

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2726>

## **Necesidades que impulsan a realizar alianzas estratégicas en MPyMEs del sector de la Construcción en Monclova Coahuila México**

The needs of create strategic alliances in MSMEs of Construction sector in Monclova Coahuila Mexico

**Mayra Yazmin Ortiz Ozuna**

mayraortiz@uadec.edu.mx  
<https://orcid.org/0009-0003-0432-5507>  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Monclova – Mexico

**Ana María Aguilar Sánchez**

ana.aguilar@uadec.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-2374-813X>  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Monclova – México

**Sandra Patricia de la Garza Cienfuegos**

Sandra.garza.cienfuegos@uadec.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-7018-1252>  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Monclova – México

**Nathalia Zamarrón Otzuca**

Nathalia.zamarron@uadec.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-9593-7722>  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Monclova – México

Artículo recibido: 17 de septiembre de 2024. Aceptado para publicación: 01 de octubre de 2024.  
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### **Resumen**


Las micros, pequeñas y medianas empresas de la industria de la construcción son de vital importancia para el desarrollo económico, social y ambiental de cualquier país, ya que satisfacen las necesidades de sus habitantes al proporcionar edificación e infraestructura. La problemática actual deriva principalmente en altos costos, falta de clientes, falta de competitividad y falta de conocimientos técnicos. La implementación de alianzas estratégicas es una solución a los problemas a los que se enfrenta dicho sector. En este estudio se analizan las necesidades de cooperación que impulsan la creación de alianzas estratégicas, de la industria de la construcción, específicamente en las MPyMEs afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción de Monclova Coahuila, México. La metodología empleada es de corte cuantitativo y consistió en la aplicación de encuestas altamente estructuradas a una muestra probabilística de 34 empresas. Se realizaron análisis descriptivos, correlacionales y de comparación de muestras utilizando el paquete estadístico SPSS. Los principales resultados muestran que el 47% de las empresas estudiadas han realizado al menos una vez algún tipo de alianza estratégica y que las alianzas estratégicas están relacionadas al tipo de necesidades que presenta la empresa.

*Palabras clave:* alianza estratégica, MPyMEs, construcción

## Abstract

Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the construction industry are of vital importance for the economic, social, and environmental development of any country, as they meet the needs of its inhabitants by providing buildings and infrastructure. The current issues mainly stem from high costs, lack of clients, lack of competitiveness, and lack of technical knowledge. The implementation of strategic alliances is a solution to the problems faced by this sector. This study analyzes the cooperation needs that drive the creation of strategic alliances in the construction industry, specifically among MSMEs affiliated with the Mexican Chamber of the Construction Industry in Monclova, Coahuila, Mexico. The methodology employed is quantitative and consisted of applying highly structured surveys to a probabilistic sample of 34 companies. Descriptive, correlational, and sample comparison analyses were conducted using the SPSS statistical package. The main results show that 47% of the companies studied have formed at least one type of strategic alliance and that these alliances are related to the type of needs the company presents.

*Keywords:* strategic alliances, MSMEs, construction

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Ortiz Ozuna, M. Y., Aguilar Sánchez, A. M., de la Garza Cienfuegos, S. P., & Zamarrón Oztuca, N. (2024). Necesidades que impulsan a realizar alianzas estratégicas en MPyMEs del sector de la Construcción en Monclova Coahuila México. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (5), 1596 – 1609. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2726>

## INTRODUCCIÓN

Iniciando la segunda década del siglo XXI, la globalización ha sido factor fundamental en los cambios en relación al ámbito organizacional, los principales factores que han detonado y agudizado la competencia son la tecnología y la homogeneización de los mercados, la punta medular de las organizaciones es la planificación estratégica, la cual le permite a los propietarios e inversionistas proyectar la trayectoria tomada por sus recursos económicos siendo muy importante el diagnóstico inicial de mercado, el macro ambiente y las expectativas de los empresarios en cuanto a la recuperación de su inversión (Alcalá y García Giulliany, 2013)

Martínez Choy (2011) reafirma que la industria considerada más grande a nivel mundial en la actualidad es la de la construcción, la cual es una industria en la que surgen diariamente nuevos proyectos para satisfacer las necesidades de la sociedad; implícitamente toda construcción es considerada por los diseñadores y constructores como una tarea única y distinta, con un principio y un final para cada proyecto; así mismo se considera que el sector mide el estado general de un país, debido a que durante los periodos de crisis económicos, esta industria es la que registra mayor caída, aunque durante la recuperación experimenta un crecimiento mayor al promedio de los demás sectores de la economía.

Estudio de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (2011), citado por Rojas Merced y Ramírez Marcial (2011), mencionan que la industria de la construcción produce beneficios tanto en los negocios como en el bienestar de la población; en los negocios, contribuye a fortalecer a la industria nacional en sus procesos de producción, distribución y comercialización, haciéndola más productiva y competitiva, al crear carreteras, puertos, aeropuertos y telecomunicaciones para el transporte de mercancías, personas e información; al cimentar las instalaciones que suministren energía eléctrica, petróleo y gas, para suministrar los energéticos requeridos; al elegir instalaciones turísticas que permitan el acceso de recursos económicos adicionales al país, una de las principales fuentes de ingresos para México; y al construir escuelas, hospitales y clínicas, para capacitar al personal y cuidar la salud de los habitantes.

La cámara mexicana de la industria de la construcción (2013) señala que, en México, "la industria de la construcción es la cuarta actividad económica con mayor generación de empleo, y la sexta actividad económica que mayor valor agregado genera a la producción nacional" (p.16).

Se puede afirmar que en la industria de la construcción un 85.74% tienen problemáticas en la actividad relacionadas a: falta de clientes, falta de crédito, bajas ganancias, competencia excesiva, conflictos con los clientes y problemas con las autoridades. La Falta de Clientes representa un 62%, por lo que es necesario que las empresas cubran las necesidades de los clientes y sobre todo satisfacerlas lo mejor posible. Para esto es necesario crear herramientas donde los clientes contratantes puedan seguir sus proyectos periódicamente, esto da tranquilidad y en consecuencia lo que el cliente necesita (Contreras Soto, 2007).

En base a la teoría y derivado de la observación se percibe a la mayoría de las PYMES con temor al cambio, esto derivado de que en la mayoría de los casos dichas empresas cuentan con una administración tradicionalista que les impide la utilización de nuevas estrategias para competir en el mercado, por lo que Martínez Choy (2011) complementa lo anterior ya que menciona que las características generales de las MPyMES y la falta de un modelo de gestión de proyectos, repercuten en muchos casos en el fracaso de la conclusión de los mismos, impactando directamente en el costo, tiempo y calidad; provocando la disminución de las utilidades esperadas por la empresa encomendada a realizar los trabajos, e incluso en pérdidas de capital; repercutiendo así, en la estabilidad económica de la MPyME y en muchos casos en la evaporación de su participación en el mercado.

Maglioni Martínez (2011) comenta que una de las causas por las que no son implementadas las alianzas estratégicas es causado por el miedo que existe a generar cooperación entre empresas, esta causa es muy común, sobre todo en las MPyMEs que se ubican en países en vía de desarrollo en los cuales el motor de las economías es impulsado por las MPyMEs, donde existe una cultura individualista hasta hace muy pocos años la cual hasta ahora se está empezando a cambiar; la desconfianza es la causa primordial de estos miedos; esta aportación incluye países como México, el cual plantea un reto a superar.

Derivado de lo anterior, es importante resaltar que existe la necesidad de implementación de alianzas estratégicas; ya que como señala Lozano (2011), “la asociatividad entre empresas permite aprovechar y potencializar las fortalezas de cada una de ellas, desarrollar proyectos más eficientes y minimizar los riesgos individuales” (pp. 175-178).

El presente artículo, enlaza la teoría del costo de la transacción la cual fue propuesta por primera vez por Coase (1937); la cual dice que la empresa y el mercado son medios alternativos de organización económica de las mismas transacciones y la empresa es la que determina qué actividades organizar internamente y cuáles encargar a otras empresas es decir dicha teoría explica por qué la empresa elige entre un conjunto amplio de opciones un modo particular de gobernación para explotar su ventaja.

Por otro lado, hay quienes aseguran que las alianzas estratégicas comienzan a desarrollarse fundamentalmente a partir de los años ochenta. La aparición de una importante competencia global que provoca que las empresas deben innovar continuamente es probablemente el principal factor que impulsa la aparición de las alianzas como instrumento que permite a las empresas revisar sus estrategias competitivas en respuesta a la globalización e incertidumbre de los mercados (Saiz Álvarez y García-Ochoa y Mayor, 2008).

La definición de alianza estratégica es: asociaciones formales entre dos o más organizaciones, a fin de llevar a cabo empresas en el corto plazo, originadas en relaciones oportunistas o permanentes que se desarrollan como una forma de sociedad entre los participantes, teniendo como objetivo eliminar o reducir en un grado significativo la confrontación entre competidores, proveedores, clientes, nuevos participantes y potenciales (Aldana y Urribarri, 2013).

De acuerdo a Ariño (2007) una alianza estratégica puede ser útil para alcanzar objetivos siguientes:

- Reducir costos y obtener economías de escala: en sectores donde los costos fijos son altos, es necesario tener un volumen suficiente que permita a la empresa ser competitiva; el caso de la construcción podría ser un ejemplo.
- Ganar acceso a nuevos mercados: cuando la empresa quiere entrar en un nuevo mercado, carece del conocimiento básico acerca de los clientes y de las relaciones e infraestructura necesarias para lograr una buena distribución de su producto.
- Ganar acceso a nuevas tecnologías: cuando la empresa tiene que hacer frente a un desfase tecnológico importante, no se puede permitir dedicar el tiempo necesario para cubrirlo por sí misma y muchas veces tampoco tiene los recursos económicos necesarios.
- Bloquear a la competencia: en ocasiones, una AE con determinado socio impide que el competidor se fortalezca aliándose con ese socio.
- Desarrollar capacidades nuevas: hacer frente a los retos competitivos puede exigir determinadas capacidades de las que la empresa carece y que puede llegar a aprender de su socio.
- Reducir riesgos: algunos proyectos exigen inversiones que, por su envergadura y riesgo, pueden hacer peligrar la salud económica y financiera de la empresa.
- Cumplir con requisitos gubernamentales: continúa siendo de importancia en algunos casos particulares, aunque ha perdido relevancia en relación a otros objetivos.



Las razones o motivos que llevan a formar alianzas estratégicas son variadas sin embargo se resumen en lo señalado por Araiza Garza, Velarde López y Zarate Vásquez (2010) las necesidades que impulsan a las PYMES a cooperar están relacionadas a necesidades de producción, innovación, de mercado y de administración.

Complementando lo anterior, Núñez Blanco (2013) señala que las razones internas de una empresa para ejecutar acuerdos de cooperación son:

### **Internas**

Reducción de riesgos al asumir costos para realizar inversiones y entrar en nuevos negocios o mercados.

- Adquisición de recursos y capacidades.
- Compartir redes de distribución.
- Adquisición de nuevas tecnologías.
- Adquisición de capital.

### **Competitivas**

- Alcance de ventajas competitivas
- Integración de procesos productivos
- Aprovechamiento del exceso de capacidad, por parte de los socios, para no perder la posición competitiva.
- Evitar la pérdida de capacidad competitiva.
- Introducción y penetración de nuevos mercados.
- Creación y explotación de nuevos negocios.
- Integración tanto horizontal como vertical.

### **Innovación y Desarrollo**

En términos generales una alianza estratégica de acuerdo a PROMÉXICO (2010) es muy útil en los siguientes casos:

- Cuando una compañía está lista para penetrar plenamente a un mercado extranjero, pero carece de recursos administrativos, de capital, o línea completa de productos para iniciar una compañía vendedora en otro país.
- Cuando los competidores, que pueden ser extranjeros, se están preparando para tener una mayor participación en el mercado.
- Cuando se pueda crear un canal de distribución permanente sin tener que erogar demasiado dinero.
- Cuando las leyes exigen un grado de integración nacional que mi empresa no pueda cubrir.
- Cuando sea conveniente invertir en una planta productiva y aprovechar ventajas en otros países.

Los motivos por los que se forman alianzas estratégicas se traducen en necesidades de la misma empresa y depende de las necesidades de la misma, será el tipo de alianza estratégica a implementar.

### **METODOLOGÍA**

La metodología utilizada en la presente investigación incluye diferentes técnicas de acuerdo al objetivo que se busca lograr, sin embargo en todos los objetivos se coincide en que es una investigación de

tipo No experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, es decir por medio de la observación y análisis de los fenómenos tal y como se dan en el contexto actual; no hay condiciones que expongan a los sujetos de estudio; así mismo es una investigación de tipo transeccional ya que se recolectan datos en un solo momento o tiempo único, con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

El objeto de la investigación son las micro, pequeñas y medianas empresas del sector de la industria de la construcción ubicadas en la ciudad de Monclova Coahuila las cuales se encuentran afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC).

El propósito de la CMIC es reunir a los mejores empresarios, dedicados a representar sus legítimos intereses, fomentar su productividad, impulsar su crecimiento, incrementar su competitividad y promover el desarrollo profesional y humano.

La actividad primordial de la CMIC implica la participación directa de los empresarios en los planteamientos de desarrollo nacionales y locales, así como la atención a la problemática y soluciones con los sectores más importantes que generan trabajo; pone especial atención a la sectorización. De esta forma busca que las empresas constructoras afiliadas, fortalezcan su relación con quienes ejecutan proyectos de Obra Pública y Obra Privada.

### **Tamaño de la muestra**

Un muestreo apropiado probabilístico permite que se obtenga una pequeña parte de la población con una medida confiable de todo el conjunto. Como se está trabajando con una población finita se toma como referencia, la fórmula propuesta por Fisher y Navarro (1997) la cual se presenta en la siguiente ecuación:

$$n = \frac{NZ^2 p(1-p)}{(N-1)E^2 + Z^2 p(1-p)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

P = Proporción de éxitos

(1-p) = proporción estimada de fracasos

e = Error de estimación entre la proporción real y la proporción de la muestra.

De acuerdo al cálculo de muestras se obtiene un tamaño de n= 30 empresas con z= 1.65 y un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 10% el cual es aceptado en administración.

Cabe señalar que se enviaron 53 encuestas vía internet por medio de programa e-encuestas pretendiendo realizar un censo, sin embargo, solo se obtuvo respuesta de 34 empresas, por lo que considerando el criterio de conveniencia y tomando en cuenta que el número de respuesta se encuentra dentro de criterios aceptables; se considera como muestra final 34.

### **Selección de las variables y diseño del cuestionario**

Se utilizó instrumento de Araiza Garza (2009) el cual contiene 9 variables de las cuales 5 son nominales y finalmente 4 variables son intervalares ya que serán medidas a través de una combinación de la escala de likert, grado de importancia y respuestas cerradas

Para medir la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba estadística Alpha de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.854

Las hipótesis a comprobar son:

**H1:** Existe una relación significativa entre las necesidades de cooperación que impulsan las alianzas y el tipo de alianza que realizan las MPyMEs del sector de la construcción afiliados a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción de Monclova Coahuila.

**Ho1:** No existe una relación significativa entre las necesidades de cooperación que impulsan las alianzas y el tipo de alianza que realizan las MPyMEs del sector de la construcción afiliados a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción de Monclova Coahuila

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las necesidades de cooperación de las empresas que impulsan la formación de las alianzas estratégicas se presentan en la Tabla 1, donde se aprecia que las 16 empresas que han realizado alianzas reconocen alguna necesidad de cooperación que las impulsó a hacerlo, otorgándoles en promedio un nivel de importancia de 4.5104.

**Tabla 1**

*Necesidades que impulsan a realizar Alianzas Estratégicas en MPyMEs del sector de la construcción afiliadas a la CMIC de Monclova Coahuila*

Necesidades	Tipos	n	Mín.	Máx.	Media	Desviación estándar
Necesidad de producción	Incrementar la oferta de producto	9	4.00	5.00	4.7778	.44096
	Complementar parte de sus procesos productivos	10	3.00	5.00	4.4000	.69921
	Disminuir costos de producción	11	3.00	5.00	4.5455	.82020
	Mejorar la calidad de sus productos	7	3.00	5.00	4.5714	.78680
Total, Necesidades de producción		16	3.00	5.00	4.5729	.66100
Necesidad de innovación	Disminuir costos en el desarrollo e innovación tecnológica	1	5.00	5.00	5.0000	
	Disminuir tiempo en el desarrollo e innovación tecnológica	1	5.00	5.00	5.0000	

	Disminuir riesgo sobre la inversión en el desarrollo e innovación tecnológica	1	5.00	5.00	5.0000	
	Desarrollar capacidades tecnológicas	1	5.00	5.00	5.0000	
Total Necesidades de innovación		1	5.00	5.00	5.0000	
Necesidad de mercado	Establecer estrategias publicitarias	4	3.00	5.00	4.0000	.81650
	Dar publicidad a sus productos	7	3.00	5.00	4.4286	.97590
	Reducir costos de distribución a sus productos	4	4.00	5.00	4.7500	.50000
	Acceder a nuevos mercados	8	5.00	5.00	5.0000	
Total Necesidad de mercado		11	3.00	5.00	4.6061	.62482
Necesidad de administración	Desarrollar capacidad empresarial	7	4.00	5.00	4.7143	.48795
	Tener acceso a información administrativa	2	5.00	5.00	5.0000	
	Tener conocimientos prácticos de gestión administrativa	6	4.00	5.00	4.8333	.40825
	Efectuar el entrenamiento del personal de la empresa	13	3.00	5.00	4.4615	.77625
Total, Necesidades de administración		14	3.00	5.00	4.5000	.67937
Total, Necesidades que impulsan las alianzas estratégicas		16	3.00	5.00	4.5104	.54517

**Fuente:** elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

**Necesidades de producción:** de las 16 empresas que realizan alianzas, 16 han experimentado necesidades de producción, y le asignan en promedio un nivel de importancia de 4.5729; dentro de las necesidades más sobresalientes se encuentra, por mayor nivel de importancia, incrementar la oferta del producto, seguida de mejorar la calidad de sus productos y disminución de costos de producción, éste último es a la vez reportado por el mayor número de empresas (11), dicho hallazgo está relacionado con lo comentado en la teoría por Abreu y Nicolás (2008) los cuales señalan que los problemas más sobresalientes en las MPyMEs del sector de la construcción están relacionados con los altos costos; dicho problema se convierte en una necesidad.

**Necesidades de innovación:** de las 16 empresas que realizan alianzas, solo una manifestó tener necesidades de innovación y le asignan en promedio un nivel de importancia de 5; dichas necesidades están vinculadas a la disminución de costos, tiempo, riesgo sobre la inversión del desarrollo e



innovación tecnológica, así como el desarrollo de capacidades tecnológicas. Este hallazgo revela que aún y cuando algunos autores (Saiz Álvarez y García-Ochoa y Mayor, 2008) han encontrado que las alianzas estratégicas surgen como una estrategia competitiva para hacer frente a la competencia global, la cual provoca que las empresas deben innovar continuamente; usando la innovación como una herramienta para mantener e incrementar la competitividad dentro de los mercados (Abreu y Nicolás, 2008), las empresas del sector de la construcción no lo visualizan aún de esta manera, perdiendo tal vez, la posibilidad de ser más competitivas así como disminuir riesgos (Ariño, 2007).

**Necesidades de mercado:** de las 16 empresas que se realizan alianzas, once han presentado necesidades relacionadas al mercado y le asignan en promedio un nivel de importancia de 4.6061 siendo la más sobresaliente, tanto por nivel de importancia como por el mayor número de empresas que la mencionan, el acceso a nuevos mercados seguida por la reducción de costos de distribución de sus productos en nivel de importancia. Nuevamente queda de manifiesto que uno de los impulsores para realizar alianzas estratégicas es la reducción de costos, derivado tal vez de los hallazgos de Abreu y Nicolás (2008) quienes manifiestan que uno de los grandes problemas del sector de la construcción sean los altos costos. Así mismo la necesidad de tener acceso a nuevos mercados puede ser atendida mediante la creación de una alianza estratégica, ya que Ariño (2007) indica que en la implementación de alianzas estratégicas se puede ganar acceso a nuevos mercados.

**Necesidades de administración:** de las 16 empresas en las que se realizan alianzas, 14 han experimentado necesidades de administración y le asignan en promedio un nivel de importancia de 4.5000 donde la principal necesidad es, acorde al nivel de importancia, tener acceso a la información, seguido de tener conocimientos proactivos de gestión administrativa y desarrollo de capacidad empresarial. En relación a la necesidad de efectuar entrenamiento del personal de la empresa, aún y cuando se encuentra en el último lugar de nivel de importancia (4.4615), destaca como principal necesidad por ser la mencionada por un mayor número de empresas, 13 del total de 14 empresas que reportan algún tipo de necesidad de administración.

Para comprobar la H1 y la Ho1; se calculó el coeficiente de correlación Rho Spearman, ya que según Hernández Sampieri (2006) este coeficiente se para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos; los resultados encontrados significativos se presentan en la tabla 18, para el resto de las relaciones no se encontraron resultados estadísticamente significativos.

**Tabla 2**

*Relación entre necesidades que impulsan las alianzas estratégicas y el tipo de alianzas estratégicas realizadas por MPyMEs del sector de la construcción afiliadas a la CMIC de Monclova Coahuila*

		<b>Necesidades de Administración que impulsan las alianzas estratégicas</b>
--	--	---

Alianzas estratégicas de innovación	Coefficiente de correlación Significancia n	0.868** .002 9
Alianzas estratégicas de mercado	Coefficiente de correlación Significancia n	0.860** .006 8
Alianzas estratégicas de administración	Coefficiente de correlación Significancia n	0.628* .021 13

**Nota:** \*\*. La correlación es significativa a un nivel de confianza del 99%. \*. La correlación es significativa a un nivel de confianza del 95%.

**Fuente:** elaboración propia.

De acuerdo a la tabla 2 y según el análisis correlacional, se afirma en primer término que existe relación significativa entre las necesidades de administración y alianzas de innovación con un nivel coeficiente de correlación de .868\*\* y un nivel de confianza de 99%, así mismo se encontró que existe una relación significativa entre necesidades de administración y alianza de mercado con un coeficiente de correlación de 0.860\*\* y un nivel de confianza de 99% y finalmente se confirma que existe una relación significativa entre las necesidades de administración y la alianza de administración con un coeficientes de correlación de 0.628 y un nivel de importancia del 95%. Derivado del análisis anterior se desprende la importancia que tiene para el sector de la construcción las necesidades administrativas lo cual significa que la presencia de dichas necesidades son punta de lanza para el desarrollo de los tres tipos de alianzas anteriormente descritas. De acuerdo a los resultados obtenidos se acepta la Ho1 debido a que no es posible comprobar al 100% la H1.

Con la finalidad de afianzar los objetivos y comprobar las hipótesis sujetas a estudio, en complemento a la correlación de Spearman se aplicó la prueba de Kruskal Wallis para lo cual se procedió a agrupar variables y obtener medias resultando 3 variables nuevas en una escala ordinal llamadas Necesidades,

### Tipos y Beneficios

La intención es determinar si hay influencia entre las necesidades que impulsan a la implementación de alianzas estratégicas y el tipo de alianza implementada; obteniendo los siguientes resultados mostrados en la tabla 20 y 21:

**Tabla 3**

*Estadísticos descriptivos: influencia entre las necesidades que impulsan a la implementación de AE y el tipo de AE implementada*

Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
Necesidades	16	1.69	.793	1	3
Tipos	16	.81	.834	0	3

**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 4**

*Prueba de Kruskal Wallis: Influencia entre las necesidades que impulsan a la implementación de AE y el tipo de AE implementada*

Estadísticos de prueba <sup>a,b</sup>	
	Tipos
Chi-cuadrado	5.151
gl	2
Sig. asintótica	.076
a. Prueba de Kruskal Wallis	
b. Variable de agrupación: Necesidades	

**Fuente:** elaboración propia.

En relación a la tabla 3 y 4 considerando un nivel de significancia del .076 el cual se encuentra dentro fuera del rango aceptado (0.05); se concluye que las necesidades de producción, innovación, mercado y administración NO influyen en la utilización de alianzas estratégicas de producción, innovación, mercado y administración.

## CONCLUSIÓN

La industria de la Construcción se encuentra estrechamente relacionada al comportamiento económico de casi todos los sectores industriales y es uno de los más sensibles a los cambios que se suceden en la economía nacional.

Existe un organismo dentro del sector de la construcción, el cual se preocupa por las necesidades de la industria, dicho organismo está distribuido en todo México y es conocido como Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), específicamente Monclova Coahuila lugar donde se realizó la investigación; cuenta con una sede; la mayoría de los afiliados a esta cámara son micros, pequeñas y medianas empresas.

A lo largo de la presente investigación se ha hecho énfasis en que la industria de la construcción en comparación a los demás sectores de la economía, posee características muy diferentes, dichas características hacen de la construcción un sector de especial tratamiento, por ejemplo; la principal y más sobresaliente característica es que el sector tiene una planta móvil y un producto fijo.

Por otro lado y aunado a lo anterior, la industria de la construcción se enfrenta a muchos retos que de acuerdo a la teoría de manera general se pueden resumir en que muchas decisiones se basan sólo en la experiencia y esto ocasiona que exista falta de recursos capacitados; existe poca inversión en investigación y desarrollo tecnológico, la confidencialidad y falta de información compartida implican un reto a enfrentar si se desea sobresalir y hacer frente a los cambios actuales en los mercados.

Los desafíos actuales a los que se enfrentan las MPyMEs en el sector de la industria de la construcción y la solución a dichos desafíos no se trata de un simple ajuste transitorio sino de transformación e innovación; en consecuencia, esta transformación significó modificar comportamientos y pautas de funcionamiento en las empresas y poner en marcha un proceso relacionado a la construcción de nuevas herramientas que permitan desarrollar ventajas competitivas.

Por lo anteriormente expuesto, se optó por sugerir la implementación de alianzas estratégicas en dicho sector partiendo de la efectividad que dicha herramienta tiene desde años atrás; la formación de las alianzas debe surgir como algo deseado por los socios participantes para el éxito de la misma.

Dentro de las principales contribuciones del presente trabajo se menciona que hay evidencia empírica que permite afirmar que las MPyMEs de la industria de la construcción afiliadas a la CMIC de Monclova Coahuila realizan alianzas estratégicas de cuatro tipos: de producción, de innovación, de mercado y de administración; esto vinculado a que se enfrentan a retos traducidos en necesidades relacionadas principalmente a la administración lo cual las impulsa a realizar alianzas estratégicas de administración, alianza de mercado y alianzas estratégicas de innovación, resaltando con lo anterior, la importancia de las actividades de administración dentro del sector sujeto a estudio.

Las alianzas estratégicas han probado su efectividad en la dinámica de negocios actuales, los cuales se caracterizan cada vez más por la velocidad del cambio, el poder de los consumidores y la utilización de la tecnología en actividades cotidianas; además, las relaciones entre las empresas y sus clientes o consumidores cada vez son más estrechas y generan una interacción permanente en donde la comunicación, la confianza y el valor agregado son indispensables para permanecer en los mercados.

Micros, Pequeñas y Medianas empresas se vuelven fuertes y también caen gigantes que parecían invencibles, ante este entorno los retos son grandes para el medio empresarial, hoy por hoy las empresas de cualquier tamaño que busquen permanecer y crecer en los mercados, deben manejar opciones que les permitan alcanzar ventajas competitivas sustanciales de una manera rápida y efectiva y justamente eso, es lo que se puede obtener mediante las alianzas estratégicas.




## REFERENCIAS

- Abreu Quintín, F., y Nicolás Perez, S. R. (2008). Optimización del programa de ejecución de obra para empresas constructoras. (Tesis Doctorado, Instituto Politécnico Nacional). Recuperado de <http://itzamna.bnct.ipn.mx/dspace/bitstream/123456789/1628/1/federico-abreu.pdf>
- Alcalá, M. C., y García Giulliany, J. (2013). El enfoque de la planificación estratégica en empresas constructoras. *Revista Electrónica de Gerencia Empresarial*, 5(1), 24-40. Recuperado de: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/2682>
- Aldana, R., y Urribarri, A. (2013). Alianzas Estratégicas en las organizaciones. *Revista Electrónica sustentabilidad al Día*, 2(2), 1-11. Recuperado de: <http://publicaciones.uvm.edu.ve/index.php/sustentabilidadaldia/article/view/26>
- Araiza Garza, Z., Velarde López, E., y Zarate Vásquez, A. (2010). Tipología de la cooperación interempresarial: caso de la industria metalmecánica de Coahuila. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 3(3), 91-104. Recuperado de: <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/RIAF-V3N3-2010.pdf#page=93>
- Ariño, Á. (2007). Alianzas estratégicas: opciones para el crecimiento de la empresa. *Estrategia Financiera*, 236(2), 40-51. Recuperado de: <http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloid=544293>
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción. (2013). Análisis y Estadísticas Económicas. Recuperado de: <http://www.cmic.org/cmic/economiaestadistica/2013/Retos.pdf>
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386-405. Recuperated in: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x/full>
- Contreras Soto, R. (2007). Una aproximación a los problemas de las microempresas en México. De acuerdo a los resultados INEGI (2006), Recuperado en [www.eumed.net/libros/2007c/338/](http://www.eumed.net/libros/2007c/338/)
- Lozano, M. A. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las PYMES. *Revista EAN*, (68), 175-178. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602010000100014&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602010000100014&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Maglioni Martínez, S. (2011). Cooperación empresarial en innovación y desarrollo. Un camino con alta probabilidad de crecimiento y éxito empresarial. (Tesis de Maestría, Universidad de ciencias aplicadas). Recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2714/2715344-2011.pdf>
- Martínez Choy, A. (2011). Modelos para gestión de proyectos para las MIPYMES de construcción. (Tesis Maestría, Instituto Politécnico Nacional). Recuperado de [http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/12137/Modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20las%20MIPYMES%20de%20Construcci%C3%B3n\\_Alfredo%20Martinez%20Choy.pdf?sequence=1](http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/12137/Modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20las%20MIPYMES%20de%20Construcci%C3%B3n_Alfredo%20Martinez%20Choy.pdf?sequence=1)
- Núñez Blanco, V.C. (2013). El desarrollo de alianzas: Una opción estratégica para las MIPYMES de Sincelejo. (Tesis Maestría, Universidad Nacional de Colombia) Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/39519/1/verenadelcarmennu%C3%B1ezblanco.2013.pdf>
- PROMÉXICO (2010). Alianzas estratégicas, una herramienta de competitividad internacional. *Universidad Intercontinental*, 1(1), 1-64. Recuperado de: [https://teopraxisg.files.wordpress.com/2010/12/alianzas\\_estrategicas3.pdf](https://teopraxisg.files.wordpress.com/2010/12/alianzas_estrategicas3.pdf)

Rojas Merced, J., y Ramirez Marcial, R. (2011). Rentabilidad en el sector de la construcción en México al tercer trimestre de 2011. Revista trimestral de análisis de coyuntura económica, 4 (4), 17-21. Recuperado de: [http://www.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e404/ea-15\\_Juvenal.pdf](http://www.uaemex.mx/feconomia/Publicaciones/e404/ea-15_Juvenal.pdf)

Saiz Álvarez, J. M., y García-Ochoa y Mayor, M. (2008). Externalización de servicios y alianzas estratégicas en la nueva economía del conocimiento. Economía industrial, 370(1), 135-141. Recuperado de: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/370/135.pdf>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .