subcontratación” y “trabajo a domicilio” que representan figuras económicas o

formas de organización de trabajo “no tradicionales” con efectos importantes en la generación de empleo⁵⁴.

GRAFICO Nº 6. CIUDAD DE EL ALTO PRODUCCION INDUSTRIAL



Fuente: Elaboración en base a datos, CEDLA, datos Estadísticos HAMEA, 2011

En el cuadro 9 y los gráficos 7 y 8 describen la participación porcentual de la pequeña y mediana industria por distrito. Se advierte que una gran parte de las actividades industriales se concentran en los distritos 1, 2 y 6 donde se presentan coincidentemente mayor concentración de población y dinámica económica debido a la existencia de centros de abastecimientos (mercados y ferias).

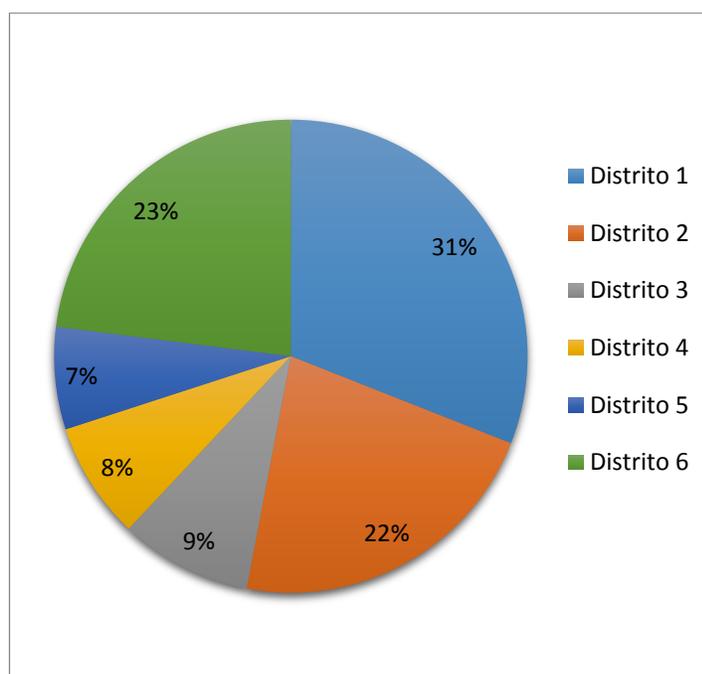
⁵⁴ Cabe señalar la formación y operación de asociaciones productivas como ser: “Pachamama”, “Señor de Mayo” y otras organizadas por sectores por la HAM, que llegaron a desarrollar eslabonamientos y cadenas productivas en actividades de la manufactura.

CUADRO Nº 9. CIUDAD DE EL ALTO PORCENTAJE DE INDUSTRIAS

DISTRITO	PEQUEÑA	MEDIANA
Distrito 1	31	44
Distrito 2	22	25
Distrito 3	9	8
Distrito 4	8	13
Distrito 5	7	4
Distrito 6	23	4

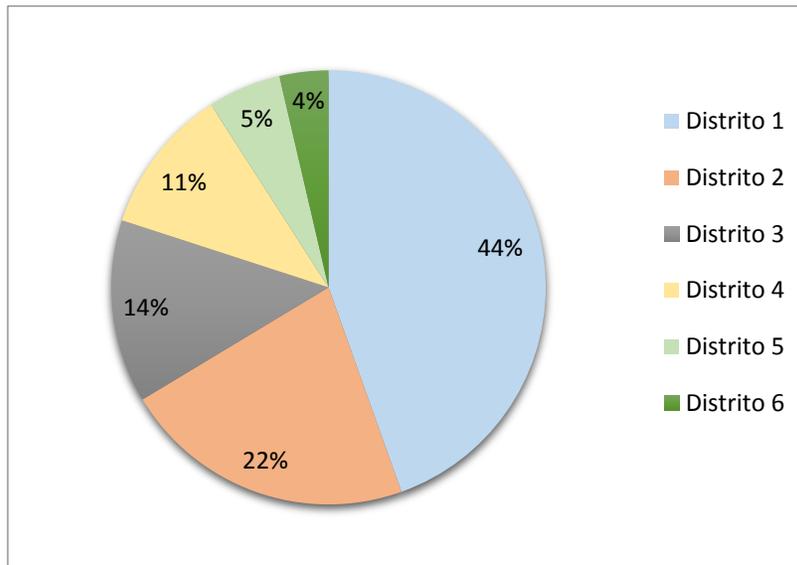
FUENTE: INE, 2010-2011

GRAFICO Nº 7. PORCENTAJE DE PEQUEÑAS INDUSTRIAS POR DISTRITO



FUENTE: INE, 2010-2011

GRAFICO N° 8. PORCENTAJE DE MEDIANAS INDUSTRIAS POR DISTRITO



FUENTE: INE, 2010-2011

Las pymes industriales tienen una presencia importante en El Alto (empresas nacionales y subsidiarias extranjeras) y su localización se concentra próxima a la red fundamental, presentándose algunas aglomeraciones sin una jerarquía o eslabonamiento a nivel sectorial. Destacan la fabricación de alimentos y bebidas; productos textiles; fabricación de prendas de vestir y otras manufacturas.

Mucho se habla en estos días de la productividad, de la urgencia nacional por hacer productivas a las empresas, pero en realidad es un término que puede ser confundido con trabajar más, o con generar más resultados aunque no siempre se consideran los recursos con los que se elaboran.

La claridad en el concepto debe ser entonces entendido como un resultado de la relación entre los resultados y los recursos que se usan para producirlos.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Resultados}}{\text{Recursos}}$$

Esta razón es la base de la medición de la productividad, la cual permite utilizar dicha relación aplicada a diversos resultados y los recursos con los que son producidos.

3.4. LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL Y LAS EXPORTACIONES AL MERCOSUR

El trabajo se inicia con el análisis de la información comercial disponible del intercambio Bolivia- Argentina. Producto de este análisis, se infiere el alto grado de flujos comerciales informales de las empresas de confecciones del Distrito 6 de la ciudad de el Alto, Bolivia, hacia el noreste de Argentina, particularmente de jeans, poleras y camisas, que alcanzó su mayor nivel, donde se estima que se comercializó un valor aproximado entre cincuenta y setenta millones de dólares al año.

Dada la vigencia del Acuerdo de Complementación Económica (ACE 36), entre Bolivia y Argentina, se han efectuado en forma paralela dos actividades con el fin de promover e identificar las potencialidades de empresarios bolivianos del sector confecciones, para iniciar procesos de exportación a Argentina: El desarrollo de una investigación de mercado al noreste argentino y la elaboración de un diagnóstico de potencialidades de las empresas bolivianas, permitiendo la formulación de un plan para concretar el intercambio esperado.

El sector de las confecciones textiles, representa en el mundo y particularmente en Latinoamérica, una de las actividades más antiguas y comunes; considérese como referente que este sector se constituye en una de las cuatro actividades económicas más importantes, desde el punto de vista de absorción de mano de obra y del consumo de energía.

El proceso que acompaña el desarrollo de este sector se inicia normalmente con la producción agrícola, más concretamente con la producción del algodón; este componente básico, representa entre el 70 al 75% del costo de insumos de las confecciones textiles; por el otro lado y como complemento productivo están las fibras artificiales, en cuyo caso el peso relativo está entre el 17 y el 22% sobre el costo de los insumos.

CUADRO Nº 10. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS GENERADAS POR LAS PYMES

EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS GENERADAS POR LAS MYPES CON LOS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE BOLIVIA (Base 2000) (Expresada en miles de Unidades)

AÑO	GLOBAL	COMUNIDAD ANDINA	MERCOSUR	INDUSTRIAL	UNION EUROPEA	ALADI
1990	98	74	116	99	136	97
1991	90	65	100	95	113	87
1992	96	74	107	99	119	94
1993	101	83	114	102	126	101
1994	110	95	124	108	132	111
1995	114	102	130	109	139	116
1996	108	96	127	100	129	112
1997	107	103	125	96	116	114
1998	104	102	119	93	113	110
1999	98	100	95	99	112	97
2000	100	100	100	100	100	100
2001	101	107	94	104	104	99
2002	96	105	67	115	120	85
2003	105	107	78	127	150	91
2004	112	115	85	134	167	99
2005	119	121	101	132	165	111
2006	120	121	110	128	162	116
2007	126	125	108	141	189	117
2008	131	129	113	147	202	122
2009	136	133	118	152	214	127
2010	141	136	123	157	227	132
2011	146	140	129	162	240	137
2012	151	144	134	167	252	141

XJEANS a nivel multilateral con todos los socios comerciales de Bolivia.

XJEANS multilateral de Bolivia con los principales socios comerciales de la Comunidad Andina.

XJEANS multilateral de Bolivia con los principales socios comerciales del Mercosur.

XJEANS multilateral de Bolivia con los principales socios comerciales Industrializados.

XJEANS multilateral de Bolivia con los principales socios comerciales de la Unión Europea

XJEANS multilateral de Bolivia con la Asociación Latinoamericana de Integración

FUENTE: Elaborado en UDAPE en base a información del Fondo Monetario Internacional.-Ministerio de Relaciones Exteriores

La segunda etapa consiste en la fabricación del hilado de las fibras, el mismo que se lleva a cabo en fábricas dedicadas a la hilandería. Inmediatamente siguen las tintorerías de los hilados, para luego pasar a la etapa de tejido, cuya producción da origen al subsector de la confección de las prendas de vestir.

La producción de prendas de vestir en el mundo, se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo, claro está que existen países con mayor fuerza de producción que otros. Conforme a la información manejada por el Acuerdo General sobre Tarifas

y Comercio (GATT), en los últimos 10 años el comercio mundial de las confecciones se ha incrementado en un promedio del 12.4%. Entre los países con mayor índice de exportación están: Hong Kong, China y Europa; y entre los países con mayores índices de importación de prendas están: Estados Unidos, Alemania y Asia en general.

3.5. LA INDUSTRIA DE CONFECCIONES EN EL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO

Esta actividad industrial, como varias del Departamento, empezó a cobrar importancia a partir de los años 50, puesto que se llevaron a cabo importantes emprendimientos que contribuyeron a perfilar un interesante sector de confecciones. Alrededor de los años 80 y a raíz de que grupos de confeccionistas emigrantes, principalmente orureños deciden radicar en el departamento y desarrollar su actividad productiva, básicamente en la producción de pantalones y camisas.

A partir de los años 85 en que se incrementa considerablemente la tasa migratoria, tanto del interior del país como de extranjeros hacia el Distrito 6 de la ciudad de El Alto, se percibe un repunte desmesurado en la demanda de prendas de vestir; a la que el sector fabril de la confección responde rápidamente incrementando sus líneas de productos, con una calidad media debido al uso de maquinaria tecnológicamente obsoleta.

A partir de los años '90, los productos textiles bolivianos son aceptados en países vecinos, particularmente en Argentina y Brasil, como resultado del mejoramiento de la calidad y de precios muy competitivos.

De acuerdo a los datos de CEBEC-CAINCO, el PIB regional fue de 2.342 millones de dólares, lo que significó un aporte del 30% al PIB nacional y con un crecimiento anual del 5.09%. Esto manifiesta claramente que el sector industrial era bastante dinámico; la industria de la manufactura por su parte alcanza un crecimiento del 5% en la gestión 1998, levemente superior al 4.8% de 1997 y también al crecimiento registrado por la industria nacional del 4.03% el año 1998.

El valor agregado generado por la manufactura supera los 521 millones de dólares, y su participación en el PIB nacional alcanzó un 21.20%, ocupando el segundo lugar después del sector agropecuario (24.88%).

En el ámbito regional, la industria de prendas de vestir ha tenido un constante crecimiento hasta 2010, que se expresa en el aumento del valor bruto de producción.

CUADRO N° 11. EL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO: VALOR BRUTO DE PRODUCCION

(En miles de Bolivianos)

RAMA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
CONFECCIONES	64.893	67.024	77.328	80.906	82.900	80.200	75.800

Fuente: UDAPE

Por lo tanto, podemos deducir que la industria de la confección ha crecido en forma significativa hasta el año 2011, permitiendo que las empresas que componen este sector tengan la oportunidad de mejorar y desarrollar su tecnología.

El año 2012, ha mostrado una reversión importante de ese crecimiento, tal como se aprecia en el cuadro anterior, los niveles de producción disminuyen a valores menores al del año 2008, mostrando efectivamente en la producción local el impacto de las medidas descritas anteriormente.

3.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto, pero que está respaldado por una capacidad de pago⁵⁵. Se la puede clasificar desde distintos puntos de vista: en relación con su oportunidad, con su necesidad, con su temporalidad, con su destino y con su permanencia.

⁵⁵ *Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade.*

El análisis de la demanda nos ayuda a determinar los factores que afectan al comportamiento del mercado y las posibilidades reales con las que cuenta el producto o servicio (resultante del estudio de factibilidad) en su participación efectiva en el mercado.

Para el análisis de la demanda se deben identificar las variables (directas y/o indirectas) que afectan el normal comportamiento de la demanda de un producto en particular.

Ecuación N° 1. Demanda

$$Q^{dx} = f(P_x, P_{xy}, Y_c, G_i)$$

Donde:

Qdx = Cantidad demandada del producto

Px = Precio del producto

Pxy = Precios de productos sustitutos y complementarios

Yc = Ingreso del consumidor

Gi = Gustos y preferencias individuales

Se puede estimar la función de demanda mediante encuestas, selección de mercados representativos del mercado nacional o basarse en información obtenida de diferentes individuos, familias, ciudades en un determinado periodo, mediante la comparación de niveles de consumo y por último utilizando series de tiempo para análisis regresionales, haciendo pronósticos de la demanda.

3.7. ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de un producto que los fabricantes están dispuestos a elaborar, a los posibles precios del mercado.

El estudio de la oferta consiste en determinar el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a un precio dado en un determinado periodo de tiempo.

Al igual que en el estudio de la demanda, en el análisis de la oferta se deben identificar variables (directas y/o indirectas) que influyen en el comportamiento de los oferentes, el costo de los factores de producción y las técnicas de producción.

3.8. PRECIO

El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio con la utilidad necesaria.

En el análisis de precios se toma en cuenta la política de precios, los principios que adoptará el estudio de factibilidad para fijar precios. Esta política depende del mercado en el que se desenvuelve la organización (mercado competitivo, monopólico, oligopolio), también influyen los ingresos de los consumidores, el precio histórico, precio de la competencia, la preferencia de los consumidores y los costos de producción.

3.9. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el fin de facilitar la venta de una mercancía o un producto⁵⁶.

Se deben tomar en cuenta las ventas, medios de transporte, sistemas de almacenamiento, métodos de refrigeración y conservación, además de los canales de distribución.

Existen dos tipos de canales de distribución:

- **Canal de distribución Directo.-** Cuando el bien pasa del productor al consumidor sin intermediarios.

⁵⁶ *Diccionario de la lengua española* © 2005 Espasa-Calpe S.A., Madrid.

- **Canal de distribución Indirecto.**- Cuando en el proceso de traslado del bien intervienen agentes de comercialización u otros intermediarios.

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE TEXTILES

La industria manufacturera de textiles y confecciones aporta con menos del 2% al Producto Interno Bruto de Bolivia, sin embargo, se constituye en un importante generador de empleo en el país ocupando aproximadamente al 16% de la población en el área urbana, cifra que se ve incrementada si se considera la generación de empleos en el sector de las micro y pequeñas empresas informales cuya actividad no se registra en las estadísticas oficiales. La cadena de textiles y confecciones regionalmente se ubica en las ciudades de La Paz y El Alto.

La industria de textiles y confecciones contiene tres segmentos claramente identificados que se pueden agrupar mediante dos variables (la formalidad y el destino de la producción), así existen empresas grandes, medianas y pequeñas formales que abastecen al mercado interno con productos de buena calidad y de marcas reconocidas, y al mercado externo exportando de manera legal con mucho éxito; por otra parte, también se encuentra un gran número de pequeñas y microempresas que trabajan de manera informal cuya producción se dirige fundamentalmente al mercado interno y en algunos casos concretos (chamarras, jeans) al mercado externo, exportando de manera informal a los mercados fronterizos, la informalidad en su producción (tributaria, social, laboral) abarata sus costos permitiendo ofrecer productos con precios más bajos.

La comercialización interna está caracterizada mayormente por las modalidades de venta directa y venta vía consignación, más que a través de representantes exclusivos. En esta etapa además de presentarse una elevada competencia entre firmas nacionales (formales, es decir registradas), se evidencia una competencia que representa la producción de micro y pequeños empresarios (informales) que comercializan en el mercado interno, así como la competencia que representan

las importaciones de prendas acabadas (tanto legales como ilegales) de productos provenientes de muchos países.

La comercialización externa debe analizarse en dos grupos:

a) Las empresas grandes, medianas y las pequeñas (formalmente establecidas) exportan de manera legal sus productos, de manera directa o a través de intermediarios en el exterior.

b) Las empresas pequeñas (informales) acceden a los mercados de exportación ocasionalmente a través de sus propios esfuerzos y apoyados en una extensa red social y de comunicaciones (transportistas, compradores, intermediarios), posicionando estacionalmente sus productos en los centros de consumo urbanos y fronterizos dependiendo fundamentalmente de las condiciones económicas favorables que presenten las economías de estos países.

CUADRO Nº 12. PRODUCCIÓN DE JEANS POR LAS PYMES

AÑO	TOTAL PRODUCCIÓN DE JEANS ESTIMADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA
2008	140.040	9.309
2009	141.270	9.129
2010	142.500	8.964
2011	143.730	8.811
2012	144.960	8.670

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de IBCE –UDAPE

CUADRO N° 13. OFERTA Y DEMANDA DE PANTALONES JEANS DE LAS PYMES

Año	Demanda de Jeans	Oferta de Jeans	Demanda insatisfecha
2008*	0	140.040	140.040
2009*	190	141.270	141.080
2010*	380	142.500	142.120
2011*	570	143.730	143.160
2012*	760	144.960	144.200

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de IBCE –UDAPE

3.11. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

En general, las pymes de América Latina y el Caribe presentan muchas características comunes: son agentes económicos heterogéneos; tienen una marcada orientación y dependencia de los mercados locales; evidencian una menor productividad que las empresas de mayor tamaño y son clave para la generación de empleo, algo menos para la producción y poco relevantes en el comercio internacional. A pesar de estas similitudes, entre las pymes de ambas regiones también hay importantes diferencias.

Cuantificación y relevancia de las pymes. Las pymes representan el 99,8% de las empresas no financieras, lo que equivale a 20,7 millones de establecimientos. La gran mayoría (un 92,2%) son microempresas, definidas como las que tienen menos de diez empleados. En 2012, las pymes representaban el 67,4% de todos los empleos y un 58,1% del total del valor agregado bruto.

En el otro extremo, las grandes empresas, con apenas un 0,2% de los establecimientos, son responsables del 32,6% del empleo y del 41,9% del valor agregado bruto. Estos resultados correspondientes son difíciles de comparar con la

realidad del conjunto de América Latina y el Caribe, debido a la falta de información y a la disparidad de criterios para clasificar a las pymes.

Criterios para definir las pymes. Mientras que con un criterio uniforme —empresas con menos de 250 empleados y un volumen anual de negocio no superior a 50 millones de euros o un balance general anual inferior a 43 millones de euros—, en América Latina se aplican distintas definiciones que, en algunos casos, combinan ventas, empleados y sector económico.

En la definición europea, las microempresas son consideradas como parte de las pymes, lo que no ocurre necesariamente en América Latina, donde pueden hallarse más bien incorporadas al segmento específico de las micro y pequeñas empresas (MYPES).

Esto ha significado que la información cuantitativa sobre las pymes latinoamericanas sea a menudo escasa y de mala calidad, lo que dificulta la cuantificación agregada del número de agentes y trabajadores, así como la realización de estudios comparativos. No se trata de un tema menor, ya que la falta de información y de criterios comunes provoca complicaciones a la hora de implementar y evaluar políticas de apoyo.

3.12. INSTITUCIONALIDAD DE APOYO

Sin duda las pymes tienen un importante papel que desempeñar en el aumento de la competitividad de ambas regiones. En general, la competitividad se refiere al conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de empresas, sectores y países.

En este ámbito es donde se encuentran las mayores diferencias entre las empresas de ambos lados del Atlántico. Esta dimensión no deja de ser relevante, ya que de ella dependen en buena medida las posibilidades de internacionalización de las pymes.

De hecho, la baja productividad —y, por tanto, las menores posibilidades competitivas—, situaría a las pymes latinoamericanas muy por detrás de las europeas. Así, la heterogeneidad estructural entre agentes en América Latina es

una característica medular a la hora de emprender acciones y políticas en apoyo a las pymes, sobre todo si se enfocan hacia la industrialización.

Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (pymes) son agentes económicos clave, ya que buena parte de la población y de la economía dependen de su actividad y desempeño. En los países de América Latina y el Caribe las pymes representan aproximadamente el 99% del total de empresas, generan una gran parte del empleo (67%) y actúan en una amplia variedad de ámbitos de la producción y de los servicios.

En general, el hecho de que las pymes tengan un mayor peso en el empleo que en la producción indica que sus niveles de productividad son inferiores a los de las grandes empresas. Por otra parte, su limitada participación en las exportaciones habla de una clara orientación al mercado interno.

En ambas regiones los diferentes gobiernos han puesto en marcha instrumentos y programas de apoyo a las pymes para mejorar su desempeño, fomentar su desarrollo productivo y generar un ambiente de negocios favorable. Sin embargo, en muchos casos los resultados no han cumplido con las expectativas y no se han observado mejoras significativas en la productividad ni en la competitividad de este tipo de empresas, especialmente en América Latina y el Caribe.

Para reducir las brechas de productividad e igualar las oportunidades entre agentes de diferente tamaño, el sector privado recomienda buscar amplios consensos entre las instituciones públicas y privadas con el fin de avanzar en cuatro áreas interrelacionadas de políticas de apoyo:

- a. innovación para el fortalecimiento de capacidades productivas y gerenciales;
- b. acceso a mercados;
- c. articulación productiva y cooperación empresarial, y
- d. acceso al financiamiento.

Aprovechando la relación virtuosa entre competitividad e internacionalización, los empresarios de ambas regiones proponen implementar acciones en dos grandes áreas de políticas:

- a. capacitación y sensibilización de las pymes para la internacionalización, y
- b. promoción de encadenamientos productivos e identificación de oportunidades de negocios con empresas transnacionales y cadenas globales de valor.

Estas medidas deberían reforzarse mediante:

- a. la entrega de información, el mantenimiento de una red de colaboración de organizaciones intermedias de América Latina y el Caribe, y la realización de una exploración (scouting) de oportunidades de mercado y posibilidades de colaboración y asociación, y
- b. la promoción de esquemas de complementariedad entre empresas y el mejoramiento de la visibilidad y difusión de los programas de apoyo. En la actual coyuntura se podrían potenciar los programas de interés mutuo, permitiendo establecer relaciones más equilibradas y en beneficio de todas las partes involucradas.

**CUADRO Nº 14. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS ELABORADOS
POR LAS PYMES CON LOS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE BOLIVIA
A NIVEL MUNDIAL**

AÑO	ARGENTINA	BRASIL	CANADA	CHILE	CHINA	COLOMBIA	COREA DEL SUR	DINAMARCA	ECUADOR	EL SALVADOR	EE.UU.	JAPON
1991	140	105	94	88	79	74	94	80	59	51	72	81
1992	169	98	88	95	78	76	91	85	61	52	72	86
1993	187	101	85	95	87	82	94	80	71	60	74	100
1994	195	123	80	103	72	105	100	84	79	66	76	110
1995	190	146	77	112	82	109	102	92	78	69	74	112
1996	179	145	74	109	84	110	96	84	74	71	72	91
1997	178	142	73	113	86	116	84	75	76	73	73	82
1998	175	133	67	105	83	108	82	73	74	73	72	75
1999	179	143	71	101	85	101	74	74	55	76	76	89
2000	180	145	74	101	86	94	80	67	51	79	80	94
2001	182	146	76	94	91	97	77	70	74	86	86	87
2002	183	148	83	95	97	101	89	83	90	95	94	91
2003	101	150	100	102	102	98	99	104	100	100	99	100
2004	104	106	108	114	105	114	106	114	102	103	101	107
2005	110	131	113	124	104	129	117	111	100	104	101	100
2006	111	142	118	128	103	126	122	110	98	103	99	90
2007	107	114	101	117	105	122	102	102	98	110	102	96
2008	102	114	103	118	107	124	103	103	100	114	104	96
2009	107	113	104	120	109	127	104	105	102	118	106	96
2010	108	113	106	121	111	129	105	107	105	121	108	97
2011	108	113	108	122	113	131	106	109	107	125	111	97
2012	109	113	109	124	115	134	107	110	109	129	113	97

El cuadro Nº 14 nos muestra la relación comercial de las PYMES con el MERCOSUR donde se realizara un análisis de Argentina y Brasil respecto a Bolivia

**CUADRO Nº 15. EXPORTACIONES DE PANTALONES JEANS A PAÍSES DEL
MERCOSUR**

	ARGENTINA	BRASIL
2005	110	131
2006	111	142
2007	107	114
2008	102	114
2009	107	113
2010	108	113
2011	108	113
2012	109	113

Durante la gestión 2005 se exporto una cantidad de 110 contenedores a la Argentina lo que equivale al 12.76% de igual manera se vio un incremento significativo en Brasil con 131 contenedores equivalente a un 13.75%, para la gestión 2006 el incremento fue de 111 contenedores a la Argentina que representaría un 12.88% mientras que el crecimiento hacia Brasil llega a 14,90% con un total de 142 contenedores.

Durante el 2007 se vio una disminución de exportaciones a la Argentina con un crecimiento de 12.41% siendo un total de 107 contenedores, en Brasil de igual manera bajo a 114 contenedores llegando a obtener un crecimiento de 11.96% que a partir de ahí se mantiene constante hasta la gestión 2008, para la misma gestión 2008 en la Argentina llegaron a 102 contenedores con un crecimiento de 11.83%.

El 2009 las exportaciones a la Argentina llegaron a 107 contenedores con un crecimiento de 12.41% al Brasil 113 contenedores con un crecimiento de 11.86% que se mantiene constante hasta el 2012.

- Con esto se llegó a demostrar el Objetivo General: Asociar a las PYMES (Sector textiles) de la ciudad de El Alto del Distrito 6, mediante los Distritos Industriales para aprovechar al máximo sus capacidades creativas, productivas y comerciales para la exportación de pantalones jeans al MERCOSUR con preferencia a Brasil y Argentina.

3.13. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El criterio para la segmentación de mercado de pantalones jeans son factores demográficos, la actitud hacia la moda, el tipo de actividad, circunstancias especiales y estilo de vida, factores económicos, conocimiento de la marca y preferencias, índice precio/calidad, desarrollos en estilos y moda, clima y medioambiente.

La mayoría de estos criterios son más o menos similares al de la ropa en general. Los desarrollos en estilos, moda y nombres de marca en el sector de los pantalones jeans se discutirá más adelante.



3.14. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Canales interesantes para los exportadores en los países en desarrollo pueden ser:

- Importadores mayoristas
- Fabricantes mayoristas
- Organizaciones importadoras minoristas, como ser múltiples ropas, pantalones jeans especializados o ropa casual o de ocio, tiendas de departamentos y variedad, organizaciones de compra, empresas de compras para el hogar así como también supermercados e hipermercados.

Agentes trabajan principalmente con nombres de marca y se requiere capital de inversiones. Por estas y otras razones, este canal es menos interesante para la mayoría de los exportadores en los países en desarrollo.

3.15. FORMATOS DE VENTA AL POR MENOR

El balance y participación de las etiquetas de diseño, marcas, etiquetas propias de venta al por menor y de pantalones jeans sin marca dependen fundamentalmente de la naturaleza del formato de venta al por menor en un país o región. Los pantalones jeans son vendidos al por menor a través de toda la UE en una variedad de formatos de venta minorista. Cada uno de estos formatos tendrá una variedad diferente de mercadería y será por supuesto, vendida en diferentes precios.



- Tiendas de departamento: las ventas son mayormente marcas y a un nivel de precio superior. Solo una pequeña parte forma etiquetas privadas. Ejemplos: Debenhams (Reino Unido), Galerie Lafayette (Francia), Bijenkorf (Países Bajos), Karstadt y Kaufhof (Alemania) y El Corte Inglés (España).

CAPITULO IV

MARCO PRÁCTICO

4.1. DE LAS ENTREVISTAS

Así mismo se utilizaron las entrevistas para los gerentes generales y trabajadores de las empresas con el fin de recolectar información acerca de la aceptación de un distrito industrial para las PYMES.

ENTREVISTAS

SEÑOR JAVIER MAMANI PRESIDENTE DE APPECAL

1. ¿COMO ESTAN ASOCIADAS LAS EMPRESAS Y PARA QUE FIN?

Para llegar a definir como están asociadas tenemos que llegar a catalogarlas como empresas, las empresas no son únicas de principio a fin hay algunas que están en la cúspide, otras a la mitad de su proceso y otras iniciándose o son emprendedoras, pero les falta un montón de aditamentos para llegar a ser empresas.

El fin es buscar nuevas oportunidades para ir avanzando.

2. ¿CUAL ES EL CONCEPTO QUE TIENE SOBRE DISTRITOS INDUSTRIALES?

Geográficamente los distritos industriales no deberían estar conjuntos o adjuntos en lugares residenciales, si no gozar de espacios para su libre proceso.

3. ¿QUE PROPUESTA TIENE USTED PARA ESTE PROYECTO DE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES?

Para hablar de propuesta hay que ser demasiado soñador, hay que ver todas las factibilidades necesarias para que esto suceda, hay que hacer un buen trabajo de estudio para un día despertar y sea la realización de ese proyecto.

4. ¿LA CIUDAD DE EL ALTO ES CONSIDERADA COMO CIUDAD INDUSTRIAL QUE PIENSA SOBRE ESO?

Es totalmente cierto, pero no vamos a decir que es una ciudad industrial a gran nivel, es una industria de hormigas si un poco calificamos y hacemos una comparación entre La Paz y la ciudad de El Alto vamos a ver claramente que la ciudad de La Paz, la mayor cantidad de habitantes pertenecen al sector administrativo es decir educación estatal y muchas situaciones administrativas, en cambio la ciudad de El Alto es más laboral son pocas las instituciones administrativas lo que más prima en la gente emprendedora que existe en la ciudad de El Alto debido a que la ciudad se convirtió en una ciudad de transformadores porque no tenemos en la ciudad de El Alto recursos naturales, otras situaciones que podrían apoyar la parte económica del ser humano, lo que aquí prima es la manufactura es sus diferentes rubros, carpintería, metal mecánica, industria de la hotelería, confección en textiles eso nos da a entender que es una ciudad manufacturera.

5. ¿TIENEN EL APOYO DEL GOBIERNO?

No contamos con el apoyo del gobierno, el pequeño, mediano y micro empresariado de El Alto como hace su economía de repente se olvida de la familia, de repente saca todo lo que tiene en el bolsillo sobre la mesa y lo convierte en una actividad entonces cuando hablamos de ese tipo de situaciones vemos que el emprendimiento es entero, total no hay situaciones de colaboración, ayuda porque eso se centra en muy pocas personas que gozan de alguna situación de favoritismo político esa es la versión que tengo sobre las ayudas y colaboración por parte de las entidades gubernamentales, es cierto estamos en camino de trabajar conjuntamente sabemos que si nosotros no somos parte para poder llevar adelante ciertas situaciones que tienen como preceptos el mismo municipio vamos a dar a lugar que ciertos fondos o POAs que están destinados a nuestro sector están estancados.

SEÑOR SATURNINO RAMOS PRESIDENTE DE FERMYPE

1. ¿COMO ESTAN ASOCIADAS LAS EMPRESAS Y PARA QUE FIN?

Dentro de nuestra federación existen asociaciones en los diferentes rubros, cuero, madera, textiles, artesanía lo que con lleva a la producción y transformación con valor agregado, y las asociaciones a su vez albergan como asociación a varias instancias productivas, en una asociación tenemos de 40 a 400 afiliados la más sugerida y antigua es la de APPECAL son pequeñas empresas familiares.

El objetivo principal con el que nació la federación fue para defendernos de impuestos nacionales, porque cuando nacimos a la luz pública como unidad productiva nos obligaban a que fuéramos formales pero en el tiempo de formalidad nos generaban muchas multas

2. ¿CUAL ES EL CONCEPTO QUE TIENE SOBRE DISTRITOS INDUSTRIALES?

Socialmente de los que debería existir actualmente en el Alto muchas se han retirado se han ido a Chile a Perú o se fueron a Santa Cruz porque lamentablemente a nivel La Paz y a nivel Nacional el Estado no fomenta, no apoya a la consolidación de los emprendimientos económicos, tenemos una treintena de fábricas que se han ido al Perú y ellos nos venden nuestros productos como productos peruanos, estuvieron aquí no tuvieron apoyo del Estado se fueron al Perú les dieron terrenos les dieron impulso necesario ahora nos llenan con sus productos nuestros mismos hermanos.

3. ¿QUE PROPUESTA TIENE USTED PARA ESTE PROYECTO DE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES?

Que socialmente no esté dirigida la consolidación de los empresarios que ya tienen establecidos sus unidades, si no que sean nuevas unidades.

4. ¿LA CIUDAD DE EL ALTO ES CONSIDERADA COMO CIUDAD INDUSTRIAL QUE PIENSA SOBRE ESO?

Bueno con relación a Santa Cruz El Alto es la segunda parte, Santa Cruz nos está llevando en tema industrial, pero el Alto no es tan industrial somos unos cuantos, somos determinadas empresas, la micro empresa y el emprendimiento económico

independiente a nivel familiar es el 83%, El Alto es cuna del micro empresariado nacional.

5. ¿TIENEN EL APOYO DEL GOBIERNO?

Después de luchar año tras año estamos logrando algunas cosas pero que socialmente son parches ojala que esta gestión y la que viene pueda formalizarse lo que hemos demandado en la cumbre nacional de diciembre del año pasado donde claramente hemos pedido una nueva política fiscal de estado un nuevo sistema tributario identificando a los verdaderos actores del movimiento económico, una modificación al código de comercio que proteja la producción nacional y una revisión del código laboral que contemple los niveles en sus distintas instancias a los generadores de empleo y generar una ley financiera que realmente nos llegue a nosotros y no a las grandes y mínimamente que se genere una ley de inversión que pueda fortalecer a un socio estratégico a nivel de producción en una determinada área, hay interés en invertir en una determinada área pero si no garantizamos la inversión nadie quiere invertir en Bolivia esa es la realidad.

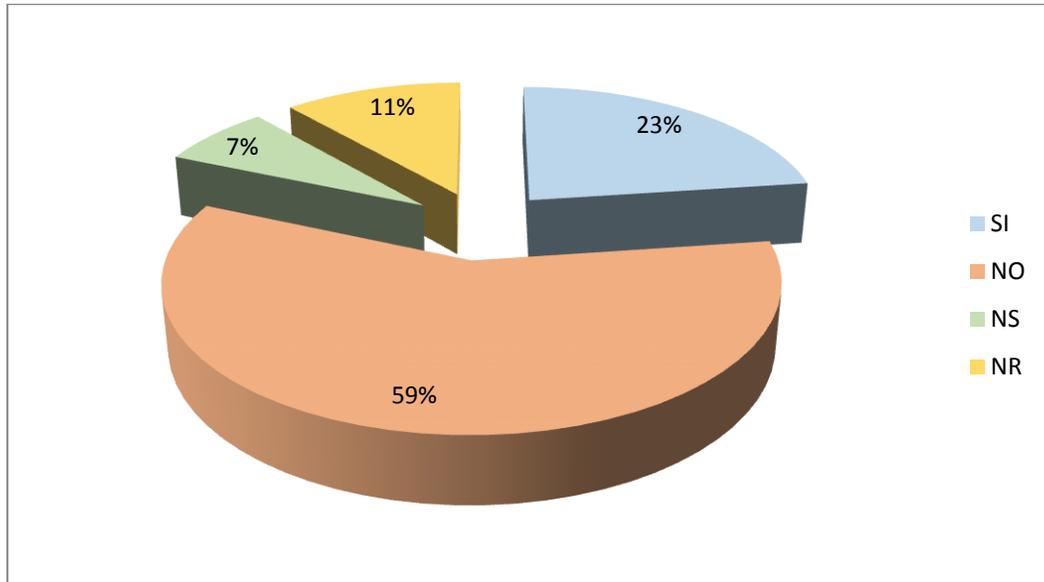
4.2. ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE EL ALTO DISTRITO 6

Se utilizaron 70 encuestas (se muestra el formato de dicha encuesta en el ANEXO) que van dirigidas a gerentes y empleados de las Pequeñas y Medianas Empresas con el fin de realizar un análisis si llegaron a tener conocimiento sobre los distritos industriales y las ventajas que estos les ofrecen para mejorar sus exportaciones y recíprocamente su calidad de vida.

A continuación se muestran los resultados obtenidos:

RESULTADOS OBTENIDOS

GRAFICO N° 9. PREGUNTA N° 1 ¿USTED CONOCE SOBRE LO QUE ES UN DISTRITO INDUSTRIAL?

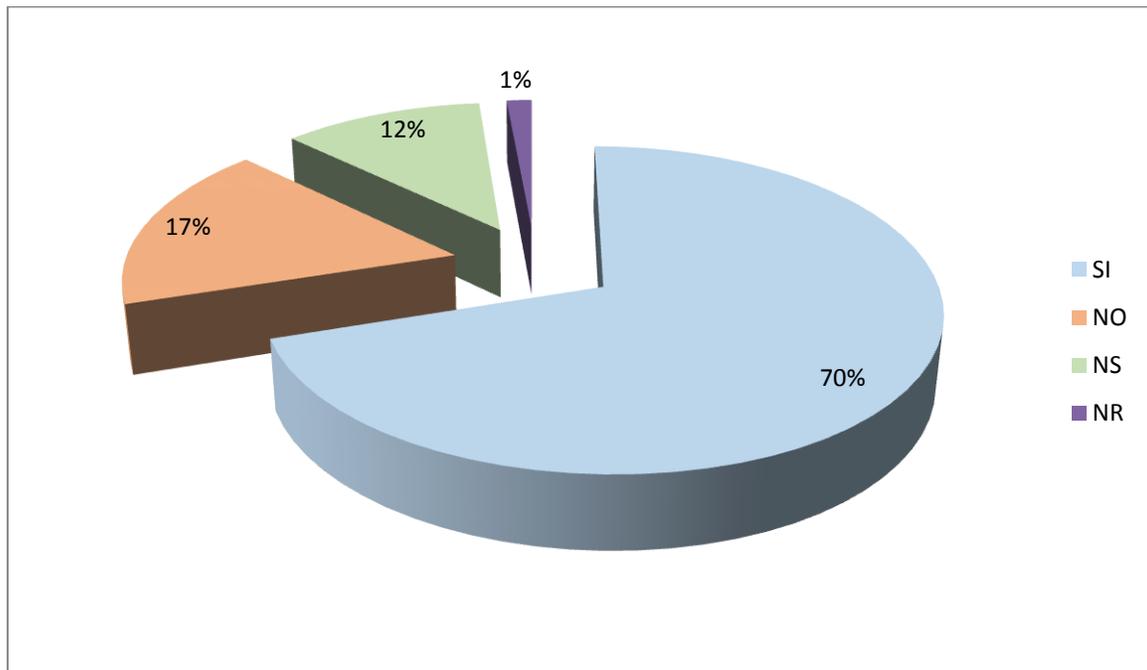


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 1 fue el de conocer si las pymes de la ciudad de El Alto Distrito 6, tiene algún conocimiento sobre el tema de los distritos industriales, con el fin de hacer un análisis a las pequeñas y medianas empresas.

- 59 % de las pequeñas y medianas empresas no conocen sobre que es un distrito industrial
- 23 % de los encuestados aseguran que si conocen un distrito industrial
- 11 % establecen que no saben nada referente al tema
- 7% no responde

GRAFICO N° 10. PREGUNTA N° 2 ¿SI SE LE PROPUSIERA UN PROYECTO DE DISTRITO INDUSTRIAL ESTARIA DE ACUERDO?

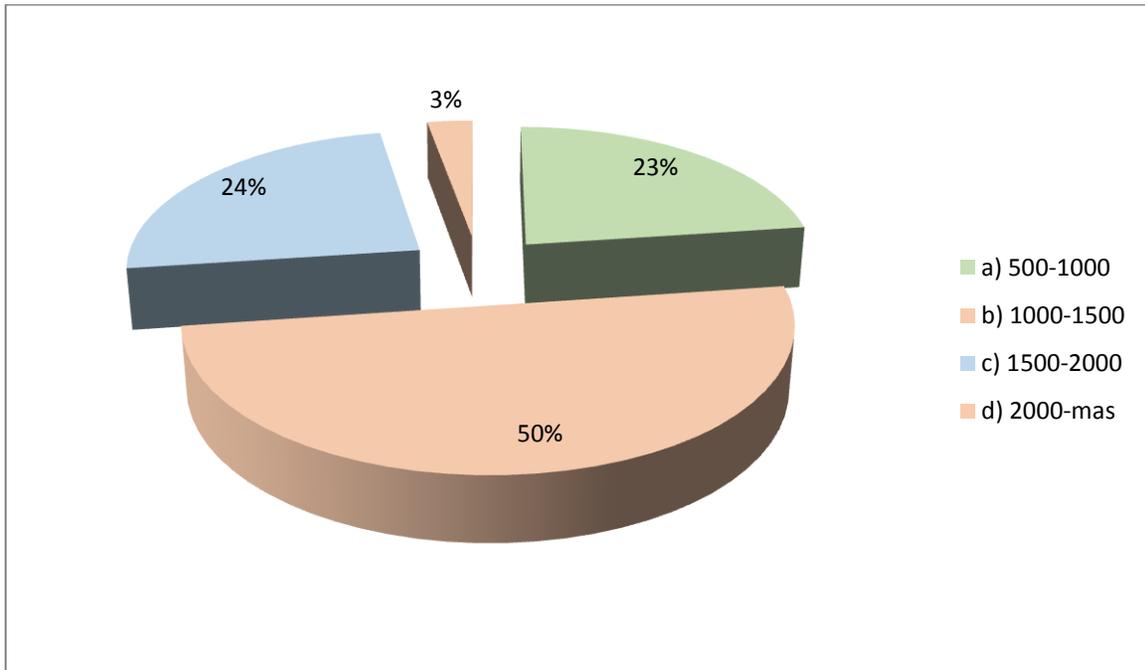


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 2 es saber si las pymes de la Ciudad de El Alto distrito 6, están de acuerdo en implementar este proyecto de los distritos industriales en su área para así mejorar las exportaciones de sus productos.

- El 70% de los encuestados establecen que si están de acuerdo con la propuesta de distrito industrial
- El 17% dicen que no están de acuerdo con dicho proyecto, esto por falta de conocimiento del tema
- 12% de los encuestados respondieron que no saben del proyecto
- 1% no respondió

GRAFICO Nº 11. PREGUNTA Nº3 ¿CUANTO ES SU INGRESO MENSUAL ACTUAL?

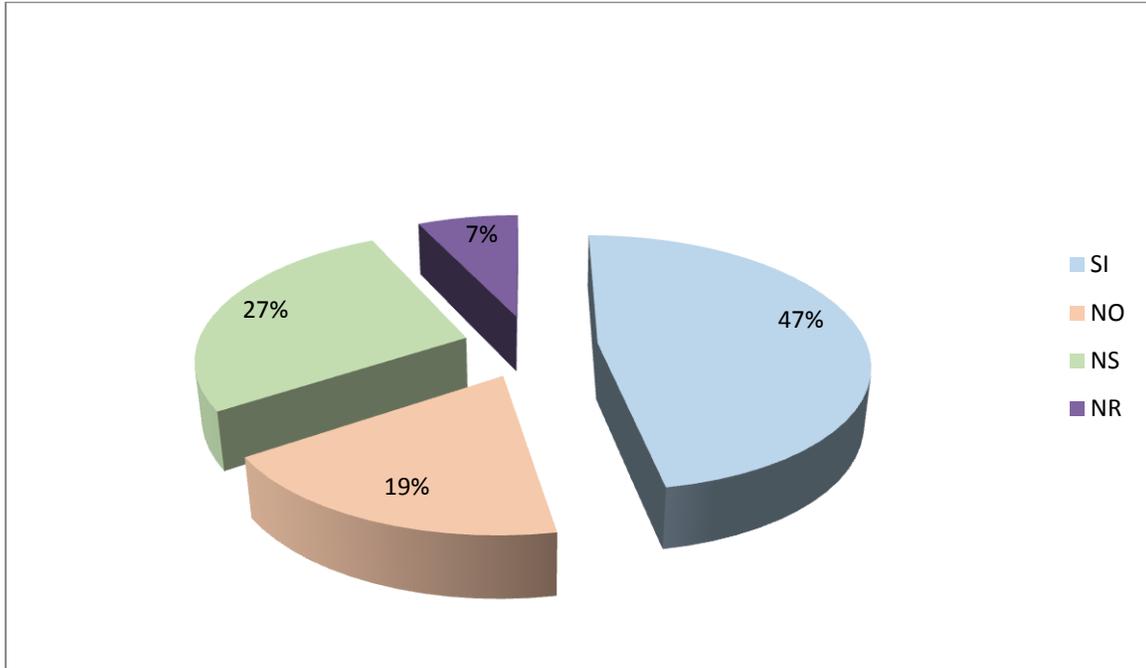


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 3 es saber cuánto es el ingreso mensual de los encuestados, para hacer un análisis si con la implementación de los distritos industriales se llegaría a incrementar sus ingresos.

- 23 % ganan 500 a 1000 Bs.
- 50 % de los encuestados afirman que obtienen un ingreso mensual de 1000 a 1500 Bs.
- 27 % establecen ganar mensualmente 1500 a 2000 Bs.
- 3 % ganan 2000 a más

GRAFICO N° 12. PREGUNTA N° 4 ¿USTED SABE QUE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES PODRIA MEJORAR SUS INGRESOS?

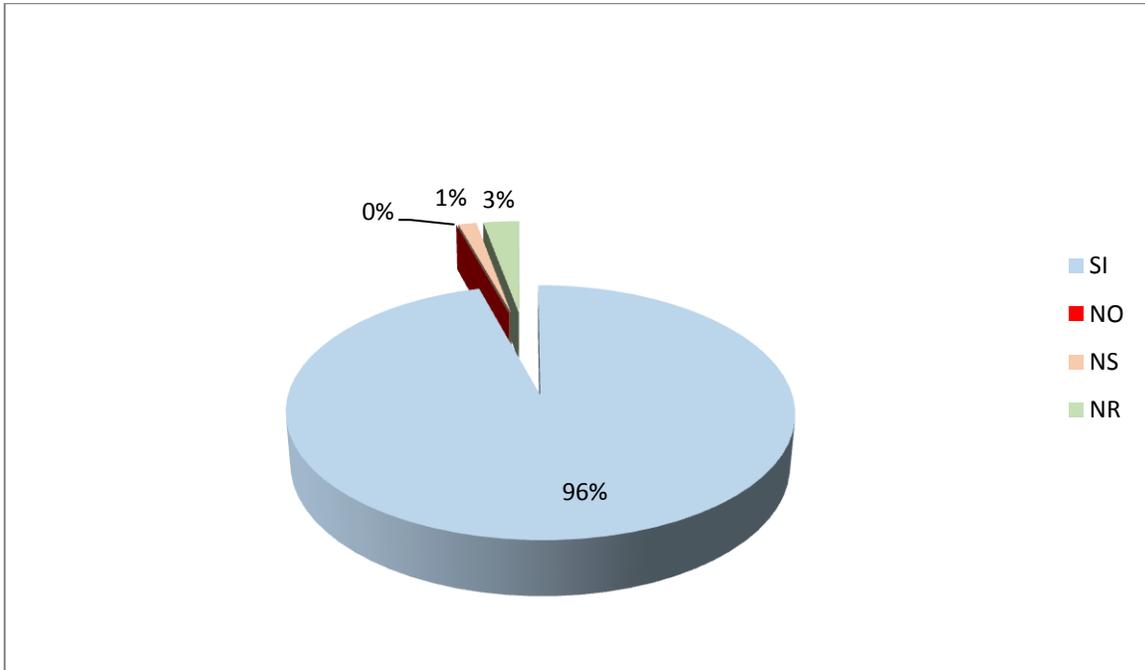


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 4 es si los encuestados, tuvieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con la propuesta de los distritos industriales con el fin de que las pymes puedan mejorar su producción y sus exportaciones.

- 47 % de los encuestados tienen conocimiento que con los distritos industriales mejorarían sus ingresos
- 27 % establece que no saben si llegarían a mejorar sus ingresos
- 19 % afirman que no mejorarían sus ingresos porque no tienen ninguna oportunidad
- 7 % no respondió

GRAFICO Nº 13. PREGUNTA Nº 5 ¿DESEARIA CONTAR CON MAYOR CAPACITACION EN SU AREA?

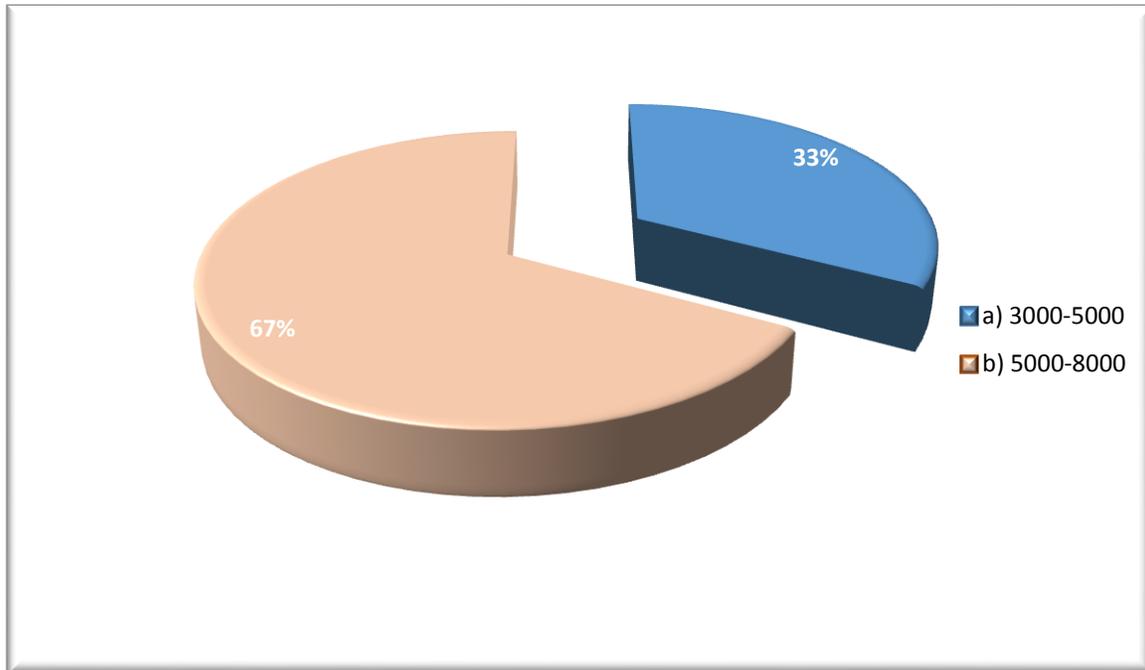


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 5 es llegar hacer un análisis de si las empresas desearían contar o no con la suficiente capacitación en su área.

- 96 % de los encuestados afirman que si desearían contar con mayor capacitación en su área de trabajo, con el fin de llegar a obtener mayor información.
- 3 % no responde
- 1 % no sabe

GRAFICO N° 14. PREGUNTA N° 6 ¿SI SE IMPLEMENTARIA EL PROYECTO DE DISTRITOS INDUSTRIALES, PODRIA ESTAR EN MEJORES CONDICIONES, QUE RANGO DE INGRESOS LE GUSTARIA PERCIBIR?

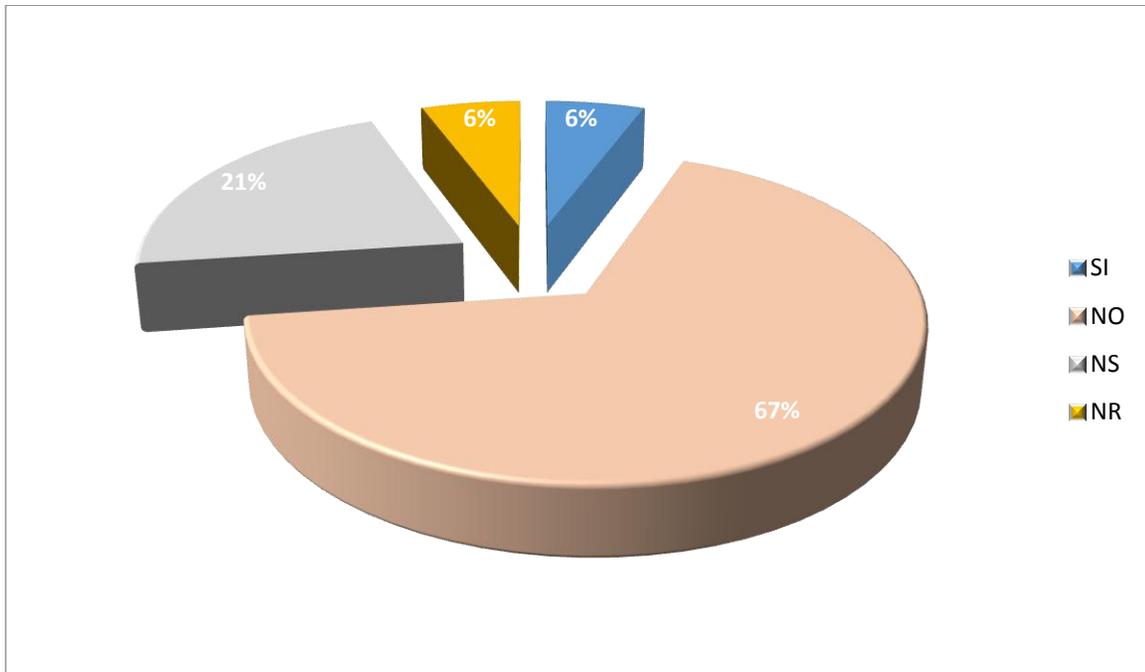


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 6 es llegar a establecer cuanto pretenden ganar los encuestados si se implementaría el proyecto de los distritos industriales, sabiendo que podrían mejorar sus condiciones.

- 67 % de los encuestados pretenden ganar un rango 5000 a 8000 Bs.
- 33 % quisieran ganar en un rango de 3000 a 5000 Bs.

GRAFICO Nº 15. PREGUNTA Nº 7 ¿CONOCE UN DISTRITO INDUSTRIAL EN FUNCIONAMIENTO?

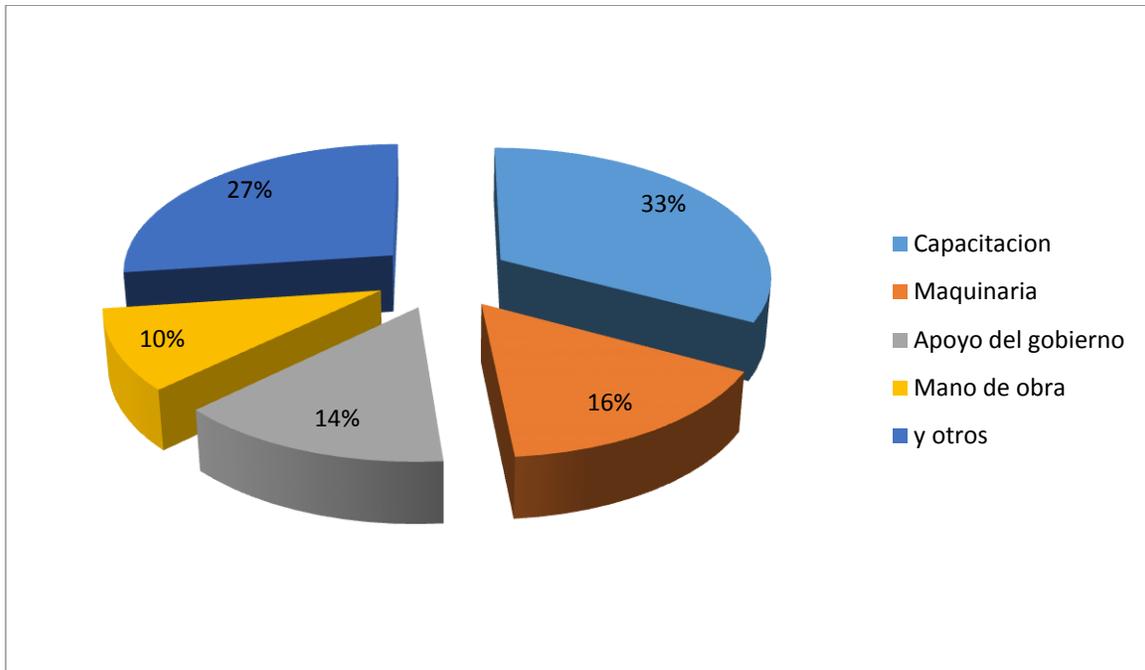


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 7, es llegar a conocer si los encuestados conocen si en algún sector local de la Ciudad de El Alto Distrito 6 se implementó un distrito industrial.

- 67 % de los encuestados no tienen ningún conocimiento de que en un sector local se haya implementado un distrito industrial
- 21 % no saben de un sector local
- 6 % tienen conocimiento de que existe un distrito industrial en un sector local
- 6 % no responde

GRAFICO Nº 16. PREGUNTA Nº 8 ¿QUÉ REQUERIRIA USTED PARA EL FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE UN DISTRITO INDUSTRIAL Y SU AREA COMERCIAL?

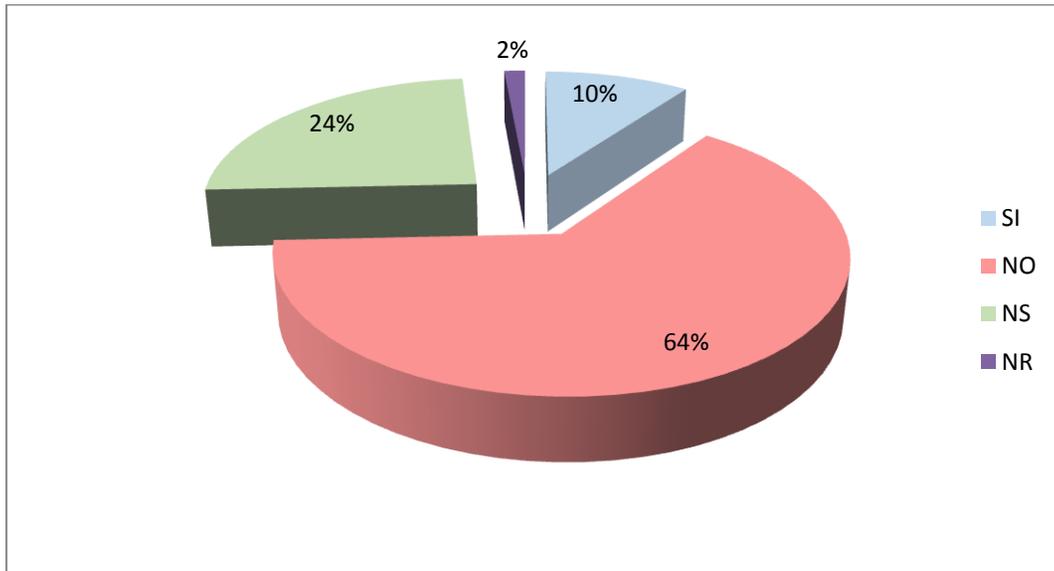


FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 8 es, saber cuáles son las necesidades de las empresas y también de los trabajadores para mejorar su área comercial.

- 33 % de los encuestados exigen mayor capacitación para su área.
- 27 % de los encuestados piden (Financiamiento, mayor producción, incentivos, responsabilidad, etc.).
- 16 % establecen necesitan maquinarias más modernas, y tecnológicas.
- 14 % quieren más apoyo del gobierno para llegar a sus objetivos.
- 10 % requieren mano de obra calificada.

GRAFICO Nº 17. PREGUNTA Nº 9 ¿CONOCE ALGUN ACUERDO O LEY QUE RESPALDE A LOS DISTRITOS INDUSTRIALES?



FUENTE: ELABORACION PROPIA

El objetivo de la pregunta 9 es llegar a conocer si los trabajadores de las pymes de la Ciudad de El Alto Distrito 6 tienen conocimiento de si existe una ley que respalde estos distritos industriales.

- 64 % de los encuestados no conocen ninguna ley
- 24 % no saben si existe alguna ley que los respalde
- 10 % tienen conocimiento de que existe una ley que respalda a los distritos industriales y las pymes
- 2 % no responde

• Con lo que se llegara a demostrar el tercer objetivo específico: **Considerar los Distritos Industriales como un instrumento para mejorar las exportaciones de pantalones jeans creados por las PYMES del Distrito 6 de la ciudad de El Alto.**

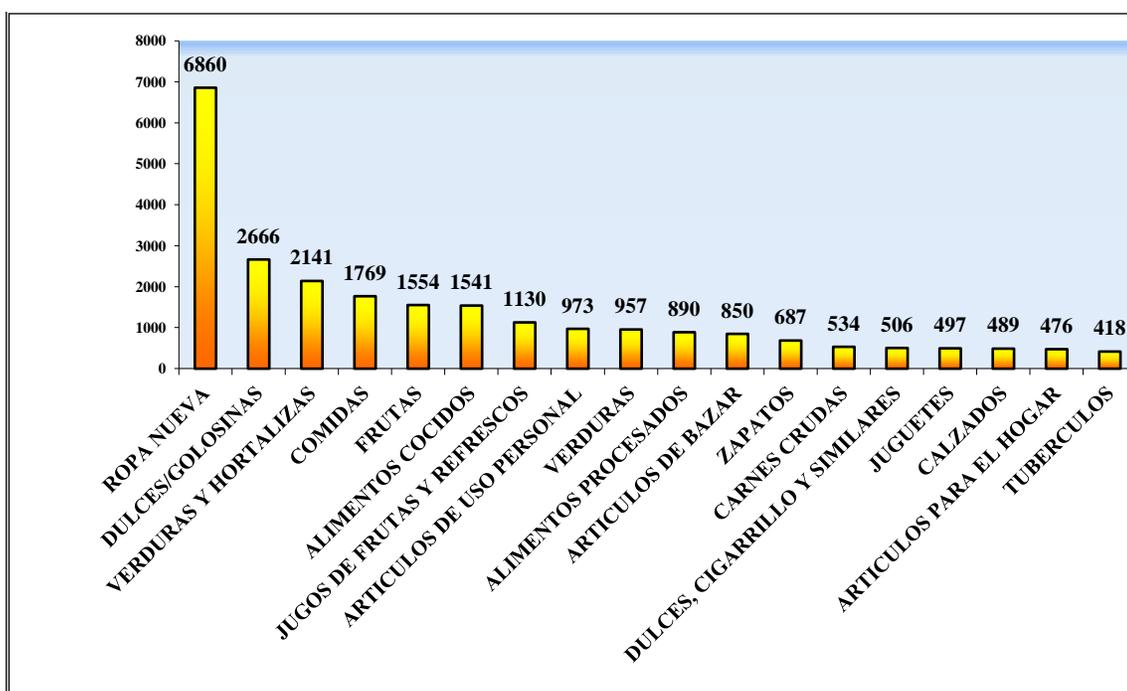
Y conforme a la encuesta realizada se pudo comprobar que si existe aceptación por parte de las pymes del Distrito 6 para la implementación de Distritos Industriales, porque generan más ingresos, más fuentes de trabajo y un desarrollo económico.

CAPITULO V

IMPLICANCIA DE LOS RESULTADOS

Aparte de las cifras cuantitativas existen otras implicaciones cualitativas que merecen considerarse para efectuar un análisis completo. Interesa tanto el número de empleos como el tipo y calidad de ocupaciones que se ofrece en la economía.

GRAFICO N° 18. PUESTOS POR RUBRO



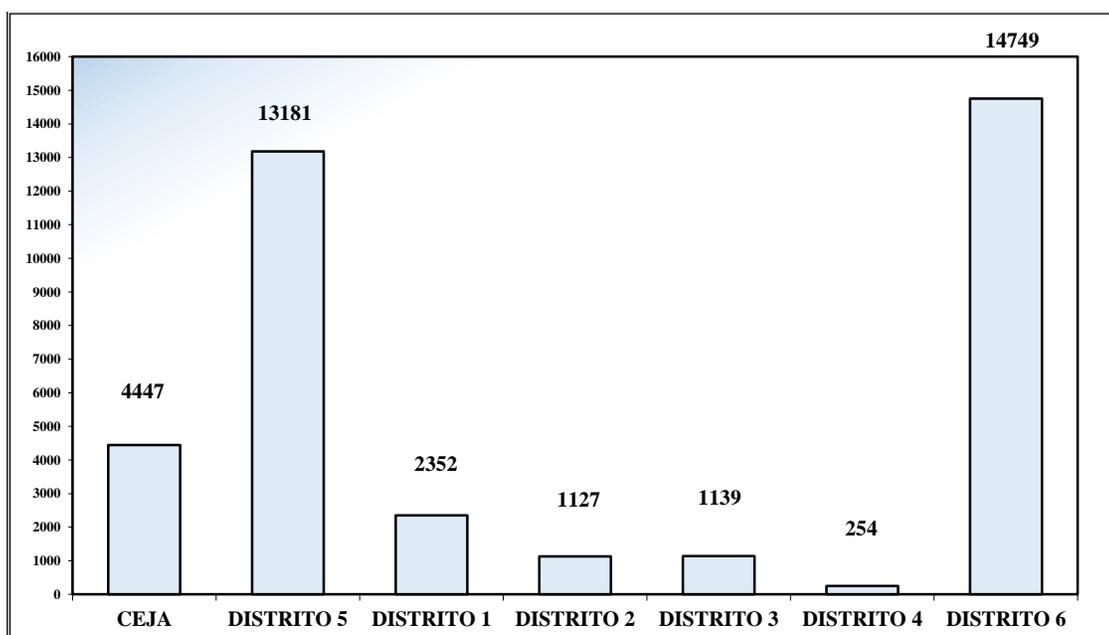
Fuente: Elaboración propia en base a datos GMEA

La década de los setenta se caracteriza por ser un período de relativo crecimiento económico estable. En esa década se obtuvieron tasas de crecimiento de ocupación superiores a la tasa de crecimiento demográfico; siendo las tasas de crecimiento de la desocupación frecuentemente negativas (más o menos en 1980 se revierte la tendencia y aparecen una serie de particularidades que serán comentadas en secciones posteriores).

Las cifras de empleo, indican que el sector de agricultura era el que ocupaba a la mayor parte de la población. Asimismo, el número de empleados en los otros sectores productivos: minería, manufactura y petróleo, era comparativamente menor que el de los contratados en el sector de Servicios de Tipo II. Además, el sector de Servicios de Tipo I muestra tasas de crecimiento superiores al del sector de Servicios de Tipo II, mostrando la ocupación generada por la fuerte inversión en infraestructura. Casi todos los sectores muestran tasas de crecimiento de ocupación positivas salvo el caso del sector petrolero que presenta fuertes fluctuaciones.

Los datos anteriores muestran la evolución de lo que se conoce como empleo general, sin hacer referencia a su tipo; pero, se debe distinguir entre el empleo formal, informal y el subempleo⁵⁷. Lamentablemente, existen pocos datos fidedignos sobre estos temas para años anteriores a los ochenta; no obstante, hay suficientes indicios como para hacer algunos comentarios.

GRAFICO N° 19. DISTRIBUCION DE PUESTOS POR MACRO DISTRITO



⁵⁷ Las características para calificar a un determinado empleo como formal se refieren al cumplimiento de ciertas normas, legales y laborales, que tienden a garantizar un buen nivel de productividad.

El empleo formal ha estado asociado, en las últimas décadas, a las actividades del Estado y, en general, se trata de un empleo de tipo administrativo. El sector privado, aunque ha desarrollado un significativo espectro productivo, aun no se ha extendido lo suficiente como para generar la mayor parte del empleo formal. Por lo demás, este sector ocupa gran cantidad de auto empleados.

Además, la fuerza laboral boliviana tiene problemas estructurales. El primero se refiere a la falta de mano de obra calificada. Se ha hecho, en general, poco esfuerzo sistemático por entrenar mano de obra y las empresas industriales tampoco se han preocupado por este aspecto.

Esto limita los esfuerzos de ganar en diversificación y productividad en la economía boliviana. Y por lo tanto representa un factor determinante de desarrollo económico retrasado para el Distrito 6 de la ciudad de El Alto.

La disciplina de la mano de obra y el esfuerzo de trabajo. Las tasas de empleo en el sector organizado han sido siempre bajas, lo que no es conducente a la disciplina laboral. Los nuevos ingresantes al mercado laboral, que nunca han desarrollado un empleo, manifiestan su falta de condicionamiento a las normas de trabajo⁵⁸.

El tercer problema se refiere a la calidad del empleo. En la mayor parte de los empleos actuales no se pueden alcanzar niveles productivos altos. Así, resulta frustrante para el empleado realizar labores que no llevan a un mayor desarrollo de sus habilidades como trabajador.

Por otra parte, las estadísticas oficiales de tasas de desempleo abierto no muestran tasas altas. Esto ha llevado a confusiones muy grandes a la hora de definir políticas económicas.

Aunque es cierto que no se encuentra con facilidad gente que no esté desarrollando alguna actividad, existe cierta tendencia a descuidar la consideración en forma particular del empleo femenino, el subempleo y la informalidad. Estos tipos de empleo aumentaron su participación en las dos últimas décadas.

⁵⁸ Este problema permite suponer que la fuerza laboral no alcanzará su plena productividad hasta algunos años después de entrar en una fase de actividad acelerada.

La participación de la mujer en el mercado laboral ha sido tradicionalmente bastante baja y generalmente dedicada a ocupaciones de bajo nivel salarial. Aparte de la discriminación, este hecho se debe al nivel de educación exigido a las mujeres para ocupar cargos con buenos salarios, esta debe ser notablemente más alta que en el caso de los varones. En los últimos años la participación femenina se ha incrementado, especialmente en actividades de la economía informal, siendo su alta participación una característica de este sector.

CUADRO N° 16. EMPLEO POR SECTORES, EDUCACION Y SEXO DE LA CIUDAD DE EL ALTO

	HOMBRES (%)	EDUCACION (AÑOS)	MUJERES (%)	EDUCACION (AÑOS)
SECTOR PUBLICO	27.60	11.70	17.20	13.20
EMPRESAS CAPITALISTAS	22.22	8.60	8.90	10.40
EMPRESAS PEQUEÑAS	22.40	7.40	8.10	7.70
EMPLEO FAMILIAR	27.40	5.00	52.40	3.80
EMPLEO DOMESTICO	3.90	3.60	13.90	3.50
TOTAL	100	820	100	630

Asimismo, la población no podrá estar desocupada en forma abierta por largo tiempo ya que necesita ingresos.

Ante la falta de oportunidades de trabajo en el mercado laboral organizado, la mano de obra comenzó a ocuparse en el mercado laboral del sector informal haciendo crecer la economía informal. De esta forma aparece un tipo de empleo, basado en el autoempleo en actividades marginales, que en Bolivia se asocia a la economía informal.

Aunque no haya cifras exactas que muestren el incremento del empleo informal a lo largo de los años setenta; existen indicios, como la expansión de servicios a nivel callejero, que muestran este aumento.

En los ochenta existen pruebas fehacientes de que el mercado de trabajo informal se había extendido y adquirido una importancia mayor en la economía del país. Lo malo de esta situación es que tanto los ingresos como las condiciones de trabajo en este sector son notablemente inferiores a los que se puede obtener en el mercado formal. Las actividades informales se concentran en actividades de servicios de poca productividad, por lo que los salarios pagados son sumamente bajos⁵⁹.

Por último, existe el subempleo, es decir, aquel empleo que disfraza tanto el desempleo abierto como el empleo informal. Este problema introduce fuertes sesgos en las estimaciones sobre productividad laboral en el sector organizado porque no se tienen cifras acerca del porcentaje de personal ocupado que estaría en esta situación.

La entrada analítica dirige la atención hacia la organización de la economía popular la cual se estructura a partir de estrategias de integración vertical y diversificación ocupacional.

Esta dinámica limita la especialización del proceso productivo y la socialización de riesgos con otras empresas. Como resultado se observa mercados con precarios eslabonamientos productivos dentro de la economía popular así como de este segmento económico con el sector exportador.

La propensión al aislamiento de unidades económicas autosuficientes contrasta con la enorme capacidad de acción colectiva y asociativismo en otras esferas sociales y políticas.

Nos inclinamos a buscar la explicación para la baja confianza y los precarios eslabonamientos en el marco institucional y más específicamente, en la inadecuación e insuficiencia de las reglas formales e informales en la definición de mínimas garantías, mecanismos accesibles de resolución de conflicto y legítimos espacios de control social para que los actores cuenten con las condiciones y motivaciones que

⁵⁹ En este sentido, la urgencia de lograr ingresos y la falta de oportunidades laborales permitió el crecimiento del sector informal.

resulten en estrategias de socialización de riesgos con otros actores económicos y consecuentemente, niveles más avanzados de articulación económica.

En esta parte exploramos en más detalle el rol de las instituciones formales e informales en la construcción de los espacios económicos. Analizamos como el marco institucional define las condiciones para que las estrategias de integración y diversificación sin especialización prevalezcan en la economía boliviana.

Vemos que el contexto normativo y de políticas económicas resulta más adverso que propiciador del crecimiento sostenido de la economía popular. Esto porque los agentes económicos responden a los incentivos que emanan de su entorno con estrategias que establecen dinámicas productivas con limitada capacidad de generación de ingreso y empleo de calidad.

La cantidad de empleos que se ofrecía durante los años inflacionarios fue muy limitada. Luego de iniciado el período inflacionario varios sectores comenzaron a racionalizar personal. Sin embargo, antes de 1985 el sector público⁶⁰ mantenía a sus trabajadores en sus empleos, aún a costa de mayores déficit fiscales. Como los salarios ofrecidos eran bajos, muchos empleados preferían abandonar sus puestos de trabajo.

⁶⁰ No cabe duda de que todos participaron en la "moda huelguística", hasta los directamente afectados pues basta recordar que la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia organizó en febrero de 1984 un "paro" de 48 horas. Por lo demás, las organizaciones cívicas regionales no perdían oportunidad para organizar "paros". Por último, la actitud de la Central Obrera Boliviana que era la de seguir las exigencias de sus bases y ante la perspectiva de perder credibilidad frente a ellas, también cumplía con su parte.

5.1. MATRIZ DE INTEGRACIÓN DE DISTRITOS INDUSTRIALES

CUADRO Nº 17. MATRIZ DE INTEGRACIÓN DE DISTRITOS INDUSTRIALES

EMPRESAS TEXTILERAS	PRODUCTO	PRODUCCIÓN CANTIDAD en unidades	EXPORTACIÓN		MERCADO	EMPLEADOS CANTIDAD	CAPACITACIÓN	FINANCIAMIENTO	GARANTÍAS
			VOLUMEN (EN TONELADAS)	VALOR BS.					
FYT S.R.L.	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	60.000	60	25.000	BRASIL	85	CORTE/COSTURA	350.000	PERSONAL
GRUPO TEXMF S.R.L.	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	130.000	80	120.000	BRASIL	100	ARMADO/DISEÑO	190.000	PERSONAL
VAL & FAL LTDA.	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	50.000	40	80.000	ARGENTINA	80	CORTE/COSTURA	70.000	BANCARIA
VIRGINIA MARCA TANCARA	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	250.000	120	140.000	ARGENTINA	130	COMERCIALIZACION	130.000	BANCARIA
W.S.CH.TEX	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	200.000	130	110.000	ARGENTINA	110	CORTE/COSTURA	190.000	PERSONAL
WIÑAY ISI	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	90.000	60	100.000	BRASIL	75	COMERCIALIZACION	250.000	BANCARIA
ARTE HUELLAS DEL SOL	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES, RÉPLICAS DE TEJIDOS ANCESTRALES	320.000	140	230.000	ARGENTINA	190	COMERCIALIZACION	324.560	BANCARIA

Un gran proceso de homogeneización de mercados internacionales a través de distritos industriales a escala mundial, que se podría vaticinar como imparable. Y es que, seguramente, nunca en la historia de la humanidad ha existido un proceso comparable por su envergadura, amplitud y efectos. Fruto de la creciente globalización se empieza a imponer una hegemonía cultural que amenaza con estandarizar y homogeneizar los gustos, hábitos y costumbres de las diferentes civilizaciones que habitamos el planeta.

Los jóvenes de distintos países empiezan a converger en gustos, todos ellos impuestos mediante grandes y costosas campañas de marketing, vistan de similar estilo con marcas internacionalmente conocidas. En cierta manera se puede decir que se pierde la diversidad cultural existente en pos de la creación de un gran mercado global y brutalmente estandarizado por medio de los distritos industriales.

Evidentemente, detrás de todo esto existen importantes intereses comerciales por parte de las pymes, disfrutan así de un gran mercado global con millones y millones de personas adquiriendo sus productos. Producir de forma masiva, lo que minimiza los costes de producción debido a las llamadas economías de escala, para abastecer un gran mercado de gustos estandarizados.

El proceso se encuentra muy avanzado, y los intereses económicos en juego son muy importantes como para que nadie pueda intervenir. Así que no queda más que acostumbrarnos a lo que será una nueva era global, en la que la gran cultura imperante dominará en el mundo.

5.2. ANALISIS INFERENCIAL

5.2.1. PASO 1. Formulación de Hipótesis:

$H_0 : \beta_I = 0 \Rightarrow$ El tema no está adecuadamente especificado y NO SIRVE

$H_1 : \beta_I \neq 0 \Rightarrow$ El tema esta adecuadamente especificado y SIRVE

Lo que indica que sirve para el análisis del conjunto de regresores están determinando el comportamiento de la variable dependiente.

5.2.2. PASO 2. Nivel de Significación:

Para la presente investigación llegaremos a tomar un nivel de significancia de $\alpha = 5\% \Rightarrow \alpha = 0.05$ ($1-\alpha=95\%$)

5.2.3. PASO 3. Estadístico de Prueba:

Para este análisis recurriremos a la docimasia de hipótesis en función a la DISTRIBUCION NORMAL para lo cual realizaremos algunas operaciones auxiliares para poder obtener la media, Varianzas y la desviación estándar de la variable producción de jeans y porcentaje participación en la economía. Previamente deberemos obtener la Media Aritmética⁶¹ – la Varianza⁶² y la Desviación⁶³ Standard.

$$Z = \frac{x - \mu}{\sigma}$$

⁶¹ La Media Aritmética por definición es el resultado de sumar todos los elementos del conjunto y dividir por el número de ellos: $Media\ Aritmetica = \frac{x_1 + x_2 \dots + x_n}{n}$

⁶² La Varianza, V, por definición es el promedio de los cuadrados de las desviaciones, $(x_i - \bar{x})^2$, de cada elemento, x_i , respecto a la media, $V = \frac{(x_1 - \bar{x})^2 + (x_2 - \bar{x})^2 \dots + (x_n - \bar{x})^2}{n}$:

⁶³ La desviación típica o desviación estándar, σ , es la raíz cuadrada de la Varianza: $\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}$

CUADRO Nº 18. SERIE HISTORICA DE PRODUCCIÓN DE JEANS POR LAS PYMES

AÑO	TOTAL PRODUCCIÓN DE JEANS ESTIMADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA
2008	140.040	9.3
2009	141.270	9.1
2010	142.500	8.9
2011	143.730	8.8
2012	144.960	8.6

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de IBCE –UDAPE

Haciendo los cálculos para la variable **PRODUCCIÓN DE JEANS** se obtiene

CUADRO Nº 19. CALCULO DE ESTADISTICOS

PRODUCCIÓN DE JEANS		PRODUCCIÓN DE JEANS Datos porcentuales	
Media	143115,0	Media	0,1250
Desviación estándar	1587,9	Desviación estándar	0,0222229
Varianza de la muestra	2521500,0	Varianza de la muestra	0,000493857

Haciendo los cálculos para la variable **PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA** se obtiene:

CUADRO Nº 20. CALCULO DE ESTADISTICOS DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA		PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA	
Media	8893,5	Media	0,1250
Desviación estándar	197,6	Desviación estándar	0,027877644
Varianza de la muestra	39063,0	Varianza de la muestra	0,000777163

La fórmula de trabajo será:

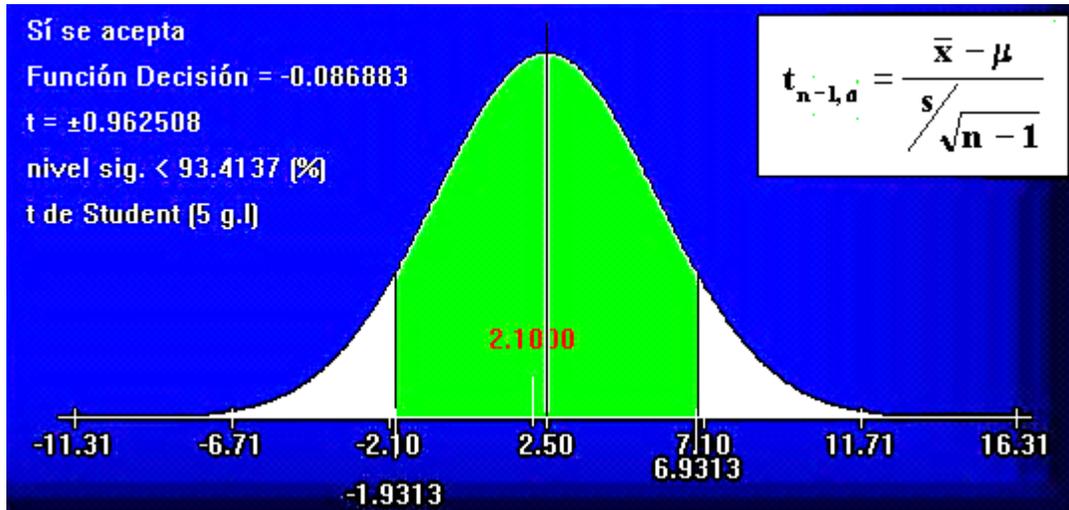
$$Z = \frac{(X - \bar{X})}{\sigma}$$

5.3. RELACIÓN DE PRODUCCION DE JEANS CON Y PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN LA ECONOMIA

CUADRO Nº 21. RELACION DE PRODJEAN VS %PECO

$Z_{PRODJEAN} = \frac{(X_{PRODJEAN} - \bar{X}_{PRODJEAN})}{\sigma_{PRODJEAN}}$	$Z_{\%PECO} = \frac{(X_{\%PECO} - \bar{X}_{\%PECO})}{\sigma_{\%PECO}}$
$Z_{REM} = \frac{(140.040 - 143.115)}{1587,92}$	$Z_{YFAM} = \frac{(9.309 - 8893,5)}{197,64}$
$Z_{REM} = -1.93$	$Z_{YFAM} = 2.10$

GRAFICO N° 20. DOCIMA DE HIPOTESIS RELACION DE PRODJEAN VS %PECO



La relación del PRODJEAN con %PECO, nos muestran claramente después de realizar los cálculos, que si existe una variación de -1.93 de la variable PRODJEAN y de 2.10 en la variable %PECO es decir ante un incremento en PRODJEAN existirá la variación de 0.17 en las %PECO que representara un factor determinante de motivación para la competitividad.

Ahora bien con respecto a la formulación de hipótesis indicaremos que se llega a rechazar H_0 y se acepta H_1

POR TANTO:

A un nivel de significancia del 5% se llega a la conclusión de rechazar H_0 y aceptar H_1 , donde se puede indicar claramente que si se acepta la propuesta de los distritos industriales, por estar debidamente especificado lo que a la vez nos sirve para los valores de predicción y la toma de decisiones en Política Económica de Bolivia.

- Y con esta parte final llegamos a demostrar la hipótesis: **CON LA ASOCIACIÓN DE LAS PYMES (SECTOR TEXTILES) DE LA CIUDAD DE EL ALTO DISTRITO 6, A TRAVÉS DE LOS DISTRITOS INDUSTRIALES SE LOGRARA UN MAYOR CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN LAS MANUFACTURAS DE PANTALONES JEANS.**

Observando que el comportamiento del proceso de la propuesta y planteamiento a nivel Bolivia en estos últimos años está determinado por un conjunto de variables y shocks aleatorios debidamente especificados sirviendo para la demostración de los factores de las remesas sobre el ingreso familiar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES SOBRE EL MARCO REFERENCIAL

A través del contenido del marco teórico y conceptual, se pudo llevar adelante un proceso efectivo de desarrollo del trabajo de investigación propuesto para las Pymes Distrito 6 de la ciudad de El Alto del sector manufacturero de la industria textil, porque mediante el, se fundamentó la estructura objetiva de la investigación, mediante la cual no solo se interrelaciono cada uno de los diferentes capítulos, si no la esencia contenida en cada uno de ellos.

Se puede concluir entonces, que el marco referencial, nos coadyuvo no solamente en las labores operativas del trabajo de investigación, sino también en la estructuración de los diversos procesos y pasos explicados dentro del contenido general de la investigación.

CONCLUSIONES DEL DISEÑO METODOLOGICO

Con la realización de esta investigación, se ingresó al campo de las Pymes del sector manufacturero de la industria textil de la ciudad de El Alto Distrito 6, la cual dio relevancia a las conclusiones del marco referencial y a la vez se identificaron aspectos internos que eran desconocidos para el estudio.

De las técnicas que se utilizaron, se llegó a la conclusión de que las Pymes, si tienen una visión de crecimiento, es decir las PYMES están dispuestas a realizar cualquier modalidad planteada, para lograr un crecimiento empresarial, siempre velando por sus intereses empresariales.

Al presentar la propuesta de distritos industriales a través de asociaciones de PYMES, el cual permita cubrir los mercados masivos, a los que se exponen, se pudo identificar que las PYMES están bastante interesadas, por la propuesta. El cual incentivo, a realizar estudios tanto externos como internos, para conocer si estas empresas de la ciudad de El Alto, son adecuadas para la aplicación de los distritos industriales.

Del análisis práctico que se realizó, se obtiene como resultados finales, que un Distrito Industrial entre PYMES de la ciudad de El Alto Distrito 6, logra un incremento de sus beneficios y un crecimiento institucional en todo ámbito, logrando en el futuro, cambiar de pequeña a mediana empresa y de mediana a una gran industria.

CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

La aplicación de los distritos industriales llevaría a mejorar las exportaciones y dar impulso a las PYMES de la ciudad de El Alto Distrito 6, esta propuesta puede ser una de las tantas soluciones para poder salir de la crisis actual por la cual atraviesan las pequeñas y medianas empresas, siempre y cuando se hagan uso de todos los factores estudiados en el presente trabajo de investigación.

Un distrito industrial entre empresas, tomando en cuenta el modelo de Von Thunen nos dice que el crecimiento en espiral por distrito industrial, fundamenta que para que exista un crecimiento y mejora en el comercio.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones expuestas en el presente trabajo de investigación están dirigidas a proporcionar sugerencias en base a los resultados del estudio. En este sentido las recomendaciones están dirigidas a las PYMES del sector manufacturero de la industria textil de la ciudad de El Alto.

- Las pequeñas y medianas empresas deben presentar criterios de carácter económico para el proceso de asociación.
- Desarrollar un modelo general de asociación industrial
- Se recomienda la inclusión de un distrito industrial en PYMES, aunque el formato puede parecerles un estudio largo y costoso, por lo menos deben contar con objetivos que quieran alcanzar en el futuro.
- Tener un espíritu de crecimiento e innovación es una virtud que lograra un crecimiento tarde o temprano. La necesidad de un cambio podría ser la clave para salir de los problemas que las PYMES atraviesan hoy en día.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFRED MARSHALL En Su Obra The Principles Of Economics (1890), Marshall En El Modelo De Distrito Industrial
- ASHTON, THOMAS, La Revolución Industrial 1760-1830, Mexico, D.F: Fondo De Cultura Económica.1993, Pág. 56-66
- ACOSTA OLMEDO, GABRIELA, BALDASI, PATRICIA, v, redes en las pymes: soluciones económicas comerciales Para la pequeña y mediana empresa, editorial pres tice hall, 1 era. Edición México 2000, pag.128
- ANDRÉS SALDÍAS POZO' El Desafío Para La Internacionalización De Pymes En Bolivia, sénior en comercio exterior, desarrollo empresarial y productivo en Bolivia, estados unidos, Europa del este, Asia y Latinoamérica. Facultad de postgrado Universidad del Valle, Cochabamba sep. 2010, pag.23
- ÁNGELES ERNESTO Y MUNCH LOURDES, 2003, métodos y técnicas de investigación, edit., trillas, México, pág. 116-117.
- ALBURQUERQUE, F. Metodología para el desarrollo económico local. Ilpes, Santiago de Chile, sección 19 economía inter. 1997, pág. 223.
- BALBÍN, MARÍA YANICED. (2007). los distritos industriales como modelo de competitividad para las pymes y mipymes. documento en proceso de publicación.
- BECATTINI, G. (1992): "El Distrito Industrial Marshalliano como Concepto Socioeconómico"; Sengenberger, W. (vol. I). Italia, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 2001.pag. 313
- BELLANDI, M. (1996): «Innovation and change in the Marshallian industrial districts»; en European PlanningStudies (Innovación y cambio en los distritos industriales marshalliana», estudios de Planificación de la UE) (4, 3); pág. 357-68.

- BELLANDI, M. (2006): «El distrito industrial y la economía de escala. Algunas reflexiones Sobre su relación»; en Economía Industrial pág (359).
- CENTTY VILLAFUERTE, Deymor B. Informe Pyme – Región De Arequipa 2002.pag 38.
- COSSENTINO, Francesco, PYKE, Frank y SENGENBERGER, Werner. (1996). Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial districts, OIT (Organización Intenacional Del Trabajo), Suiza, (Las respuestas locales y regionales a la presión mundial: el caso de Italia y sus distritos industriales, OIT .pág., 122.
- CAMAGNI, R. On the Concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading. Urban Studies, (Sobre el concepto de competitividad territorial: Estudios Urbanos, pág. 239-241). 2002
- CARLOS LÓPEZ CERDÁN RIPOLL, Distritos industriales: Experiencias de acción conjunta y cooperación interempresarial para el desarrollo de la pequeña y mediana industria. México pág. 2 vol. 20.
- CÁMARA DEPARTAMENTAL DE INDUSTRIAS DE EL ALTO, Primer Censo de Establecimientos Económicos de la Industria Manufacturera en la Ciudad de El Alto, sección-financiero, pág. 52(2009).
- CÁMARA DEPARTAMENTAL DE INDUSTRIAS DE EL ALTO, Informe Estadístico,Pag,22,2011
- CEDLA. Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario, publicación, La Industria en su Laberinto. Reestructuración productiva y competitividad en Bolivia, pág,12,2011.
- DAVID, P. Y JL ROSENBLOOM las externalidades marshallianas los mercados de factores y la dinámica de la localización industrial, Revista de Economía Urbana Pág. 28. Santiago(1990),
- DINI, MARCO. (1997). Enfoques Conceptuales para el Estudio de Pequeñas y Medianas Empresas, Mimeo, CEPAL, Santiago de Chile. pág.11
- DEI OTTATI, Departamento De Economía, Efecto Distrito, Universidad De Oxsford, pág. 68, 2002.

- Enciclopedia De La Industrial Textil, Desarrolló Industrial, Chile Vol. 4, Sección 72-pag 02,2009.
- El Diario - El Alto quiere ser la primera ciudad industrial de Bolivia, La Paz 16 de marzo de sección económica pág. 7, 2012.
- FORD, HENRY (1916): system. La revista de negocios. Reimpreso en: Chandler, ad (1979): la aplicación de la gestión sistemática moderna. Nueva York. Vol. 30, pág. 447-452.
- Foro Económico Mundial para. El Informe de Competitividad Global),pág. 34 Ginebra, 7 de septiembre de 2011
- GABI DEI OTTATI Algunos aspectos conceptuales de sus ventajas competitivas. nuevas técnicas para la medición del «efecto distrito» en las aglomeraciones industriales. Economía industrial sumario Europa, pág. 359, 2006.
- GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, pág. 97 2011.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto (1991). Metodología de la Investigación. México: Ecasa, 1989,pag.37
- KRUGMAN,P(1998), La geografía económica y los determinantes de la localización industria Ioxfor,Vol.N-4
- KRUGMAN, P (1992) Dinámica espacial, modelo económico,vol.2 pág. 42
- KRUGMAN,P(1998) La, geografía económica, la revisión de Oxford de económica, la política, (the economic geography, Oxford review of economic, policy),vol,14,N-2
- LÓPEZ CERDÁN, RIPOLL, Carlos. redes empresariales distritos industriales: experiencias de acción conjunta y cooperación interempresarial para el desarrollo de la pequeña y mediana industria, espacios: revista venezolana de gestión tecnológica, vol. 20, no. 2, Caracas, Venezuela, 1999, pág. 59.
- MANUEL, CASTELLS. Defiende un desarrollo endógeno globalizado, editorial Luxs Perú, pág. 68, 2010.

- MYRO, R. y GANDOY R. "Sector industrial" en GARCIA DELGADO, J.L. "Lecciones de Economía Española", 5ª Edición, 1ª Edición en 1993, Biblioteca Civitas Economía y Empresa, Colección Economía, pág. 205-227(2001)
- MARÍA Y CAMPOS MAURICIO pequeñas y medianas empresas industriales y políticas tecnológicas. Serie desarrollo productivo pág. 123, CEPAL Santiago. (2002)
- LEMES BATISTA, Ariel, MACHADO HERNÁNDEZ, Teresa, Las Pymes Y Su Espacio En La Economía Latinoamericana,mexico,2000
- OLIVANTI, VALERIA, "L'impresa a Rete nei Settori Tradizionali: Potenzialità e Limiti", Economia Marche, No.1, abril de 1992, Italia. ("La empresa en red en los sectores tradicionales: potencialidades y límites," Marchas de Economía, No. 1, abril de 1992, Italia").
- PEÑA SÁNCHEZ, Antonio Rafael, teorías explicativas de las disparidades económicas espaciales. españa,2003
- PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) EL ALTO pág. 313, 2007-2011.
- Parque Empresarial, Juncaril, Chile, Sección Económica, pág. 22, 2010.
- REGALADO HERNÁNDEZ, Rafael, Las Pymes En Latinoamérica,2006
- OFICIALÍA MAYOR DE DESARROLLO ECONÓMICO PRODUCTIVO del Gobierno Municipal de El Alto, gestión de desarrollo económico. pág. 34. 2011.
- "Revista de Economía y Política Industrial "De" campo "de" distrito "industrial industria. (1998), pág. 24.
- NUEVA ECONOMÍA, Lun/06 /12, categoría especial. pág. 10.
- SCHMITZ, H. "Collective Efficiency and Increasing Returns",IDS Working Paper 50("Eficiencia Colectiva y los rendimientos crecientes", Documento de Trabajo del IDS) pág. 16.Hamburgo (1997).

- VERNON, R. "International investment and international trade in the product cycle", "La inversión internacional y el comercio internacional en el ciclo del producto ", Quarterly Journal of Economics ,oxsford, pág., 44(1966).

REFERENCIAS DE INTERNET

- "El Mundo De La Pequeña Empresa" Www.Pymesite.Com 10:15/2011, 18.30
- <http://www.abcpedia.com/diccionario/definicion,Pag No 7>, (16 febrero de 2012 16:35h)
- CEPAL, prensa.-página oficial, El Informe de Competitividad de América Latina, pág. 2. 19:15/21:30/12
- Lineamientos para una Estrategia Nacional de Crecimiento, CAINCO, .sección desarrollo económico c 22,12:23/ 2012
- Informe estadístico INE, SECCION-ECO-10 sección A12. 22:30/ 2011
- www.ine.gob.bo, Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, Metodologías 09:15,2009
- <http://www.eabolivia.com/ciudad-de-el-alto.html> Página del Alto Bolivia sección, social 14.16:30/12
- Página oficial IDEPRO, desarrollo empresarial, pág. principal ,A 11 19:00/12
- *Página oficial*, www.oecd.org, *Organización* para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, (OCDE) pág. 3. 17:25/2011.
- Aranceles
- <http://www.aduana.cl/norm/Arancel.htm> - Dirección general de Aduanas. Arancel de aduanas.
- <http://www.ads.cl/> - Asociación Chilena de distribuidores de Software. Contiene nómina de asociados, Ley de Propiedad Intelectual, noticias, documentos.
- Publicaciones en línea: revista Comercio, Informe Económico, estudios especiales.

- <http://www.cnc.cl/> - Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile. Contiene: normativa, información para socios, certificación de origen, noticias del sector. Comercio Internacional.
- <http://www.direcon.cl> – Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Informa sobre los acuerdos comerciales firmados por Chile, así como también el estado actual de las negociaciones comerciales y participación de
- Chile en foros comerciales internacionales.
- <http://www.prochile.cl> - ProChile. Sitio Oficial. Informa sobre mercados y productos para las exportaciones chilenas, acuerdos comerciales firmados por Chile, pasos para exportar, noticias de comercio exterior, etc.
<http://publimark.cl>

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

- ❖ Centro de Comercio Internacional - Estadísticas de UN COMTRADE
- ❖ Instituto Nacional de Estadísticas - INE
- ❖ Aduana Nacional de Bolivia
- ❖ PROMUEVE BOLIVIA

ANEXOS

ANEXO Nº 1 PROPUESTA

PROPUESTA

La propuesta radica en la operación y asociación de la pymes a través de los Distritos Industriales, se hará la aplicación en el Distrito 6 sector textiles de la ciudad de El Alto, zona 16 de Julio.

Los procesos de actividades que se localizan e interactúan en el medio urbano definen el modo de operar de una ciudad como sistema. Al mismo tiempo, condicionan las funciones a la infraestructura social urbana, determinando los factores de localización operativamente, es necesario definir las funciones que se dan en la ciudad, los elementos que la determinan y la interacción entre ellos, estos elementos constituyen subsistemas funcionales que condicionan los patrones de actividades, de comunicación, movimiento y localización de un área urbana en diferentes escalas: la ciudad, los distritos y las zonas.

FACTORES DE LOCALIZACION

Con el objeto de analizar los principales factores que gravitan en la selección de localización actual El Alto Distrito 6 como emplazamiento, se realizó el trabajo de campo (encuestas) en las áreas de estudio" elegidas por empresas del sector industrial. Se consideraron un conjunto de factores, los mismos se relacionan con las variables más importantes dentro del análisis teórico de ubicación de proyectos y planes de expansión.

CERCANIA Y ACCESO AL MERCADO

Por estrategia comercial una empresa optimiza sus costes de comercialización y distribución a través de la elección de una ubicación que minimice costes de transporte. Lo anterior supone el emplazamiento en áreas con acceso y conectividad a vías que permitan un ágil desplazamiento de la producción.

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS

Indudablemente, un factor decisivo en la selección de la localización es la disponibilidad de insumos, materias primas y mano de obra debido a la incidencia final en los costos, la presencia de industrias ligadas o de soporte en la provisión es un factor de atracción.

COSTOS DE TRANSPORTE

Innumerables proyectos o empresas en operación dejan de ser competitivas debido a los elevados costos que supone el transporte tanto del mercado proveedor de insumos o materias primas, como por efecto de la distancia al mercado consumidor.

ZONA INDUSTRIAL

La denominación de una determinada ciudad como zona industrial es un factor de atracción que actúa como fuerza tripeta, no obstante tal definición debe contemplar al menos la existencia de una aglomeración

PLANES DE EXPANSION

Se relaciona con las posibilidades y planes de ampliar el nivel de producción en el corto, mediano y largo plazo, y por tanto, se vincula con las necesidades de espacio que se requerirá.

PROCESO DE ASOCIACION INDUSTRIAL E IDENTIFICACION DEL DISTRITO INDUSTRIAL

Los principales aspectos que se propone son:

- I) Presentar criterios de carácter económico para el proceso de asociación
- II) Desarrollar un modelo general de asociación industrial
- III) Establecer lineamientos normativos para el proceso de organización de la industria en el espacio urbano
- IV) Lograr que las pymes lleguen a asociarse a través de los distritos industriales logrando mejorar las exportaciones.

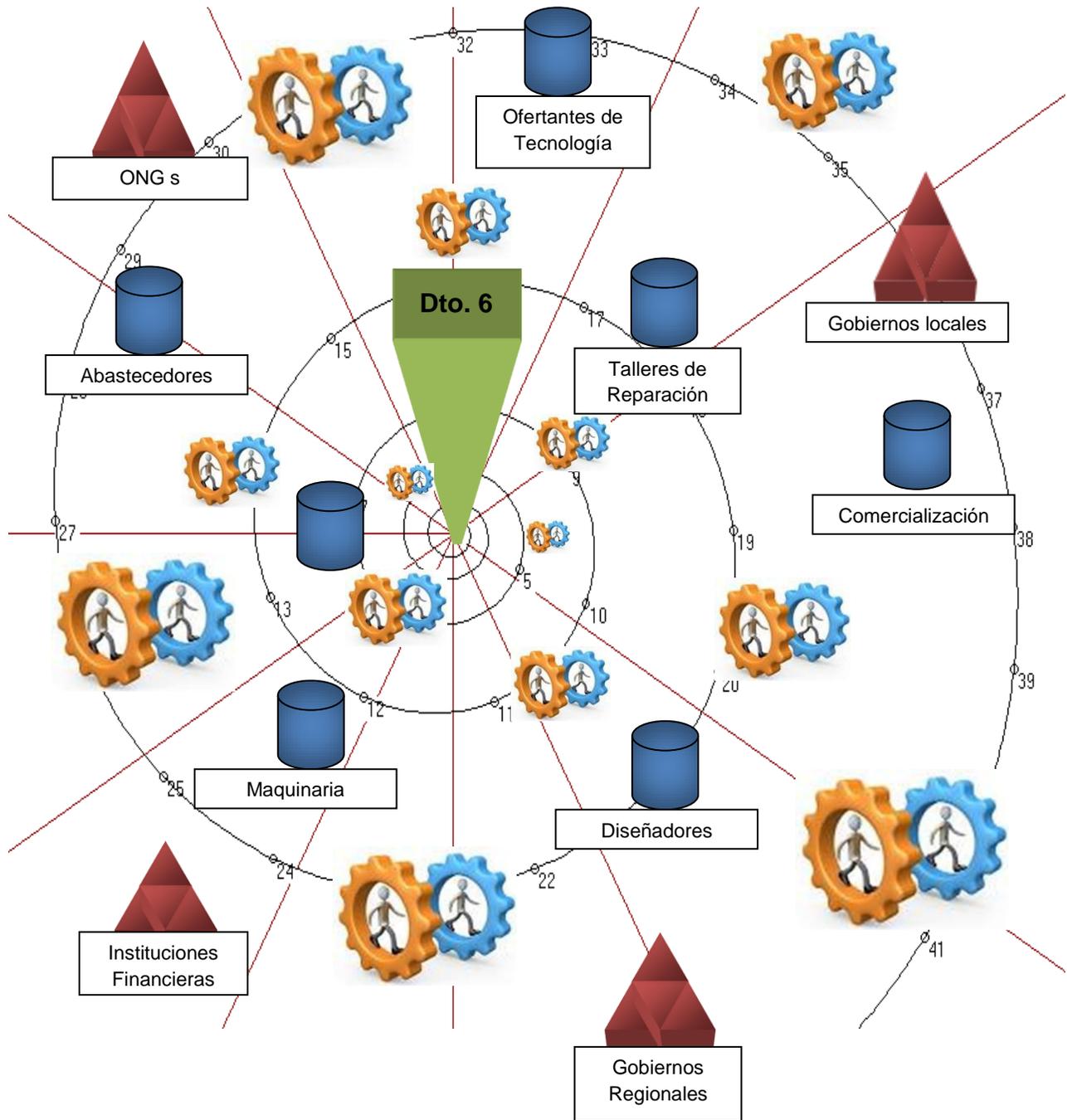
- V) Que las autoridades estatales y municipales puedan apoyar a las pymes y así lograr generar más ingresos económico y fuentes de empleo
- VI) Ofrecer capacitación y actualización a través de cursos, talleres dirigidos a minoristas comerciantes, micro, pequeño y mediano empresario.
- VII) Fortalecer nuestra industria a nivel nacional e internacional.
- VIII) Motivar a nuestros profesionales, pequeños y medianos empresarios.

Para este fin, en una primera etapa identifica: 1) las variables que intervienen en el comportamiento de las industrias desde el punto de vista económico; 2) los impactos de las industrias en el área urbana y 3) el comportamiento de las industrias en el mercado. En una segunda etapa se presenta un modelo de asociación en el distrito 6 de la ciudad de El Alto considerando aspectos económicos

PROPUESTA DE UN MODELO

La teoría de la Localización de Von Thünen⁶⁴ ha desarrollado un modelo en el cual nos dice planteando una teoría de localización por medio de un Crecimiento en espiral por distrito industrial, indica y fundamenta que para que exista un crecimiento y mejora en el comercio se debe realizar la capacitación, es decir la especialización y a partir de la capacitación realizar la asociación por mano de obra, por lo que nos llevaría a formar un gran mercado local que cree encadenamientos (asociaciones) sitios con buen acceso a mercados grandes con lugares preferidos para la producción de bienes, sujeto a economías a escala es decir una concentración industrial, crea un mercado laboral fuerte, especialmente para las habilidades especializadas, así a los pequeños y medianos se les hace más fácil el proceso de exportación.

⁶⁴ David, P. y JL Rosenbloom (1990), las externalidades marshallianas los mercados de factores y la dinámica de la localización industrial, Revista de Economía Urbana Pág. 28.



ELABORACIÓN PROPIA

ASOCIACIÓN POR ESPECIALIDAD



Pequeñas y medianas empresas (pymes)

ANEXO Nº 2 TABULACION DE ENCUESTAS

1. ¿Usted conoce sobre lo que es un Distrito Industrial?

SI	16	23 %
NO	41	59 %
NS	5	7 %
NR	8	11 %

2. ¿Si se le propusiera un proyecto de distrito industrial estaría de acuerdo?

SI	49	70 %
NO	12	17 %
NS	8	12 %
NR	1	1 %

3. ¿Cuánto es su ingreso mensual actual?

a) 500 - 1000	16	23 %
b) 1000 -1500	35	50%
c) 1500 - 2000	17	24 %
d) 2000 – màs	2	3%

4. ¿Usted sabe que los distritos industriales podría mejorar sus ingresos?

SI	33	47 %
NO	13	19 %
NS	19	27 %
NR	5	7 %

5. ¿Desearía contar con mayor capacitación en su área?

SI	67	96 %
NO	0	0 %
NS	1	1 %
NR	2	3 %

6. ¿Si se implementaría el proyecto de Distritos Industriales, podría estar en mejores condiciones, que rango de ingresos le gustaría percibir?

a) 3000- 5000	23	33 %
b) 5000-8000	47	67 %

7. ¿Conoce un Distrito Industrial en funcionamiento?

SI	4	6 %
NO	47	67 %
NS	15	21 %
NR	4	6 %

8. ¿Que requeriría usted para el funcionamiento y organización de un distrito industrial y su área comercial?

Capacitación	23	33 %
Maquinaria	11	16 %
Apoyo del Gobierno	10	14 %
Mano de obra	7	10 %
Otros	19	27 %

9. ¿Conoce algún acuerdo o ley que respalde los Distritos Industriales?

SI	7	10 %
NO	45	64 %
NS	17	24 %
NR	1	2 %

ANEXO N° 3 ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD DE EL ALTO

DEMOGRAFICOS		
POBLACION TOTAL	N° de habitantes	649958
Área urbana	N° de habitantes	647350
Área Rural	N° de habitantes	2608
Hombres	N° de habitantes	321527
Mujeres	N° de habitantes	328431
Tasa de crecimiento poblacional	por cien	5.1
Tasa de fecundidad		4 hijos por mujer
Tasa de mortalidad		86 por 1000
Esperanza de vida al nacer		62,5
Idiomas hablados aparte del español		
Quechua	por cien	52,4
Aymara	por cien	78,0
Otros	por cien	16,0

SOCIALES		
Índice de Desarrollo Humano		52,4
Tasa de alfabetismo	por cien	88,3
Área urbana	por cien	92,1
Área rural	por cien	68,6
Hombres	por cien	97,7
Mujeres	por cien	86,7
Tasa de asistencia escolar		
Área urbana	por cien	85,4
Area rural	por cien	83,8
Hombres	por cien	86,9
Mujeres	por cien	83,8

Disponibilidad de servicios básicos		
Agua de cañería de red	por cien	85,0
Energías eléctricas	por cien	85,2
Servicio sanitario	por cien	63,3

INFRAESTRUCTURA PUBLICA	
Aeropuerto	1
Hospitales y centros de salud	9
Unidades educativas	222
Universidades	6
Terminal de buses	1

EMPLEO		
Población en edad de no trabajar	N° de habitantes	174,558
Población en edad de trabajar	N° de habitantes	468547
Población económicamente activa	N° de habitantes	229216
Población ocupada	N° de habitantes	212731
Población desocupada	N° de habitantes	16485
Cesantes	N° de habitantes	12232
Aspirantes	N° de habitantes	4253
Población ocupada sector primario	por cien	3,4
Población ocupada sector secundario	por cien	25,3
Población ocupada sector terciario	por cien	71,5
Población ocupada micro y pequeña empresa	por cien	59,0
Población ocupada mediana	por cien	13,6
Población ocupada gran empresa	por cien	27,4

ANEXO N° 4 PRESUPUESTO

DETALLE	BOLIVIANOS
RECURSOS HUMANOS	
Empastados	330,00
ALQUILER DE EQUIPOS	
Impresora	100,00
Data Show	60,00
Computadora	150,00
VIAJES TECNICOS	
Pasajes	300,0
MATERIAL DE ESCRITORIO	
Tinta para impresión	450,00
Lapiceros	15,00
Hojas tamaño carta	100,00
Folder	13,00
RECURSOS ELECTRONICOS	
Fotocopias	30,00
Horas de internet	200,00
COSTO DEL PROYECTO	1748,00
GASTOS IMPREVISTOS	150
COSTO TOTAL	1.898,00

ANEXO Nº 5 FORMULARIO ENCUESTA

No de Encuesta

Ocupación

Edad

Sexo

1. ¿Usted conoce sobre lo que es un Distrito Industrial?

SI NO NS NR

2. ¿Si se le propusiera un proyecto de Distrito industrial estaría de acuerdo?

SI NO NS NR

3. ¿Cuánto es su ingreso mensual actual?

a) 500-1000 b) 1000-1500 c) 1500-2000 d) 2000- mas

4. ¿Usted sabe que con los distritos industriales podría mejorar sus ingresos?

SI NO NS NR

5. ¿Desearía contar con mayor capacitación en su área?

SI NO NS NR

6. ¿Si se implementaría el proyecto de distritos industriales, podría estar en mejores condiciones, que rango de ingresos le gustaría percibir?

a) 3000-5000 b) 5000-8000

7. ¿Conoce un distrito industrial en funcionamiento?

SI NO NS NR

8. ¿Qué requeriría usted para el funcionamiento y organización de un distrito industrial y su área comercial?

Capacitación Maquinaria Apoyo del gobierno
Mano de Obra Otros

9. ¿Conoce algún acuerdo o ley que respalde los distritos industriales?

SI NO NS NR

EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO

(Un Manual para la Teoría en Acción)



MARIO BLACUTT MENDOZA

ANEXO Nº 7 DISTritos INDUSTRIALES TESIS DOCTORAL



Las disparidades económicas intrarregionales en Andalucía

Antonio Rafael Peña Sánchez



TEORÍAS EXPLICATIVAS DE LAS DISPARIDADES ECONÓMICAS ESPACIALES.

TEORÍAS DEL CRECIMIENTO ENDÓGENO.

Los distritos industriales.

La teoría de los distritos industriales (Bagnasco, 1977) define el distrito industrial como un sistema productivo geográficamente localizado, basado en una intensa división local de actividades entre pequeñas empresas especializadas en los diferentes procesos de la producción y de la distribución de un sector industrial o una actividad dominante; existen múltiples relaciones entre las empresas y la comunidad local, tanto dentro como fuera del mercado, basadas fundamentalmente en la confianza y la reciprocidad. Lógicamente esta compleja organización empresarial, en la que se combinan tanto la competencia como la cooperación, así como las relaciones institucionales formales e informales, no podría entenderse sin tener en cuenta el papel que juegan los factores históricos y socioeconómicos del distrito (Becattini, 1987; Brusco, 1986; Moulaert y Delvainquiére, 1994; Moulaert y Sekia, 2003).

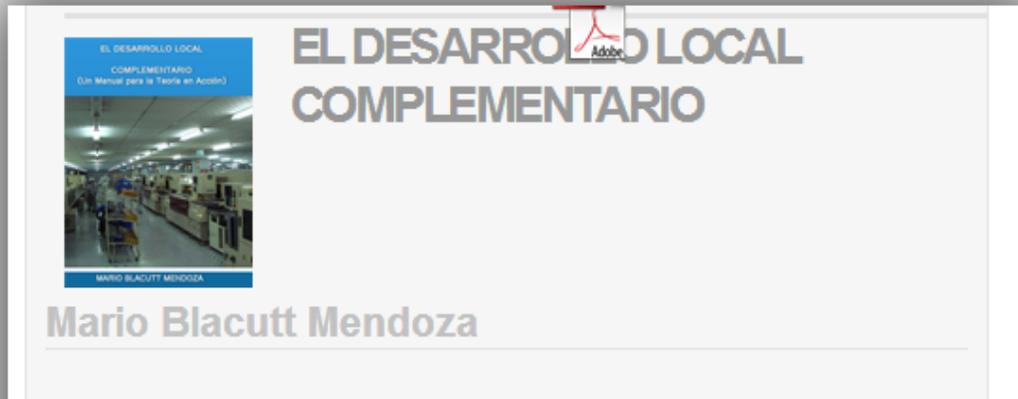
El concepto más utilizado de distrito industrial, no obstante, es el ofrecido por Becattini (1989, pág. 111; 1992), que lo define como una entidad socioterritorial que se caracteriza por la presencia activa tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada en el que, al contrario que en otros ambientes como las ciudades industriales, la comunidad y las empresas tienden a fundirse. No obstante, existen otras definiciones de distrito industrial, como la que ofrece Brusco y Garonna, según los cuales un distrito se puede definir como un conglomerado de pequeñas y medianas empresas, con la relación particular entre éstas de que producen algo que es homogéneo en alguna manera, pero teniendo en cuenta que no todo conglomerado de estas empresas conforma un distrito industrial (Brusco y Garonna, 1984, cap 10, págs. 210-225; Brusco, 1986; Costa y Duch, 1998).

Los elementos fundamentales de un distrito son, por un lado, la presencia de pymes dotadas de gran dinamismo, pertenecientes a un mismo sector industrial y concentradas territorialmente, con fuertes relaciones tanto de cooperación como de competencia entre ellas, elevados niveles de flexibilidad productiva y mano de obra relativamente abundante y especializada, y, por otro lado, las relaciones interpersonales, la cohesión social y las interacciones entre empresas, que favorecen un aceptable clima industrial, de confianza y de cooperación indispensable para conseguir la eficacia del sistema productivo (Sengenberger y Pyke, 1991).

El origen y posterior desarrollo de los distritos industriales son debidos, fundamentalmente, a las características técnicas del proceso de producción, al proceso de interacción dinámica entre división-integración de la mano de obra en el distrito, a la ampliación del mercado de sus productos y a la formación de una red permanente que une los distritos con los mercados externos (Becattini, 1989, pág. 120). En el distrito, la introducción del progreso tecnológico es un proceso social que se logra gradualmente a través de un proceso de autoconciencia y cooperación por parte de todos los segmentos de la industria y estratos de la población. Combina un tipo activo de comportamiento competitivo por parte de sus individuos con una cooperación semiconsciente y semivoluntaria entre ellos. Este equilibrio entre cooperación y competencia es una característica importante de los distritos industriales, encontrando su razón de ser en el papel que juegan los antecedentes sociales y culturales en los que ha florecido el distrito.

Por último, y resumiendo todo lo expuesto anteriormente, destacamos los tres rasgos esenciales que podemos encontrar en la idea de distrito: por un lado, el cambio técnico es un proceso sociocultural caracterizado por una fuerte simbiosis e interacción entre la empresa y la sociedad; por otro lado, un sistema homogéneo de valores respetado por la familia y la escuela y compartido por todos los miembros de la comunidad; y, por último, un sistema de instituciones y reglas organizadoras del conjunto del distrito, en virtud de la cual la actividad económica depende de la esfera social y política y no al revés.

ANEXO Nº 8 EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO



La Teoría de los Distritos Industriales

Fue Alfred Marshall, quien, en su obra "Los Principios de Economía" (1890) identifica a los distritos industriales concentraciones de sectores especializados en una localidad específica, concentraciones cuya interacción genera ventajas para las empresas allí localizadas, bajo la forma de externalidades, las que son externas para cada empresa en particular, pero endógenas para la región donde se localizan el conjunto de estas empresas. De este modo, grupos de empresas localizadas en un área geográfica se benefician de las mismas ventajas presentes en las grandes empresas. Marshall afirma que al crecer el distrito crecerá la fuerza de trabajo necesaria para la producción, como también los proveedores. La mutua confianza entre los empresarios genera condiciones favorables a la creación de las innovaciones y su difusión entre las empresas que conforman el distrito industrial. Habría pues una "atmósfera industrial" en el ámbito de las empresas. Los trabajadores, por lo general, no migran, puesto que han desarrollado el sentido de pertenencia al territorio donde viven y a la empresa donde trabajan.

G. Becattini, en su obra "Reflexiones sobre los Distritos Industriales de Marshall: Concepto Socioeconómico" (1989) utiliza el nombre de "Aglomeración" para identificar el concepto de Marshall. Afirma que para que exista un verdadero distrito industrial es imprescindible que las empresas se integren con la población local, reserva de cultura, valores y normas sociales adaptadas por un proceso de industrialización desde abajo. Esta es una idea que el modelo de Desarrollo Local que propondremos en esta obra, toma muy en cuenta aunque de una manera un tanto diferente. Pues, en vez de hablar de una "integración" de las empresas a la comunidad, se afirmará la emergencia de una interacción entre las percepciones empresariales, generalmente de tipo occidental, y las costumbres, tradiciones... de la comunidad. Estas interacciones se realizan en el campo de lo económico, social, lo cultural y lo ambiental. Italia fue la primera experiencia que puso a prueba las bondades del concepto; la ejecución del modelo, a través de sectores verticalmente integrados produjeron beneficios que, externos a una empresa, fueron internos al conjunto de ellas, beneficios que se mostraron en una mayor oferta de mano de obra calificada, mayor información técnica y comercial, más servicios de proveedores sectoriales y un mayor conocimiento recíproco entre empresas. La interacción de estos beneficios anula la afirmación neoclásica de los rendimientos decrecientes o constantes para ser reemplazados, en la teoría y en la práctica, con rendimientos crecientes de escala, que Bacattini denomina "economías de aglomeración".

ANEXO Nº 9 SISTEMAS LOCALES

Departament d'Economia Aplicada

**Sistemas Locales de Trabajo y Distritos
Industriales Marshallianos en España**

**Rafael Boix
Vittorio Galletto**

**D
O
C
U
M
E
N
T
D
E
T
R
E
B
A
L
L**

05.14

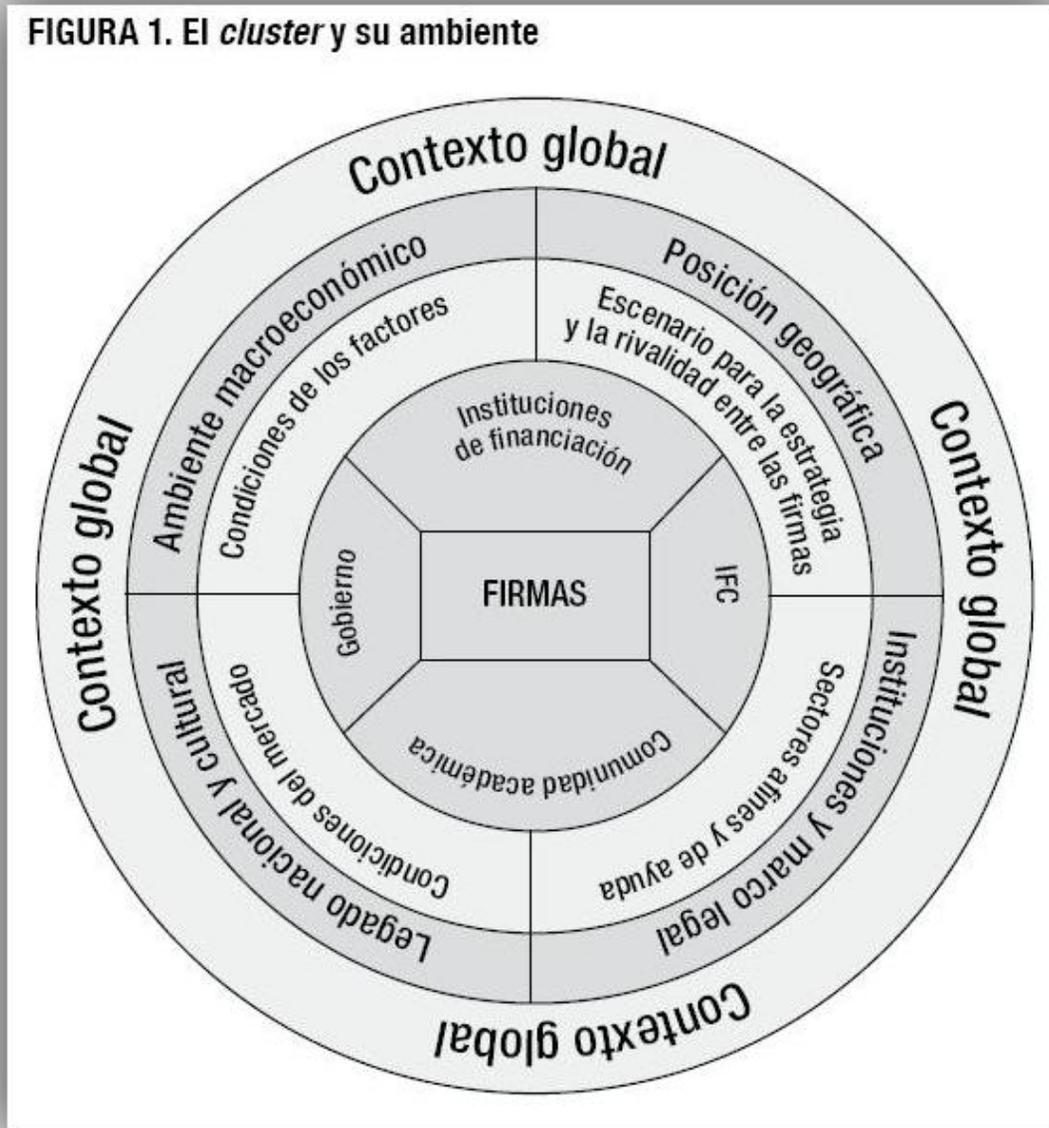


Universitat Autònoma de Barcelona

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

ANEXO Nº 10 CLUSTER DE DISTRITOS INDUSTRIALES

FIGURA 1. El cluster y su ambiente



ANEXO Nº 11 MAPA DEL DISTRITO 6 EL ALTO

