

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMPETITIVIDAD
DE LAS MICROEMPRESAS FAMILIARES DE
DECORACIONES DE LA CD. DE ENSENADA, B.C.**

**TRABAJO TERMINAL PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN**

**DIRECTOR DE TRABAJO TERMINAL:
DRA. LIZZETTE VELASCO AULCY**

PRESENTA

CLAUDIA MARIA VARGAS FUENTES

Ensenada, B.C.

Febrero del 2020

CONSTANCIA DE DESIGNACIÓN DE SINODO

Por medio de la presente hacemos constar que el tesista **CLAUDIA MARIA VARGAS FUENTES** con matricula **305703** perteneciente a la generación **15VA**, con su trabajo de tesis titulado:

"FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS FAMILIARES DE DECORACIONES DE LA CD. DE ENSENADA, B.C."

Presidente:



DRA. LIZZETTE VELASCO AULCY

Aprobado por los integrantes del Sínodo:

1.-



Secretario DRA. OLIVIA DENISSE MEJIA VICTORIA

2.-



Sínodo M.A. SAUL MENDEZ HERNANDEZ

Dedicatoria

A mi esposo y a mis hijos, por el apoyo incondicional siempre para el logro de este gran reto. A mi hermana por acompañarme en tantas noches de desvelo; y en especial a mí, por no claudicar y haber luchado por concluir esta etapa llena de aprendizaje y satisfacción.

Agradecimientos

Gracias definitivamente a mis compañeras, que se convirtieron en amigas: Mercedes Vega, Karen Sandoval, Susana Barrón y Raquel Barboza, fue un placer haber coincidido con ustedes.

A mi directora de tesis Dra. Lizzete Velasco Aulcy, por su disposición, apoyo y paciencia en todo momento. De igual manera a mis sínodos, Dra. Olivia Denisse Mejía y el Maestro Saúl Méndez.

A mis compañeros de generación, de todos me llevo un aprendizaje y un lindo recuerdo en mi corazón.

Y sobre todo a mi familia y amigos, que en todo momento me dieron el ánimo para continuar.

Resumen

La presente investigación va dirigida a un sector importante de la economía como lo es el comercio; el cual destaca el crecimiento y aportación al país de las denominadas microempresas.

En México alrededor del 97% de las empresas registradas son microempresas, es decir, negocios conformados por 0 a 10 personas como máximo y que en su mayoría son familiares; las cuales enfrentan a diario un reto empresarial para su crecimiento a largo plazo, ser competitivos.

Por cada 100 microempresas que abren en el país en el sector comercial, tan sólo el 33% sobrevive a los primeros 5 años de vida. Por lo tanto, esta investigación de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental tiene como objetivo analizar si variables como el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Y para ello se elaboró un instrumento conformado por 34 preguntas cerradas, aplicado a dueños y/o encargados de 28 negocios de decoraciones con establecimiento fijo en la ciudad de Ensenada. Donde a partir de los resultados obtenidos, se observa que existe una relación entre el capital de inversión con la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones. Caso contrario con el nivel de educación y el nivel generacional del empresario, el cual resultó tener una nula relación con respecto a la competitividad de este tipo de negocios.

PALABRAS CLAVES: Competitividad, microempresas familiares, negocios de decoraciones.

Tabla de contenido

Introducción	1
Planteamiento del problema	4
Objetivos generales y específicos.....	5
Justificación.....	6
Limitaciones del estudio.....	6
Capítulo 1: Marco Teórico	7
1.1 Competitividad	7
1.1.1 Aspectos históricos de la competitividad	7
1.1.2 Concepto de competitividad	8
1.1.3 Indicadores de competitividad	10
1.1.4 El gobierno como impulsor de la competitividad en el País	11
1.2 Microempresas	13
1.2.1 Clasificación de las microempresas en México	13
1.2.2 Las microempresas en B.C.....	14
1.2.3 Microempresas Familiares	14
1.2.4 Competitividad empresarial en el sector comercial.....	16
1.2.5 Factores de competitividad en las microempresas familiares	17
1.3 Variables de estudio	20
1.3.1 Capital de inversión	20
1.3.2 Nivel generacional.....	22
1.3.3 Nivel de escolaridad	23
1.3.4 Competitividad	24

Capítulo 2: Metodología.....	25
2.1 Limitaciones de estudio.....	25
2.1.1 Espacial.....	25
2.1.2 Temporal.....	25
2.2 Tipo de investigación	25
2.3 Método	26
2.3.1 Población y muestra	26
2.3.2 Instrumento.....	27
2.3.3 Procedimiento.....	30
2.4 Hipótesis.....	30
2.4.1 Hipótesis general	31
2.4.2 Hipótesis nula.....	31
Capítulo 3: Resultados.....	32
3.1 Interpretación de resultados.....	32
3.1.1 Datos generales.....	32
3.1.2 Resultados por variables.....	33
3.1.2.1 Capital de inversión.....	34
3.1.2.2 Nivel generacional.....	36
3.1.2.3 Nivel de escolaridad	38
3.1.2.4 Competitividad	40
Capítulo 4: Discusión e interpretación de resultados	42
4.1 Interpretación de resultados.....	42
4.1.1 Método de Correlación Spearman	43

4.1.2 Método Estadístico Chi-Cuadrado	44
4.2 Discusión	45
Capítulo 5: Conclusión	50
Capítulo 6: Aportaciones y recomendaciones	54
6.1 Aportaciones	54
6.2 Recomendaciones	55
Referencias	56
Anexo I Matriz de congruencia	64
Anexo II Cuestionario	65

Listas de tablas

Tabla 2.1 Operacionalización de las variables.....	27
Tabla 2.2 Expertos elegidos para la realización de la técnica de validación por jueces, de acuerdo a Galicia, Balderrama y Edel, 2017	29
Tabla 2.3 Relación de ítems por variable.....	30
Tabla 4.1 Tabla de escala de rangos de correlación de Spearman.....	43
Tabla 4.2 Tabla de resultados aplicando prueba Chi-cuadrado	44
Tabla 5.1 Resultado obtenido del objetivo general.....	51
Tabla 5.2 Resultados obtenidos de los objetivos específicos	51
Tabla 5.3 Resultados obtenidos para las preguntas específicas	52
Tabla 5.4 Respuesta de hipótesis general	52

Listas de figuras

Figura 1.1 Diagrama de variables ex - ante	20
Figura 3.1 Condiciones demográficas del microempresario por sexo	32
Figura 3.2 Condiciones demográficas del microempresario por edad.....	32
Figura 3.3 Antigüedad del negocio	33
Figura 3.4 Negocios de control familiar	33
Figura 3.5 Importancia, solicitud y fuente de financiamiento	34
Figura 3.6 Crecimiento y plan de negocios a futuro	35
Figura 3.7 Nivel generacional, antigüedad en el puesto y número de familiares que laboran en la empresa.....	36
Figura 3.8 Reuniones familiares y retiro del empresario de la empresa.....	37
Figura 3.9 Escolaridad del empresario y áreas en la que se ha capacitado.....	38
Figura 3.10 Importancia del dominio del idioma inglés y características que debe tener el tomador de decisiones	39
Figura 3.11 Identificación de competidores, desventajas del negocio respecto a los competidores	40
Figura 3.12 Nivel de rivalidad entre los negocios de decoraciones y competitividad de la empresa en comparación con la competencia	41

Introducción

El comercio como principal actividad en la economía mexicana, destaca el crecimiento y aportación al país de las denominadas microempresas. Alrededor del 97% de las empresas registradas en México son microempresas, es decir, negocios conformados por 0 a 10 personas como máximo y que en su mayoría son familiares, las cuales enfrentan a diario un reto empresarial para su crecimiento a largo plazo, ser competitivos (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas [ENAPROCE], 2018).

De acuerdo al Índice de Competitividad Global (ICG) 2017-2018 publicado por el portal único de gobierno México en cuanto a desempeño competitivo se refiere, ha logrado mantenerse en los dos últimos años en la posición 51 de 137 países evaluados a nivel mundial; sin embargo, la realidad es que el avance que viene presentando el país en materia de competitividad es lento en comparación a otras naciones.

Si bien es cierto, las microempresas forman parte importante del sector comercial en la economía actual, es importante acentuar por su parte a las microempresas de tipo familiar, que en los últimos tiempos han logrado destacarse por su nivel de compromiso, por su rapidez en su toma de decisiones y principalmente por su capacidad de ajustarse a las condiciones tan cambiantes del mercado que la misma competitividad genera. Permitiéndoles de esta manera, marcar ventajas con respecto a las empresas no familiares; ya que las empresas familiares son caracterizadas por trabajar para dejar un legado y un patrimonio a sus futuras generaciones (Aira, 2016).

Así mismo, para este tipo de empresas un aspecto que se considera determinante para su supervivencia es el nivel generacional. En México el 66% de los negocios familiares son

dirigidos por la primera generación, es decir, por el fundador y tan solo un 29% son dirigidos por la segunda generación, es decir, por el hijo del dueño; por lo cual aspectos como la formación de la persona que dirige la empresa llega a tener un peso importante, tanto para lograr que ésta crezca, como también para obtener un plan adecuado para la realización de un cambio generacional exitoso (Meza, 2017).

El INEGI, mediante su Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de la Micro, Pequeña y Medianas Empresas (ENAPROCE) resalta que tan solo el 14.7% del personal ocupado en las microempresas en México cuenta con educación superior, mientras que un 22.7% atribuyen su poco crecimiento a la falta de créditos (ENAPROCE, 2016).

Ahora bien, por negocios de decoraciones, se hace referencia aquellos negocios que en la actualidad ofrecen un servicio para la remodelación de espacios mediante la comercialización de materiales para la decoración de interiores como lo son: pisos laminados, alfombras, linóleo, tapices, cortinas, persianas, roller shade, entre otros. El negocio de las decoraciones se considera un negocio noble que permite tener mercado para todos; siempre va a existir un cuarto que remodelar en una casa habitación, un piso que cambiar en una escuela u oficina, cortinas que modernizar en un hotel, por mencionar algunos (Casta, 2007).

En México existen 2,685 microempresas dedicadas al negocio de decoraciones que cuentan con un establecimiento fijo y que están integrados de 0-10 personas. De los cuales 107 se encuentran ubicados en el estado de Baja California, 26 de ellos en el municipio de Ensenada (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE], 2020). Sin embargo, la recolección de la información para la presente investigación se realizó en el año 2016, cuando en el DENUE, había registrados 34 negocios de decoraciones en la ciudad.

Derivado de lo anterior, se considera importante que el empresario y/o tomadores de decisiones tenga conocimiento de aquellos factores que pueden llegar a tener una relación con la competitividad, en este caso y para efectos del presente trabajo terminal cuantitativo, es determinar si el nivel generacional, el nivel de escolaridad y el capital de inversión son factores que se intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la ciudad de Ensenada.

De tal manera que los resultados les puedan ser de utilidad al tomador de decisiones para llevar a cabo la gestión necesaria ya sea tanto para trabajar en el logro de un crecimiento a largo plazo, como en la toma de medidas que les permita elevar la competitividad de su microempresa familiar, como también sea de utilidad aquellas personas que desean aventurarse al emprender y crear su propio negocio.

Planteamiento del problema

La competitividad es un tema que se encuentra presente en sectores, como el académico, el empresarial y el de gobierno, por mencionar algunos; lo cual puede llegar a pensarse como suficiente para forjar líderes empresariales con visión estratégica e innovadora. En este mismo orden de ideas, en la actualidad se vive una era de nuevos empresarios, debido a que los emprendedores del presente tienen como parte de su desarrollo y formación, sistemas y tecnologías que antes no existían o no eran de fácil acceso, hoy son ellos quienes dirigirán empresas con estrategias enfocadas a elevar su productividad en conjunto con el uso de fuentes innovadoras para la comercialización tanto de la empresa como de sus productos (Huber & Mungaray, 2017).

Si bien, las microempresas forman parte importante del sector comercial en la economía actual y los empresarios cada vez trabajan con ideas innovadoras haciendo uso de tecnologías, por lo cual la interrogante es: ¿por qué no son competitivas?, ¿por qué muy pocas microempresas logran un crecimiento a largo plazo?

En el estado de Baja California, por cada 100 negocios que nacen en el sector comercial tan solo el 33% sobrevive a los primeros 5 años de vida (INEGI, 2014). Por lo tanto, esto nos lleva al punto de que la competitividad es importante estudiarse constantemente, debido a que las condiciones del mercado varían con el transcurso del tiempo; es decir, lo que es competitivo hoy, no necesariamente fue competitivo en el pasado y muy probablemente no lo será en el futuro; por lo tanto los tomadores de decisiones en este tipo de negocios debieran conocer qué factores se relacionan con la competitividad, en este caso de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, planteándose de manera general la siguiente pregunta: ¿Son el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario factores que

interviene en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd? de Ensenada, B.C?

Por lo tanto, surgen las siguientes preguntas específicas: ¿Cuál es el impacto del capital de inversión en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?, ¿Cuál es el impacto del nivel de educación del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?, y por ultimo ¿Cuál es el impacto del nivel generacional del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.?

Y de acuerdo a lo anterior, nos permite abordar el objetivo general de la presente investigación.

Objetivo general.

Analizar si el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Y en este sentido los objetivos específicos son:

- 1.- Determinar si el capital de inversión impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.
- 2.- Determinar si el nivel de educación del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.
- 3.- Determinar si el nivel generacional del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Justificación

A continuación, la presente investigación va dirigida a determinar si existe un impacto en la competitividad, en relación con las variables de estudio como lo son: el capital de inversión, el nivel de escolaridad y el nivel generacional del tomador de decisiones en las microempresas familiares de decoraciones de la ciudad de Ensenada.

La importancia de esta investigación radica, en brindar información que al microempresario le sea de utilidad para su toma de decisiones y que además le permita llevar su negocio con mayor certidumbre a un crecimiento a largo plazo y que a la vez sea competitivo en su mercado; además de poder utilizar los referentes como sustento para nuevos proyectos de investigación aplicados en otros sujetos de estudio que puedan propiciar el origen de nuevos hallazgos.

Limitaciones del estudio

Tomando en cuenta el panorama actual, esta investigación puede ser sujeta a limitaciones tales como:

La población estudiada, ya que podría presentar hermetismo o limitado acceso a la información por parte los dueños de los establecimientos, obtenido así datos poco confiables.

Capítulo 1: Marco Teórico

1.1 Competitividad

1.1.1 Aspectos históricos de la competitividad.

Las primeras teorías de competitividad surgen con las investigaciones realizadas y posteriormente publicadas por Michael Porter en 1980, las cuales hacen referencia a la importancia e impacto del concepto en el mundo empresarial. Él argumentaba que si el sector no era competitivo difícilmente la empresa lo sería. Es decir, sus teorías eran de enfoque estructuralista, se pensaba que era el entorno el que definía las necesidades que las empresas deberían ofertar (Benítez, 2012).

Porter, es quien introduce el concepto de ventaja competitiva, lo cual básicamente hacía referencia en que en la medida que las empresas mostraran los atributos de sus productos o servicios lograría diferenciarse con otras empresas, atrayendo así a los clientes sin importar si el producto estuviera ligeramente más caro que el de la competencia (Benítez, 2012).

Con el paso del tiempo surgieron nuevos pensadores que contribuyeron al estudio de la competitividad como Milton Friedman, el cual se caracterizó por hacer referencia en que el tema de competitividad no era exclusivo de empresas y países, sino también de individuos. Es decir, los individuos competitivos hacen empresas competitivas por consecuencia países competitivos (Benítez, 2012).

La competitividad al paso del tiempo ha generado la necesidad en las empresas de entender no solo la competitividad, sino no conocer cuáles son los factores que la determinan, así como también de conocer los índices que la miden. De lo cual parte la importancia de que existan investigaciones que muestren la revisión de las variables más relevantes para comprender cada vez mejor a la competitividad (Bonales, Zamora y Ortiz, 2015).

1.1.2 Concepto de competitividad.

Definir la palabra competitividad se considera algo complejo para varios autores, sin embargo, es un concepto que en la actualidad se utiliza con mayor frecuencia. La competitividad es considerada como el elemento que permite triunfar, tanto a personas como a empresas en el mercado global; es decir se necesita ser competitivo para tener éxito a nivel local, nacional e internacional (Peñalosa, 2005).

Este concepto toma mayor fuerza con la llegada de la globalización a finales del siglo XX, el cual trajo como consecuencia un gran cambio a nivel mundial en el ámbito económico, tecnológico y cultural. La globalización es considerada como un producto fundamental para ayudar al hombre a razonar y a la vez ser más competitivo para mejorar el desarrollo de un país (Padilla, 2010). Sin embargo, fue Michael Porter quien establece sus bases y la conceptualización de la misma, haciendo referencia a que el bienestar de un país depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual produce bienes y servicios. Y sugiere que la competitividad siempre será medida por la productividad tanto a nivel empresa como a nivel nación (García, León y Nuño, 2017).

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la define como la manera de poder medir las economías de un país entre sí. De este modo la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión (IMCO, 2012); siendo por lo tanto las empresas las que generan dicha competitividad (Saavedra, 2012).

La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa en México, en su última reforma realizada en mayo del 2017, en su artículo 3 fracción IV, define competitividad como “la calidad del ambiente económico e institucional para el desarrollo sostenible y sustentable de las actividades privadas y el aumento de la productividad”.

Y así existen numerosas definiciones sobre la competitividad desde el nivel empresa, hasta el nivel país. Mas sin embargo una de las más importantes y complejas a la vez es la competitividad sistémica, la cual aborda el concepto atendiendo tres niveles: el micro (o local), donde la unidad de análisis son las empresas; el meso (regional o estatal), en el que la unidad de análisis son las industrias, el clúster y los sectores, y el macro (nacional e internacional), en el que la unidad de análisis es el país o grupo de países. Por lo tanto, la interacción de estos 3 niveles será lo que genere el nivel de competitividad; de aquí la importancia de resaltar que los tres niveles deben de trabajar en conjunto para dirigir proyectos que busquen la distribución masiva y equitativa de modernidad, conocimiento, oportunidades, entre otros (García, León y Nuño, 2017).

La fórmula no es algo nuevo, existen experiencias documentadas de otros países donde le han apostado por la cooperación entre empresas, y han apostado por la creencia de trabajar en equipo, sobre todo cuando a empresas micro se refiere, pues están propensas a presentar limitación en tamaño, en capacidad o en financiamiento (García, León y Nuño, 2017).

Y haciendo referencia al nivel micro, la competitividad no es más que una empresa luchando con otra, ¿para qué?, para obtener un desempeño mejor que le permita captar mayor mercado y como consecuencia adquirir mayores recursos, eso basado en estrategias que le permitan un sostenido crecimiento de la productividad (Saavedra, 2012).

En este sentido, es necesario comprender que la competitividad no sólo es exclusiva de las empresas, sino que, esta se relaciona a su vez con la industria en la que compite, la región y el país en el que se encuentra.

Por lo tanto, retomando los conceptos anteriores y para efecto de dicha investigación podemos definir a la competitividad como la capacidad de una empresa de atraer y retener

talento e inversión respaldado en estrategias que le permitan un crecimiento continuo de su productividad.

1.1.3 Indicadores de competitividad.

Aunque no existe una forma de medición exacta de la competitividad, existen varios indicadores que buscan medir la competitividad a través de diferentes variables, como lo son: el Foro Económico Mundial, Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO), el Banco Mundial (WB) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), entre otros.

Los indicadores de competitividad global, nacional y urbano permiten conocer toda aquella información útil, que se utiliza para el diseño y seguimiento de las políticas públicas, de un país o de una nación (IMCO, 2017).

El informe del Índice de Competitividad Global (ICG) publicado en septiembre del 2016, posiciona en primer lugar a Suiza como el país con mayor competitividad a nivel mundial, seguido de Singapur y posteriormente Estados Unidos. En tanto el desempeño competitivo de los 138 países de Latinoamérica, Chile se encuentra en la posición número uno, Brasil en la posición número dos y México en la posición número tres.

La Secretaría de Economía en México en su publicación del 27 de septiembre del 2016 a través de la dirección de comunicación social explicó, que esta posición del país mexicano que reporta la ICG, ha sido la mejor posición obtenida, destacando que mejoró en 8 de los 12 pilares que conforman el índice y que este avance se debe principalmente a la mejora de la eficiencia en sus mercados, asociado a progresos en la competencia local y extranjera.

Alrededor del mundo existen diferentes centros de investigación dedicados al análisis y difusión de los índices de competitividad tanto internacional como nacional y urbana. En México

se cuenta con el IMCO, instituto formado por investigadores y consultores que aportan útil información para el diseño y seguimiento de las políticas públicas del país (IMCO, 2017).

Los indicadores de competitividad que maneja el IMCO se agrupan en 10 parámetros, los cuales son: Derecho, Medio Ambiente, Sociedad, Político, Gobierno, Factores, Economía, Precusores, Relaciones Internacionales, e Innovación. En el caso específico de México, de acuerdo al IMCO las debilidades competitivas del país se centran en los rubros de innovación, economía y gobierno (IMCO, 2015).

El IMCO comenta: “un estado competitivo es aquel que consistentemente resulta atractivo para forjar y retener talento e inversión”. En su último informe publicado, se puede apreciar que de las 32 entidades federativas los estados más competitivos son: Ciudad de México, seguido de Aguascalientes y posteriormente Nuevo León (IMCO, 2016).

Específicamente, el estado de Baja California se ubica en la posición número 25, cayendo 6 puntos ya que anteriormente se encontraba en el número 17. Sus principales debilidades se concentran en los rubros de Derecho (homicidios, robos y delincuencia), Gobierno (servicio de agua, apertura de empresas) y Político (participación ciudadana, información pública) (IMCO, 2016).

Ensenada en el 2016 pertenecía al grupo de las ciudades con un nivel de competitividad medio bajo, de 74 ciudades analizadas por el IMCO, se localizaba en la posición número 58, Tijuana en el lugar 40 y Mexicali en el 30.

1.1.4 El gobierno como impulsor de la competitividad del país.

Los gobiernos a todos los niveles buscan entre otras cosas el crecimiento de las empresas; para que un país sea competitivo se necesitan de personas competitivas que emprendan negocios competitivos, y al respecto los gobiernos ponen en marcha distintos programas de apoyo de

acuerdo a sus capacidades financieras para impulsar al sector empresarial. Los países pertenecientes a la Unión Europea, buscan fomentar el crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, con el objetivo de que pasen a ser medianas y/o grandes, y a las compañías grandes buscan apoyarlas a la internacionalización, puesto que un país necesita de un tejido empresarial en apoyo al lograr ser una economía competitiva (Secretaría General de Industria Española, 2011).

La Secretaría de Economía a través del Programa Nacional de Financiamiento al Micro Empresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM) fundado en 2001, promueven en toda la republica microcréditos con bajas tasas de interés, capacitación, incubación para la creación de unidades económicas en zonas prioritarias. En su primera feria PRONAFIM realizada este año reunieron alrededor de 300 microempresarios como participantes del programa ofertando con éxito sus productos y servicios (PRONAFIM 2017).

En el caso particular del Gobierno Federal, la Secretaría de Desarrollo Social del Estado SEDESOE en el 2016 destinó 1 millón 200 mil pesos a comerciantes del sector micro empresarial, y en lo que va de este año suman ya alrededor de 200 mil pesos entregados a microempresarios en el estado (SEDESOE, 2017).

El gobierno del estado en su Política de Desarrollo Empresarial (PDE) 2012-2020, introduce el concepto de innovación como el factor clave en el progreso económico. Reconocer la importancia de impulsar la innovación y la investigación científica como generadores de productividad y competitividad empresarial es uno de sus objetivos (PDE, 2017).

La innovación importa y por muchas razones; primeramente, por que vino a romper con la estrategia estructuralista de Porter. En sus antecedentes teóricos, se encuentran las aportaciones hechas por los autores Kim y Mauborgne (como se citó en Benítez, 2012), los cuales se enfocan

en como la innovación vino a cambiar la estrategia estructuralista por un re constructorista, basada en que la empresa es quien construye el entorno competitivo. Es mediante la utilización de la creatividad e innovación que se emprende la búsqueda de nuevos mercados, permitiendo así que la micro y pequeña empresa puedan ser competitivas con las grandes compañías ofreciendo productos innovadores a bajo costo.

De este modo y prueba de ello es el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el cual tiene como finalidad de impulsar la innovación, la competitividad y la proyección en los mercados nacionales, al emprendedor de la micro, pequeña y mediana empresa, con la intención de sumar al desarrollo económico y bienestar social del país. El cual para este año cuenta con un presupuesto de 3,600 millones de pesos para sus 14 convocatorias (INADEM, 2013).

1.2 Microempresas

1.2.1 Clasificación de la microempresa en México.

Adentrándonos al tema de las empresas el IMCO comenta: “lo fundamental no es la rapidez con la que se abre una empresa sino los años que esta genera utilidades y empleos” (IMCO, 2017).

De acuerdo a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa en México, en su última reforma realizada en mayo del 2017, en su artículo 3 fracción III, especifica que las empresas micro en los sectores de industria, comercio y servicio son aquellas integradas por 0 a 10 trabajadores. Mientras que Taxis, Mungaray, Ramírez y Ramírez (2011), complementan señalando la diferenciación entre la micro, pequeña y mediana empresa es principalmente el número de empleados, las ventas promedio y sus activos fijos.

En el último censo económico publicado por el INEGI, indicó que en México el 97% de los establecimientos son microempresas los cuales van conformados de 0 a 10 personas (ENAPROCE, 2018).

Se considera que México está lejos de posicionarse a la empresa mexicana conforme a los estándares de competitividad internacionales, sin embargo es importante resaltar el trabajo por parte del gobierno federal por quitar frenos a los procesos de apertura de nuevas empresas, anteriormente se invertía como mínimo 20 mil pesos para registrar un negocio con trámites que llegaban a durar semanas, ahora el registro se realiza en menos de 24 horas y de forma gratuita, tal como lo comentó el Presidente de México Enrique Peña Nieto en la entrega del Premio Nacional del Emprendedor 2015 (Juárez, 2016).

1.2.2 Las microempresas en Baja California.

La Secretaría de Economía (SE) en México, define a las microempresas como todos aquellos negocios que llegan a generar ventas hasta por 4 millones, que representan el 97 % del total de las empresas, el 41.8 % del empleo en el país y que además producen el 15 % del Producto Interno Bruto (SE, 2018).

En este mismo orden de ideas, el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), en su última actualización, reporta que existen 8,208 empresas registradas en el Estado de Baja California, de las cuales 6,617 son microempresas y en el caso específico del municipio de Ensenada de un total de 608 empresas registradas, 440 son microempresas; es decir el 72% de las empresas registradas en el municipio son microempresas (SIEM, 2017).

1.2.3 Microempresas Familiares.

El primer trabajo de investigación realizado sobre empresas familiares fue en 1953 en la Universidad de Indiana, derivado de la tesis doctoral de Grant H. Calder titulada: “*Some*

management problems of the small family controlled manufacturing business.”. Pero no fue hasta los años 70’s cuando surgen las primeras asociaciones en estudiar la materia, las cuales centraron su trabajo en desmentir las limitaciones que se le habían atribuido a la empresa familiar de aquel entonces (Tàpies, 2011).

Las microempresas familiares, son empresas formadas por un máximo de 10 personas, manejadas por integrantes de una misma familia, donde los principales problemas que enfrentan van en dirección a su organización y capacitación gerencial. Las empresas familiares se consideran la forma de organización empresarial más antigua, sin embargo, continúa siendo muy importante en la economía de cualquier país (López, 2003).

En países occidentales como Alemania y España el 80% de las empresas son de tipo familiar, en Suiza el 90%, en el Reino Unido 75% (Rodríguez, Pico y Méndez, 2013). Mientras que en México las empresas familiares representan el 90% de los negocios, sin embargo, son considerados como los de mayor mortalidad, su principal problema: la continuidad, es decir el cambio generacional, ya que solo el 30% avanza a la segunda generación y tan solo el 12% avanza a la tercera generación (Villafranco, 2015).

Tagiuri y Davis (como se citó en Quejada & Ávila 2016), hacen referencia a los primeros conceptos teóricos de la empresa familiar destacando sus características básicas: propiedad, familia y empresa. Friedman (como se citó en Quejada & Ávila 2016), es quien fortalece el concepto de competitividad añadiendo que ya no es un concepto exclusivo de países y de grandes empresas sino también de individuos. Lo cual conjuga muy bien con la aportación de Quintana (como se citó en Quejada & Ávila 2016), la innovación. La cual comienza a formar parte de las empresas familiares, convirtiéndose en un elemento característico para el logro del

desarrollo y continuidad, pues muchas microempresas surgen a partir de una idea innovadora plasmada.

1.2.4 Competitividad empresarial en el sector comercial.

De acuerdo a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa en México, en su última reforma realizada en mayo del 2017, en su artículo 3 fracción IV, define a la competitividad empresarial como aquella con la capacidad de mantener y fortalecer, tanto la rentabilidad como la participación en el mercado mediante el apoyo de ventajas asociadas a sus productos y/o servicios.

Dicho en otras palabras, la competitividad empresarial se puede resumir como la capacidad que tienen las empresas para disminuir sus costos para así poder ofrecer productos de calidad a un precio favorable (Cerdeña, 2003), esto con la intención de evitar la pérdida de clientes o incluso la disipación de la organización (Ramírez y Ampudia, 2018).

Sin embargo, las cifras no mienten y los números son fuertes. En Baja California el sector comercial, por cada 100 negocios que abren: 34 negocios mueren al primer año de vida y 67 negocios mueren al quinto año de vida. Es decir, por cada 100 negocios que nacen sólo el 33% sobreviven a los primeros 5 años, con una esperanza de 8 años de vida (INEGI, 2014).

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial para América del Norte (SCIAN), el sector comercial se clasifica en comercio al por mayor y comercio al por menor (INEGI, 2014), y dentro del sector comercial al por menor, se encuentran los negocios de decoraciones; microempresas que cuentan con un establecimiento fijo, es decir pertenecen al comercio formal y que tan solo en México existen 2,276 microempresas dedicadas a este giro comercial (DENUE, 2016).

Los negocios de decoraciones, son aquellos negocios que en la actualidad ofrecen un servicio para la remodelación de espacios mediante la comercialización de materiales para la decoración de interiores como lo son: pisos laminados, alfombras, linóleo, tapices, cortinas, persianas, roller shade, entre otros. El negocio de las decoraciones se considera un negocio noble que permite tener mercado para todos; siempre va a existir un cuarto que remodelar en una casa habitación, un piso que cambiar en una escuela u oficina, cortinas que modernizar en un hotel, por mencionar algunos (Casta, 2007).

Por lo tanto, en la presente investigación conoceremos que factores son los que intervienen en la competitividad y su impacto en las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

1.2.5 Factores de competitividad en las microempresas familiares.

El INEGI, a través de su encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las macros, pequeñas y medianas empresas ENAPROCE (2016), destaca lo siguiente: el 97.6% de las empresas son microempresas, el 51.8% del personal que labora en las microempresas termino su educación básica, el 88.5% de las microempresas no imparten capacitación, el 22.7% de las microempresas atribuyen su falta de crecimiento a la escases de créditos, el 87.5% de las empresas no conocen los programas de apoyos que ofrece el gobierno federal.

Un estudio de caso realizado a una microempresa familiar dedicada a la producción de miel orgánica en Yucatán, México, resume su ventaja competitiva en los siguientes puntos: tener experiencia en el producto que se ofrece, contar con producto suficiente para ofrecer al mercado, tener el conocimiento legal de normas y legislaciones que rigen el producto, preparar productos de calidad, y hacer uso de las herramientas de comunicación. Tenían en marcha un plan de

sucesión generacional, que supieron aprovechar y sacar ventaja, la nueva generación al mando aporta frescura, nuevos proyectos y nuevas ideas.

Destacando que una de sus principales desventajas como micro negocio es no contar aún con los recursos económicos suficientes que les permita trabajar desde un establecimiento fijo (Flores, Medina y Novelo, 2011).

Sin embargo, este tipo de empresas mantienen una particularidad: son familia, empresa y propiedad, lo cual determina su evolución y desempeño empresarial. Así lo explica en su investigación Rodríguez & Chauca (2012), donde resaltan la importancia de determinar la generación en la que se encuentra la empresa, como factor determinante de su continuidad.

Por consiguiente, los resultados de investigación arrojaron que el 97% de las empresas micro y pequeñas del estado de Michoacán en México son empresas familiares, de las cuales el 84% son de primera generación, el 14% de segunda y solo el 1% son de tercera generación.

Además, resaltan otros resultados como que el 56% de las empresas encuestadas iniciaron operaciones en el 2000, todas están constituidas como personas físicas y el 97% de las empresas encuestadas son de carácter familiar.

Así mismo, concluye que los aspectos que intervienen en el desempeño empresarial son: la escolaridad de los empresarios; solo el 30% tiene estudios de nivel medio superior, no tienen experiencia; y el 70% se convirtieron en empresarios por necesidad económica.

Existe también lo que se denomina gestión de empresas o gestión empresarial. Como lo mencionan Núñez, Valenciano, Vega y Ortiz (2013), “muy pocos empresarios de micro y pequeñas empresas de la región Brunca de Costa Rica, tienen conocimiento sobre la importancia de la gestión empresarial”, es debido a esto que muchos negocios de este tipo se mantienen en un nivel empresarial básico trayendo como consecuencia una vida muy corta del negocio.

Su recomendación recae directamente en la apertura como empresarios a la capacitación y asesorías en temas de mercadeo (p.ej. buscar la ubicación más óptima para el establecimiento), costos (p.ej. inventarios), comercialización (p.ej. la presentación del producto que interese a los futuros compradores); para así mejorar las capacidades y generar herramientas que contribuyan a la competitividad de las microempresas.

Fuentes, Osorio y Mungaray (2016), en su investigación basada en el sector productivo del estado de Colima, México concluye que los activos determinantes de competitividad de las microempresas del sector comercial se dividen en: Tangibles como lo son: la inversión en vehículo, acceso a financiamientos y posición del local; y los Intangibles como: escolaridad y conocimiento del dueño; donde estos últimos son considerados los factores más importantes que generan ventajas competitivas a corto plazo.

Hablando de investigaciones realizadas en el estado de Baja California, se encontró la publicación del artículo: “Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia”. Las conclusiones de esta investigación resaltan, que, de una muestra de 691 microempresas establecidas en los 5 municipios, el 87% operan en la informalidad, lo cual dificulta el acceso al financiamiento, así como su permanencia en el mercado. Por lo tanto, proponen que apoyos de asistencia y provisión de información, serian fundamentales para promover una cultura de legalidad que ofrezca beneficios a este sector empresarial, ya que de lo contrario estas empresas tendrían posibilidad de sobrevivir, pero no de consolidarse (Taxis, Ramírez y Aguilar, 2014).

Un punto en que coinciden las investigaciones revisadas hasta el momento es que el acceso a los recursos financieros está fuera del alcance de las microempresas, por lo que el aprovechamiento y capitalización de su experiencia y de su educación se convierten en factores notables para su supervivencia. Lo que va en relación a las variables indirectas de la presente

investigación. Es decir, variables independientes como el nivel de escolaridad, el nivel generacional y el capital de inversión interviene en la variable dependiente que es la competitividad.

1.3 Variables de Estudio

Para efectos de esta investigación se establece como variable dependiente a la competitividad y como variable independiente el nivel tanto generacional como el nivel de escolaridad del dueño y al capital de inversión. Donde cada variable está integrada por dos dimensiones como se ejemplifica en la figura 1.1

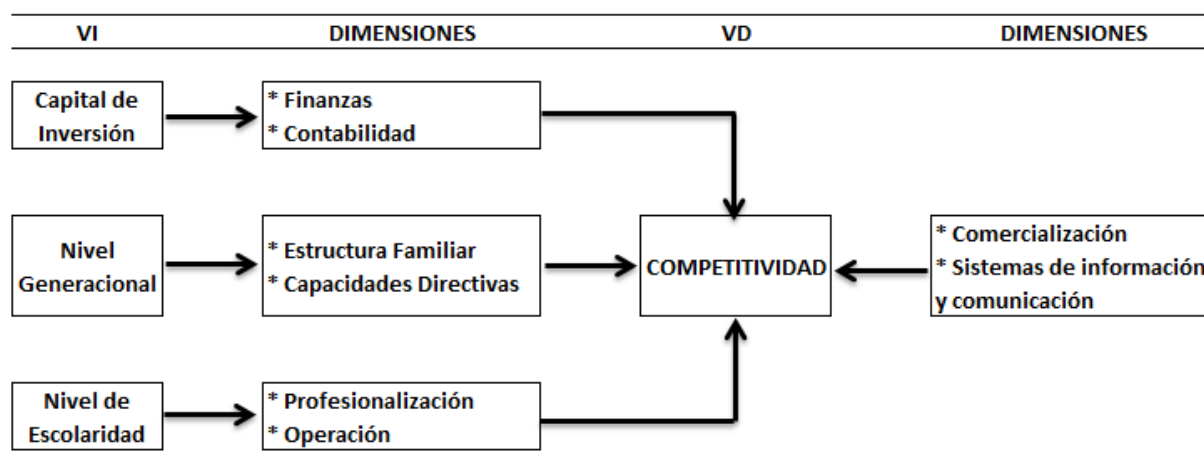


Figura 1.1 Diagrama de variables ex – ante. Elaboración propia.

1.3.1 Capital de Inversión.

Las empresas necesitan de capital para subsistir, y necesidades como incremento de personal, mejoras al establecimiento, adquisición de maquinaria hacen pensar que es momento de buscar alternativas de capitalizar la empresa; sin embargo, decisiones como esta deben ser analizadas en base a aspectos relevantes como lo son la demanda actual del producto o servicio, la situación del mercado y la relevancia tecnológica, entre otros (Entrepreneur, 2016).

Dentro del ciclo de vida de una empresa se presentan cuatro etapas, la primera es la introducción (cuando los fondos provienen del emprendedor), la segunda es la llamada establecimiento (se buscan los créditos con proveedores a corto plazo), la tercera es el crecimiento (se reinvierten las ganancias y se buscan créditos), la cuarta es la expansión (es la tasa de retorno de acuerdo al grado de inversión realizada) y la última es la madurez (se busca alcanzar nuevos mercados y superar la competencia); el conocimiento de estas etapas y posteriormente la toma de decisión recae definitivamente en el dueño o persona que éste al frente de la empresa. De su habilidad depende el identificar cuando incrementar su capital y de qué manera; ya sea mediante la solicitud de un crédito, un subsidio, un financiamiento, el cual se esperaría ser bien aprovechado para que funcione como beneficio para el negocio, evitando caer en problemas de liquidez por presentar un crecimiento mayor a los recursos financieros obtenidos (González, 2015).

Por lo tanto, el capital de inversión hace referencia al incremento del capital en efectivo, utilizado como herramienta para facilitar el impulso al crecimiento y desarrollo a mediano y/o largo plazo de la micro, pequeña y mediana empresa (Corporación Interamericana de Inversiones [CII], 2016).

Pero para esta investigación se utilizará la definición que realiza por su parte la Secretaría de Económica la cual define al capital de inversión como el capital que se destina para el desarrollo, para la generación de empleos, para el incremento del ahorro, para el estímulo de la competencia, y para incentivar la transferencia de la tecnología, tanto de un país, como de una empresa o negocio (SE, 2015).

En este sentido, uno de los campos a explorar para el entendimiento de la competitividad de una empresa es el financiero, ya que entre más sólida se encuentre su estructura financiera

mayor certeza dará al momento de la toma de decisiones. Por lo tanto, el indicador de competitividad financiera empresarial permitirá establecer la situación competitiva de las empresas desde el enfoque financiero a partir de su estructura financiera, su liquidez, su sistema contable y financiero con el que cuente el negocio (Botero, Garnica y Soto, 2013).

1.3.2 Nivel Generacional.

Por nivel generación se hace referencia a los siguiente: 1ra Generación: fundador y operador actualmente del negocio, 2da Generación: cuando el padre es el fundador y el hijo es quien la dirige, 3ra Generación: cuando los abuelos fundaron el negocio, pero lo dirigen los nietos (Pavón, 2017).

De acuerdo a la estadística, las empresas familiares no sobreviven a la tercera generación. Sin embargo, no es una regla general, pues si se cuenta con una sucesión planeada y planificada la empresa familiar puede continuar sólida y con éxito (Rabadan, 2013).

Se entiende por primera generación al fundador de la empresa familiar, siendo esta etapa la de mayor esperanza de vida, entre 25 – 30 años, donde este tiempo representa el tiempo en el que el empresario fundador está al frente del negocio (Rabadan, 2013).

Conforme pasa el tiempo y se consolida la empresa familiar surge la necesidad de la profesionalización que se puede obtener mediante la contratación de personal familiar o no familiar; el objetivo aquí es mejorar procesos (Rabadan, 2013).

Cuando el fundador ya no se siente en condiciones de seguir al frente del negocio surge la segunda generación, es decir, la sucesión del mando del fundador a los hijos, el cual debe de ser una persona con los conocimientos y la capacidad que le permitan hacerse cargo del negocio (Rabadan, 2013).

Al desarrollo de esta segunda generación, ya se unen a la empresa los conyugues, primos, etc, donde pueden variar las visiones o no coincidir los intereses. Para las empresas que logran llegar a la tercera generación la cual se refiere a los nietos o primos en su defecto, pueden suceder dos cosas, o la empresa llega a este momento ya muy consolidada y la sucesión con una asesoría fluye más rápido o puede ser que ya para la tercera generación no tengan el interés de continuar con el negocio familiar y se pierde el liderazgo y compromiso es por eso que el porcentaje de las empresas que llegan a la tercera generación es muy bajo, alrededor de solo un 11% lo logra (Rabadan, 2013).

1.3.3 Nivel de Escolaridad.

Por nivel de escolaridad se hace referencia al nivel de estudios de un individuo el cual puede ser: sin instrucción (sin estudios), primaria incompleta o completa, secundaria incompleta o completa, media superior y superior (INEGI, 2017)

Como se mencionó en el punto anterior gran parte del éxito de la sucesión o del cambio generacional de una empresa familiar es la profesionalización de la persona que tomará el mando o en empresas medianas grandes un puesto directivo (Rabadan, 2013).

La importancia del nivel de escolaridad en la persona que esté al frente del negocio es por la necesaria dirección acertada que se necesita para la adaptación y supervivencia del negocio ante los cambios del entorno y la satisfacción correcta de las nuevas necesidades de los clientes (Rabadan, 2013).

En las microempresas es más común que el nivel de escolaridad del fundador sea al menos de nivel primaria terminada, es por eso que en el cambio a la segunda generación ya los hijos vienen con una profesionalización y de cierta manera le da un nuevo aire al negocio. Porque entre más alto sea el nivel de estudios se puede lograr un negocio más competitivo (Perea, 2013).

Los antecedentes de la profesionalización en las empresas familiares radican en los años setenta del siglo pasado aproximadamente, donde se inicia a profundizar en el tema de la importancia del nivel estudio como elemento para mejorar el desempeño de las empresas inclusive para darle mayor formalidad. Inclusive hay autores que señalan que para obtener la longevidad de una empresa es necesario contratar a directivos familiares y no familiares profesionales competentes y con capacidades operativas en temas como por ejemplo de administración de recursos tecnológicos, sistemas de información y estructura organizativa (Hernández y Portillo, 2009).

1.3.4 Competitividad.

A decir verdad, la competitividad es considerada como uno de los conceptos más importantes entre las empresas y uno de los principales indicadores de prosperidad a nivel país.

Como este concepto ya se abordó al principio de esta investigación; por lo tanto, retomando los conceptos anteriores y para efecto de dicha investigación definiremos a la competitividad como la capacidad de una empresa de atraer y retener talento e inversión respaldado en estrategias que le permitan un crecimiento continuo de su productividad.

Capítulo 2: Metodología

2.1 Limitaciones del estudio

2.1.1 Espacial.

Negocios de decoraciones con establecimiento fijo en la ciudad de Ensenada, integrado por 34 negocios de los cuales solo se tuvo acceso a 27 de ellos.

2.1.2 Temporal.

Se aplicó el instrumento por cuestiones de tiempo a la persona encargada en el momento de la visita, se buscó de preferencia fuera el administrador o dueño del negocio, sin embargo, en su mayoría quienes contestaron el instrumento fueron los vendedores debido a que no cuentan en su mayoría con la figura del administrador y en algunos otros casos se tornó difícil coincidir con el dueño.

2.2 Tipo de investigación

La investigación se desarrolla mediante un enfoque cuantitativo, el cual es utilizado principalmente cuando existen teorías y conceptos definidos, de tal manera que los resultados puedan ser medidos y analizados (Balbastre & Ugalde, 2013).

Y correlacional por que usa diferentes variables que interactúan entre sí, de tal manera que en el ámbito investigativo busca averiguar y dejar evidencia que el cambio en una de ellas, determina o permite asumir el cambio en la otra ya que están directamente relacionadas. De esta manera, se entiende científicamente un evento específico como una variable. Asimismo, se apoya en un contexto teórico para conocer, describir, relacionar o explicar una realidad (Hernández, Fernández y Bapista, 2014).

El método de acuerdo al tipo de estudio de caso desarrollado, es no experimental relacional, puesto que no existe ninguna manipulación de las variables de estudio.

2.3 Método

2.3.1 Población y muestra.

La población representa todas las unidades de la investigación que se estudian de acuerdo a la naturaleza del problema que poseen características comunes (Hernández, et al., 2014). Por lo tanto, la población de la investigación, está conformada por 34 negocios de decoraciones que cuentan con establecimiento fijo, ubicados en la ciudad de Ensenada, B.C. de los cuales solo se tuvo acceso a 27 de ellos.

Quedando conformada la muestra por un total de 22 hombres y 5 mujeres, entre 25 a 55 años de edad.

2.3.2 Instrumento.

El objetivo del instrumento es conocer si existe un impacto entre la variable: competitividad, respecto a las variables: capital de inversión, nivel de escolaridad y nivel generacional del empresario.

Tabla 2.1
Operacionalización de las variables

VARIABLE	TIPO	CONCEPTO	DIMENSIONES	INSTRUMENTO
Capital de Inversión	Independiente	Capital que se destina para el desarrollo, para la generación de empleos, para el estímulo de la competencia, tanto de un país como de una empresa o negocio (Secretaría de Economía [SE], 2015).	Finanzas Contabilidad	Aplicación de cuestionario Preguntas: 1,2,3, 5, 6, 7, 8 Preguntas: 4, 9,10
Nivel Generacional	Independiente	1ra Generación: Fundador y operador actualmente del negocio. 2da Generación: Cuando el padre es el fundador y el hijo es quien la dirige. 3ra Generación: Cuando los abuelos fundaron el negocio, pero lo dirigen los nietos (Ripoll, 2017)	Estructura familiar Capacidades directivas	Aplicación de cuestionario Preguntas: 11, 12, 13, 16 Preguntas: 14, 15, 17, 18
Nivel de Escolaridad	Independiente	Sin instrucción. Primaria incompleta o completa. Secundaria completa o incompleta. Media superior. Superior (INEGI, 2017)	Profesionalización Operación	Aplicación de cuestionario Preguntas: 19, 20, 23 Preguntas: 21, 22, 24

Competitividad	Dependiente	Capacidad de una empresa de atraer y retener talento e inversión respaldado en estrategias que le permitan un crecimiento continuo de su productividad (IMCO,2017).	Comercialización	Aplicación de cuestionario
			Sistemas de información comunicación	Preguntas: 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 34
				Preguntas: 32, 33

Elaboración propia

El instrumento utilizado fue un cuestionario, como lo menciona Hernández, et al. (2014): “Tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto una o más variables a medir”.

Y dicho instrumento fue creado partiendo de:

Cuestionario para diagnosticar a la empresa familiar que utiliza Imanol Belausteguigoitia (2006).

Encuesta aplicada a empresas familiares en México por el Centro de Investigación de Empresas Familiares (2015).

Modelo Nacional para la Competitividad 2017, que maneja el Premio Nacional de Calidad.

La validación del instrumento fue mediante un jueceo, donde se tuvo la participación de 5 personas expertas en el tema, que fungieron como jueces los cuales calificaron la claridad y relevancia de cada pregunta. Para posteriormente realizar los cambios pertinentes y acordes a las observaciones de los jueces, y proceder con la obtención del porcentaje de acuerdo tanto de cada pregunta como del instrumento en general, obteniendo un porcentaje de acuerdo del instrumento

del 84%, considerándose como aceptable y apto para proceder con la aplicación a la muestra (Galicia, Balderrama y Edel, 2017).

Tabla 2.2

Expertos elegidos para la realización de la técnica de validación por jueces, de acuerdo a Galicia, Balderrama y Edel, 2017

JUEZ	FECHA	GÉNERO	EDAD	FORMACIÓN ACADÉMICA	ESEPECIALIDAD	PUESTO QUE DESEMPEÑA LABORALMENTE
1	08.marzo.18	Masculino	42	Licenciatura Lic. Negocios Internacionales	X	Ventas / Negocio de decoraciones
2	08.marzo.18	Masculino	77	Primaria	X	Propietario / Negocio de decoraciones
3	13.marzo.18	Masculino	38	Licenciatura Lic. Administración de Empresas	Posgrado Finanzas Corporativas	Director Administrativo / Institución Educativa
4	15.marzo.18	Femenino	37	Licenciatura Lic. Administración de Empresas	Posgrado Administración	Gerente Administrativo/ Cámara Empresarial
5	18.marzo.18	Femenino	41	Licenciatura Lic. Informática	Posgrado Administración	Gerente Administrativo/ Dulcería

Elaboración propia

Quedando conformado el instrumento por un total de 34 ítems de respuesta cerrada, dicotómica, de opción múltiple y de escala Rensis Likert.

Tabla 2.3
Relación de ítems por variable

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Total de ítems	34
Ítems por variable	
V. Capital de inversión	10
V. Nivel generacional	8
V. Nivel de escolaridad	6
V. Competitividad	10

Elaboración propia

2.3.3 Procedimiento.

Se realizaron visitas presenciales a cada uno de los establecimientos comerciales de decoraciones, haciendo primeramente una presentación, se pidió hablar con el dueño o la persona que se encontrara al frente del negocio, se le hizo entrega de la carta de presentación por parte de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), la cual indica el objetivo de la presente investigación, se les dio las indicaciones de llenado y se procedió a esperar a que contestaran el instrumento.

2.4 Hipótesis

Por lo tanto, nuestra hipótesis para esta investigación es la siguiente:

2.4.1 Hipótesis general

El capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

2.4.2 Hipótesis nula

El capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que no intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C

Capítulo 3: Resultados

En este capítulo se describen los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento diseñado para la presente investigación, haciendo referencia a los 27 negocios de decoraciones encuestados, de una población total de 34 negocios con establecimiento fijo ubicados en la ciudad de Ensenada, B.C.

3.1 Interpretación de resultados

A continuación, se presentan los resultados del cuestionario obtenidos de las 34 preguntas que integraron el instrumento.

3.1.1 Datos generales.

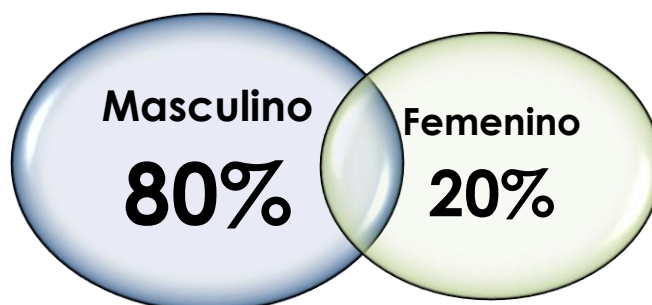


Figura 3.1 Condiciones demográficas del micro empresario por sexo. Elaboración propia.

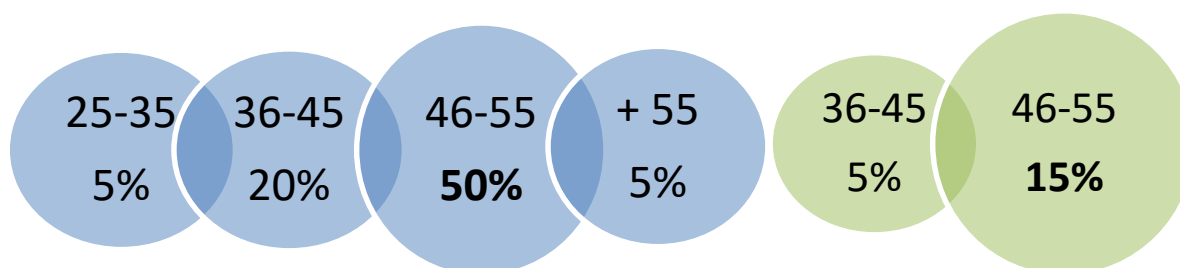


Figura 3.2 Condiciones demográficas del micro empresario por edad. Elaboración propia.

En la figura 3.1 se muestra que, de los 27 microempresarios o tomadores de decisiones encuestados, el 80% (22) corresponden al género masculino, mientras que un 20% (5) al género

femenino. Mientras que en la figura 3.2 observamos que la edad representativa tanto en hombres como mujeres corresponde al rango entre los 46 a 55 años de edad respectivamente.



Figura 3.3 Antigüedad del negocio. Elaboración Propia

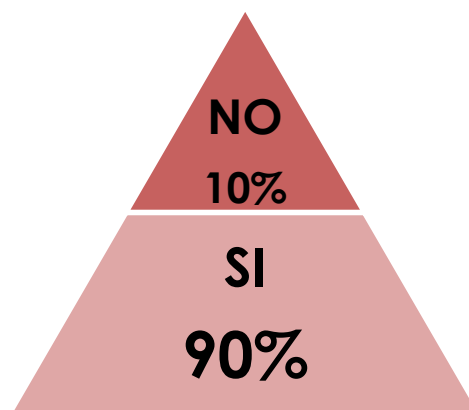


Figura 3.4 Negocios de control familiar. Elaboración Propia

En la figura 3.3 se muestra que el 45% (12) de los negocios de decoraciones encuestados tienen más de 10 años en el mercado, mientras que en la figura 3.4, el 90% (24) de ellos son de control familiar.

3.1.2 Resultados por variable de estudio.

A continuación, se presentan los resultados más relevantes por cada una de las variables de estudio.

3.1.2.1 Capital de Inversión.

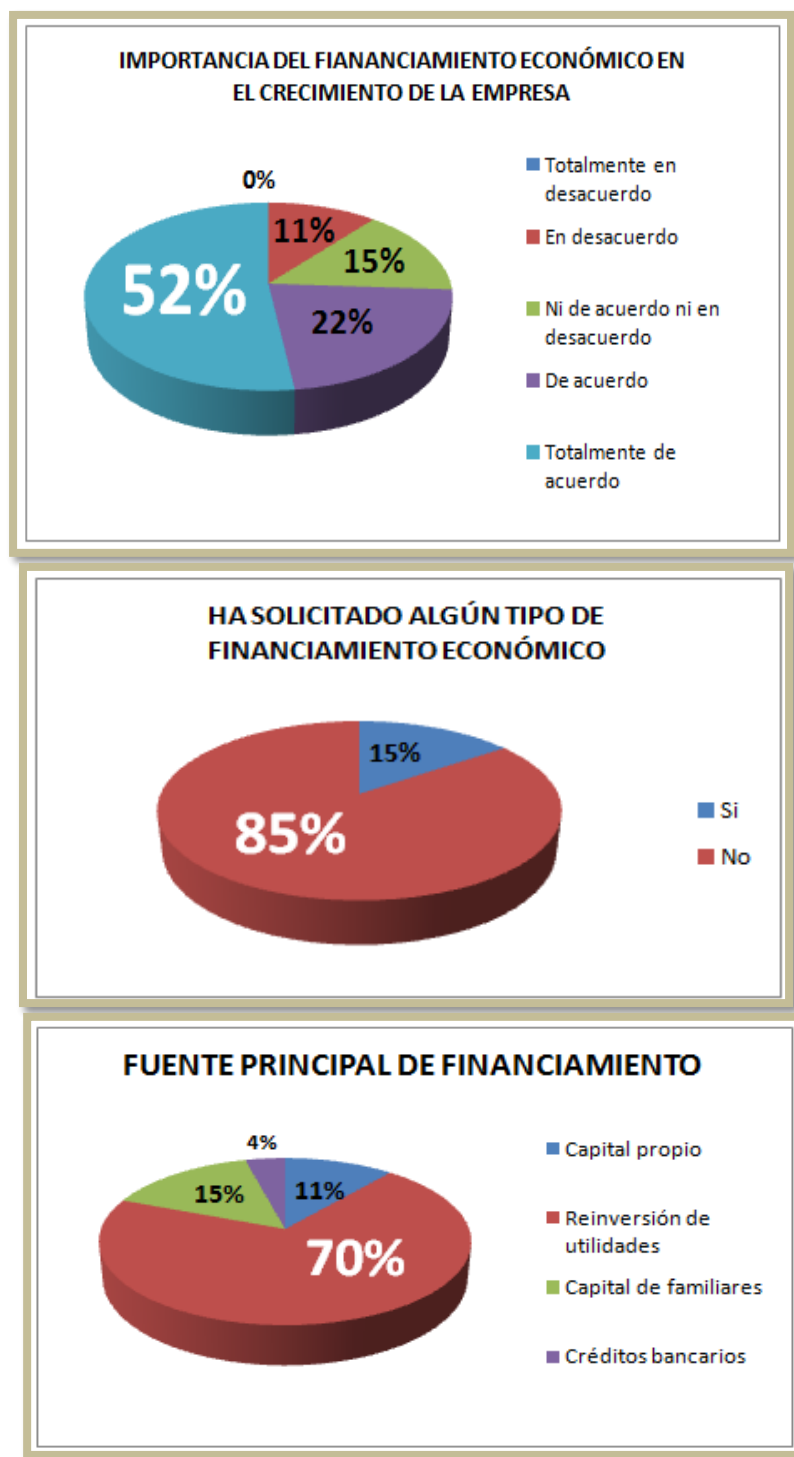


Figura 3.5 Importancia, solicitud y fuente de financiamiento. Elaboración Propia.

En la figura 3.5 muestra primeramente que el 52% (14) de los microempresarios de los negocios de decoraciones encuestados opinan que están totalmente de acuerdo en que el financiamiento es importante para el crecimiento de su empresa, mientras que tan sólo un 11% (3) opina lo contrario, pues están en desacuerdo.

Por su parte el 85% (23) de los microempresarios opinan que nunca han solicitado algún tipo de financiamiento económico, mientras que un 70% (19) de los microempresarios opinaron que su fuente principal de financiamiento es la reinversión de sus utilidades, mientras tanto un 4% (1) opinó que era mediante créditos bancarios.

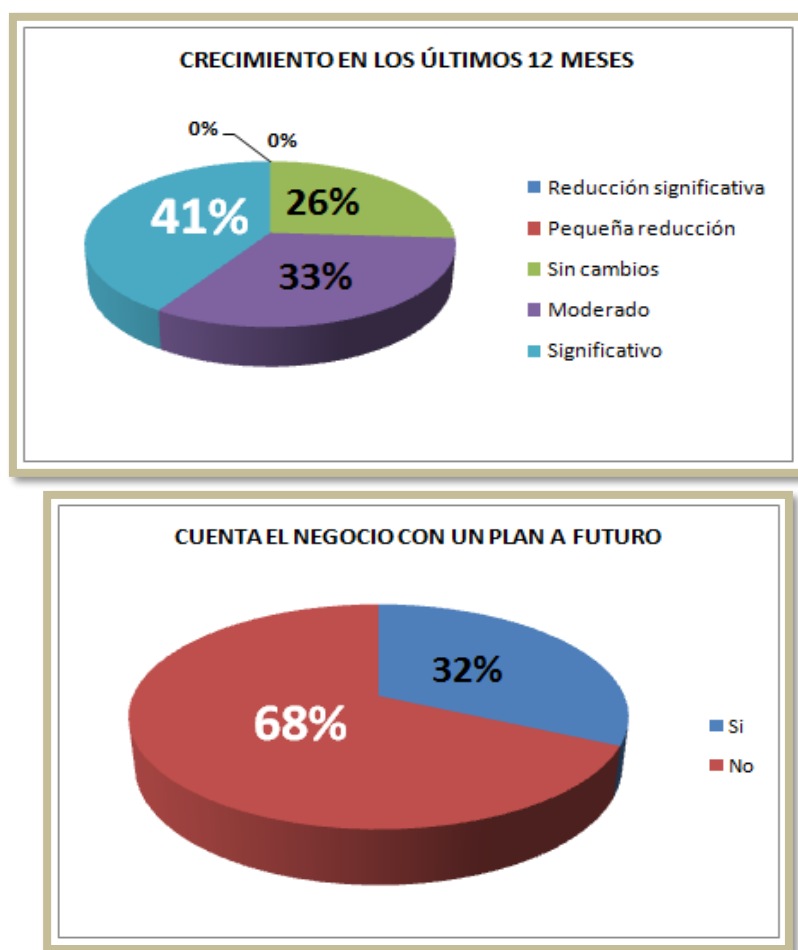


Figura 3.6 Crecimiento y plan de negocios a futuro. Elaboración Propia.

En la figura 3.6, muestra que el 41% (11) de los microempresarios opinan que han presentado un crecimiento en sus ventas en los últimos 12 meses, mientras que por su parte un 26% (7) opina no haber presentado cambios. Sin embargo, el 68% (18) de los microempresarios e no cuentan con un plan de negocios a futuro para su empresa, y en cambio un 32% (8) trabaja con un plan a futuro de su negocio.

3.1.2.2 Nivel Generacional.

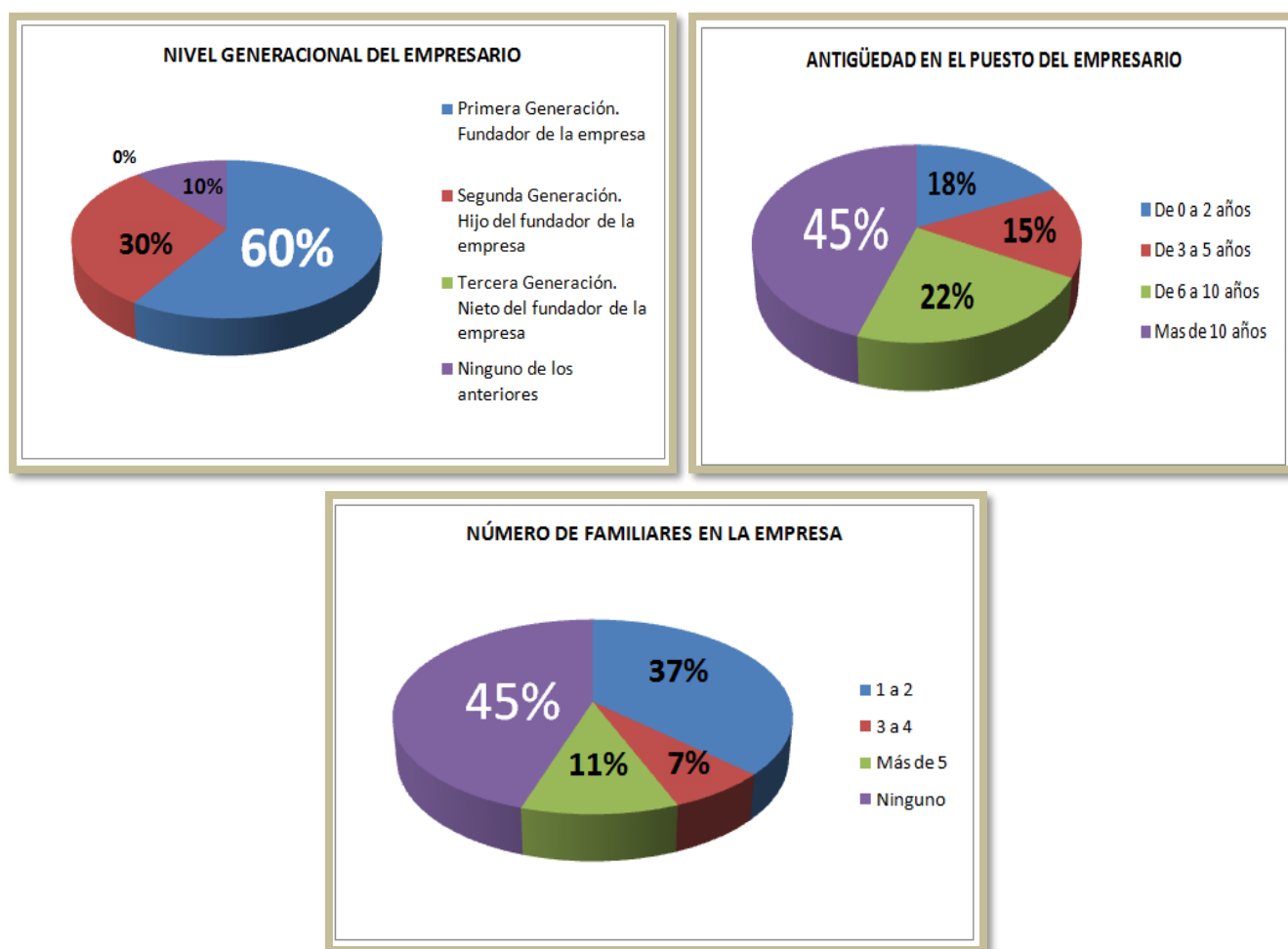


Figura 3.7 Nivel generacional, antigüedad en el puesto y número de familiares que laboran en la empresa. Elaboración propia.

En la figura 3.7 se aprecia que el 60% (16) de los negocios de decoraciones están dirigidos por la 1er generación, es decir por el dueño; mientras que tan solo un 30% (8) es manejado por la 2da generación, es decir por el hijo del dueño o fundador, y solo un 10% (3) es manejado por una persona que no es familiar. Mientras tanto un 45%(12) de los empresarios tienen más de 10 años en su puesto, seguido del 22%(6) cuentan con una antigüedad en el puesto de 6 a 10 años y un 18%(5) tienen entre 0-2 años en el puesto.

En cuanto al número de familiares que laboran en el negocio de decoraciones un 45% (12) de los negocios no tienen a ningún familiar trabajando en la empresa, un 37% (10) tienen entre 1 a 2 familiar dentro del negocio y tan solo un 7%(2), tienen entre 3 a 4 familiares trabajando en la en negocio de decoraciones.

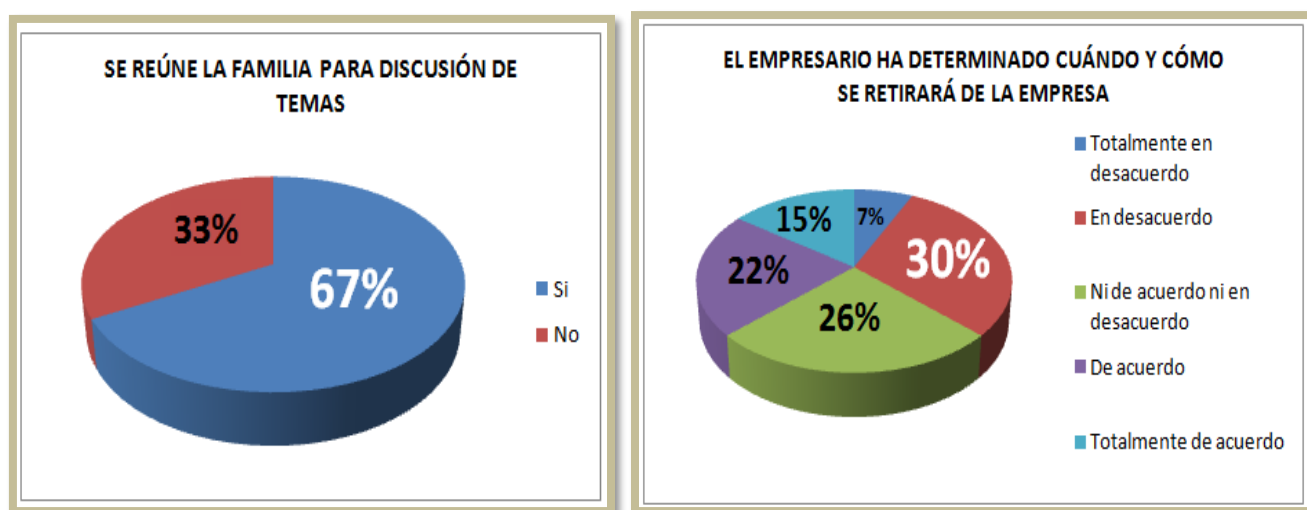


Figura 3.8 Reuniones familiares y retiro del empresario de la empresa. Elaboración propia.

En la figura 3.8 se puede observar que 67% (18) de los negocios se reúnen formalmente con la familia para discusión de temas del negocio, mientras por su parte el 30%(8) de los empresarios

al frente del negocio han determinado cómo y cuándo se retirara de la empresa, seguido de un 26% (7) de los empresarios no lo tienen claro.

3.1.2.3 Nivel de Escolaridad.

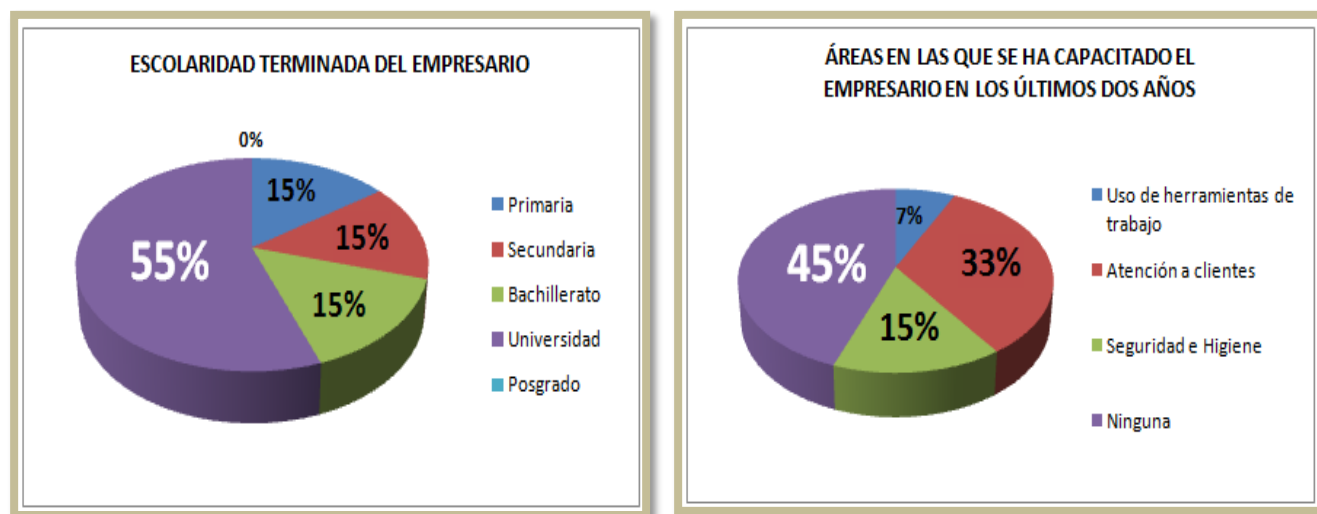


Figura 3.9 Escolaridad del empresario y áreas en las que se ha capacitado. Elaboración propia

En la figura 3.9, se muestra que el 55% (15), de los empresarios de los negocios de decoraciones cuentan con una carrera universitaria, mientras que el 45% (12) no se ha capacitado en ninguna área en específico, sin embargo, el 33% (9), se ha capacitado en atención a clientes y solo un 7% (2) en uso de herramientas de trabajo.

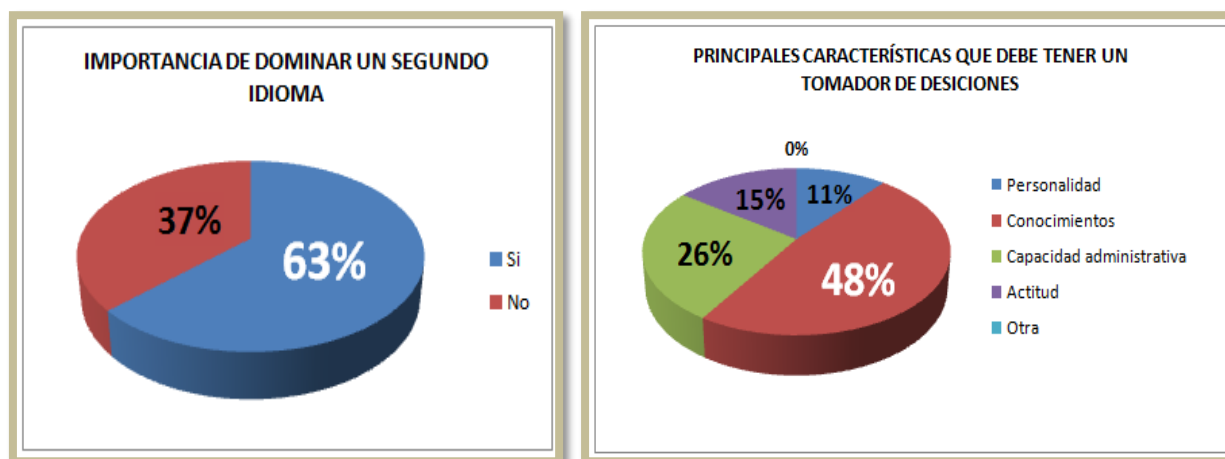


Figura 3.10 Importancia del dominio del idioma inglés y características que debe tener el tomador de decisiones. Elaboración Propia.

Figura 3.10 muestra que un 63% (17) coinciden en que es importante dominar el idioma inglés para el desarrollo de sus actividades, por su parte 37% (10) considera que no es de importancia. Por su parte se puede observar que un 48% (13), de los empresarios opina que es importante que los tomadores de decisiones cuenten con los conocimientos necesarios del negocio, por su parte un 26% (7), piensa que lo importante es que el empresario cuente con capacidad administrativa y solo un 11%(3), considera la personalidad como característica importante del tomador de decisiones.

3.1.2.4 Competitividad.

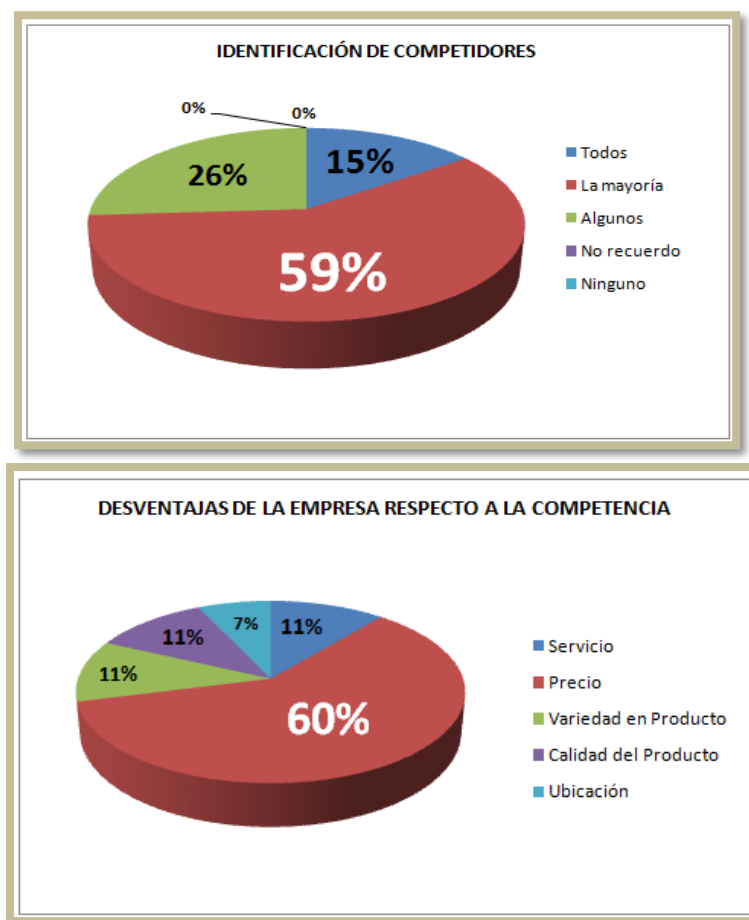


Figura 3.11. Identificación de competidores, desventajas del negocio respecto a los competidores. Elaboración propia.

En la figura 3.11, muestra que el 59% (16) es decir, la mayoría de los empresarios si identifican a su competencia, un 26%(7), comenta identificar solo a algunos y 15%(4) dice identificar a todos sus competidores.

Por su parte un 60%(16), de los empresarios de los negocios de decoraciones coinciden en que una de sus desventajas con la competencia es el precio, mientras que un 11%(3), como empate opina que su desventaja radica en la calidad, la variedad y el servicio.

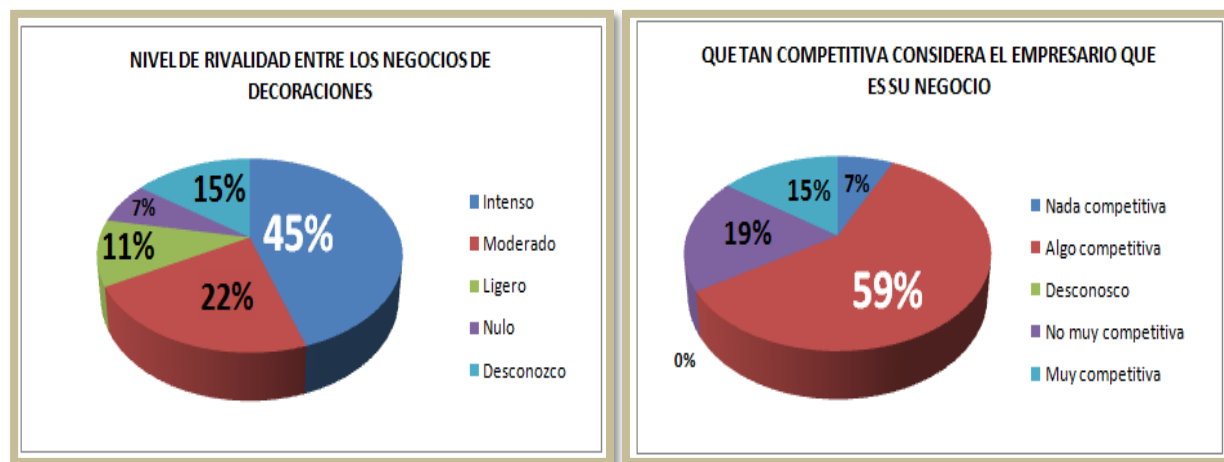


Figura 3.12 Nivel de rivalidad entre los negocios de decoraciones y competitividad de la empresa en comparación con la competencia. Elaboración propia

En la figura 3.12 observamos que un 45% (12) de los microempresarios consideran que el nivel de rivalidad entre los negocios de decoraciones es intenso, mientras que un 22% (6) opina que es moderado y un 11% (3) lo considera ligero.

Por su parte un 59% (16) de los microempresarios califican a su negocio como algo competitivo, un 19% (5), lo califica como no muy competitivo y tan solo un 7% (2), como nada competitivo.

En primera instancia se aprecia la descripción de los resultados, posteriormente la interpretación de los mismos, tomando en cuenta aquellos datos considerados de mayor relevancia contra restados con lo dicho por los autores y/o expertos en el tema.

Capítulo 4: Discusión e interpretación de resultados

4.1 Interpretación de resultados

La presente investigación pretende demostrar si existe una relación entre la variable competitividad con las variables capital de inversión, nivel generacional y nivel de educación del empresario, así como también se pretendió conocer su impacto de dichas variables en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones en la cd. de Ensenada, B.C y así poder conocer si se cumple o no la hipótesis.

Para proceder con la interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento, primeramente, los datos se procesaron a través de una base de datos en Microsoft Excel 2010 y posteriormente analizados en la herramienta SPSS, y al final para poder determinar la relación entre las variables se utilizó el método de correlación de Spearman (ρ), el cual nos permite saber y/o conocer la asociación o interdependencia entre dos variables.

Esta medición de correlación varía entre -1 a 1; donde el valor de -1 significa que existe una correlación negativa grande y perfecta, mientras que el valor de 1 significa que existe una correlación positiva grande y perfecta y donde 0 significa correlación nula, es decir que no existe relación alguna entre las variables (Mondragón, 2014).

Sin embargo, tomando en cuenta el tamaño de la muestra considerada pequeña, se analizaron los datos también mediante el modelo estadístico Chi- Cuadrado (χ^2), propuesto por Karl Pearson, el cual tiene como propósito determinar si dos variables de una misma población están relacionadas (Amaya, 2017), esto con la única intención de dar mayor certidumbre a los resultados obtenidos.

4.1.1 Método de correlación Spearman

Tabla 4.1
Tabla de escala de rangos de correlacion Spearman

VALOR	SIGNIFICADO
-1	correlación negativa, grande y perfecta
-0.9 a -0.99	correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	correlación negativa muy baja
0	correlación nula
0.01 a 0.19	correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	correlación positiva baja
0.4 a 0.69	correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	correlación positiva alta
0.9 a 0.99	correlación positiva muy alta
1	correlación positiva grande y perfecta

Elaboración: Propia / Fuente: Mondragón, 2014.

Siguiendo esta tabla de rangos los resultados obtenidos fueron los siguientes:

La correlación obtenida entre las variables competitividad, con la variable capital de inversión fue de rho: .127, lo cual nos indica que presenta una relación positiva muy baja entre dichas variables. Con ello se asume que el impacto que tiene el capital de inversión en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones en la ciudad de Ensenada, B. C. es mínima.

En cuanto a la correlación entre la variable competitividad, con la variable nivel de escolaridad se obtuvo una rho de: -.252, lo cual nos indica que la relación entre dichas variables es negativamente baja y que además por ser negativo hace énfasis a que la poca relación entre variables es inversa, lo cual se significa que a manera de que la variable de competitividad

aumente la variable del nivel educación disminuye o viceversa. Por lo tanto, esta variable no impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones en la ciudad de Ensenada, B. C.

Y por último en la relación competitividad, con la variable nivel generacional donde se obtuvo un rho de: .052, presenta una relación positiva muy baja entre dichas variables. Por lo tanto, se asume que el impacto que tiene el nivel generacional en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones en la ciudad de Ensenada, B. C. es mínima.

A lo siguiente se concluye que a través de la correlación de Spearman se puede afirmar que el capital de inversión y el nivel generacional se relaciona con la competitividad, de una manera muy baja dejando fuera el nivel de escolaridad el cual no presenta una relación significativamente baja y en relación al resto es negativa.

4.1.2 Modelo estadístico Chi- Cuadrado

Con la utilización del software de procesamiento estadístico IBM-SPSS, se obtuvo la prueba de Chi – Cuadrado, y mediante tablas de contingencia se procedió a comparar las variables estudiadas. Tomando una seguridad del 95% o un Alfa (0.05) podremos concluir que, si el valor de la significación ($p < 0.05$) es mayor las variables son independientes. Quedando los resultados de la siguiente manera:

Tabla 4.2

Tabla de resultados aplicando prueba Chi – Cuadrado

VARIABLE	SIGNIFICACIÓN
Competitividad- Capital de Inversión	.632
Competitividad- Nivel Generacional	.177
Competitividad- Nivel de Educación	.647

Elaboración: Propia.

Como se puede observar los tres resultados de significancia entre las variables es mayor a 0.05 ; por lo tanto las variables son consideradas como independientes, es decir no tienen relación, por lo tanto no representan ningun impacto en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la ciudad de Ensenada, B. C.

Por tal motivo una vez analizados en conjunto los resultados con ambas pruebas estadísticas, se rechaza la hipótesis general; pues si bien, el capital de inversión y el nivel generacional presentan una relación con la competitividad, con la prueba de Spearman, se demuestra que dicha relación esa es muy baja, lo cual se refuerza con la prueba de chi-cuadrado donde se debe prestar atención, ya que dichas variables son independientes, no presentan relación alguna con la competitividad, debido a eso es que se rechaza la hipótesis general y se acepta la hipótesis nula.

4.2 Discusión

Como se mencionó anteriormente, la economía mexicana destaca el crecimiento y aportación al país de las denominadas microempresas. Suiza al igual que en México de acuerdo a Rodríguez, Pico y Méndez, 2013 alrededor del 97% de las empresas registradas son microempresas. Es decir, negocios conformados por 0 a 10 personas como máximo y que en su mayoría son familiares (ENAPROCE, 2018).

A lo cual la ciudad de Ensenada no es la excepción; ya que el 72% de las empresas registradas en el municipio son catalogadas como microempresas (SIEM, 2017), por lo tanto, debido a estos porcentajes tan altos de participación, las microempresas como lo menciona López, 2003, continúan siendo una parte muy importante en la economía mexicana.

Sin embargo, las microempresas son los negocios de acuerdo a Villafranco, 2015 considerados como los de mayor mortalidad, debido a su principal problema la continuidad el

cambio generacional, en las empresas familiares, ya que sólo el 30% avanza a la segunda generación y tan solo el 12% avanza a la tercera generación. Lo cual se relaciona con lo que sucede en las microempresas de la ciudad de Ensenada, ya que el 63% de los negocios de decoraciones están dirigidos por la primera generación es decir el dueño o fundador mientras que solo un 37% es dirigido por la segunda generación, y aun ningún negocio de este giro ha llegado a ser dirigido por la tercera generación, es decir por los nietos; pudiendo convertirse probablemente en un problema de continuidad. Sin embargo, de acuerdo a las pruebas aplicadas el nivel generacional no representa ningún impacto significativo sobre la competitividad en este tipo de negocios, ya que se obtuvo un rho de .052 y un alfa de .177.

Las microempresas familiares de decoraciones en la ciudad Ensenada, concuerdan con lo dicho por Flores, Medina y Novelo, 2011 en su estudio de caso realizado a una microempresa familiar en Yucatán, México, donde resaltaban su ventaja competitiva, la cual se centraba en tener experiencia en el producto que se ofrece, tener el conocimiento legal de normas y legislaciones que rigen el producto y hacer uso de las herramientas de comunicación. De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación el 48% de los empresarios en Ensenada, opinan que es característica importante para el tomador de decisiones tener los conocimientos del producto ofertado, el 100% opina que es importante conocer las normas básicas legales y tributarias que los rigen y tan solo un 7% opina no utilizar algún medio de comunicación como periódico, revista, radio, volantes e internet para dar a conocer sus productos, a lo cual este último punto se contrapone a lo dicho anteriormente por Flores, Medina y Novelo, 2011.

Por otra parte, Rodríguez & Chauca (2012), menciona otro elemento determinante para la continuidad de las microempresas, además del cambio generacional hacen hincapié en la constitución de las mismas, es decir, para ellos en su investigación centradas en empresas micro

y pequeñas, todas estaba constituidas como personas físicas y tan solo el 97% de ellas eran de carácter familiar.

Algo muy similar sucede en los negocios de decoraciones de la ciudad de Ensenada, los cuales en su mayoría están constituidos como persona física con actividad empresarial y el 90% de ellos presenta un control empresarial familiar, es decir solo 2 microempresas de este giro no son familiares.

Así mismo Rodríguez & Chauca (2012), hacen referencia de igual manera a otro indicador importante en la operación de las empresas familiares, el nivel de escolaridad de los empresarios, donde tan solo el 30% de los empresarios cuentan con estudios de nivel superior y el 70% se convirtió en empresario por necesidad económica, lo cual afecta en el aspecto de la experiencia.

Caso contrario con los empresarios de los negocios de decoraciones de Ensenada, aunque los resultados muestren que no es una variable que se relacione con la competitividad de ese tipo de negocios, aquí más de la mitad cuenta con universidad terminada, y aunque se desconoce el motivo por el cual se convirtieron en empresarios, si es importante mencionar que el 45% de ellos no ha recibido capacitación de ningún tipo en los últimos 12 meses.

Y es aquí en este punto de la capacitación, que se hace referencia a Núñez, Valenciano, Vega y Ortiz (2013), los cuales mencionan la importancia de tener los conocimientos de lo que es la gestión empresarial para los empresarios tanto de micro como de pequeñas empresas. Su recomendación básicamente es tener apertura a la capacitación y asesorías en temas de mercadeo, de costos, comercialización, etc., esto para mejorar las capacidades y generar herramientas que contribuyan a la competitividad.

Por lo tanto, a pesar de que los microempresarios de negocios de decoraciones de la ciudad no se han capacitado, sin embargo, el 50% de ellos les interesa tomar capacitación en temas de

inventarios, el 20% en publicidad o marketing, y solo un 10% no le interesa tomar capacitación en los próximos 12 meses, lo cual tiene relación directa con lo dicho por Núñez, Valenciano, Vega y Ortiz (2013), en su investigación realizada en Costa Rica.

Sin embargo para Fuentes, Osorio y Mungaray (2016), en su investigación en el sector productivo del estado de Colima, México concluye que los activos determinantes de competitividad de las microempresas del sector comercial son los aspectos intangibles como la escolaridad y conocimiento del dueño; sin embargo para el caso de Ensenada, la variable de nivel de escolaridad del empresario es la que presenta una relación negativamente muy baja de tal manera que esa variable es considerada como factor sin influencia significativa en la competitividad de los negocios de decoraciones de la ciudad de Ensenada.

Si bien para Taxis, Ramírez y Aguilar, (2014). El acceso a los financiamientos económicos está fuera del alcance de las microempresas, por lo que el aprovechamiento y capitalización de su experiencia y de su educación se convierten en factores notables para su sobrevivencia. A lo cual coincide con los microempresarios de Ensenada, puesto que el 52% de ellos considera el financiamiento económico como herramienta importante para el crecimiento de la empresa. Y si tomamos en cuenta que el 40% de los microempresarios expresan haber presentado crecimiento significativo en los últimos 12 meses, sería interesante analizar la influencia de la experiencia y del conocimiento del negocio en el crecimiento del mismo, además de que un porcentaje significativo no utiliza créditos.

Si bien las investigaciones revisadas hacen referencia a la importancia del capital de inversión, nivel de escolaridad y nivel generacional del empresario en la competitividad; en esta investigación se obtuvo como resultado lo contrario, es decir, la influencia de estos factores es poco significativa en la competitividad de los negocios de decoraciones de la ciudad de

Ensenada, B.C., por tal motivo se considera importante analizar otros factores que pudieran relacionarse o bien estudiar otra población perteneciente a otro giro comercial para poder analizar el comportamiento de estas mismas variables y conocer su influencia en la competitividad de una población o muestra más grande o fundamentalmente representativa.

Capítulo 5: Conclusión

El objetivo general de este estudio consistió en analizar si el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C; este análisis se realizó a partir de los resultados del coeficiente de correlación de Spearman, y soportados por una segunda opción de medición, mediante los resultados de la prueba estadística Chi-cuadrado, con base en la información recopilada de la aplicación del instrumento de medición a los empresarios o tomadores de decisiones de los negocios de decoraciones de la ciudad de Ensenada.

De tal manera, que con los resultados obtenidos se puede afirmar lo siguiente:

Existe una relación entre la variable competitividad con las variables capital de inversión y el nivel generacional, sin embargo, esta relación a pesar de ser positiva es muy baja, por lo tanto, decimos que existe una correlación positiva baja. Lo cual indica que deben existir otros factores que influyan más en la competitividad que estos dos factores analizados.

Existe una relación entre las variables competitividad con la variable nivel de educación, sin embargo, dicha relación influye de manera negativa, lo cual significa que existe una correlación negativa baja. Esto es, entre mayor sea el nivel de educación del tomador de decisiones menor es el nivel de competitividad del negocio y viceversa, lo cual nos indica que los empresarios pudieran estar centrado su atención a otras áreas o aspectos del negocio que no tienen un impacto directo en la competitividad que marca el mercado.

Con base en la información mostrada y aplicada en capítulos anteriores, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 5.1

Resultado obtenido del objetivo general.

OBJETIVO GENERAL	RESULTADO
Analizar si el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	Se concluye que la variable capital de inversión, nivel generacional y nivel de educación no presentan relación significativa con la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C

Elaboración: Propia

Tabla 5.2

Resultados obtenidos de los objetivos específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESULTADO
1.- Determinar si el capital de inversión impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	Existe una relación positiva muy baja entre la variable capital de inversión y la variable competitividad; es decir, no existe un impacto entre variables. Por lo tanto este objetivo no se cumple.
2.- Determinar si el nivel de educación del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	Existe una relación negativa baja entre la variable del nivel de educación y la variable competitividad; es decir a medida que una variable incrementa la otra variable disminuye y viceversa. Por lo tanto, no hay impacto alguno en la variable. Este objetivo no se cumple.
3.- Determinar si el nivel generacional del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	Existe una relación positiva muy baja entre la variable nivel generacional y la variable competitividad; es decir no existe una relación significativa y el impacto entre ambas variables es mínimo. Por lo tanto este objetivo no se cumple.

Elaboración: Propia

Tabla 5.3
Resultados obtenidos para las preguntas específicas.

PREGUNTAS ESPECÍFICAS	RESULTADO
1.- ¿Cuál es el impacto del capital de inversión en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?	Se concluye que el capital de inversión no es un factor que impacte en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.
2.- ¿Cuál es el impacto del nivel de educación del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?	Se concluye, que el nivel de educación del empresario no es un factor que impacte en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.
3.- ¿Cuál es el impacto del nivel generacional del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?	Se concluye, que el nivel generacional del empresario no es un factor que impacte en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Elaboración: Propia

Tabla 5.4
Respuesta de hipótesis general.

HIPÓTESIS	RESULTADO
El capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	Se rechaza la hipótesis. y se acepta la hipótesis nula. Lo que significa que no existe una relación entre el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario con la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la ciudad de Ensenada, B.C.

Elaboración: Propia

De lo anterior se concluye que, el capital de inversión y el nivel generacional del empresario son factores que sí se relacionan e impactan a la competitividad de las microempresas familiares; sin embargo, la relación es tan baja que junto con el nivel de escolaridad del empresario no llegan a representar una influencia significativa en las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Capítulo 6: Aportaciones y recomendaciones

6.1 Aportaciones

De la presente investigación se destaca lo siguiente:

La mayoría de los negocios de decoraciones de la ciudad de Ensenada, acuden a la reinversión de utilidades como fuente de financiamiento de su negocio; resaltando que en los últimos 12 meses más de la mitad de los empresarios han presentado un crecimiento significativo, sin embargo, los negocios de decoraciones en un gran porcentaje no cuentan con un plan a futuro.

Este tipo de negocio se encuentra liderado por la primera generación, es decir los negocios de decoraciones en la cd. de Ensenada son manejados por su dueño o fundador, los cuales presentan una antigüedad en su puesto de más de 10 años y sus microempresas son de control familiar, los cuales presentan una peculiaridad no cuentan con familiares trabajando dentro de su negocio, solo una parte de ellos si acaso tienen en promedio de 1 a 2 trabajadores familiares.

Por su parte, los tomadores de decisiones de este tipo de negocios en general cuentan con un nivel de estudio profesional; es decir cuentan con una carrera universitaria terminada. Los cuales coinciden en la importancia de dominar el idioma inglés para llevar a cabo el desarrollo de sus actividades.

La competencia se encuentra bien identificada, de tal manera que los empresarios reconocen sus desventajas ante sus competidores; sin embargo, los tomadores de decisiones concuerdan en no haber tomado capacitación en ningún área en específico en el transcurso de los últimos 12 meses.

6.2 Recomendaciones

Una vez concluida la presente investigación, es necesario realizar otras investigaciones para conocer que otros factores tienen mayor relación con la competitividad de las microempresas familiares en el ámbito municipal, estatal o nacional; esto a partir de la importancia e impacto que tiene la microempresa en la económica del país.

De igual manera se recomienda aplicar el mismo instrumento a una población más grande y a otro sector para conocer el comportamiento de las variables y poder realizar una comparativa de los resultados.

Esto aunado con la necesidad en específico por parte del gobierno de acercar a los microempresarios los programas de capacitación y asesoramiento que sean de importancia tanto para los tomadores de decisiones, como para los futuros empresarios y/o emprendedores interesados en iniciar un negocio familiar, que al final de día son en quienes recae la responsabilidad de buscar y luchar para que su negocio sea mayor mente competitivo.

Referencias

Aíra, M. R. (2016). La sucesión exitosa en las empresas familiares. *Revista Científica Ciencias*

Humanas, 11() 82-104. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70945573005>

Amaya Cedrón, L. A. (2017). *Prueba Chi-cuadrado en la estadística no paramétrica*.

Recuperado de:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNJB_d4bee60199f669ecaa952844a28663d9/Cite

Balbastre, F. y Ugalde, N. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa:

buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias*

Económicas, (31)2, 179-187. Recuperado de:

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/12730/11978>

Benítez, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad. *Ingeniería Industrial*.

Actualidad y Nuevas Tendencias, III (), 75-82.

Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215025114007>

Benzaquen, J., Del Carpio, L., Zegarra, L. y Valdivia, C. (2010). Un índice regional de

competitividad para un país. 102(), 69-86 Recuperado de:

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11417/102069086_es.pdf

Bonales, J., Zamora, A. y Ortiz, C. (2015). Variables e Índices de Competitividad de las

Empresas Exportadoras, utilizando el PLS. *Revista CIMEXUS*, Vol. X, (No.2), 13-32.

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5480549>

Casta, N. (2 de marzo de 2007). Decoración. *Entrepreneur*. Recuperado de:

<https://www.entrepreneur.com/article/258266>

Cerda, U. (2003). Empresa, competitividad y medio ambiente. *Panorama Socioeconómico*.

Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39902604>

Chaves, M., Valenciano, A., Vega, G., y Ortiz, G. (2013). Mejorando la competitividad de las microempresas en la región Brunca de Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, I ()

137-149. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15329873009>

Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de la Micro, Pequeña y Medianas Empresas (ENAPROCE). (2016). Recuperado de:

www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/.../enaproce/.../ENAPROCE_15.p

Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de la Micro, Pequeña y Medianas Empresas (ENAPROCE). (2018). Recuperado de:

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). (2016). Recuperado de:

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue>

Fuentes, N., Osorio, G., Mungaray, A. (2016). Capacidades intangibles para la competitividad microempresarial en México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 47() 83-106. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11846179005>

Foro Económico Mundial, (20017). Recuperado de: <http://codesin.mx/news/indice-competitividad-global-2016-2017-via-foro-economico-mundial/>

Flores, A., Medina, M., y Novelo, V. (2011). La empresa familiar en un nuevo siglo. *Estudio de caso de la empresa familiar U Kaabil Ts'Its'ilche'Ye Etel K Anchu'Ub Maayao; Ob. 29-*

30. ISBN: 978-607-7912-10-1 Recuperado de:

<http://promep.sep.gob.mx/archivospdf/MEMORIAS/Producto1316092.PDF>

Galicia, L., Balderrama, J., y Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura*, 9 (2), pp. 42-53.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/apertura/v9n2/2007-1094-apertura-9-02-00042.pdf>

García, J., León, J., y Nuño, J. (2016). Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial. *Contaduría y Administración*, 62(3), 775–791.

Recuperado den: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2017.04.003>

Hernández, R., Fernández, F., y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación.

Recuperado de:

<https://www.esup.edu.pe/...investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion...>

Huber, G., Mungaray, A. (2017). Los Índices de competitividad en México. *Gestión y Política Pública*, 26(1), 167-218.

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). (2013). Institucional. Recuperado de:

<https://www.inadem.gob.mx/institucional/>

Índice de Competitividad Global (ICG). (2016). Análisis de resultados. Recuperado de:

http://www.cpc.cl/wp-content/uploads/2016/09/Resumen-Ejecutivo-Indice-de-Competitividad-Global-2016-2017_full.pdf.

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2012). Competitividad. Recuperado de:

<http://imco.org.mx/home/>

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2015). Índice de competitividad internacional, resultados México. Recuperado de:

http://imco.org.mx/indices/#!/competitividad_internacional_2015/resultados/introduccion

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2016). Índice de competitividad estatal.

Recuperado de: <http://imco.org.mx/indices/#!/un-puente-entre-dos-mexicos/infografias>

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2016). Índice de competitividad urbana.

Recuperado de: <http://imco.org.mx/indices/#!/reeleccion-municipal-y-rendicion-de-cuentas/infografias>

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2017). Índices del IMCO. Recuperado de:

<http://imco.org.mx/indices/#!/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2014). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Recuperado de:

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/infografias/infmipymes_ce.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2014). Esperanza de vida de los negocios en México. Recuperado de:

<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/experimentales/esperanza/default.aspx>

Juárez, P. (22 de Julio de 2016). Las microempresas, parte esencial del desarrollo de México. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/2016/07/22/las-microempresas-parte-esencial-del-desarrollo-de-mexico>

Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa. Diario Oficial de la Federación, México, 30 de diciembre del 2002. Recuperado de:

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_190517.pdf

López, G. (2003). Estudio de la empresa familiar en Rosario Una aproximación

etnográfica. *Invenio*, 6() 91-100. Recuperado de:

<http://3.redalyc.org/articulo.oa?id=87761110>

Meza, E. (13 de noviembre de 2017). Solo el 73% de las empresas familiares cuentan con un

plan de sucesión. *El Economista*. Recuperado de:

<https://www.economista.com.mx/empresas/Solo-73-de-las-empresas-familiares-cuentan-con-un-plan-de-sucesion-20171113-0023.html>

Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en

fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104. Recuperado de:

<https://www.researchgate.net/publication/281120822>

Padilla, E. (14 de abril de 2010). Que es ser competitivo en un mundo globalizado. *Ingeniería de*

Sistemas-Aprendizaje Autónomo. Recuperado de:

http://joseeliaspadillaramos.blogspot.mx/2010/04/que-es-ser-competitivo-en-un-mundo_14.html.

Pavon, M., (2017). Factores Influyentes en el cambio generacional de las empresas familiares

entre la 2da generación y la 3er generación (Tesis doctoral). Universitat Abat Oliba Ceu,

Barcelona, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=171274>

Peñaloza, M. (2005). Competitividad: ¿nuevo paradigma económico? *Forum Empresarial*, 10(1)

42-67. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63110103>

Política de Desarrollo Empresarial de Baja California (PDE) 2012-2020. (2012). Recuperado de:

<http://www.investinbaja.gob.mx/docs/en/vision/entrepreneurial-development-policy/pde-segunda-generacion.pdf>

Premio Nacional de Calidad [PNC], 20017. Recuperado de: <http://www.pnc.org.mx/e-book-modelo-nacional-para-la-competitividad/>

Programa Nacional de Financiamiento al Micro Empresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM).

(2017). I Feria PRONAFIM. Recuperado de: <https://www.gob.mx/pronafim/prensa/i-feria-pronafim-supera-expectativas-y-recibe-mas-de-16-mil-asistentes>

Quejada, R., Avila, J. (2016). Empresas familiares: conceptos, teorías y estructuras. *Escuela de Administración de Negocios*, () 149-157. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20649705008.pdf>

Ramírez, R., Ampudia, D. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*, 4 (1), 16-32. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/325743031_Factores_de_Competitividad_Empresarial_en_el_Sector_Comercial

Robles, P., Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija*, (18), 1-10. Recuperado de: <http://www.nebrija.com/revista-linguistica/la-validacion-por-juicio-de-expertos-dos-investigaciones-cualitativas-en-linguistica-aplicada.html>

Rodriguez, A., Chauca, P. (2012). Desempeño de las micros y pequeñas empresas familiares en Michoacán. *Investigación en Ciencias Administrativas*. 7 (12),
Recuperado de: <http://inceptum.umich.mx/index.php/inceptum/article/view/188/178>

Rodríguez, P., Pico, B. y Méndez, F. (2013). Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México. *Economía, Sociedad y Territorio*, XIII (), 779-794. Recuperado de: <http://insp.redalyc.org/articulo.oa?id=11127581007>

Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*, 33 (), 93-124. Recuperado de:

<https://www.researchgate.net/publication/260772740>

Secretaría de Desarrollo Social del Estado (SEDESOE). (2017). Inversión Pública. Recuperado de: http://www.sedesoebc.gob.mx/programas_inversionP.html

Saavedra, M., Milla.S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: El caso de Querétaro, México. *En-Contexto*. 5(7) 107-372. Recuperado de

www.ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/453

Saavedra, M., Milla, S. y Tapia, B. (2013). Determinación de la competitividad de la Pyme en el nivel micro: El caso del Distrito Federal, México. *FAEDPYME International Review*. 2(4), 38-52. Recuperado de: www.gaedpyme.upct.es/index.php/revista1/article/download/38/68

Secretaría de Economía (SE). (2016). Foro Económico Mundial. Recuperado de:

<https://www.gob.mx/se/prensa/el-foro-economico-mundial-wef-por-sus-siglas-en-ingles>.

Secretaria General de Industria en España. (2011). Informe recopilatorio: Incentivos internacionales al crecimiento empresarial. Recuperado de:

http://www.ipyme.org/publicaciones/incentivos_internacionales_crecimiento_empresarial_oct2011.pdf

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). (2017). Empresas por municipios.

Recuperado de: <https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/xmun.asp?edo=02>

Tàpies, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. *Universia Business Review*. Cuarto trimestre 2011, 18. Recuperado de

<https://ubr.universia.net/article/download/811/937>

Texis, M., Ramírez, M., y Aguilar, J. (2014). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y Administración*. 61 (3). 551-567

Recuperado de: <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/viewFile/1129/954>

Texis, M., Mungaray, A., Ramírez, M., y Ramírez, N. (2011). Aprendizaje en microempresas de Baja California. *Estudios fronterizos*, 12(23), 95-116. Recuperado de:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612011000100005&lng=es&tlng=es.

Valenzuela, M. (Octubre del 2012). La competitividad de las empresas familiares del Valle de Mexicali. En L. Cruz, *Entorno de las Organizaciones*. XVII Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática, México, D.F. Recuperado de: congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/I13.pdf

Villafranco, G. (2015, 28 de septiembre). Los retos para la supervivencia de las empresas familiares. *Forbes México*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/los-retos-para-la-supervivencia-de-las-empresas-familiares/>

Anexo I. Matriz de Congruencia

Matriz de congruencia del trabajo terminal

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PREGUNTAS ESPECÍFICAS	HIPÓTESIS
Analizar si el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.	<p>1.- Determinar si el capital de inversión impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.</p> <p>2.- Determinar si el nivel de educación del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.</p> <p>3.- Determinar si el nivel generacional del empresario impacta en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.</p>	¿Son el capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario factores que interviene en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?	<p>1.- ¿Cuál es el impacto del capital de inversión en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?</p> <p>2.- ¿Cuál es el impacto del nivel de educación del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?</p> <p>3.- ¿Cuál es el impacto del nivel generacional del empresario en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd de Ensenada, B.C.?</p>	El capital de inversión, el nivel de educación y el nivel generacional del empresario son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. de Ensenada, B.C.

Fuente: Elaboración propia

Anexo II. Cuestionario

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



Analizar si el nivel generacional, el nivel de educación y el capital de inversión son factores que intervienen en la competitividad de las microempresas familiares de decoraciones de la cd. De Ensenada, B.C.



Encuesta No.

PARTE I: DATOS GENERALES

Fecha: Día: _____ Mes: _____ Año: _____

Puesto que desempeña:				
Género:	Masculino		Femenino	
Edad:	De 25 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	Más de 55
Estado civil:	Soltero (a)		Casado (a)	Otro
Antigüedad del Negocio:	De 0 a 2 años	De 2 a 5 años	De 5 a 10 años	Más de 10 años
Número de empleados:	De 0 a 5		De 5 a 10	
Juridicamente como esta contituida la empresa:	Como persona Moral		Como persona fisica con actividad empresarial	
El control mayoritario en la empresa es familiar:	SI		NO	

<p>1. Considera el financiamiento económico como herramienta importante para el crecimiento de la empresa:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Totalmente en desacuerdo2. En desacuerdo3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo4. De acuerdo5. Totalmente de acuerdo
<p>2. Ha solicitado algún tipo de financiamiento económico:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Si Cual _____2. No
<p>3. La fuente principal de financiamiento de su empresa es:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Capital propio2. Reinversión de utilidades3. Capital de familiares4. Créditos bancarios5. Otros Cual _____
<p>4. La contabilidad de la empresa se realiza:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Internamente2. Contador externo3. Otro Cual _____
<p>5. El crecimiento de la empresa en los últimos 12 meses ha sido:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Reducción significativa2. Pequeña reducción3. Sin cambios4. Moderado5. Significativo
<p>6. Cuentan con un plan de negocios a futuro para su empresa:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Si2. No
<p>7. El área de negocio que le interesaría invertir en los próximos 12 meses es:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Inventario2. Publicidad3. Equipo de trabajo4. Ninguna

5. Otro Cual _____
<p>8. Que tema considera como principal en el cual el Gobierno debería enfocar sus políticas públicas:</p> <p>1. Reducción de la carga fiscal a las empresas</p> <p>2. Disponibilidad de fondos de capital para la expansión de empresas</p> <p>3. Vinculación entre las empresas y universidades para desarrollo de nuevos productos</p> <p>4. Ninguno</p> <p>5. Otros Cual _____</p>
<p>9. Toman en cuenta la información contable de la empresa para la toma de decisiones:</p> <p>1. Siempre</p> <p>2. Nunca</p> <p>3. Algunas veces</p>
<p>10. Considera importante conocer las normas básicas legales y tributarias que rigen a la empresa:</p> <p>1. Si</p> <p>2. No</p>
<p>11. A qué nivel generacional pertenece:</p> <p>1. Primera Generación. Fundador de la empresa</p> <p>2. Segunda Generación. Hijo del fundador de la empresa</p> <p>3. Tercera Generación. Nieto del fundador de la empresa</p>
<p>12. Cuál es su antigüedad en el puesto:</p> <p>1. De 0 a 2 años</p> <p>2. De 3 a 5 años</p> <p>3. De 6 a 10 años</p> <p>4. Más de 10 años</p>
<p>13. Cuantos familiares laboran en la empresa:</p> <p>1. 1 - 2</p> <p>2. 3 - 4</p> <p>3. Más de 5</p> <p>4. Ninguno</p>
<p>14. Como considera que se lleva a cabo la toma de decisiones en la empresa:</p> <p>1. Descentralizada, se delega la autoridad y la responsabilidad</p> <p>2. Centralizada, la autoridad y la responsabilidad están a cargo de quien dirige la empresa</p>

3. Otros Cual _____
<p>15.- Con qué frecuencia se realizan evaluaciones de desempeño para el personal que labora en la empresa:</p> <p>1. Anualmente</p> <p>2. Semestralmente</p> <p>3. Trimestralmente</p> <p>4. Nunca</p> <p>5. Otros Cual _____</p>
<p>16.- La familia se reúne formalmente para discutir sobre temas de la empresa:</p> <p>1. Si</p> <p>2. No</p>
<p>17.- Los sucesores deben tener experiencias profesionales en otras empresas antes de incorporarse a la empresa familiar:</p> <p>1. Totalmente en desacuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>
<p>18.- La persona al frente de la empresa ha determinado cuándo y cómo se retirará de la empresa:</p> <p>1. Totalmente en desacuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>
<p>19.- Cual es su escolaridad terminada con certificado:</p> <p>1. Primaria</p> <p>2. Secundaria</p> <p>3. Bachillerato Especialidad _____</p> <p>4. Universidad Especialidad _____</p> <p>5. Posgrado Especialidad _____</p>
<p>20.- Cuantos años lleva trabajando en el sector comercial:</p> <p>1. De 0 a 2 años</p> <p>2. De 3 a 5 años</p> <p>3. De 6 a 10 años</p>

4. Más de 10 años
<p>21.- Considera necesario dominar un segundo idioma para el desarrollo de sus actividades:</p> <p>1. Si Cual _____</p> <p>2. No</p>
<p>22.- Qué característica considera como la principal que debe tener la persona que esté al frente de la empresa:</p> <p>1. Personalidad</p> <p>2. Conocimientos</p> <p>3. Capacidad administrativa</p> <p>4. Actitud</p> <p>5. Otra Cual _____</p>
<p>23.- Seleccione las áreas en las que usted se ha capacitado en los últimos 2 años:</p> <p>1. Uso de herramientas de trabajo</p> <p>2. Atención a clientes</p> <p>3. Seguridad e Higiene</p> <p>4. Ninguna</p> <p>5. Otra Cual _____</p>
<p>24.- En qué áreas ha requerido apoyo externo para el funcionamiento de la empresa:</p> <p>1. Formalización de la empresa</p> <p>2. Comercialización de productos</p> <p>3. Asesoría financiera</p> <p>4. Ninguno</p> <p>5. Otra Cual _____</p>
<p>25.- Identifica a sus principales competidores:</p> <p>1. Todos</p> <p>2. La mayoría</p> <p>3. Algunos</p> <p>4. No recuerdo</p> <p>5. Ninguno</p>
<p>26.- Sus principales competidores son los que ofrecen:</p> <p>1. Mejor Servicio</p> <p>2. Mejor Precio</p> <p>3. Mayor Variedad en Producto</p> <p>4. Mejor Calidad del Producto</p> <p>5. Mejor Ubicación</p>

<p>27.- Que desventajas percibe de su empresa respecto a los competidores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Servicio2. Precio3. Variedad en Producto4. Calidad del Producto5. Ubicación
<p>28.- El nivel de rivalidad entre las microempresas de decoraciones en la ciudad es:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Intenso2. Moderado3. Ligero4. Nulo5. Desconozco
<p>29.- Realiza alianzas estratégicas con proveedores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Si2. No
<p>30.- Si su respuesta fue afirmativa, que ventajas considera le ha generado las alianzas con los proveedores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Poder ofertar mejores precios de ventas2. Poder ofertar mayor variedad de productos3. Manejar exclusividad en la venta de algún producto4. Ninguna5. Otra Cual _____
<p>31.- El registro de entradas y salidas de material se realiza mediante:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Un sistema de inventarios2. Una relación en excel o word3. Una relación en un cuaderno o libreta4. Ninguno5. Otra Cual _____
<p>32.- Cual es el principal medio de contacto que se utiliza para escuchar la voz del cliente:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Vía Telefónica2. Correo Electrónico3. Mensajes en las redes sociales del negocio4. Visita Presencial5. Otra Cual _____

33.- Que medios de comunicación utiliza para dar a conocer sus productos:

1. Periódico y/o Revistas
2. Radio
3. Volantes
4. Internet
5. Ninguno

34.- Que tan competitiva considera su empresa en comparación con las empresas líderes de decoraciones de la ciudad :

1. Nada competitiva
2. Algo competitiva
3. Desconozco
4. No muy competitiva
5. Muy competitiva

