

Convergencia entre políticas públicas: Enfoque en cadenas de consumo para superar la recesión económica causada por COVID19

Convergence among public policies: A consumption chain approach to overcome the economic recession caused by COVID19

Saúl Alfonso Esparza-Rodríguez¹, <https://orcid.org/0000-0002-9900-6159> Jaime Apolinar Martínez-Arroyo¹, <https://orcid.org/0000-0002-9926-4801> Gabino García-Tapia¹, <https://orcid.org/0000-0002-7926-3668> Marco Alberto Valenzuela Jiménez¹ <https://orcid.org/0000-0001-6155-5948>

¹Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas. México

RESUMEN: *La mayor cantidad de empresas establecidas en México son microempresas, las cuales son unidades de negocio especialmente vulnerables a entornos de recesión económica. Debido a un inminente escenario de recesión económica generado por las medidas de contención de la pandemia del virus SARS-Cov-2, se propone un modelo para incrementar la rentabilidad de cada participante de la cadena de consumo de comercios minoristas mediante un efecto marginal trazable en los ingresos de los distintos participantes, con base en datos de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales, lo cual puede ser útil para diseñar políticas públicas de apoyo a la recuperación pos-pandemia.*

Palabras-clave: *Microempresa, cadenas de consumo, fomento empresarial, bienestar social, políticas públicas.*

Abstract: *The highest amount of companies established in the country are microbusinesses, which are especially vulnerable to economic recession environments. Because of an imminent recession caused by the containment measures for the pandemic of the SARS-Cov-2 virus, the present work proposes a model that aloud to estimate an increase in the profitability of each participant in a consumption chain of retail stores through a marginal effect traceable in the revenues*

Email: saul.aer@gmail.com

Recibido: 03/07/2020 Aceptado: 24/03/2021

Doi: [10.18004/riics.2021.junio.74](https://doi.org/10.18004/riics.2021.junio.74)

ISSN (Impresa) 2225-5117. ISSN (En Línea) 2226-4000.

Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.
Vol. 17 n° 1, junio, 2021.pág. 74-99



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una [Licencia Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

of the diverse participant, based in the data available in the Monthly Survey of Commercial Companies which can be used as basis to design public policies for recovery after the pandemic.

Keywords: *SME's, productive chains, business promotion, social wellbeing, public policies.*

INTRODUCCION

En México, la microempresa como forma de organización empresarial representa un actor relevante en indicadores nacionales relacionados con la generación de empleo, el combate a la pobreza, la integración al sector productivo y financiero, el incremento de la productividad nacional y regional, así como la innovación en la generación e introducción de bienes y servicios.

Por ello, el reporte global de competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial (The Inclusive Growth and Development Report) presenta una guía que propone un marco de referencia para que los países puedan lograr un crecimiento económico con equidad, mediante la identificación de las características estructurales e institucionales de un país, cuya influencia puede ser trazada hacia los estándares de vida de cada nación; dentro de los pilares que se considera en este marco de referencia denominado “Reporte de desarrollo y crecimiento” se incluye al autoempleo y a la pequeña empresa como una fuente determinante de ingresos, ahorros e inversión que las personas tienen (WEF, 2015).

Asimismo, en la mayoría de los países pertenecientes a la OCDE, el sector comprendido por las Pymes, contabiliza alrededor del 70% de los empleos existentes, especialmente en aquellas naciones con un fuerte record de empleabilidad. Sin embargo, menos de la mitad de emprendimientos sobreviven por más de 5 años y únicamente una fracción de ellos se desarrolla como una empresa de rápido crecimiento (OCDE, 2000).

Por otro lado, en lo referente a las economías de países emergentes, este tipo

de empresas contribuyen hasta en un 45% del empleo total, así como al 33% del PIB. Cuando se toma en cuenta la situación de los negocios que se encuentran en una situación de informalidad, estas organizaciones contribuyen con más de la mitad del empleo y del PIB en la mayoría de países, independiente de los niveles de ingresos (IFC, 2010; citado por OECD, 2017).

En términos específicos, la microempresa dedicada al comercio es una figura económica relevante para la economía mexicana de acuerdo con datos de INEGI, debido a que, por sector de actividad económica, el comercio registró el mayor porcentaje del número de empresas con un 56.5% y del personal ocupado total con un 48.2%, indicadores que son superiores al sector servicios (32.4% del total de empresas y un 32.9% del personal ocupado), y al manufacturero (11.1% en el número de empresas y del 18.9% en el personal ocupado total) (INEGI, 2016), razón por la cual es la base de la propuesta de la presente investigación.

El sector del comercio minorista en México

El sector del comercio minorista representa un sector especialmente importante porque capta una parte considerable del presupuesto de los hogares, sobre todo en los grupos de ingresos más bajos. México es uno de los países con la mayor proporción de ingresos gastados en abarrotes, de todos los países de la OCDE (OCDE and SE, 2019).

De acuerdo con el informe sobre la competencia en el sector agroalimentario elaborado por COFECE, el número de tiendas tradicionales asciende a casi 950,000, entre pequeñas misceláneas, puestos en mercados locales y callejeros, y tiendas especializadas por ramo (panaderías, carnicerías, entre otros), son generalmente negocios familiares y se caracterizan por estar cerca de los consumidores, tienen un uso limitado de la tecnología y un inventario que se basa en las necesidades diarias; a pesar de su importancia en la cadena de consumo, se calcula que 30,000 tiendas cierran cada año (COFECE, 2015).

Por lo anterior, la relevancia de presentar un modelo estratégico de fomento a la competitividad de empresas orientadas al comercio minorista mediante la canalización estratégica de recursos públicos reside en la importancia que representan de este tipo de empresas en la sociedad mexicana.

Con ese objetivo en mente, el presente trabajo propone analizar un escenario de fortalecimiento de la cadena de consumo mediante un principio de efectos multiplicadores que generen rendimientos marginales en distintos actores de la cadena productiva de un comercio minorista, basado en un modelo estratégico de efectos marginales para fortalecer el encadenamiento productivo a partir de la convergencia entre programas existentes de apoyo social con programas de fomento empresarial que son parte de la política pública mexicana vigente, de acuerdo con programas tales como “*Jóvenes construyendo el futuro*”², a cargo de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno de México (STPS).

Para lograr ese objetivo, a continuación, se incluye el análisis sobre las políticas de fomento a la microempresa en México, así como lo correspondiente a programas orientados al bienestar social como una suerte de introducción al modelo de efectos multiplicadores a partir de una estrategia de convergencia entre estos instrumentos gubernamentales.

Políticas públicas de fomento a la microempresa en México

Por definición, una política pública se define como un conjunto de acciones intencionales y causales orientadas a resolver problemas interés o beneficio público, decididas por las autoridades públicas legítimas y que son llevadas a cabo por actores gubernamentales o por estos en asociación con actores sociales que configuran un patrón de comportamiento del gobierno y de la sociedad (Aguilar *et al.*, 2012).

² <https://jovenesconstruyendoelfuturo.stps.gob.mx/>

En México, en lo correspondiente a las Mipymes, el documento fundamental para el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de los programas de fomento a la microempresa mexicana se encuentra suscrito en la “Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, que menciona en su artículo primero que tiene por objeto “promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad” (Cámara de Diputados, 2019).

En relación con lo anterior, un reporte elaborado por el de Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) menciona que en las políticas públicas de fomento empresarial se ha observado una evolución en la historia del diseño de este tipo de intervención de gobierno, dado que inicialmente se incluyó únicamente a sectores como la agricultura y la minería; posteriormente a la industria y comercio, y fue únicamente hasta el siglo XXI que inicia formalmente una Política orientada a fortalecer este sector productivo (INADEM, 2018).

Asimismo, un programa altamente relevante en términos de fomento empresarial es el correspondiente a la “Instrumentación de Políticas de Fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y al Sector Social de la Economía”, cuyos principales objetivos estuvieron alineados con el Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, que incluyeron incrementar la productividad de los sectores dinámicos de la economía mexicana, promover mayores niveles de inversión, hacer más eficiente el gasto público para fortalecer el mercado interno, impulsar a emprendedores y fomentar la economía social, mediante la instrumentación de programas de fomento a micro negocios (Secretaría de Economía, 2015).

Bajo este diseño de gobernanza, las políticas públicas de apoyo y fomento a las Mipymes mexicana se han orientado al desarrollo de actividades relacionadas con mecanismos mediante los cuales se establecer acciones e instrumentos para el apoyo a este sector empresarial, en áreas tales como producción, tecnología,

finanzas, capacitación, entre otros, representados por opciones que cubren una amplia variedad de apoyos como estímulos fiscales, financiamientos, microcréditos, asesoría, capacitación, consultoría y asistencia técnica, eventos empresariales, premios, reconocimientos, simplificación administrativa, entre otros (Vecino y Boggio, 2006).

Para los fines de la presente investigación es necesario mencionar que los apoyos que se presentan tanto en los documentos oficiales como en las investigaciones relacionadas sobre el tema tienen un objetivo orientado a mejorar las condiciones de competencia de las Mipymes, ya sea en términos de gestión, capacitación, acceso a recursos financieros y otros afines, sin embargo, aún no se ha presentado una estrategia que impacte positiva y directamente en la rentabilidad de las empresas mexicanas, posiblemente debido a que es necesario integrar diversas instituciones orientadas para este fin, como se propone en la presente estrategia de convergencia.

Políticas públicas orientadas al bienestar de la sociedad mexicana

El programa “*Jóvenes construyendo el futuro*” consiste en la entrega de una beca de capacitación correspondiente a un monto de 3 mil 600 pesos mensuales (150.25 USD al tipo de cambio actual), para personas en un rango de edad de 19 a 29 años, en donde se busca integrar a un millón de jóvenes aprendices a nivel nacional; al momento, el mayor número de beneficiarios registrados se encuentran en Chiapas, Tabasco, Veracruz, Estado de México, Guerrero, Ciudad de México y Michoacán.

Este programa está dedicado a vincular a personas jóvenes mexicanos con empresas, talleres, instituciones o negocios donde desarrollan o fortalecen hábitos laborales y competencias técnicas para incrementar sus posibilidades de empleabilidad a futuro, en un periodo mediante el cual reciben un apoyo mensual,

así como un seguro médico contra enfermedades, maternidad y riesgos de trabajo³.

Dentro de este esquema, la mayoría de los jóvenes beneficiarios están siendo formados en microempresas dedicadas a las ventas y el comercio, la administración, servicios, oficios, actividades y agropecuarias; apenas un 5% se han logrado enrolar en actividades de nivel profesionista, de los cuales 3.9% se relacionan con distintas industrias y el 1.8% en ciencia y tecnología⁴.

En términos generales, los resultados disponibles en el portal del programa muestran que se han vinculado un total de 743,846 personas al programa, lo que representa un total de \$ 2,677,845,600 pesos en apoyos económicos mensuales. Del total de beneficiarios un 38.5% son hombres y 61.5% mujeres, así como 3,146 personas con algún tipo de discapacidad.

Asimismo, en lo que respecta al nivel de escolaridad, 87,813 manifestaron tener un grado de primaria; 194,062 tienen nivel educativo correspondiente a secundaria; 314,497 con nivel medio superior; 26,820 con carreta técnica; 118,967 con nivel licenciatura y un total de 1,693 con nivel de posgrado⁵.

Dada la cobertura y naturaleza en términos económicos y de vinculación productiva del programa, se ha seleccionado como un programa con potencial de generar un doble beneficio, directamente con la mejora del bienestar social de las personas beneficiarias e indirectamente en su capacidad de consumir dado el ingreso que representa el apoyo manifestado en la política pública que a su vez tengan un efecto marginal pero sustantivo en la movilización de recursos federales hacia el fortalecimiento de microempresas dedicadas al comercio minorista.

Considerando la información presentada, se propone una estrategia de convergencia con base en un modelo de efectos multiplicadores en cadenas de

³ <https://jovenesconstruyendoelfuturo.stps.gob.mx/>

⁴ <https://mvsnoticias.com/noticias/economia/inscritos-501-mil-559-aprendices-a-jovenes-construyendo-el-futuro-stps/>

⁵ <https://jovenesconstruyendoelfuturo.stps.gob.mx/datos/>

consumo, bajo la conjetura de que los ingresos de estas empresas pueden incrementarse debido a que, por un lado, se reduce el coste de nómina gracias al sistema de capacitación en el empleo, además de que se aumenta el grado de consumo por la circulación de recursos económicos por las becas entregadas.

Estrategia de convergencia: Efectos multiplicadores en cadenas de consumo del comercio minorista.

En primera instancia, se presenta en forma concisa una introducción sobre los modelos económicos basados en multiplicadores, los cuales, por definición, representan indicadores relacionados con cuánto aumenta la demanda cuando se incrementa un determinado gasto inicial, por lo cual a medida que un multiplicador sea mayor afecta en forma positiva y directa a su impacto en la economía (de La Ossa, Burgos y Raúl, 2016).

Lo anterior es plausible debido a que un multiplicador inducido, de naturaleza eminentemente keynesiana, tendrá un impacto generado por la mayor demanda de bienes y servicios ante la mejora de la capacidad adquisitiva de los trabajadores (CIEN, 2019), que en sentido estricto, puede referirse al incremento en los ingresos individuales de beneficiarios en una región determinada.

Gracias a ello, esos recursos excedentes destinados a dinamizar la economía se traducen en una fuente de ingreso y empleos para la industria directamente vinculada, y por lo tanto, generalmente se expande a otros sectores de la economía cuando es utilizada para la compra de bienes y servicios producidos en la región (Alejandro *et al.*, 2017), representando un mecanismo que puede estimular a la inversión privada (Cruz y Salvador, 2017).

De esta manera, el diseño del modelo matemático que explique un efecto multiplicador permitiría estimar el impacto total que tiene la producción de un sector sobre la producción de todos los sectores, e incorpora efectos directos e indirectos mientras mide la interdependencia de un determinado sector con

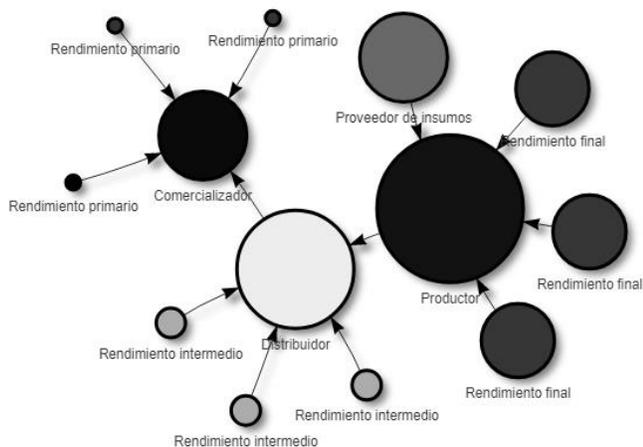
relación al resto de la economía (Navarrete, Pérez y Rocío, 2016), permitiendo así el crecimiento económico y la generación de empleo en los territorios (Ramos Ruiz, Polo Otero y Barcasnegras, 2017).

Es por ello que el presentar un modelo relacionado con el destino de recursos públicos orientados a mejorar el estado de bienestar de las personas como una forma de gestionar un efecto multiplicador en la rentabilidad de las microempresas dedicadas al comercio minorista es factible, debido a que son recursos que el gobierno destinaría a mejorar el estado de bienestar de las personas beneficiarias en términos de incrementar su capacidad de adquirir bienes y servicios, y con ello, estimular el ingreso, el producto y el empleo (Posner, 2010), para lo cual se introduce una estrategia orientada al fortalecimiento de la cadena de consumo del comercio minorista.

En seguimiento a lo anteriormente expresado, se ha diseñado un modelo de efectos multiplicadores en las políticas públicas que permita estimar el nivel de renta de las microempresas dedicadas al sector del comercio minorista, con el objetivo de modelar el potencial impacto de introducir una estrategia convergente entre programas de fomento empresarial con programas de beneficio social del gobierno federal actualmente en operación, con lo cual se espera reducir el impacto de una posible recesión económica global a mediano plazo.

El modelo que se propone para determinar el impacto de rentabilidad marginal se encuentra representado por la siguiente figura basada en un gráfico de nodos y enlaces.

Figura I: Nodos y enlaces de la rentabilidad marginal



Fuente: Elaboración propia, (2020).

En la anterior figura se incluyen los siguientes elementos involucrados en un modelo de escalas de rentabilidad de los actores que influyen en el trabajo de una microempresa dedicada al comercio minorista.

Por ello, es relevante considerar que el modelo de negocio de la microempresa dedicada al comercio minorista se basa esencialmente en un modelo de escalas de rendimiento, en donde la rentabilidad obtenida por el micro comercio está relacionada en forma marginal con la renta de toda la cadena de consumo, cuando se le considera en forma particular, pero es determinante cuando se toma en consideración una participación empresarial en conjunto.

Tabla 1: Escalas de Rentabilidad entre participantes de la cadena de consumo.

		Rentabilidad por participante de la cadena			
		Microempresa de comercio minorista	Distribuidor	Fabricante	Proveedor de insumos
Consumidor	Cliente	Rentabilidad primaria (intercambio directo con el cliente).			
	Microempresa de comercio minorista		Rentabilidad intermedia (Intercambio entre participantes intermedios)		
	Proveedor			Rentabilidad base (renta del productor)	
	Fabricante				Rentabilidad base (renta del proveedor de insumos)

Fuente: Elaboración propia (2020).

La tabla 1 muestra distintas escalas de rentabilidad que introducen conceptos relacionados con rendimiento primario, intermedio y final, que son el resultado de interacciones de tipo económico entre los participantes de una cadena de consumo típica que intervienen en el comercio minorista.

De esta manera, el “Rendimiento primario” se considera como una *rentabilidad primigenia*, la cual se obtiene mediante el intercambio directo con el cliente como el objetivo definitivo de las actividades de la cadena de consumo.

Este grado de rentabilidad es un factor fundamental para la existencia y coordinación de los actores de la cadena de consumo que es el punto de convergencia propuesto entre los recursos destinados a programas de bienestar social y programas de fomento empresarial.

El siguiente nivel corresponde a la rentabilidad intermedia, que es un tipo de *rentabilidad marginal* obtenida mediante el intercambio entre actores de la cadena que son aquellas organizaciones que tengan como objetivo final el servir a un cliente intermedio de la cadena.

El último nivel de la escala corresponde a la rentabilidad base, que se considera como la renta obtenida tanto por el fabricante como por el proveedor de insumos, mediante el intercambio con otros actores de la cadena, es decir, la base de las actividades en la cadena de consumo.

Para lograrlo, se toma como hipótesis de investigación lo siguiente: *“Los recursos utilizados en programas de bienestar social son una oportunidad para fortalecer a las empresas comerciales minoristas mexicanas”*.

MATERIALES Y METODOS

A continuación, se presenta el proceso de elaboración de un multiplicador con base en el consumo de las empresas que integran la cadena de consumo de una microempresa dedicada al comercio minorista.

En primera instancia es necesario determinar el modelo bajo el cual se asevera la necesidad de considerar en los esquemas de políticas públicas orientadas al fomento del crecimiento económico, los efectos directos, indirectos y marginales de factores económicos a nivel macro y micro, para lo cual se propone el siguiente modelo, que relaciona una parte del crecimiento económico en términos de la productividad en las microempresas, que a su vez, están ligados con el grado en que se integran en cadenas de consumo.

El modelo presentado de competitividad cumple con el objetivo de integrar en una explicación simplificada diversos factores tanto endógenos como exógenos, que permiten conocer en mejor medida los efectos que distintos elementos de la vida organizacional tienen sobre los procesos productivos de las organizaciones orientados a facilitar los recursos necesarios para generar bienes y servicios cuyo fin sea servir a un mercado determinado.

En congruencia con lo anterior, se espera que un incremento en la rentabilidad de un participante de una cadena tendrá un efecto marginal en la rentabilidad de los demás participantes, en otras palabras, el encadenamiento productivo representa un efecto dominó marginal en los diversos participantes en la cadena que puede identificarse a manera de principios de rendimientos marginales siguiendo un modelo orientado hacia la obtención del mayor impacto posible en la cadena de consumo.

Supuestos de la propuesta

En primera instancia, se propone considerar que algunos de los efectos de la variabilidad en los ingresos por ventas de bienes y servicios en microempresas comerciales mexicanas tiene un impacto positivo en el desarrollo de negocios de los demás actores involucrados en la cadena de valor, debido a que un porcentaje de sus costos está representado en el ingreso de otro (por ejemplo, el costo variable de la empresa dedicada al comercio minorista está relacionada con el precio del proveedor, el cual está determinado en función de sus propios costos y rentabilidad), lo que puede entenderse de otro modo al afirmar que el gasto de unos es el ingreso de otros.

Por ello, se busca presentar un escenario en donde se muestren algunos de los efectos e impacto de la variación en el nivel de renta de una empresa dedicada al comercio minorista tiene en los demás elementos de la cadena productiva a partir de una convergencia entre el programa de bienestar social y el nivel de

ventas registradas este tipo de organizaciones.

En ese orden de ideas, se considera que el consumo de un participante de la cadena es parte de la rentabilidad de otro participante, por lo tanto, el incremento en el nivel de ventas de un integrante traerá efectos en toda la cadena (y por ello, este análisis toma como base una función de consumo interrelacionada entre los actores).

De esta manera, la función adaptada al consumo de una empresa minorista en su condición de persona moral, de acuerdo con el modelo propuesto por Keynes en 1936 en su Teoría General del empleo, el interés y el dinero (Keynes, 1936):

$$\begin{aligned} C &= C_0 + C_1 Y^d \\ C &= \textit{Consumo total} \\ c_0 &= \textit{Consumo autónomo} (c_0 > 0) \\ c_1 &= \textit{Propensión maginal a consumir} (0 > PMC < 1) \\ Y^d &= \textit{Renta disponible} \end{aligned} \quad [1]$$

Con el objetivo de analizar la propuesta presentada en este trabajo, esta función de adaptada al consumo de una empresa en su condición de persona moral, se analizará con base en el siguiente supuesto, considerando una rentabilidad promedio esperada del 20%, con base en lo propuesto por Deloitte, (2018):

$$C_{acp} = C_0 + C_1 Y^d$$

C_{acp} = Consumo para cada actor de la cadena productiva

C_0 = Consumo autónomo (Se propone el equivalente al 30% de las ventas)

C_1 = Propensión maginal a consumir bienes y servicios [2]

($0 > C_1 < 1$) (Se propone el equivalente al 50%)

Y^d = Renta disponible (Renta – ISR)

(Se propone una rentabilidad del 20% de ISR)

De acuerdo con los indicadores de empresas comerciales de INEGI, la EMEC presenta índices y tasas de variación de diversos indicadores relacionados con la gestión de este tipo de negocios, tales como remuneraciones, ingresos totales por suministro de bienes y servicios, mercancías compradas para su reventa (por entidad), entre otros (INEGI, 2020), cuya tendencia es generalmente positiva con el paso del tiempo, de acuerdo con la siguiente gráfica.

Figura II: Encuesta mensual sobre empresas comerciales (EMEC), Base 2013=100. Series desestacionalizadas y tendencia-ciclo.



Fuente: Elaboración propia con datos de EMEC-INEGI (2020).

En el gráfico anterior es posible advertir que existe la tendencia presentada es sensible a los momentos económicos que se presentan a nivel mundial, considerando que en el año 2008 se presentó una crisis financiera debido al colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos, también llamada crisis de las hipotecas basura.

Actualmente, el efecto social y económico causado por la enfermedad COVID19, ha sido considerado por diversos expertos en materias económicas como la amenaza de una recesión global potencial, para lo cual es necesario contar con estrategias tanto sanitarias como económicas, para evitar un escenario social y económicamente catastrófico a corto plazo⁶.

A continuación, la siguiente tabla presenta los datos relacionados con los registros sobre las ventas reportadas por empresas del sector empresarial dedicado al comercio minorista, de acuerdo con la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales “EMEC 2008- 2019 (Base 2008)”, en donde se muestran los datos relacionados con las ventas reportadas por estado, además del cálculo del consumo de bienes y servicios de las empresas consideradas en la encuesta, cuya información se obtuvo mediante el uso de [1] para realizar su respectivo cálculo.

Tabla 2: Datos relacionados con el consumo calculado de las microempresas y su efecto en los demás participantes de la cadena de consumo.

⁶ https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/ddgaw_26mar20_e.htm

	Ventas (2019)	Consumo Microempresa	Consumo mayorista	Consumo productor	Consumo de proveedor de Insumos
Aguascalientes	\$ 307.05	\$ 138.17	\$ 62.18	\$ 27.98	\$ 12.59
Baja California	\$ 319.19	\$ 143.64	\$ 64.64	\$ 29.09	\$ 13.09
Baja California Sur	\$ 300.00	\$ 135.00	\$ 60.75	\$ 27.34	\$ 12.30
Campeche	\$ 259.74	\$ 116.88	\$ 52.60	\$ 23.67	\$ 10.65
Coahuila	\$ 317.32	\$ 142.80	\$ 64.26	\$ 28.92	\$ 13.01
Colima	\$ 458.39	\$ 206.28	\$ 92.82	\$ 41.77	\$ 18.80
Tabasco	\$ 293.23	\$ 131.95	\$ 59.38	\$ 26.72	\$ 12.02
Chihuahua	\$ 315.07	\$ 141.78	\$ 63.80	\$ 28.71	\$ 12.92
Ciudad de México	\$ 320.19	\$ 144.09	\$ 64.84	\$ 29.18	\$ 13.13
Durango	\$ 435.76	\$ 196.09	\$ 88.24	\$ 39.71	\$ 17.87
Guanajuato	\$ 356.39	\$ 160.38	\$ 72.17	\$ 32.48	\$ 14.61
Veracruz	\$ 261.02	\$ 117.46	\$ 52.86	\$ 23.79	\$ 10.70
Hidalgo	\$ 382.52	\$ 172.14	\$ 77.46	\$ 34.86	\$ 15.69
Jalisco	\$ 301.52	\$ 135.69	\$ 61.06	\$ 27.48	\$ 12.36
Estado de México	\$ 282.73	\$ 127.23	\$ 57.25	\$ 25.76	\$ 11.59
Guerrero	\$ 321.99	\$ 144.89	\$ 65.20	\$ 29.34	\$ 13.20
Michoacán	\$ 425.75	\$ 191.59	\$ 86.21	\$ 38.80	\$ 17.46
Nayarit	\$ 321.88	\$ 144.85	\$ 65.18	\$ 29.33	\$ 13.20
Nuevo León	\$ 302.08	\$ 135.91	\$ 61.16	\$ 27.52	\$ 12.39
Oaxaca	\$ 288.40	\$ 129.78	\$ 58.40	\$ 26.28	\$ 11.83
Morelos	\$ 270.81	\$ 121.86	\$ 54.84	\$ 24.68	\$ 11.10
Querétaro	\$ 436.43	\$ 196.39	\$ 88.38	\$ 39.77	\$ 17.90
Quintana Roo	\$ 395.51	\$ 177.98	\$ 80.09	\$ 36.04	\$ 16.22
San Luis Potosí	\$ 328.73	\$ 147.93	\$ 66.57	\$ 29.96	\$ 13.48
Sinaloa	\$ 337.65	\$ 151.94	\$ 68.37	\$ 30.77	\$ 13.85
Sonora	\$ 370.94	\$ 166.92	\$ 75.11	\$ 33.80	\$ 15.21
Chiapas	\$ 410.21	\$ 184.59	\$ 83.07	\$ 37.38	\$ 16.82
Tamaulipas	\$ 274.97	\$ 123.74	\$ 55.68	\$ 25.06	\$ 11.28
Tlaxcala	\$ 430.34	\$ 193.65	\$ 87.14	\$ 39.21	\$ 17.65
Puebla	\$ 279.13	\$ 125.61	\$ 56.52	\$ 25.44	\$ 11.45
Yucatán	\$ 318.02	\$ 143.11	\$ 64.40	\$ 28.98	\$ 13.04
Zacatecas	\$ 279.28	\$ 125.67	\$ 56.55	\$ 25.45	\$ 11.45

Fuente: Elaboración propia, (2020).

En este orden de ideas, en la siguiente tabla se muestra la información relacionada con la cantidad de becarios, el cálculo de los recursos destinados a las becas del programa “*Jóvenes construyendo el futuro*” y su impacto en el consumo de los demás integrantes de la cadena, incluyendo una columna con el porcentaje del potencial beneficio en caso de aplicarse una estrategia de convergencia entre ambos programas.

Tabla 3: Análisis del potencial beneficio de los recursos de las becas en la cadena consumo. (mm=Millones)

	Cantidad de becarios	Recursos destinados a becas (mm)	Monto ventas y becas (mm)	Consumo esperado*	Consumo mayorista (mm)	Consumo productor (mm)	Consumo proveedor** (mm)	Potencial beneficio***
Aguascalientes	4,638	\$ 16.70	\$323.75	\$145.69	\$65.56	\$29.50	\$13.28	5%
Baja California	2,150	\$ 7.74	\$326.93	\$147.12	\$66.20	\$29.79	\$13.41	2%
Baja California Sur	3,407	\$ 12.27	\$312.26	\$140.52	\$63.23	\$28.46	\$12.80	4%
Campeche	20,990	\$ 75.56	\$335.30	\$150.88	\$67.90	\$30.55	\$13.75	29%
Coahuila	124,264	\$ 447.35	\$764.67	\$344.10	\$154.85	\$69.68	\$31.36	141%
Colima	9,547	\$ 34.37	\$492.76	\$221.74	\$99.78	\$44.90	\$20.21	7%
Tabasco	42,159	\$ 151.77	\$664.95	\$299.23	\$134.65	\$60.59	\$27.27	37%
Chihuahua	5,332	\$ 19.20	\$334.26	\$150.42	\$67.69	\$30.46	\$13.71	6%
Ciudad de México	7,039	\$ 25.34	\$345.53	\$155.49	\$69.97	\$31.49	\$14.17	8%
Durango	7,157	\$ 25.77	\$461.53	\$207.69	\$93.46	\$42.06	\$18.93	6%
Guanajuato	10,576	\$ 38.07	\$394.47	\$177.51	\$79.88	\$35.95	\$16.18	11%
Veracruz	62,040	\$ 223.34	\$586.83	\$264.07	\$118.83	\$53.47	\$24.06	69%
Hidalgo	18,649	\$ 67.14	\$449.66	\$202.35	\$91.06	\$40.98	\$18.44	18%
Jalisco	18,578	\$ 66.88	\$368.40	\$165.78	\$74.60	\$33.57	\$15.11	22%
Estado de México	87,156	\$ 313.76	\$596.50	\$268.42	\$120.79	\$54.36	\$24.46	111%
Guerrero	56,274	\$ 202.59	\$545.33	\$245.40	\$110.43	\$49.69	\$22.36	48%
Michoacán	33,732	\$ 121.44	\$628.34	\$282.75	\$127.24	\$57.26	\$25.77	45%
Nayarit	10,457	\$ 37.65	\$359.53	\$161.79	\$72.80	\$32.76	\$14.74	12%
Nuevo León	4,308	\$ 15.51	\$317.54	\$142.89	\$64.30	\$28.94	\$13.02	5%
Oaxaca	37,347	\$ 134.45	\$422.85	\$190.28	\$85.63	\$38.53	\$17.34	47%
Morelos	25,762	\$ 92.74	\$392.24	\$176.51	\$79.43	\$35.74	\$16.08	33%
Querétaro	8,234	\$ 29.64	\$466.07	\$209.73	\$94.38	\$42.47	\$19.11	7%
Quintana Roo	11,320	\$ 40.75	\$436.26	\$196.32	\$88.34	\$39.75	\$17.89	10%
San Luis Potosí	10,895	\$ 39.22	\$367.96	\$165.58	\$74.51	\$33.53	\$15.09	12%
Sinaloa	11,695	\$ 42.10	\$379.74	\$170.88	\$76.90	\$34.60	\$15.57	12%
Sonora	5,134	\$ 18.48	\$389.42	\$175.24	\$78.86	\$35.49	\$15.97	5%
Chiapas	103,255	\$ 371.72	\$561.98	\$252.89	\$113.80	\$51.21	\$23.04	127%
Tamaulipas	13,099	\$ 47.16	\$322.13	\$144.96	\$65.23	\$29.35	\$13.21	17%
Tlaxcala	22,228	\$ 80.02	\$510.36	\$229.66	\$103.35	\$46.51	\$20.93	19%
Puebla	90,501	\$ 325.80	\$371.87	\$167.34	\$75.30	\$33.89	\$15.25	125%
Yucatán	18,204	\$ 65.53	\$383.56	\$172.60	\$77.67	\$34.95	\$15.73	21%
Zacatecas	13,873	\$ 49.94	\$329.22	\$148.15	\$66.67	\$30.00	\$13.50	18%

Fuente: Elaboración propia, 2020.

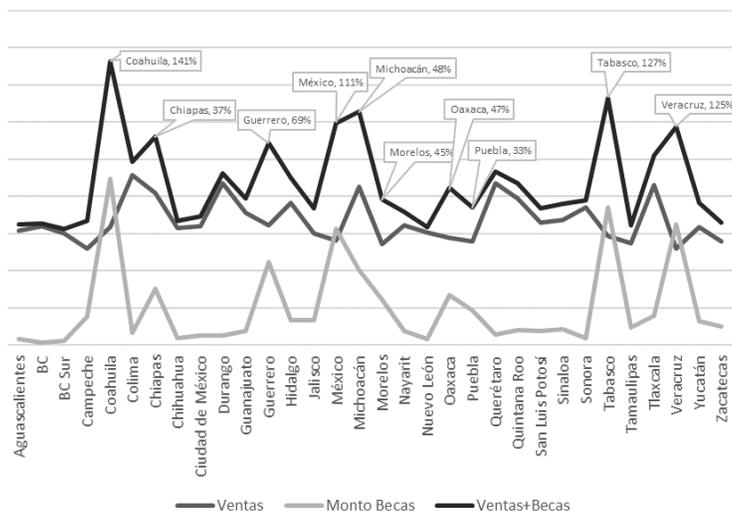
* Consumo esperado con Becas incluidas (mm)

** Consumo proveedor de Insumos (mm)

*** Porcentaje del potencial beneficio en la cadena de consumo

Los datos mostrados en la tabla anterior son una muestra del incremento potencial en la cadena de consumo dada la posibilidad de integrar en forma convergente el recurso del programa de bienestar social con los ingresos de las microempresas mexicanas dedicadas al comercio minorista. A continuación, se presenta un comparativo de los montos correspondientes de ingresos por ventas de las microempresas contra los resultados de las ventas con el monto de las becas agregadas.

Figura III: Comparativo de los montos correspondientes a los ingresos por Ventas, Presupuesto asignado a las becas entregadas y la integración de las ventas con las becas asignadas.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Como es posible observar en el gráfico anterior, el incremento en algunos de los estados en términos de las ventas en las empresas dedicadas al comercio minorista se destaca en los estados de Coahuila (141% de incremento en ventas), Chiapas (37%), Guerrero (69%), Estado de México (111%), Michoacán (48%), Morelos (45%), Oaxaca (47%), Puebla (33%), Tabasco (127%) y Veracruz (125%).

RESULTADOS

En el desarrollo del presente trabajo se muestra un modelo estratégico de efectos multiplicadores en el gasto del gobierno en programas de fomento empresarial con enfoque en la obtención de mayores beneficios al relacionar un esquema de apoyo social con una estrategia de fomento empresarial, con énfasis en el apoyo a microempresas, fortaleciendo dichos organismos sociales en términos de obtener un mayor grado de rentabilidad al mismo tiempo de generar mejores condiciones para la formalización de negocios.

Dicho incremento en las ventas impactaría positiva y significativamente el consumo de estas empresas, lo que tendría un efecto significativo en todos los integrantes de la cadena de consumo a la que pertenece.

En ese sentido, las tablas mostradas en el presente documento muestran una tendencia notablemente a favor de implementar prácticas estrategias de apoyos orientados a fortalecer tanto las condiciones sociales de beneficiarios de programas de bienestar, como a microempresas considerando el impacto del recurso destinado a las becas para estudiantes como para aprendices en puestos de trabajo.

En el supuesto de considerar como factible el presente análisis, la propuesta de incluir un enfoque de fomento intersecretarial (STPS, Secretaría de Gobernación, Secretaría del Bienestar del Gobierno de México), en concordancia con el impacto esperado en los apoyos sociales permitiría implementar sistemas estratégicos para el gasto social en donde el gobierno mexicano tendría elementos

para esperar beneficios integrales de los programas en la sociedad, incrementando el impacto esperado de los recursos destinados a las becas hacia la mejora de las condiciones de competitividad y rentabilidad de empresas formalmente establecidas.

Con ello, es pertinente resaltar que las microempresas no sólo son una fuente de generación de bienes y servicios, así como de empleo para las y los mexicanos, sino que además, son una parte de elemental importancia en el desarrollo de las cadenas de suministro relacionadas con este tipo de organizaciones, pues a través de estas empresas se genera un flujo de mercancías, insumos y servicios que impactan a un número mayor de organizaciones relacionadas, proveedores e incluso impactan en forma indirecta en la creación y permanencia de empleos en la interacción con los distintos actores de la cadena de suministro correspondiente.

Por lo anteriormente descrito, el apoyo estratégico a las microempresas mexicanas es un factor especialmente importante en los planes de desarrollo de toda nación y, por ende, un punto esencial de toda planeación estratégica en el uso y destino de los recursos del país.

DISCUSION

A partir del análisis realizado en el presente trabajo, se proponen los siguientes puntos para el establecimiento de una estrategia orientada a incrementar el impacto de programas sociales mediante una convergencia con otros objetivos de gobierno relacionados con el fomento empresarial.

Sin embargo, existen algunos factores que deben ser considerados para determinar tanto la factibilidad de la propuesta presentada, así como su alcance; en concreto, la participación y acuerdo entre distintos grupos de interés tales como fracciones políticas, administraciones públicas de orden federal, estatal y municipal, así como la potencial resistencia de los administradores de

microempresas para cumplir con los requisitos que se exijan con motivo de pertenecer a un programa de fomento empresarial a partir de la canalización de recursos destinados al bienestar social.

Por lo anteriormente expresado, una de las limitaciones observadas en el desarrollo de este trabajo es la imposibilidad de observar la factibilidad de la propuesta presentada debido a que se requiere de la participación de múltiples instituciones, además de una determinante voluntad política para diseñar la estrategia, implementarla, monitorear el cumplimiento de las actividades relacionadas y evaluar los resultados obtenidos.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión, la integración estrategia de objetivos de convergencia entre programas orientados hacia el bienestar social con los que cuenta actualmente el gobierno mexicano tendrá el potencial de contribuir en forma directa al objetivo de fomento empresarial mediante el desarrollo de un ciclo de aprovechamiento de los recursos tanto a nivel social como empresarial, principalmente en microempresas mexicanas.

En suma, se propone que, con el objetivo de dinamizar la economía de las microempresas, el grueso del apoyo modelado forme parte de una estrategia que se diseñe con una concentración en mayor medida destinada a los estados más pobres de la República Mexicana, a partir de un pensamiento estratégico relacionado con los beneficios multiplicadores que los recursos destinados a los programas de bienestar social potencialmente pueden aportar tanto a microempresas dedicadas al comercio minorista como a la sociedad.

Para lograr lo anterior, es necesario diseñar una estrategia alternativa de trabajo en comisiones intersecretariales que coordinen e implementen la entrega y disposición de los recursos económicos destinados a las becas de bienestar social; es una propuesta de los autores poner a consideración un formato de vales

digitales encriptados, debido a que de esta manera el destino del gasto de los beneficiarios podría controlarse mediante sistemas digitales, que estarían coordinados con los sistemas de cobranza de las microempresas que deberán estar inscritas en un programa de fomento a la rentabilidad, cumpliendo con requisitos de formalidad y uso de banca digital (como la política orientada a la creación de bancos para el bienestar del Gobierno de México).

De esta manera, se contará con fomento del bienestar social, incremento de la rentabilidad de las microempresas, control estratégico del destino de los recursos económicos e información sobre el efecto de los mismos en las organizaciones participantes en la cadena de consumo.

Agradecimientos

Se agradece el apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología para la realización de la presente investigación.

Conflictos de interés

Los autores de la presente obra declaran no tener ningún tipo de conflicto de interés con ningún individuo u organización.

REFERENCIAS

Aguilar, L. F., DeLeon, P., Lindblom, C. E., Majone, G., Méndez, J. L., & Canto Sáenz, R. (2012). Política pública. (L. F. Aguilar, Ed.) (p. 176). Siglo XXI Editores/Escuela de Administración Pública del Distrito Federal.

Alejandro, R. *et al.* (2017) 'Estimación Del Multiplicador Keynesiano Del Turismo Internacional En Argentina', *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(2), pp. 248-266.

Cámara de Diputados (2019) *Ley para el desarrollo de la competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa.* Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_130819.pdf

- CIEN (2019) *Impacto de las exportaciones en el PBI y en el empleo*. Available at: <http://www.cien.adexperu.org.pe/impacto-de-las-exportaciones-en-el-pbi-y-en-el-empleo/>.
- COFECE (2015) *Reportes sobre las condiciones de competencia en el sector alimentario*.
- Cruz, G. and Salvador, F. (2017) 'El impacto del gasto público sobre la inversión privada en México (1980-2015)', *Economíaunam ISSN*., 14(42), pp. 136-149.
- Deloitte (2018) *Las potencias globales del comercio detallista 2018*.
- INADEM (2018) *LIBRO BLANCO POLÍTICA DE MIPYMES / INADEM 2013-2018*.
- INEGI (2016) *ENAPROCE*. Available at: <https://www.bancomext.com/comunicados/14237>.
- INEGI (2020) *Comunicado de Prensa. Indicadores de Empresas Comerciales*.
- Keynes, J. M. (1936) *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, Palgrave Macmillan. doi: 10.1136/adc.56.3.193.
- de La Ossa, M., Burgos, J. P. and Raúl, C. R. (2016) 'Impactos económicos de proyectos de renovación urbana en Bogotá: Un análisis a partir de los multiplicadores de la SAM 2010', *Desarrollo y Sociedad*, 2016(77), pp. 81-130. doi: 10.13043/DYS.77.3.
- Navarrete, A., Pérez, G. and Rocio, C. (2016) 'Efectos económicos del sector cultural en México', *Análisis Económico*, XXXI(77), pp. 219-246.
- OCDE (2000) 'Compendium on international and regional bodies: activities and initiatives related to small and medium-sized enterprises (SEMs)', in *The Bologna Conference for Ministers responsible for SMES and industry ministers on "Enhancing the competitiveness of SMES in the global economy: Strategies and Policies"*., pp. 13-15.
- OCDE and SE (2019) *Política de Competencia en el Sector Minorista de Abarrotes Mexicano*.
- OECD (2017) 'Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy', *Meeting of the OECD Council at Ministerial Level*, (June), pp. 1-24. Available at: <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf> (Accessed: 30 November 2017).

- Posner, R. (2010) 'Cómo me convertí en keynesiano. segundas reflexiones en medio de una crisis', *Revista de Economía Institucional*, 12(22), pp. 293–305.
- Ramos Ruiz, J. L., Polo Otero, J. L. and Barcasnegras, A. A. (2017) *Análisis insumo-producto y la inversión pública: Una aplicación para el Caribe colombiano, Cuadernos de Economía (Colombia)*. doi: 10.15446/cuad.econ.v36n70.58796.
- Secretaría de Economía (2015) *Anexos 57: Evaluación de Diseño 2015 del programa P008 "Instrumentación de Políticas de Fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y al Sector Social de la Economía"*.
- Vecino, F. and Boggio, J. (2006) 'Reflexiones sobre las políticas de fomento y apoyos a Micros, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) en México y las experiencias en países de la OCDE', in *X CONGRESO ANUAL DE LA ACADEMIA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS AC (ACACIA)*, pp. 1–30. Available at: <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P26T17.pdf>.
- WEF (2015) *The Global Competitiveness Report 2015–2016, The global competitiveness report 2015-2016*. doi: 92-95044-35-5.