

BIBLIOTECA	
Salas	2
Estante	33
Tabla	76

comercio Exterior

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

Las empresas pequeñas y medianas II



132 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS CAPACIDADES TECNOLÓGICAS DE MÉXICO Y COREA

Gabriela Nava Campos
.....

La autora examina la estructura industrial de México y Corea, el gasto en investigación y desarrollo, las políticas industrial y tecnológica, así como otros factores que inciden en ambas naciones en la construcción de las "capacidades humanas necesarias para establecer y operar industrias de forma eficiente mediante la eficaz absorción —e incluso generación— del cambio tecnológico".

145 EL BID Y LOS APOYOS A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN MÉXICO

Raúl Arturo Jaime-Canseco
.....

Con el propósito de incorporar a los estratos menos favorecidos de la población a la economía moderna, el BID ha apoyado la formación y el fortalecimiento de microempresas en América Latina. En particular, se mencionan los elementos del programa Micro 2001, así como las actividades realizadas en México en el marco del Programa de Pequeños Proyectos y del Fondo Multilateral de Inversiones.

149 LA COECE: UN CASO DE COOPERACIÓN ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO EN MÉXICO

Carlos Alba Vega
.....

Uno de los factores del éxito en las negociaciones del TLCAN fue la estrecha colaboración de los sectores público y privado. Esto fue posible gracias al concurso de la COECE, el más reciente esfuerzo empresarial de representación común de sus diversos intereses en el marco de la inserción de México en la economía mundial.

159 ORGANIZACIÓN Y REPRESENTATIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN MÉXICO

Matilde Luna y Ricardo Tirado
.....

Los cambios económicos y políticos en México durante los últimos lustros han evidenciado la crisis de representatividad de las micro y pequeñas empresas ante las instancias gubernamentales. Ello se deriva de la estructura de representación de intereses empresariales, en particular por la obligatoriedad de la afiliación a las cámaras y confederaciones registradas. Los autores analizan sus características y, con base en modificaciones en este último aspecto, plantean tres escenarios futuros de la representatividad en México.

167 RECUENTO NACIONAL

172 RECUENTO LATINOAMERICANO

175 SUMMARIES OF ARTICLES

176 SIGLAS Y ABREVIATURAS

COMITÉ EDITORIAL

Juan Pablo Arroyo Ortiz
Carlos Bazdresch Parada
Javier Beristain Iturbide
Arturo Fernández Pérez
David Ibarra Muñoz
Mario Ojeda Gómez
Gustavo Romero Kolbeck
Francisco Suárez Dávila
Homero Urías Brambila

DIRECCIÓN DE LA REVISTA COMERCIO EXTERIOR

Director

Homero Urías Brambila

Subgerentes

Rafael González Rubí
Sergio Hernández Clark

Redacción e información

Alfredo Castro Escudero, Alma Rosa Cruz, Alicia Loyola Campos, María Antonieta Pérez, Agustín Ruiz Soria, Antonio Salinas Chávez, Alfredo Salomón

Edición

Enrique Pérez Vera

Ma. Esther Jacques Medina, Pilar Martínez Negrete, Miguel Ángel Ramírez

Distribución

Angélica González C., Leticia Martínez

Servicios secretariales y de apoyo

Antonia Cardona Reyna, Elizabeth García Tinajero, Alfredo González, Ángeles Marín Ancona

Asesores

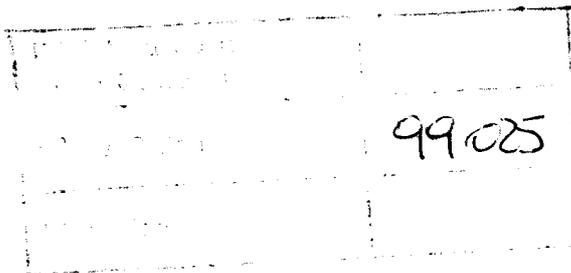
Emilio Alanís Patiño, Jorge Eduardo Navarrete

Comercio Exterior es una publicación abierta al debate. Admite, por tanto, una amplia gama de ideas que no coinciden necesariamente con las del Bancomext. La responsabilidad de los trabajos firmados es de sus autores y no de la institución, excepto cuando se indique lo contrario.

Pueden reproducirse materiales mencionando la fuente. En libros de distribución comercial se requiere autorización de los autores y de *Comercio Exterior*. El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., se reserva el derecho de difundir por medios magnéticos o fotográficos el contenido de la revista. Impresa en Ediciones ECA, S.A. de C.V., Calle B, núm. 20, Manzana 11, Col. Educación, 04400 México, D.F. Autorizada como publicación periódica por el Servicio Postal Mexicano (Sepomex) con el número de registro 010 1062. Distribuida por Sepomex, Netzahualcōyotl núm. 109, Centro, 06080 México, D.F. Características: 218421108. Certificados de licitud de título (núm. 1193) y de contenido (núm. 657) expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 2 de julio de 1981. Número de Reserva de Título: 248/78. Aparece el último día de cada mes. Publicación gratuita. Dirección de la Revista *Comercio Exterior*, Camino a Santa Teresa 1679, piso 8, Jardines del Pedregal, 01900 México, D.F. Tels.: 327 6220 y 327 6000, exts.: 6655 y 6656; fax: 327 6214. Correspondencia: A.P. 21 258, 04100 México, D.F.

Internet: telnet redco.ucof.mx; login: gopher; password: gopher.
e-mail: comercio_exterior@compuserve.com

ISSN-0185-0601



95 SUBCONTRATACIÓN ENTRE MAQUILADORAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN MÉXICO

Ariel Moctezuma y Alejandro Mungaray

Se explica el paso de un paradigma de producción en gran escala a otro más flexible en que las micro y pequeñas empresas desempeñan un importante papel. A partir de ello se propone la formulación de una estrategia de política industrial basada en redes de subcontratación entre la industria maquiladora. Tijuana sirve para ejemplificar el caso.

103 EFECTOS DEL TLCAN EN LA MICROINDUSTRIA DEL VESTIDO EN TLAXCALA, MÉXICO

José A. Alonso

Desde la entrada en vigor del TLCAN se han modificado significativamente las condiciones en que se desempeñan las empresas industriales, en particular las más pequeñas. En esta monografía se refieren los resultados de una investigación de campo con el propósito de determinar la forma en que éstas se han incorporado a las redes industriales propiciadas por el TLCAN, así como sus principales características.

111 INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICA ENTRE INDUSTRIAS DE AUTOMOTORES Y AUTOPARTES

Arturo Lara Rivero, Juan Manuel Corona y Angélica Buendía

A partir de un repaso de diversas concepciones teóricas sobre las relaciones entre empresas ensambladoras y proveedoras, así como de los modelos fordista y japonés, los autores destacan la importancia del intercambio de información tecnológica. Por su racionalidad limitada e intereses diversos, sostienen los autores, los actores económicos reales deben cooperar y competir a un tiempo en el mercado.

124 EMPRESAS FAMILIARES EN LOS NEGOCIOS DE PRODUCTOS PERECEDEROS

Cristina Padilla Dieste

Se presentan elementos de análisis para conocer el funcionamiento del comercio mayorista de productos perecederos administrado por empresas familiares. A partir de un enfoque antropológico la autora define de qué manera lo social, en la empresa y la familia, constituye el principio generador y el motivo de un comportamiento particular empresarial.