

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA

ENDOGENUS FACTORS AND ITS RELATION WITH MICRO AND SMALL BAKERIES COMPETITIVENESS IN MÉRIDA

Edith Pereyra de la Rosa*, Miguel Ángel Pereyra Chan**

* Doctora en Ciencias Sociales. Flare, S.A. de C.V. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7483-1382>.

** Maestro en Ciencias en Planificación Industrial. Instituto Tecnológico de Mérida. Email: pereyraandres@hotmail.com, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3175-1694>.

Dirección para recibir correspondencia: epereyradlr@gmail.com

Fecha de recibido: 20 de abril de 2020

Fecha de aceptación: 25 de mayo de 2020

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

RESUMEN

OBJETIVO: Analizar la relación entre los factores endógenos (recursos tecnológicos, innovación, calidad, recursos humanos, capacidades directivas, mezcla de mercadotecnia y cultura empresarial) y la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas (MyPEs) panaderas de la Ciudad de Mérida, Yucatán.

MATERIAL Y MÉTODO: El enfoque es cuantitativo. Se llevó a cabo la recolección de datos del instrumento de escala Likert –del uno al cinco, donde uno significa nunca hasta cinco que significa siempre-. El instrumento se aplicó a 25 encargados de micros y pequeñas empresas panaderas en la Colonia Centro de la Ciudad de Mérida.

RESULTADOS: Los resultados coinciden con la bibliografía. Los recursos tecnológicos y la innovación son el factor endógeno con una relación positiva media con la competitividad de las MyPEs, seguido del factor calidad. Los factores calidad y recursos humanos obtuvieron una relación positiva débil con la competitividad.

CONCLUSIONES: Se cumplió con el objetivo del estudio: analizar la relación de los factores endógenos con la competitividad de las MyPEs panaderas. Se sugiere que los encargados de las panaderías focalicen sus recursos y capacidades a la mejora de maquinaria y equipo, uso de las tecnologías de la información y mejoras en sus procesos productivos para tener mayor competitividad dentro del mercado.

PALABRAS CLAVE: Factores endógenos. Competitividad. MyPEs. Panaderías.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To analyze the relation among the endogenous factors (technological resources, innovation, quality, human resources, managerial skills, marketing mix and corporate culture) and the micro and small bakeries competitiveness in Mérida Yucatán.

MATERIAL AND METHOD: The approach is quantitative. The data collection of the Likert scale instrument was carried out - from one to five, where one means never to five, which means always.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

The instrument was applied to 25 managers of micro and small bakery companies in the Colonia Centro of Mérida.

RESULTS: The results coincide with the bibliography. The technological resources and the innovation are the endogenous factor with a medium positive relationship with the competitiveness of MSMEs, followed by the quality factor. The quality and human resources factors obtained a weak positive relationship with competitiveness.

CONCLUSIONS: The objective of the study was fulfilled: to analyze the relationship of endogenous factors with the competitiveness of bakery MSMEs. It is suggested that those in charge of bakeries focus their resources and capabilities on the improvement of machinery and equipment, the use of information technologies and improvements in their production processes to be more competitive in the market.

KEY WORDS: Endogenous factors. Competitiveness. MSMEs. Bakeries.

INTRODUCCIÓN

La competitividad a nivel empresarial es la capacidad que tiene la organización de poder mantenerse en el mercado, obtener una mayor participación en éste, tener mayores ventas así como tener mejor desempeño frente a sus competidores (Ohlin, 1993 y citado por Hernández, 2000; Aragón y Rubio, 2005a; Romo y Musik, 2006; Rebeil, 2006). En el marco actual de México, la tasa supervivencia de las PyMEs (Pequeñas y Medianas Empresas) es que ocho de cada 10 empresas de reciente creación no permanecen en el mercado en un periodo mayor de dos años (Enrique Jacob Rocha, 2013). La revisión bibliográfica consultada parte desde el enfoque teórico de los recursos y capacidades. Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland (2012) señalan que los recursos y capacidades de una empresa representan sus activos competitivos y son grandes determinantes de su competitividad y capacidad de tener éxito en el mercado, además, los estudios empíricos los consideran como factores que son propios de cada empresas y tienen un papel importante en su competitividad.

En ese orden de ideas, Aragón y Rubio (2005a) en su investigación realizada en España, destacan que una adecuada dirección de recursos humanos, la innovación (aplicada en gestión

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

o en productos y en servicios), recursos tecnológicos, recursos financieros y la flexibilidad de la estructura son realizados por las empresas más eficientes y rentables. Mientras tanto, otro estudio de Aragón y Rubio (2005b) hecho en Veracruz indica que, el éxito competitivo de las empresas de menor tamaño como las MiPyMEs se explica por su capacidad financiera, los recursos tecnológicos, la innovación, las capacidades de marketing, la calidad del producto o servicio, la dirección de recursos humanos, las capacidades directivas para gestionar la empresa y por la intensidad de las tecnologías de la información y comunicación.

Por otra parte, un estudio empírico en el Estado de Hidalgo, encontró evidencia que las PyMEs con mayor éxito competitivo, son aquellas que planean estratégicamente, que innovan en sus procesos, productos y gestión y que tienen un nivel tecnológico superior en relación con los demás competidores de su sector (Estrada, García y Sánchez, 2009).

Agregando a lo anterior, un estudio realizado en el sector de la panificación en la ciudad de Mérida, Yucatán sobre los factores determinantes de la competitividad en las empresas panificadoras, indica que la estrategia sobresaliente en este sector es la diferenciación, la cual ha llevado a las empresas a ser competitivas (Castro, 2003). De igual forma, un estudio realizado en la misma ciudad menciona que la capacidad gerencial posibilita el logro de la competitividad en las empresas, así como la diferenciación es la estrategia adecuada para esta rama y, que el uso y valorización de los recursos y competencias permite crear una ventaja competitiva (Perera, 2003).

OBJETIVO

Por lo anterior, el objetivo de este estudio es analizar la relación entre los factores endógenos y la competitividad de las MyPEs panaderas de la Ciudad de Mérida, Yucatán. Los hallazgos de este estudio, pretenden ser una herramienta para los micro y pequeños empresarios, especialmente, a los que se dedican a la elaboración de productos de panadería, así como para los tomadores de decisión que están a cargo en el diseño y la planeación de los programas gubernamentales que están dirigidos a apoyar a este tipo de empresas.

A. Factores endógenos

Los factores endógenos son los que aparecen bajo el ámbito de decisión de la empresa y por este medio procura distinguirse de sus competidores (Castaño y Gutiérrez, 2011) y se refieren a

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

las variables propias de cada empresa. Los factores endógenos que han presentado mayor frecuencia en la literatura consultada son: precio, capacidades financieras, recursos tecnológicos, innovación, capacidades de mercadotecnia, recursos comerciales, calidad del producto o servicio, recursos humanos, formación del gerente, planeación estratégica, capacidades directivas y cultura organizacional (Aragón y Rubio, 2005a; Aragón y Rubio, 2005b; Castaño y Gutiérrez, 2011; Estrada, García y Sánchez, 2009; Flores y González, 2009; González, Correa y Acosta, 2002; Mathison, Gándara, Primera y García, 2007; Rubio y Aragón, 2008).

Con base en lo anterior, este estudio propone el siguiente modelo para analizar los factores endógenos competitivos de las MyPES panificadoras de la Ciudad de Mérida, Yucatán.



Figura 1. Modelo de estudio de los factores endógenos competitivos de las micro y pequeñas empresas panificadoras

Fuente: elaboración propia.

B. Micro y pequeñas empresas panificadoras

De acuerdo a la estratificación de la Secretaría de Economía, las empresas se clasifican de la siguiente manera:

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

Tabla 1

Estratificación de las empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	11 - 30	\$4.01-\$100	93
	Industrias y Servicios	11 - 50	\$4.01 - \$100	95
Mediana	Comercio	31 – 100	\$100.01 - \$250	235
	Servicios	51 – 100		
	Industria	51 - 250	\$100.01 - \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) x 90%.

Fuente: Adaptado del Diario Oficial de la Federación (2009).

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014a) indica que las micro empresas del sector manufacturero -que integra las panaderías y las tortillerías- representa el 30.9% del total de este sector del país. En este sentido, el INEGI (2014a) reportó que las micro empresas en el sector manufacturero representaron el 93.60% de las unidades económicas, emplearon a 20.80% del personal ocupado total y generaron el 2.70% de la producción bruta total. Las micro empresas de la rama panadería y tortillas reportaron tener mayor número de empleados, 31.30% y aportaron el 31.20% de la producción. Dentro del estrato de empresas manufactureras pequeñas, específicamente la rama de panadería y tortillas empleó al 7.6% del total del empleo generado por las industrias manufactureras pequeñas, esta rama se ubica en segundo lugar de la lista, después de la rama de confección de prendas de vestir que participó con el 8.7% de la generación de empleo. En el Estado de Yucatán, las micro empresas representaron el 95.60% y las pequeñas representaron el 3.6% del total de las unidades económicas. Las manufacturas ocuparon al 22.60% del personal del total de todos los sectores y registraron una producción de 564.2 miles de pesos; dentro de este sector se encuentra subsector de industria alimentaria (INEGI, 2014b) que ocupó el 22.80% del personal del total del sector manufacturero.

A nivel local, el INEGI (2012) reportó que en la Ciudad de Mérida, esta industria obtuvo 8,185 unidades de personal ocupado y su participación en la producción bruta fue de 37.13% en todo el sector de las manufacturas. De la misma manera, la rama de la elaboración de productos de panadería y tortillas obtuvo 4,653 unidades de personal ocupado, mientras que la subrama de elaboración de pan y otros productos de panadería obtuvo un personal ocupado de 2002

PEREYRA-DE LA ROSA E., PEREYRA-CHAN M. Á.

MAYO-AGOSTO 2020. Año 26, Número 75. Págs. 176-196

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

unidades; esto representa el 24.46% de la industria, mientras que las demás actividades de esta rama participaron con el 11.97% y el 20.43%, elaboración de galletas y pastas para sopa y elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal, respectivamente.

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI (2012) señala que en la Ciudad de Mérida existen aproximadamente 469 mipymes dedicadas a la elaboración de productos de panadería. En el 2009, la actividad de la elaboración de pan y otros productos de panadería en la Ciudad de Mérida tuvo una producción bruta de 314.2 millones de pesos, mayor a la actividad elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal que obtuvo 189.3 millones de pesos, pero estas dos actividades se vieron rebasadas por la producción bruta de la actividad de elaboración de galletas y pastas para sopa, debido a que ésta obtuvo 776.4 millones de pesos.

Tabla 2

Número empresas panaderas de acuerdo a su tamaño en la Ciudad de Mérida

Tamaño de la empresa	Número de empresas
Micro	415
Pequeña	28
Mediana	3
Grande	1

Fuente: Elaboración propia con base en dato de la CANAINPA (2013).

MATERIAL Y MÉTODO

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque de esta investigación es cuantitativo. Se llevó a cabo la recolección de datos numéricos a través de la aplicación del instrumento de escala Likert –del uno al cinco, donde uno significa nunca hasta cinco que significa siempre- con este instrumento se busca conocer la frecuencia de la realización de las actividades pertenecientes a cada factor endógeno competitivo. El instrumento se aplicó a 25 unidades de análisis, micros y pequeñas empresas dedicados a la elaboración de pan, en la Colonia Centro de la Ciudad de Mérida, este instrumento sirvió para la medición de la competitividad de las unidades de estudio y el estado de sus factores competitivos.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

De acuerdo con Bernal (2010), esta investigación es correlacional porque tiene como propósito conocer si existe una fuerte o débil relación entre los factores endógenos competitivos (recursos tecnológicos e innovación, calidad, recursos humanos, capacidades directivas, mezcla de marketing y cultura empresarial) de las micro y pequeñas empresas que se dedican a la elaboración de productos de la panificación y el índice de competitividad (crecimiento de utilidades, sucursales y recursos humanos) de las mismas.

Limitaciones

El estudio se realizó en el centro de la Ciudad de Mérida, Yucatán. De acuerdo con la Dirección de Desarrollo Urbano de la Ciudad, la colonia centro está ubicado dentro del distrito ocho.

Dentro de las limitaciones del estudio, se encuentra la poca disponibilidad de los directivos de las micro y pequeñas panaderías para responder el instrumento de recolección de información, por lo que se llegó a 25 directivos entrevistados; dado que ya no es una muestra representativa, se le denominan como unidades de análisis.

VARIABLES DE ANÁLISIS

En esta investigación se realizó la medición de una variable dependiente y seis variables independientes. La variable dependiente es la competitividad de las empresas que comprende el aumento de los recursos humanos, de las utilidades y de sucursales.

El grupo de variables independientes se conforma por:

Recursos tecnológicos e innovación: Pertenencia de equipo y maquinaria necesaria, frecuencia del uso de las tecnologías de la información dentro de sus procesos de comercialización, innovación de los productos y/o procesos y, la vinculación con universidades o el gobierno para actualizarse.

Calidad: Frecuencia del uso (i) sistema de calidad, (ii) manuales de operación, (iii) medición de mermas, frecuencia de medición de la satisfacción del cliente, el uso de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.

Recursos humanos: Frecuencia de la capacitación del personal, el fomento de trabajo en equipo, la integración del personal y la creación de grupos de profesionales con el personal operativo.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

Capacidades directivas: Nivel de estudios del dueño, visión estratégica del dueño, inversión en la formación y desarrollo del mismo.

Mezcla de mercadotecnia incluyen: Frecuencia de la investigación de mercado, fundamentos en el establecimiento de los precios, frecuencia de actividades de promoción y comercialización.

Cultura empresarial: Ausencia o presencia del establecimiento de la misión, valores y objetivos de la empresa, el personal comparte la misión, valores y objetivos de la empresa, un clima laboral y ambiente laboral amigable y de confianza.

Se utilizó la magnitud de correlación de Pearson, para conocer la relación entre los factores endógenos y la competitividad de las MyPEs panaderas.

Tabla 3

Magnitud de correlación

Magnitud de la correlación	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa débil media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
+0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia adaptado de Hernández, Fernández y Baptista (2014).

RESULTADOS

Perfil de la empresa

De acuerdo a los datos obtenidos, el 48% de las empresas han permanecido en el mercado tienen entre 29 a 56 años, mientras que un 40% se encuentra entre los tres y 28 años. El 2% restante

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

de las empresas se encuentran entre los 57 años incluso hasta más de 113 años de operación. Estos datos sugieren que las empresas panaderas estudiadas han pasado la brecha de los dos años -edad que muchas empresas no superan-, por lo tanto se infiere que las empresas dedicadas a la panificación son longevas.

El 76% de las panaderías estudiadas mencionaron que sus ventas son principalmente dedicadas a la venta al menudeo, mientras que el 16% mencionó que se dedican a vender tanto al mayoreo como al menudeo y el 8% restante indicó que sus ventas se realizan específicamente al mayoreo. Asimismo, el 100% de las unidades de análisis mencionaron que sus clientes son locales, por lo que se puede decir que los productos de estas panaderías son comercializados dentro de la Ciudad y no son trasladados a ningún lugar para su venta.

Recursos tecnológicos e innovación

El 88% de las unidades de análisis mencionó que utilizan una combinación de la maquinaria y la mano de obra para la elaboración de sus productos, mientras que el 12% restante, mencionó que hacer sus productos son utilizan completamente la mano de obra; es decir, sus productos son elaborados de manera artesanal.

En cuanto a la posición tecnológica, el 48% panaderías indicaron tener una tecnología idéntica a la de sus competidores, el 40% panaderías mencionaron que su tecnología es menos eficiente que la competencia, mientras que el 6% mencionó que su tecnología es desarrollada propiamente por la empresa y el 6% restante indicó que su tecnología es comprada, pero es superior a la que posee su competencia.

La figura 2, vislumbra que las unidades de análisis tienden a utilizar las tecnologías de la información y comunicación; es decir, más del 50% de éstas indicaron que cuentan con teléfono y equipo de cómputo y forman parte del equipo de trabajo de sus empresas. Sin embargo, el uso de software para efectuar las ventas casi no es utilizado, pues el 96% de las empresas señalaron no usar esta herramienta. De manera similar, aproximadamente el 90% de las unidades de análisis no hacen uso del internet para realizar las compras a proveedores, así como para hacer las ventas. En cuanto a la mejora de la producción, la figura destaca que el 28% casi nunca lo realiza, mientras que el 24% los hace de manera frecuente. Las mejoras en la maquinaria y equipo nunca se llevan a cabo en el 40% de las unidades de análisis; por último, la figura señala

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

que el 72% de las empresas estudiadas no llevan a cabo actividades de vinculación con universidades u organismos gubernamentales.

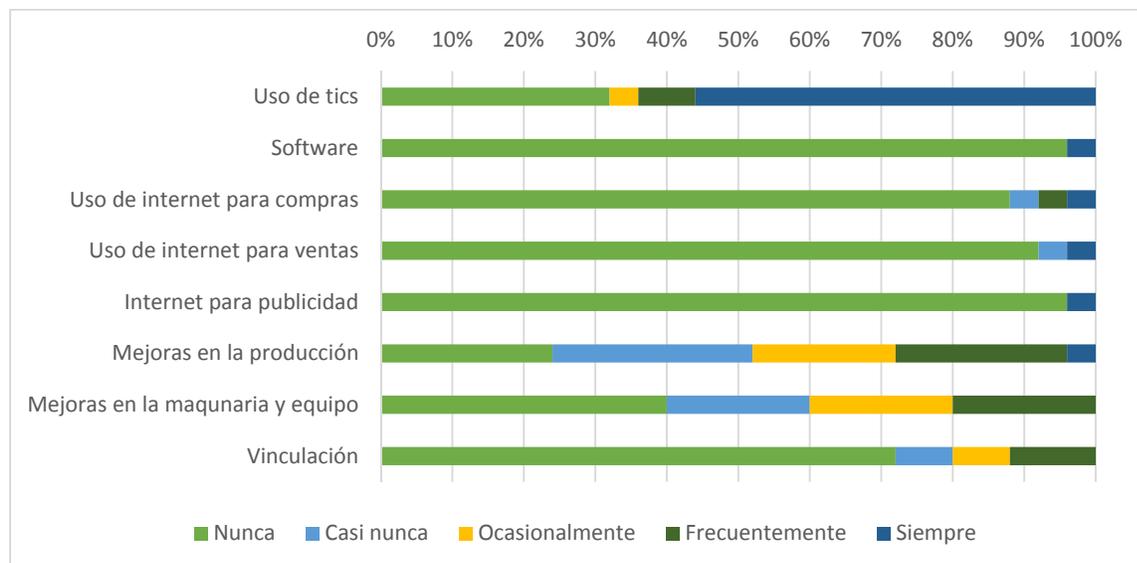


Figura 2. Frecuencias de recursos tecnológicos e innovación.

En la siguiente tabla se puede observar que el valor de la r de Pearson (0.678) confirma que existe una relación positiva media y el valor de significancia indica que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

Tabla 4

Correlación del factor tecnología e innovación con la competitividad

		Competitividad	Tecnología e innovación
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.678**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	25	25
Tecnología e innovación	Correlación de Pearson	.678**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	25	25

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Calidad

Esta sección contiene las frecuencias de usos de manuales de operación de las unidades de análisis, uso de recetas para la estandarización de sus productos, uso de catálogos como parte

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

de exhibición de sus productos para los clientes y por último si realizan modificaciones de sus productos de acuerdo a las solicitudes de los clientes como parte de satisfacción al cliente.

La figura 3, ilustra que el uso de documentos que indican las actividades que cada empleado debe realizar en la panadería así como la descripción de esas mismas actividades es poco común en las empresas analizadas; el 84% de las unidades de análisis indicó que nunca los utiliza, por lo que se infiere a que esas actividades se establecen verbalmente sin uso de los documentos que avalen las actividades que cada trabajador debe llevar a cabo. En este sentido, el 76% de las unidades de análisis no utilizan recetas y el 92% no utilizan catálogos de los productos que elaboran, lo que se infiere es que las recetas son transmitidas al personal de manera ejemplificada y oral. Otro punto por señalar es, que el 36% de las unidades de estudio realizan frecuentemente modificaciones de los productos de acuerdo a las especificaciones que los clientes requieren.

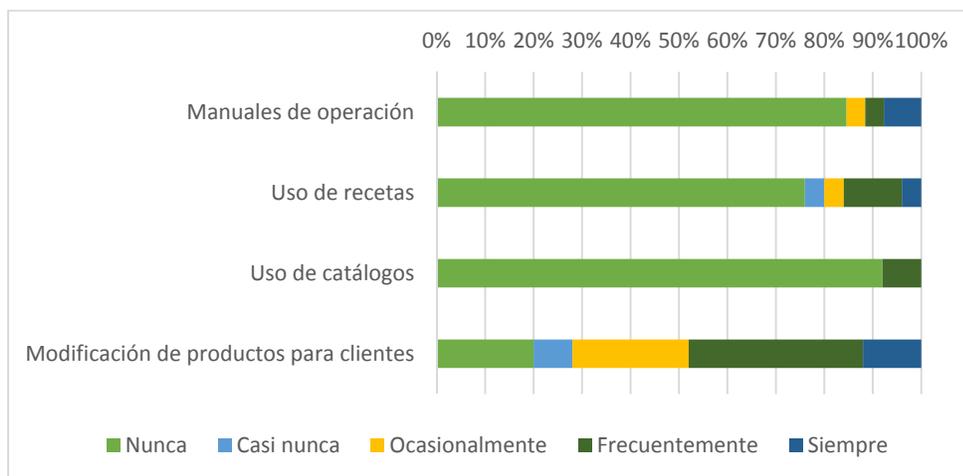


Figura 3. Frecuencias de calidad.

En la tabla 5, se determinó una correlación positiva débil (0.418) y el valor de significancia indica que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

Tabla 5

Correlación de la calidad con la competitividad

		Competitividad	Calidad
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.418*
	Sig. (bilateral)		.037
	N	25	25
Calidad	Correlación de Pearson	.418*	1
	Sig. (bilateral)	.037	
	N	25	25

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Recursos humanos

Las unidades de estudio presentaron tener escasas capacitaciones de personal, pues la mayor concentración de empresas, el 56% se encuentran dentro de las frecuencias de nunca, y casi nunca. Mientras que, la evaluación del personal es una actividad que se lleva a cabo en 67% de las unidades de análisis. Es importante resaltar, que las empresas estudiadas presentan poca rotación del personal, es decir, el personal que labora en ellas tienden a permanecer dentro de las empresas, esto representa más del 80% de estas empresas, por lo que se infiere que las unidades de análisis son una fuente de empleo estable en el tiempo.

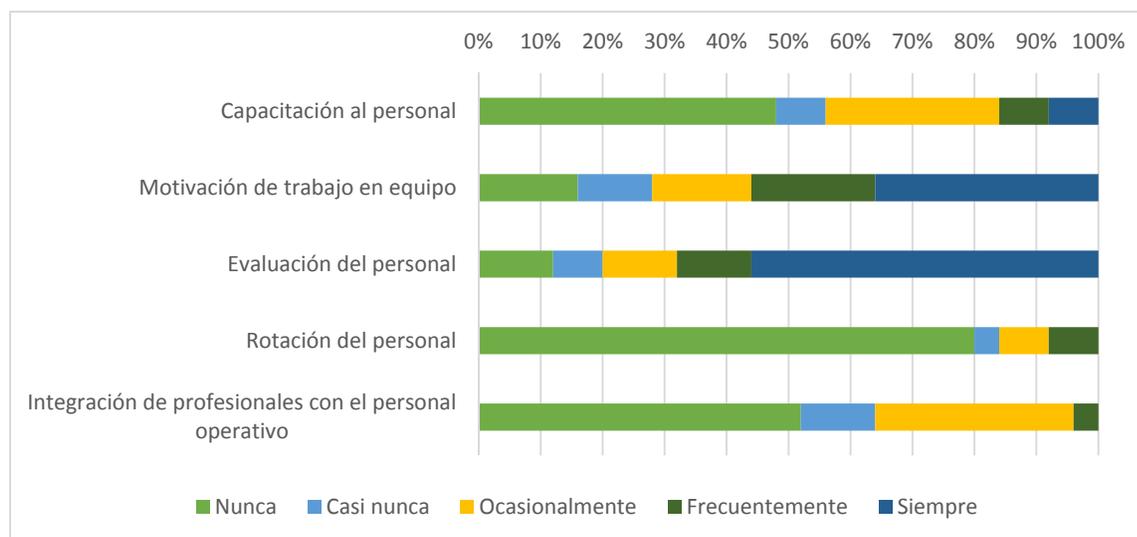


Figura 4. Frecuencias de recursos humanos.

No obstante, las unidades de análisis no integran a profesionales con el personal operativo para realizar mejoras en las actividades de trabajo, pues más del 50% de éstas se encuentran entre nunca o casi nunca hacen esta integración.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

El coeficiente de la correlación de Pearson es de 0.316 que indica que existe una relación positiva débil (ver tabla 6); sin embargo, el valor de significancia muestra que no es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

Tabla 6
Correlación del factor recursos humanos y la competitividad

		Competitividad	Recursos humanos
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.316
	Sig. (bilateral)		.124
	N	25	25
RRHH	Correlación de Pearson	.316	1
	Sig. (bilateral)	.124	
	N	25	25

Fuente: Elaboración propia.

Capacidades Directivas

La figura 5, vislumbra que siete (28%) directivos de las panaderías analizadas indicaron tener la secundaria terminada, igualmente siete directivos (28%) mencionaron contar con una licenciatura terminada, cuatro (16%) directivos dijeron tener la primaria terminada, cuatro (16%) más indicaron tener la preparatoria terminada, dos (8%) directivos mencionaron que cursaron la primaria pero no la concluyeron; y por último, un directivo (4%) indicó que no concluyó la secundaria.

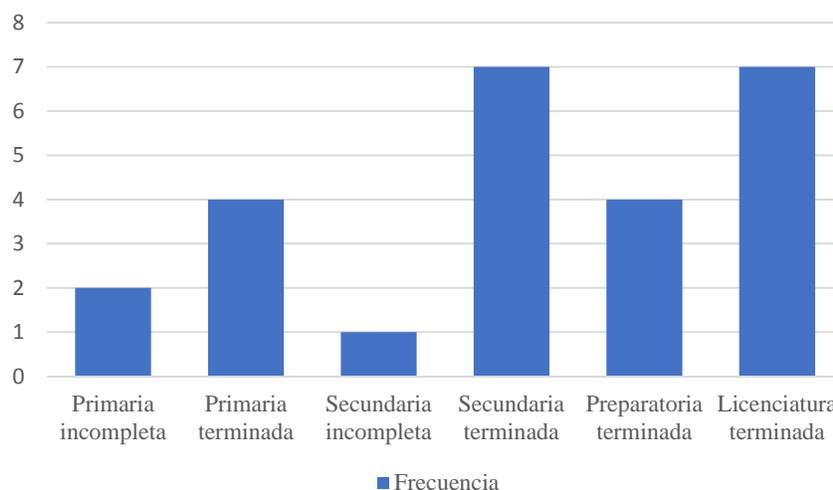


Figura 5. Escolaridad de los directivos de las unidades de análisis.

La siguiente figura, indica que más del 50% de los directivos de las unidades de análisis no asisten a capacitaciones gratuitas o pagadas sobre la administración de negocios; por lo tanto, se puede inferir que las capacidades directivas que cuentan los directivos han sido adquiridas de manera empírica.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

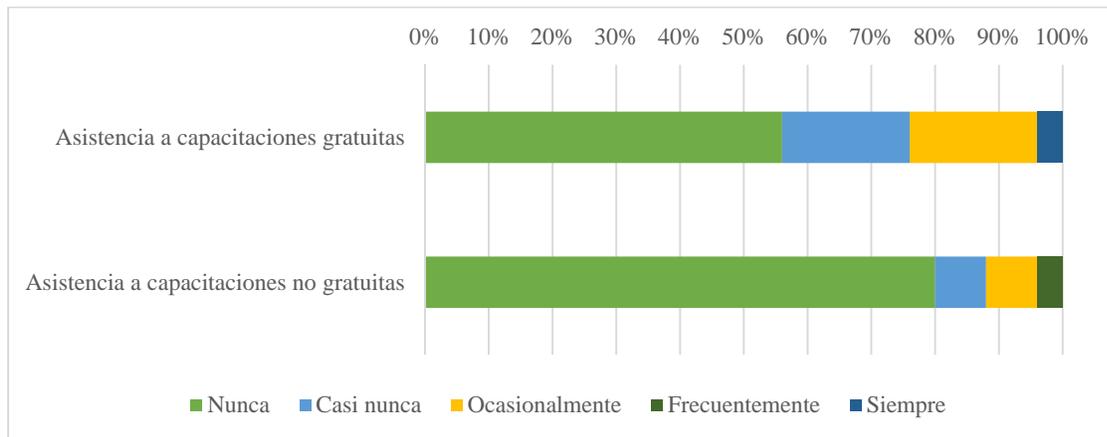


Figura 6. Frecuencias de capacitaciones de los directivos.

Los directivos de las empresas analizadas, realizan escasas actividades respecto a la planeación de su panadería. En la figura 7, el 60% indicó que realiza el análisis de sus ventas, el 40% de los directivos mencionó que realizan los análisis de sus objetivos, el 28% realiza el análisis sobre sus competidores y sus clientes, por último el 16% realiza análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

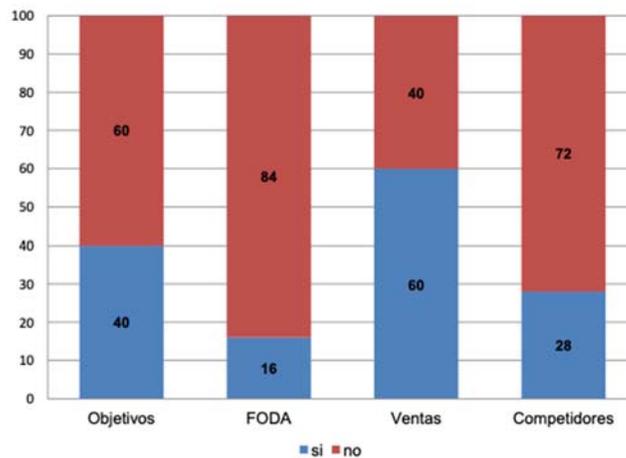


Figura 7. Porcentaje de directivos que realizan actividades de planeación

El coeficiente de la correlación de Pearson es de 0.348 que indica que existe una relación positiva débil (ver tabla 7); sin embargo, el valor de significancia indica que no es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

Tabla 7

Correlación del factor capacidades directivas y la competitividad

		Competitividad	Capacidades directivas
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.348
	Sig. (bilateral)		.088
	N	25	25
Capacidades Directivas	Correlación de Pearson	.348	1
	Sig. (bilateral)	.088	
	N	25	25

Fuente: Elaboración propia.

Mezcla de mercadotecnia

De las empresas estudiadas, 11 de éstas (44%) indicaron que siempre buscan tener contacto con los clientes para obtener información de sus preferencias y necesidades al momento en que los clientes llegan a la panadería a comprar sus productos, 18 panaderías (72%) indicaron que nunca hacen publicidad de sus productos o servicios; es decir, no llevan a cabo actividades como repartición de volantes, folletos o artículos en los que tenga información sobre su empresa como su teléfono o domicilio. El 56% de las unidades de análisis no llevan a cabo promociones en los productos para sus clientes, como ofertas o descuentos. Por otra parte, 22 de las empresas estudiadas (88%) indicaron que siempre atienden a sus clientes y tres empresas (12%) mencionaron que lo hacen frecuentemente, por lo que se infiere que la atención a los clientes en el momento de la compra es una actividad esencial en las empresas analizadas (ver figura 8).

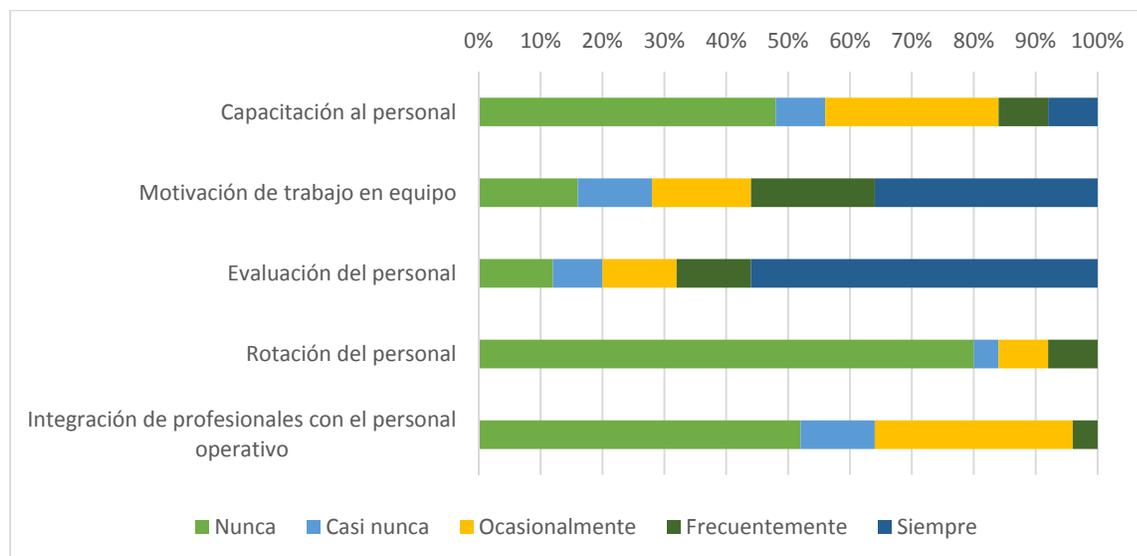


Figura 8. Frecuencias de mezcla de mercadotecnia.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

En cuanto a los criterios para el establecimiento de los precios de los productos que venden en las panaderías, la gran mayoría tiene en consideración los costos que tienen para elaborar sus productos, esto significa el 96%, el 16% considera su situación competitiva, el 12% indicó que considera la oferta de sus productos para el establecimiento de sus precios, mientras que ninguna considera la demanda que tienen sus productos.

La correlación que existe entre la mezcla de marketing es de 0.234, lo que significa que tiene una relación positiva débil (ver tabla 8); sin embargo, el valor de significancia indica que no es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

Tabla 8

Correlación del factor mezcla de mercadotecnia y la competitividad

		Competitividad	Mezcla de mercadotecnia
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.234
	Sig. (bilateral)		.260
	N	25	25
Mezcla de mercadotecnia	Correlación de Pearson	.234	1
	Sig. (bilateral)	.260	
	N	25	25

Fuente: Elaboración propia.

Cultura empresarial

En esta sección se presentan las características de la cultura empresarial que tienen las unidades de análisis, por ejemplo, la misión y visión establecidas, los objetivos y clima laboral. La mayoría de las empresas analizadas no cuentan con la misión y visión establecidas, esto representa el 64% del total de las empresas estudiadas. El 72% de las unidades de análisis indicaron que no tienen establecidos sus objetivos. Los valores son raramente transmitidos a los trabajadores de las panaderías analizadas, 15 empresas estudiadas (60%) mencionaron que nunca comparten o transmiten los valores a los empleados, tres (12%) empresas indicaron que comparten sus valores ocasionalmente, cuatro (16%) dijeron que lo realizan frecuentemente; y por último, las tres restantes (12%) indicaron que siempre comparten los valores con los trabajadores.

El coeficiente de Pearson de correlación entre la cultura empresarial y la competitividad es de 0.342, lo que significa que hay una relación positiva débil (ver tabla 9); sin embargo, el valor de significancia indica que no es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

Tabla 9

Correlación del factor cultura empresarial y la competitividad

		Competitividad	Cultura empresarial
Competitividad	Correlación de Pearson	1	.342
	Sig. (bilateral)		.095
	N	25	25
Cultura Empresarial	Correlación de Pearson	.342	1
	Sig. (bilateral)	.095	
	N	25	25

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Como se mencionó con anterioridad, el modelo planteado dio como resultado que los recursos tecnológicos tuvieron una mayor correlación la competitividad de las unidades analizadas y que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson, lo cual coincide con el trabajo publicado por Aragón y Rubio (2005b) en el que indican que contar con una mejor posición tecnológica ayuda a tener una mejor competitividad, de la misma manera coincide con la publicación de Estrada, García y Sánchez (2009) en el que la posición tecnológica tiene influencia positiva sobre la competitividad de las empresas. Asimismo, este estudio coincide con los resultados obtenidos en el estudio de Mendoza (2013) existe una relación positiva media entre los recursos tecnológicos y la competitividad de las empresas.

Respecto a la calidad, el modelo propuesto en este trabajo muestra que existe una relación positiva débil con la competitividad de las empresas estudiadas y que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson, resultado cercano al estudio realizado por Flores y González (2009) que muestra una correlación positiva considerable, de la misma manera, Martínez, Charterina y Araujo (2010) indican que las empresas que realizan prácticas de la calidad tienen mayor desempeño, igualmente Mirraño y Domingo (2013), mencionan en su publicación que las prácticas de calidad en las empresas ejerce una influencia positiva en los indicadores del rendimiento de las empresas.

En cuanto a los recursos humanos, en este estudio se obtuvo como resultado una relación débil con la competitividad de las unidades de estudio y aunque su valor de significancia no es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson y no se puede generalizar esta relación, coincide con la investigación realizada por Rubio y Aragón (2008) que indican que los

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

recursos humanos tienen una relación e influencia significativa en la competitividad de las empresas.

Por otra parte, las capacidades directivas no tuvieron un nivel estadístico significativo por el análisis de Pearson, en el estudio realizado por Estrada, García y Sánchez (2009) tuvieron un resultado similar en el que no hubo sustento estadístico en la relación entre las capacidades directivas y la competitividad de las empresas. De la misma manera, en el estudio realizado por Aragón y Rubio (2005b) las capacidades directivas no explican el éxito competitivo de las empresas.

La mezcla de mercadotecnia no tuvo relación fuerte con la competitividad y tampoco obtuvo un valor significativo en la prueba de Pearson, este resultado difiere a lo publicado por Rubio y Aragón (2008) en el que indican que las actividades de la mezcla de mercadotecnia influyen positivamente en el éxito competitivo de las empresas, igualmente difiere a lo publicado por Martínez, Charterina y Araujo (2010) quienes indican que las actividades de la mezcla de marketing tienen una influencia positiva sobre la competitividad de las empresas.

En el análisis de correlación la cultura empresarial no tuvo una relación fuerte con la competitividad de las unidades de análisis y tuvo valor estadístico significativo, por lo que se rechaza la hipótesis de investigación que indica que este factor tiene una influencia positiva en la competitividad de las empresas analizadas, estos resultados son similares a lo publicado por Rubio y Aragón (2008) en el que indican que la cultura empresarial no significa mayor éxito competitivo.

CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación presentó las principales características de empresas analizadas dedicadas a la elaboración de productos de la panificación que se ubican en la Colonia Centro de la Ciudad de Mérida, Yucatán. La mayoría de estas empresas, en promedio, llevan más de 30 años en el mercado, y que a pesar de ser empresas longevas, han tenido que competir contra cadenas de autoservicio en las que venden productos de la panificación e igualmente contra cadenas de panaderías que se han ubicado en esa zona. Los resultados indican que la gran mayoría de los gerentes de las unidades de análisis no asisten a capacitaciones sobre la administración de los negocios, no llevan a cabo actividades relacionadas a la planeación,

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

capacitación de su personal, uso de manuales de operación y vinculación que, de acuerdo a la literatura, pueden ser influyentes en la competitividad.

Esta investigación reveló que los factores endógenos competitivos analizados tienen una relación positiva con la competitividad de las empresas estudiadas, sin embargo, los factores de recursos tecnológicos y la calidad presentaron tener mayor relación con la competitividad y es estadísticamente significativa de acuerdo al modelo de Pearson, por lo que se cumple con el objetivo planteado de conocer la relación entre los factores endógenos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas panificadoras de la Colonia Centro de la Ciudad de Mérida, Yucatán.

Por lo tanto, esta investigación sugiere que las micro y pequeñas empresas, principalmente panaderías, focalicen sus recursos y capacidades a la mejora de maquinaria y equipo, así como el uso de las tecnologías de la información e implementar mejoras en sus procesos productivos para tener mayor competitividad dentro del mercado; de igual forma, se les recomienda realizar especificaciones de los productos, incluir un sistema de calidad que integre manuales de operación y principalmente, atiendan las necesidades de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aragón, A. y Rubio, A. (2005a). Factores asociados con el éxito competitivo de las PYMES industriales españolas. *Universia Business Review*, 36-49.
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005b). *Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYMES del estado de Veracruz*. Contaduría y Administración, 35-69.
- Castaño, L. Y. y Gutiérrez, A. M. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente Amco*. Colombia.
- Castro, R. I. (2003). *Factores determinantes de la competitividad en las empresas panificadoras de Mérida*. Mérida, Yucatán: Instituto Tecnológico de Mérida.
- Estrada, R., García, D. y Sánchez, V. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la pyme: estudio empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 169-182.
- Flores, B. y González, F. (2009). *La competitividad de las pymes morelianas*. Cuadernos del CIMBAGE, 85 - 104.

FACTORES ENDÓGENOS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PANADERAS DE MÉRIDA.

- González, A. L., Correa, A. y Acosta, M. (2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las pymes. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 395-429. Obtenido de <http://www.fceye.ull.es/new/investigacion/docum/ull/2000-04ull.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). Obtenido de Directorio Nacional de Unidades Económicas. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014a). Censos económicos 2014: micro, pequeña, mediana y gran empresa.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014b). Censos económicos 2014: micro, pequeña, mediana y gran empresa: Yucatán.
- Martínez, R., Charterina, J. y Araujo, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 165-188.
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C. y García, L. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Revista NEGOTIUM / Ciencias Gerenciales*, 65-83.
- Mendoza, Y. (2013). *Factores competitivos internos en las fábricas de calzado de Ticul, Yucatán*. Mérida: Instituto Tecnológico de Yucatán.
- Miñarro, D. y García, D. (2013). Observatorio Iberoamericano. Recuperado de http://www.observatorioiberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_2/Diego%20Mi%C3%B1arro%20Qui%C3%B1onero%20y%20Domingo%20Garc%C3%ADa%20P%C3%A9rez%20de%20Lema.pdf
- Perera, B. V. (2003). *Factores que favorecen la competitividad en la rama de las pastelerías en Mérida, Yucatán*. Mérida, Yucatán: Instituto Tecnológico de Mérida.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2008). Recursos estratégicos en las pymes. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 103-126.
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A. y Strickland III, A. J. (2012). *Administración estratégica: teorías y casos*. México, D.F.: Mc Graw-Hill.