

Capítulo 65. Percepción del nivel de competitividad de la ciudad de Caborca, Sonora: una visión desde el punto de vista de los pequeños y medianos empresarios.

Olga Selenia Federico Valle
Patricia Juarez Carmelo
Flavio Alonso Rosales Diaz

Universidad de Sonora

<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.15.5.65>

Resumen

La competitividad en las empresas, independientemente del tamaño que estas tengan, se ha convertido en un factor de medición organizacional de gran importancia, en el caso de las pequeñas y medianas empresas, el presente documento describe un avance de investigación en el que se muestra la perspectiva de la competitividad percibida por un sector de pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Caborca, Sonora. La información vertida en el presente detalla una revisión teórica de antecedentes y contexto, así como también los resultados de un grupo focal realizado a empresarios de la ciudad antes mencionada. En los resultados obtenidos se encuentra la visible identificación de factores competitivos de la ciudad, de la misma forma áreas de oportunidad para el desarrollo de un futuro competitivo prometedor.

Palabras clave

Competitividad, economía, Pyme

Introducción

Las empresas forman parte del desarrollo económico de los países, en este orden de ideas Jiménez et. al., (2022) refieren que en México de acuerdo a (INEGI, 2020) el 99.5% eran micros, pequeñas y medianas empresas y estas contribuyen de manera importante a la generación de empleos. En los años 1987 y 1991 se crearon 34,000 nuevos negocios, durante los periodos de 1999 a 2016 se inició con una nueva etapa para las pequeñas y medianas empresas (pyme), con algunos inconvenientes que aún siguen estando latentes.

Los autores Kotler & Keller (2012) establecen que el uso y adopción de TIC'S (nuevas tecnologías de la información) mejora el rendimiento empresarial acotado a la productividad y competitividad, permitiendo con herramientas de apoyo como las apps de computo e internet el aumento de clientes y aumento de calidad ofrecida en sus productos y/o servicios. En este mismo sentido Ríos, et. al., (2009) mencionan que, en muchos de los casos las pequeñas y medianas empresas se desarrollan a través del crecimiento que conlleva un negocio familiar, siendo esta una característica de pequeñas y medianas empresas que se concentran en la toma de decisiones y la planeación estratégica empresarial. Además, las pymes son empresas que carecen de gestión y procesos de administración, dado que son su estructura no les permite crecer de manera significativa de manera inicial. Sin embargo, Loera (2018) menciona que las empresas pequeñas solucionan de manera más cercana y rápida a las necesidades de los mercados, en comparación con las empresas grandes. Asimismo, las empresas de tamaño pequeño muestran carencias por razones como colaboradores no calificados técnicamente, falta de uso de información externa; poca capacidad al generar inversiones a través de riesgos y/o financiamiento. Sin embargo, los empresarios de las pequeñas y medianas empresas afrontan continuamente nuevos retos concernientes con la estabilidad en un entorno competitivo que continuamente se complica para este tipo de empresas. Además, las pymes actualmente consi-

deran que solo las empresas grandes implementan innovación y calidad en sus productos y/o servicios, aun teniendo las herramientas necesarias para su crecimiento y desarrollo, la falta de información y conocimiento hace tener este tipo de ideas por parte de los empresarios. Por otra parte, Gil, et. al. (2018) mencionan que la competitividad se asocia con indicadores del desarrollo empresarial; Gálvez & García (2012) desde su perspectiva refieren que las empresas de este tipo, cuya orientación es hacia las ventas no implementan la innovación en ninguno de los pasos o acciones requeridas para el producto que se dispone a lanzar al mercado, este mismo orden de ideas, Rodríguez & Sandoval (2017) exponen que cuando las empresas general comercialización ante la globalización deben tener en cuenta los vínculos que deben formarse empresa-cliente, en todos los aspectos así como también el posicionamiento que esta debe de tener ante un mercado específico mediante su marca.

El objetivo de la presente investigación es conocer el nivel de competitividad percibido por los empresarios de Caborca, Sonora.

Aunado a lo anterior se establecieron los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar la percepción de los empresarios de pequeñas y medianas empresas, en cuanto al nivel de competitividad de la Ciudad de Caborca, Sonora.
2. Implementar un problema de investigación en la ciudad, que permita la vinculación de empresarios con investigadores.
3. Generar información de interés que sea base para futuras investigaciones de mayor impacto.

Revisión de la Literatura

Definición de pyme

La pequeña y mediana empresa (PYME) según Jaramillo (2012) se describe como el tipo de empresa que, dependiendo su clasificación por su tamaño, dividido en la micro, pequeña y mediana, siendo estas empresas las que ofrecen empleo en diferentes mercados. En este mismo sentido, Flores & González (2009) mantienen que las Pymes se relacionan en un mercado abierto, situación que tiene repercusión en sistemas productivo, tecnológico y financiero, al mismo tiempo señalan que dichas empresas que no respondan satisfactoriamente a estos cambios, no se mantendrá en pie y que tomando en cuenta un entorno globalizado que el éxito de mantenerse en el mercado quedará caracterizado a la capacidad de respuesta organizativa para anticipar y responder a las necesidades del mismo.

Pyme en México

Lo autores Jiménez, Campos, Hernández, Hernández, (2022) comentan que en la actualidad las empresas pymes se encuentran enfrentando una serie de dificultades las cuales obstruyen notablemente el desarrollo económico de cada una de ellas , algunos de los problemas que se presentan son: hablando de mano de obra se encuentra una muy baja eficiencia, no se encuentra una adecuada aplicación de sistemas de planificación empresarial, no hay innovación en sus procesos, mínimo desarrollo tecnológico y insatisfacción entre los clientes, entro otros puntos.

Situación actual de la pyme

Complementando el tema Eisenhardt & Martin (2000) establecieron que la competencia que se encuentra intensificada es el motor para la búsqueda de la innovación lo que se ha convertido en parte vital para el logro de las ventajas competitivas y poderse mantener en un contexto

competitivo. No obstante, en el 2019 Leora, et al. Afirmaron que los empresarios de las medianas y pequeñas empresas cada día se encuentran con nuevos desafíos los cuales se relacionan con la permanencia exitosa de sus empresas en un entorno competitivo el que se encuentra cada vez más complicado 'para este tipo de organizaciones. Dichos retos anteriormente mencionados se encuentran con ciertas decisiones las cuales tienen que ser tomadas para poder marcar la diferencia entre la permanencia u el fracaso de las mismas empresas. Con respecto a lo anterior, la innovación tecnológica puede presentar ciertos elementos con los cuales el desempeño de los procesos administrativos y productivos se desarrollara de una mejor manera, en cuanto al enfoque sistemático y holístico a largo plazo, para la gestión organizacional en las cuales se lleva el análisis del entorno, se realiza la evaluación de fortalezas y debilidades, y se identifican las oportunidades para la generación de una mejor ventaja competitiva en el sector correspondiente. Mediante el análisis de cada uno de los elementos presentes como lo son la comunicación, esquema de trabajos nuevos, el uso de las tecnologías como lo son diferentes softwares especializados dependiendo de las necesidades de la compañía, la flexibilidad de procesos tanto productivos como administrativos, etc. Establecen una relación adecuada entre la innovación tecnológica y la competitividad dentro de cada una de las empresas pymes, eso permitiendo poder generar, así innovación tecnológica en la aplicación de diferentes procesos, lo cual busca desarrollar las características necesarias para poder lograr las ventajas competitivas en el mercado.

La competitividad

Hablando del termino de competitividad este se refiere a la calidad dentro del ambiente económico e institucional para aumentar la productividad, y refiriéndose en un aspecto empresarial, se conoce como la capacidad para poder mantener y fortalecer la rentabilidad y participación de las Mipymes en cualquier mercado.

En relación con lo anterior el autor Loera (2018) determino que en los mercados en los cuales la economía se maneja de manera global, en el que se encuentran cambios día a día, es requisito la revisión periódicamente para conocer cuales son las ventajas competitivas que desarrollan las compañías que integran la cadena de valor. Conforme a las opiniones de Evans y William en el año 2000 el logro y crecimiento de la competitividad en cualquier empresa sumando al igual la cadena de valor a la que forma parte esto será posible si las necesidades y expectativas se satisfacen de parte de todas las áreas involucradas, priorizando la satisfacción de los clientes, mientras tanto y la compañía se mantenga con una actitud de mejora continua respecto a sus actividades la satisfacción será tarea fácil, por lo cual las compañías deben seleccionar estrategias en las que todos sus recursos como sus herramientas y procesos los cuales se involucren en el proceso de producción permitan que la calidad de los productos y servicios proporcionados a los clientes.

Elementos del proceso de mejora

Abarcando el tema de ciclo de mejora el autor Ramos (2005) nos indica que al momento que haya repetición de forma periódica de los elementos en el orden que se encuentran ya preestablecidos por las siglas, descrito de un punto de vista distinto, se inicia con la planeación de diferentes acciones para continuar con la ejecución, estudio y acción de las estrategias. De manera inmediata el ciclo esta en constante repetición para poder continuar con nuevas acciones de mejora y continuar con ciclo permanente.

Diseño de un plan estratégico para la competitividad de una pyme

Hernández, Fernández & Baptista (2006) ellos explican que para diseñar un plan estratégico es por medio del tipo de investigación, lo cual es recomendable para alcanzar el objetivo pro-

puesto, es la investigación cuantitativa, en la cual los planteamientos investigados tendrán que ser específicos y delimitados al inicio del estudio. De la misma manera, las hipótesis se establecerán previamente, de preferencia, antes de la recolección y análisis de datos. La recolección de datos se sostiene en la medición y análisis de los procedimientos estadísticos, este proceso tiene que ser lo más objetivo posible, así evitando que este afecte las tendencias de los investigadores u personas interesadas en el tema. Estas investigaciones, siguen un patrón determinado y con las mismas se pretende hacer un análisis general de los resultados obtenidos, el diseño de esta emplea un diseño no experimental transversal, debido a que se lleva a cabo sin la manipulación de las variables, es decir, es una investigación donde no se hace variar intencionalmente la variable independiente. Lo que se realiza en una investigación no experimental es la observación de fenómenos como se dan en su contexto natural, para la recolección de datos y después analizarlos. Otro complemento es la Planeación estratégica como el autor Rodríguez lo menciona en el año 2012 como un proceso de identificación y análisis de las fortalezas de las organizaciones así también como sus oportunidades ambientales, al mismo tiempo que se minimizan las debilidades organizacionales como las amenazas de su contexto.

Existe una infinita cantidad de conceptos referidos a la competitividad, mencionando uno de los más significativos en esta investigación se encontró la aportación de los autores Solleiro y Castañón (2005) los cuales consideran que la competitividad es la capacidad que se encuentra dentro de una organización para sostenerse o incrementar su participación en el mercado.

De la misma manera podemos encontrar diferentes procesos los cuales ayudan a la mejora continua de la competitividad de las empresas, como lo es el control de gestión, en una investigación los autores Csikósová et al. (2022) Nos dicen que el control de gestión es un proceso que se llevan a cabo dentro de la compañía para ayudar a la implementación y realización de estrategias lo cual ayudarían al plan de negocios de cada empresa, este se puede conocer como un grupo de reglas para poder lograr todos sus objetivos, mantenerse en un estable estado, y el aumento de la competitividad de la empresa.

La competitividad en América Latina

Entrando en un contexto Latinoamericano Schwab & Zahidi (2020) señalaron que en Informe del Foro Económico Mundial, el cual trato la competitividad, mencionaron cuales países latinoamericanos se encuentran en los primeros lugares, los cuales son: Chile, México, Perú, Brasil, Colombia y Argentina, sin embargo al momento de hacer la comparación global sus índices son demasiado bajos.

En el mismo sentido Saavedra & Hernández (2008) y Saavedra (2012) nos guían a las investigaciones las cuales se enfocaron en las Pymes de América Latina, en las cuales se encontró que estas impulsan el reconocimiento de criterios mucho más relevantes sobre competitividad.

Los sistemas de información en la Pyme

Coba et. al., nos mencionan lo que son los sistemas de información dentro de una empresa los cuales don de una importancia vital para la obtención, almacenamiento y procesamiento de los datos proporcionados. A partir de estos datos, los directivos podrán realizar una visualización de toda la información en cada una de sus diferentes áreas ya sean de producción, ventas, etc. Esto puede llevarse a cabo mediante informes escritos, numéricos o gráficos, los sistemas de información dentro de una organización deben incluir toda aquella información de cada proceso llevado a cabo en la empresa, al igual que de cada una de sus áreas, todo esto con el fin de encontrar información adecuada que les ayude a llevar a cabo las actividades directivas de la empresa. Los sistemas de información mencionados anteriormente se encuentran formado

por lo que se conoce como software y hardware, el personal, las políticas y las redes, las cuales se requieren para cumplir con los objetivos directivos de cada una de las pymes.

De la misma forma, Laudon y Laudon (2016) aportaron que los sistemas de información son un conjunto de componentes los cuales se interrelacionan al momento de la recolección, por consiguiente, dichos componentes se procesan, almacenan para finalizar siendo distribuidos a los procesos u áreas que les correspondan para llevar a cabo la toma de decisiones y control de cada área de la organización.

La competitividad en las Pyme

En el caso de Saavedra (2014) comenta sobre la competitividad empresarial la cual nos explica depende de la rentabilidad, la productividad, la posición del mercado interno y externo, la productividad, la infraestructura regional y nacional, así como las relaciones interempresariales. El mismo autor mencionado anteriormente en conjunto con Esser (1996), ambos derivan la competitividad empresarial como un modelo sistemático sobre competitividad, en el cual la competitividad depende de distintos factores de interrelación en 4 niveles en los cuales podemos encontrar en primer lugar el nivel macro el cual incluye el entorno económico como políticas monetarias, fiscales, comerciales y de competencia, en el segundo lugar tenemos el nivel meta el cual toma en cuenta factores socioculturales, escala de valores, patrones básicos de la organización política como también jurídica y económica, como también la capacidad de estrategia y políticas, en el tercer nivel podemos encontrar el nivel meso que se refiere a todas aquellas políticas de educación, tecnología, ambiental, industrial, regional, física, como también los selectivos de importación e impulsor de exportación y por ultimo podemos encontrar el nivel micro el cual comprende todos aquellos recursos y capacidades de la empresa.

Los autores Svensson et al. (2021) nos mencionan un recurso el cual se encuentra disponible para cualquier tipo de empresa el cual es la planificación de los recursos de la empresa ERP por sus siglas en ingles el cual su objetivo es mejorar los procesos de las compañías para poder tener una competitividad más alta frente al mercado. Muchas veces los sistemas ERP se convierten en un requerimiento para las empresas, pero, la implementación de este en las pymes mantiene un alto factor del riesgo, investigaciones pasadas han concluido que la implementación de estos sistemas falla es por que las pymes se encuentran de cierto modo restringidas por sus recursos, sistemas de información limitados, falta de conocimiento e implementación incorrecta en los ERP, lo que no nos permite el aumento ni mejora de las compañías, los procesos anteriormente mencionados si son buenos de cierta manera en una compañía pero solo si se saben manejar de la manera correcta, de lo contrario solo afectan al desarrollo de la misma.

Las Tic's y la competitividad de las empresas

En una investigación realizada por Gálvez et. al. en la cual el objeto de estudio fueron 1,201 empresas colombianas que se encontraban con bajo nivel de adopción el TIC'S por parte de dichas empresas, se encontró que estas conducían una importante desventaja competitiva, en comparación a las empresas las cuales sí han invertido en tecnología se pudo notar los beneficios que se encontraban tanto en rendimiento como en manejo de procesos internos y en relación con su entorno.

Los autores Fajardo, Cuellar y Vargas en el año 2017 nos aseguraron que las tecnologías, no son elementos significativos para el desempeño y desarrollo de la institución.

Aunque, podemos encontrar más factores que tienen un impacto significativo en el desarrollo de competitividad de dichas empresas como lo son la gestión con proveedores, el control de procesos productivos y la gestión de inventarios, entre otros.

En el año 2018 el autor Cedeño propuso un nuevo modelo de medición de la competitividad empresarial, en el cual se consideran tres variables, en primer lugar se encuentra la gestión de tecnologías de información, lo cual se refiere a un aumento de la inversión en infraestructura tecnológica, capacitación en tecnologías, uso de equipos y sistemas de información; en segundo lugar se encuentran los factores internos en los que se pueden centrar la gestión de la empresa a través de su talento humano y nivel de especialización, así como también medir el nivel de producción o prestación del servicio dependiendo del caso en el que se encuentre; y por ultimo podemos encontrar los factores externos, los que buscan realizar un análisis de la capacidad de cada una de las empresas para formar redes de cooperación y acceso a sus recursos, para que de esa manera se pueda alcanzar un nivel alto de competitividad y tener una mejor relación entre clientes y proveedores.

La innovación y competitividad de las MiPyme's

Hablando de el autor Cano (2007) nos proporciona con una definición de las TIC'S, los cuales se defina como un grupo de herramientas, las cuales son indispensables para ser competitivos, habilitando las estrategias del negocio así también como facilitar la evaluación del desempeño de las organizaciones, este sin importar su tamaño o giro de estas. Debido a este enfoque competitivo, las empresas requieren de manera prioritaria es estar en por lo menos en igualdad con las condiciones en las que se encuentran sus competidores. Los factores de innovación y competitividad de las empresas de encuentran en codependencia con su renovación e innovación en las tecnologías, las cuales mediante estas permite a las compañías tener una respuesta eficiente a los cambios del mercado en el que se encuentran.

Factores internos de las pymes para la competitividad

De acuerdo con su orden de ideas los autores Jiménez et. al. (2020) determinaron que la competitividad se lleva a cabo por los factores internos de la misma, por lo cual su éxito se debe a todos aquellos recursos y capacidades que la corporación posee la que la hace diferente de los demás competidores en el mercado meta, se debe realizar un análisis de recursos y capacidades, mediante estos análisis se identificaran las fortalezas y debilidades de las organizaciones, y en base a ellos se pueden encontrar y aprovechar cada una de esas oportunidades y mantener las amenazas a un nivel bajo, y a esto se le conoce como una fuente de ventaja competitiva.

En este mismo sentido Porter en el año 2008 menciona que a partir de su modelo de las cinco fuerzas el cual es una herramienta fundamental para comprender el entorno competitivo en los sectores los cuales desde el exterior ya sea por parte de consumidores potenciales, compradores, productos sustitutos, proveedores u competidores en la industria, estos últimos mencionados influyen de manera directa todas aquellas empresas que se encuentran en un mismo sector. El análisis estratégico al cabo de los años realiza investigaciones para conocer el por qué se encuentran diferencias en los desempeños de organizaciones en un mismo sector, siendo que cada uno de ellos se encuentra en un entorno con las mismas características, por otra parte podemos encontrar la teoría de los recursos la cual nos trata de explicar los conceptos que se asocian a la gestión del conocimiento, relacionando ambos conceptos podemos encontrar que estos enfoques se centran en generar capacidades distintas las cuales también se conocen como competencias fundamentales que son a largo plazo.

En este orden ideológico de Jiménez et al (2020) mencionan que el aspecto competitivo empresarial, no ocurre por casualidad o espontáneamente, este debe ser creado y logrado mediante un proceso de negociación y aprendizaje que se realizan a través de conglomerados que representan una configuración dinámica en la conducta organizativa mediante la cual las organizaciones ansían tener elevados índices de rentabilidad, así como encontrarse con una competencia sana frente a las empresas de clase mundial para poder sostener su ventaja competitiva a un largo plazo.

Entrando en un concepto de empresas con gran capacidad en los mercados, su camino es más reconocido, también cuentan con recursos tecnológicos y humanos los cuales facilitan sus procesos productivos. Entretanto para las pymes poder alcanzar y sostener un nivel alto de competitividad no es tarea fácil, por lo que se debe apoyar en diferentes factores internos y externos como lo son los siguientes, la planeación de estrategias, el capital humano y innovación, productividad, sistemas de información y asegurar la calidad de los servicios o productos elaborados por las empresas.

Metodología

El presente avance de investigación es de tipo cualitativa, se desarrolló a través de un grupo focal (Hamuii- Sutton & Varela-Ruiz, 2012) con el objetivo de obtener información sobre factores de competitividad utilizados por las medianas y pequeñas empresas de Caborca, Sonora, para la participación se aplicó un tipo de muestreo no probabilístico (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Respecto al desarrollo del grupo focal, se tuvo la participación de 12 empresarios de Caborca, para el de dicho grupo focal se realizó invitación a empresarios miembros de la asociación de empresarios de Caborca A.C, de dicha invitación se concluyó con la participación de empresarios que acudieron a una entrevista grupal que fue grabada por consentimiento, dicha entrevista se dirigió a través de un moderador, realizando una serie de 10 preguntas monitoreadas por tiempo de respuesta y guía de participación, en dicho evento se abordaron temas de nivel de competitividad respecto a tecnología, economía y exportación.

Resultados

A continuación, se describirán algunos de los resultados los cuales fueron obtenidos de una serie de preguntas realizadas.

Pregunta .- ¿Qué considera que realiza una empresa para ser competitiva?

Respuesta 1: “Mejora de procesos y la sistematización de estos mismos procesos, ya que les interesa crecer de una manera estructurada y sobre todo poder desarrollar algo, enfocarse en eso y brincar a lo que sigue sin que eso se derrumbe. Considera que es muy importante para ser competitivo armar sistemas que funcionen adecuadamente”.

Respuesta 2: “Considero el tema de la competitividad como ¿Cómo hacer para mantenerte en la jugada? Si uno se queda estático te quedas atrás. Es forzoso trabajar. Para ser competitivo hay que desarrollarte”.

Respuesta 3: “Tener un equipo que no sean empleados, sino que sean emprendedores también, se debe enseñar a tu equipo a emprender ellos son los que realmente tienen contacto con el mercado, que te ayuden a ser disruptivo en la actualidad. Tener que estar innovando para mantenerte competitivo, la competencia que tenemos es global y hay que lu-

char contra ellos y no es difícil, tienen debilidades y tenemos que estar pendiente para colocar los productos, nuestra gente tiene que estar preparada, para ser competitivo tiene que estar preparado todo el equipo de la empresa”.

Respuesta 4: “Innovar en términos generales en procesos, manejo de personal, capacitaciones y el producto, en términos específicos es algo que no ofrezca tu competencia. No es difícil hacer benchmarking con las diferentes empresas y ver cuáles son sus debilidades”.

Respuesta 5: “Necesitamos entender como nos sumamos al área de la tecnología, ejemplo de un restaurante había que capacitar al personal lo que llevaba 3 meses, ahora hay sistemas que en dos días el personal ya estaba capacitado, la tecnología es una maravilla pero muchas veces le tenemos miedo, si no sumamos la tecnología a nuestra empresa difícilmente vamos a poder ser competitivos”.

Respuesta 6: “Mejorar procesos y adaptarnos a los cambios, buscar que aquello que logremos implementar se le dé un seguimiento. Y más en estos tiempos de rotación, la rotación te impide crecer para ello es importante coadyuvar para que esos sistemas que creamos no se vengán abajo. Que todos los colaboradores conozcan el manual de procedimientos y procesos de la empresa y que tengan compromiso con el mismo, y que todos estén en la misma sintonía. Si el equipo no está comprometido con los objetivos y las metas de la empresa es muy difícil crecer”.

Respuesta 7: “La empresa que dirijo, estaba muy descuidada y fue obligatorio implementar un proceso de reingeniería, una reingeniería integral que tuvo que pasar por los procesos, tuvo que pasar por finanzas y a un está en proceso. Los obligó a ir a fondo para poder ser competitivos y siguen trabajando en ello. Para lidiar con la competencia se deben ser ajustes dentro de la empresa y para lograrlo había que superar todos los retos sin que pegara en los costos, porque si pegaba en los costos al consumidor en ese instante sales del mercado. Ser competitivos es un proceso que aún estamos desarrollando”.

Pregunta. - Competitividad en Caborca. ¿Qué aporta sus negocios hacia la competitividad en Caborca?

Respuesta 1. “Primero siendo competitivos en el precio ¿Y cómo logras ser competitivo en el precio? Metiendo tecnología a la producción, cuentan con tres máquinas creadas en Caborca para ser más competitivos, hay que buscar cómo hacer para sacar el producto al exterior. Como hacer para que el producto que vendemos aquí se pueda vender afuera y así aportar a la economía de aquí y a la competitividad”.

Respuesta 2. “A veces medimos la competitividad en base a los servicios que llegan al municipio, y muchas veces esos servicios son aspiradoras de la economía como Oxxo, por ejemplo. Los recursos financieros que ellos generan no se quedan aquí solamente la mano de obra que es lo mínimo. ¿Cómo le hacemos para contagiar entre los empresarios una mentalidad de hay que medir la competitividad? para que Caborca conquiste afuera. Hay mucho talento y empresas con productos únicos, pero no se ha cambiado el chip”.

Respuesta 3. “Respecto al libro Estrategias del mercado azul, hay muchos océanos azules en el mercado para hacernos competitivos, podemos salir y analizar nuestra competencia, analizar nuestro target y nos vamos a dar cuenta de que a veces son bloqueos mentales

los que tenemos, hay muchos océanos azules donde nosotros podemos competir sin tener que llegar a un océano rojo”.

Respuesta 4. Si nos quedamos en Caborca no vamos a crecer, ya que hay un nivel de población bajo. Tenemos que conocer nuestro entorno y hacia donde nos tenemos que dirigir y con quien.

Respuesta 5. “Para ser competitivos localmente es que las empresas tengan la mente más abierta en desarrollar productos locales. Tenemos que apoyar a las empresas locales que tengan una marca propia”.

Respuesta 6. “La competitividad en Caborca tiene mucho que ver con la rotación laboral que se vive actualmente, cuando estamos tratando de crecer o ser más competitivos nos encontramos que la estructura de Caborca tiene mucha demanda laboral, tenemos competencia con las temporadas agrícolas y la mina, ahí los sueldos se disparan mucho y las personas se van, y ese tiempo invertido se pierde. El margen de permanencia de las personas en una empresa es de dos años, la rotación de personal impide el crecimiento”.

Respuesta 7. “Con respecto a la rotación nosotros manejamos la banca, siempre tenemos personas preparándose por si alguien falla o se lastima cubrirlo. Y lleva alrededor de 90 días preparar a una persona para conocimientos básicos de producto para cuando ya pueda entrar, es importante tener una banca disponible”.

Respuesta 8. “¿Qué estamos haciendo desde nuestra trinchera para la competitividad del municipio? Ofrecer una experiencia lo más elevada posible con excelente trato al cliente, personal capacitado y sistemas optimizados. Nosotros le apostamos al servicio, a la experiencia del cliente de tal forma que nuestros clientes lo reconocen en comparación a otra zona, por la calidez y el trato que les brindamos. Le apostamos 100% al que el cliente tenga una experiencia satisfactoria”.

Respuesta 9. “Nosotros hacemos economía local y buscamos generar flujos y sinergia suficiente, y es un reto ya que queremos hacer todo solo porque no tenemos la cultura de las alianzas y asociación para ser más fuertes. Esto va a beneficiar a todos en la economía local.”

Discusión

La percepción de los empresarios de Caborca, puede leerse que están en el marco correcto de la competitividad puesto que suponen una serie de acciones como actuar, base fundamental de la competitividad, hacer equipos de trabajo con mentalidad de emprendedores, el valor agregado, incorporar la tecnología, romper paradigmas, evitar la fuga de capital humano, la capacitación y formación, la conciencia de lo que implica la rotación de personal.

Estas ideas se apegan al enfoque de Saavedra (2014) el cual como se menciona con anterioridad en la investigación la competitividad no solo depende un factor sino de varios en los que podemos encontrar la productividad, la posición de competitividad de la empresa, la rentabilidad de esta, el posicionamiento en el mercado ya sea interno u externo, las relaciones empresariales, el sector y la infraestructura nacional y regional; así mismo a las definiciones de Gálvez et. al. (2014) y Fajardo, Cuellar y Vargas (2017) al referirse a la inversión en tecnologías como base para los beneficios de procesos internos y con relación en su entorno y el éxito, que sin ello simplemente, en la actualidad no se puede competir.

De esta manera, este trabajo aporta, que, en distintos lugares y planos de los nego-

cios, las bases de la competitividad son iguales, sean pequeñas, medianas o grandes empresa, nacionales o internacionales. La base principal es la tecnología como un instrumento de innovación para la competitividad.

Conclusiones

El municipio de Caborca, cuenta con gran potencial de crecimiento, a todas luces se percibe que los empresarios involucrados cuentan con el ánimo de permanecer en el mercado, pero para lograrlo deben las empresas ser competitivos e innovadores, teniendo los empresarios el deseo de seguir capacitándose para lograr que los procesos y productos sigan con la mejora continua, tomando en cuenta diversos aspectos como son, la tecnología y el recurso humano para lograr la ventaja competitiva esperada, y de esta manea poder permanecer en el mercado.

De acuerdo con lo mencionado por Jiménez et. al. (2000), podemos concluir que la competitividad empresarial no es causado por cuestiones de azar, ni espontáneamente, todo esto se logra mediante el esfuerzo permanentemente con el aprendizaje que cada empresa está dispuesta a llevar a cabo para que estos factores crezcan y se mantengan estables por un largo periodo de tiempo sin afectar su funcionalidad en ningún momento.

Referencias

- Almanza, R., Calderón, P. y Vargas, J.G. (2020). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad. Caso sector comercio en Lázaro Cárdenas, Michoacán, México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 7(1), 73-86.
- Ann Svensson, & Alexander Thoss. (2021). Risk Factors When Implementing ERP Systems in Small Companies. *Information*, 12(478), 478. <https://doi.org/10.3390/info12110478>
- Báez, F. (2013). Las micro, pequeñas y medianas empresas de la zona metropolitana de Guadalajara: una perspectiva hacia la gestión de su proceso de toma de decisiones. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 5(2), 210-236.
- Csikósová, A., Čulková, K. y Janošková, M. (2022). Uso de Herramientas de Control en la Gestión de Procesos de Negocio. *Revista TEM*, 11(1), 356–366. <https://doi.org/10.18421/TEM111-45>
- García, M., Adame, M & García, M. (2019). Competitividad de las pymes y su relación con los sistemas de información. *Cuadernos con contabilidad*, 20(50). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc20-50.cprs>
- Gil, C., Ramírez, E & Corrales, L. (2018). (2018). Reposicionamiento de marca: el camino hacia la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. *Rev.investigdesarro. innov*, 9(1), 33-46. <https://doi.org/10.19053/20278306.v9.n1.2018.8505>
- Hamui Sutton A., Varela Ruiz M. (2012) La técnica de grupos focales. ELSEVIER. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n5/v2n5a9.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014) *Metodología de la investigación* (McGraw-Hill, Ed.) (Sexta edic.). México, D.F.
- Jiménez, C., Mejía, D. (2020). Competitividad e productividad de administrador de empresas en pymes en Colombia y América Latina. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, XXI (1), 238-251. <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.135>
- Jiménez, R., Campos, P., Hernández, N & Hernández, J. (2022). Diseño de estrategias mercadológicas para la competitividad de las pymes de Lázaro Cárdenas Michoacán. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 23(1), 58-76.

- Leora, H. (2018). Uso de la innovación y la calidad para el desarrollo de la competitividad en las pymes. *Memorias del congreso Internacional de Investigación Academia Journals*, 10(7), 721-726.
- Leora, H., Elizalde, M & Díaz, D. (2019). Factores que afectan el desarrollo de la innovación y la competitividad en las pymes. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals*, 11(6), 1695-1700.
- Martínez, A. (2019). Diseño de un plan estratégico para la competitividad de una pyme. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya*, 11(9), 1118-1123.
- Muñoz, G., Inda, A., González, M., & Álvarez, C. (2019). Las micro, pequeñas y medianas empresas, una estrategia de aplicación de tecnología para aumentar su competitividad. *Revista Espacios*, 40(20), pág. 2.
- Perilla, L., Grande, E & Montero, E. (2022). ¿Qué factores de gestión interna favorecen la competitividad de las pymes?, Evidencia en Colombia. *Revista Universidad & Empresa*, 24(42), 1-29. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11102>
- Prieto, J., Ángel, J., & Bedoya, A. (2019). La competitividad de las pymes en varias regiones de Colombia frente al postconflicto: una mirada de actores y expertos. *El Ágora USB*, 19(2). 404-423. <https://doi.org/10.21500/16578031.4395>
- Shamsuzzoha, A., Al-Kindi, M. y Al-Hinai, N. (2018). Innovación Abierta en Pequeñas y Medianas Empresas-Perspectiva desde la Colaboración Virtual. *Revista internacional de ingeniería e innovación tecnológica*, 8(3), 173-190.
- Toro, L., Morales, A., Ordoñez, A. (2019). Mipymes ecuatorianas: una visión de su emprendimiento, productividad y competitividad en aras de mejoras continua. *COODES Cooperativo y desarrollo*, 7(3), 313-332.