

COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE PLANTAS DE ORNATO EN LA REGIÓN ORIENTE DEL ESTADO DE MICHOACAN

*Joel Bonales Valencia*¹
*Francisco Argandoña Romo*²
*Javier García Hurtado*³

El termino competitividad se deriva de competir, contender dos o más personas aspirando a una misma cosa. Igualar una cosa a otra análoga, en la perfección o en las propiedades.⁴

Algunas veces se asocia competitividad, a una mayor productividad, de modo que los términos se utilizan como sinónimos y de manera intercambiable. Otras veces, la concepción de competitividad enfatiza en la mayor penetración en los mercados y en crecientes flujos de inversión así como en los menores costos unitarios laborales alcanzados. El reporte mundial de competitividad, señala que hay tres diferentes niveles de ésta:⁵

- Competitividad a nivel país: Se considera hasta qué punto un ambiente nacional es favorable o no a los negocios.
- Competitividad a nivel sector: Enfatiza si un sector en particular ofrece potencial para crecer y un atractivo rendimiento sobre la inversión.
- Competitividad a nivel empresa: Puede definirse como la habilidad para diseñar, producir y mercadear bienes y servicios, cuyas cualidades de precios y no precios forman un paquete de beneficios más atractivo que el de los competidores.

Esta investigación se ubica en el nivel empresarial de la competitividad, de ahí que se ha preferido definirla como “la facultad, la capacidad que tienen las empresas para permanecer como tales en un mercado libre”.

Fuerzas competitivas.

Uno de los principales fundamentos del análisis competitivo e industrial incluye el estudio cuidadoso de los procesos competitivos en la industria para descubrir las principales fuentes de presión competitiva y su fuerza. Este paso analítico es esencial porque los gerentes no pueden crear una estrategia exitosa sin entender el carácter competitivo especial de la industria.

Aunque las presiones competitivas difieren en las distintas industrias, la competencia en sí funciona de manera tan parecida que se puede usar un marco común para medir su naturaleza e intensidad. En cualquier sector industrial, ya sea doméstico o internacional o

¹ Investigador Del Instituto Tecnológico De Zitacuaro

² Miembro Del Centro De Investigación Y Desarrollo Del Estado De Michoacan.

³ Miembro Del Cidem Y Profr. Miembro Del Cidem, Umsnh/ Ininee.

⁴ OCEANO, Diccionario Enciclopédico, Grupo Editorial, S.A. Milanésat, 21-23. Barcelona España. 1998. p.236

⁵ CHAUCA Malásquez, Pablo Manuel, Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera Moreliana, Editorial, Facultad de Economía de la UMSNH, Morelia Michoacán, México, Febrero del 2003. p.p. 30,31.

que produzca un producto o un servicio, las reglas de competencia están englobadas en cinco fuerzas competitivas:

- 1.- La entrada de nuevos competidores.
- 2.- La amenaza de sustitutos.
- 3.- El poder de negociación de los compradores.
- 4.- El poder de negociación de los proveedores.
- 5.- La rivalidad entre los competidores existentes.

Porter⁶ menciona que las cinco fuerzas determinan la utilidad del sector industrial porque influyen los precios, costos, y la inversión requerida de las empresas en un sector, el poder de cada una de las cinco fuerzas competitivas es una función de la estructura de la industria, o las características económicas y técnicas básicas de un sector industrial. Cada sector industrial es único y tiene su propia estructura única. Las estrategias que cambian la estructura del sector industrial pueden ser un cuchillo de dos filos, porque una empresa puede tanto destruir la estructura del sector industrial y la utilidad como puede mejorarla.

Evaluación de la fuerza competitiva.⁷

Además del diagnóstico de la competitividad de costos que proporciona el análisis de la cadena de costos por actividades, se necesita hacer una evaluación más amplia de la posición y la fuerza competitiva de la compañía. Los elementos necesarios para esta evaluación son: (1) con qué fuerza se mantiene la compañía en su posición competitiva actual (2) si se puede esperar que la posición de la compañía mejore o se deteriore en caso de que se continúe con la estrategia actual (con ciertas afinaciones), (3) cómo se clasifica la compañía en relación con los rivales clave en todas las mediciones de fuerza competitiva y los factores clave de éxito en la industria, (4) si la compañía tiene una ventaja o desventaja competitiva neta (5) la capacidad de la compañía de defender su posición frente a las fuerzas motrices, las presiones competitivas y los movimientos anticipados de los rivales de la industria.

Estrategia competitiva.

La estrategia competitiva consiste en posicionar una empresa para aprovechar al máximo el valor de las capacidades que la distinguen de sus rivales. De ello deducimos que un aspecto central de la formulación de estrategias, será analizar muy bien al competidor.⁸

La formulación de una estrategia competitiva consiste esencialmente en relacionar una empresa con su ambiente. Aunque el ambiente relevante es muy amplio -abarca fuerzas sociales y económicas-, su aspecto fundamental es la industria o industrias donde ella compete.

Chauca⁹ nos menciona que la competitividad esta en función de la calidad, del precio y del servicio, continua diciendo apoyado en (J. M. Juran-F.M. Gryna) que los determinantes de la satisfacción del cliente son las características del producto y la falta

⁶ PORTER, Michael, E. Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior, Editorial CECSA, décima octava impresión, México 1999. p.p. 22,23.

⁷ TECNOLÓGICO de Monterrey, Conceptos y técnicas de la dirección y administración estratégicas, p. 106

⁸ PORTER, Michael, E. Estrategia Competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, Editorial CECSA, Trigésima cuarta reimpression, México D.F. 2004. p. 65

⁹ CHAUCA Malásquez, Pablo Manuel, Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera Moreliana, Editorial, Facultad de Economía de la UMSNH, Morelia Michoacán, México, Febrero del 2003. p. 32.

de deficiencias, que se pueden sintetizar en la frase: "todos los clientes quieren bien hecho el producto correcto"., "las características del producto" tienen un efecto importante en los ingresos por ventas a través de participación de mercado, precios adecuados, servicio post-venta, etc., Chauca prosigue, diciendo que la competitividad es la satisfacción del cliente, es decir, una empresa será más competitiva si produce un bien correctamente elaborado y adecuado a las necesidades del cliente, lo que permitirá mantener o avanzar en su participación en el mercado y posibilitarle utilidades atractivas.

Pero el logro de la competitividad, requiere del desempeño de una amplia variedad de actividades identificadas como: la calidad del producto, el precio, la productividad, los canales de distribución, la capacitación, la tecnología, la organización de productores los apoyos gubernamentales, etc., actividades que se abordaran en el desarrollo del presente trabajo, para una mayor comprensión de la investigación y determinación de las variables implicadas en el proceso, en conclusión determinar con mayor precisión el desarrollo de esta investigación.

Factores y variables relacionados con la competitividad

García de León C. Salvador¹⁰ dice que para fines de presentación de los resultados, las variables se clasifican en tres grupos en función del aspecto empresarial al que se refieren: insumos-recursos de la empresa, estructura organizativa y producto-mercado.

1.- Variables referidas a los insumos-recursos de la empresa:

- Número de personas ocupadas
- Empleo de trabajadores asalariados y no asalariados y de familias.
- Estructura del personal ocupado.
- Valor de los activos.
- Remuneraciones por trabajador.
- Capital contable.
- Origen del capital
- Inversión por trabajador.
- Composición de la inversión
- Capacidad financiera.
- Disponibilidad de recursos para llevar a cabo programas de capacitación y adiestramiento del personal.
- Capacidad de acceso a servicios externos de asesoría técnica y administrativa.
- Existencia de vínculos de dependencia económica o jurídica de grandes empresas.
- Sistema de producción y forma que adopta el sistema de trabajo.
- Nivel tecnológico y energía requerida para la producción.
- Número de personas que aportan el capital.

2.- Variables referidas a la estructura organizativa:

- Número de personas que tienen a su cargo la dirección y gestión administrativa y que toman las decisiones principales.
- Grado de especialización de las funciones administrativas y organizacionales.
- Nivel de participación de los propietarios en la dirección y gestión de sus empresas.
- Grado de relación del propietario con los empleados y clientes.

3.- Variables referidas al producto-mercado:

¹⁰ GARCIA de León, Campero Salvador, La micro, pequeña y mediana industria en México y los retos de la competitividad. Ed. Diana. México, D.F. 1993. p.p. 27-38.

- Capacidad para generar utilidades.
- Valor de la producción.
- Valor de la producción por trabajador.
- Valor agregado.
- Valor agregado por trabajador.
- Valor de las ventas.
- Tipos de productos elaborados.
- Poder de negociación en las transacciones de compra de insumos y venta de productos.
- Nivel de predominio en el mercado.
- Canales de distribución empleados.
- Grado de dependencia de los mercados locales.
- Número de clientes.
- Sector al que pertenece: moderno, tradicional, formal, informal, de bienes de consumo, de productos intermedios, etc.

Conviene tener presente que, según el nivel de agregación, se distinguen variables individuales y variables colectivas.¹¹ Las variables individuales son las propiedades que se dan en el nivel de los individuos; las variables colectivas se dan en el nivel de grupos y se definen con base en las propiedades que tiene cada uno de sus miembros.

(Briones, 2003: 31), nos dice que los objetivos de la investigación pueden considerar variables individuales, como podrían ser opiniones recogidas de personas individuales que componen las colectividades del caso, mediante encuestas, entrevistas en profundidad, etcétera.

El Instituto Nacional de Estadística geografía e Informática (INEGI)¹², estudia las organizaciones en el curso del tiempo en un país, y muestra que los indicadores de la competitividad son:

- Tasas de interés nominales.
- Salarios por hora-hombre en la industria manufacturera en varios países.
- Remuneración por persona ocupada en la industria manufacturera.
- Productividad de la mano de obra por hora-hombre en la industria manufacturera.
- Costos unitarios de la mano de obra en la industria manufacturera en México.
- Promedios arancelarios de México.
- Promedios arancelarios en productos manufactureros de E.U.A.
- Participación en México en la importación de productos manufactureros de E.U.A.
- Participación en México en la importación de productos manufactureros de la Unión Europea.

Problemática.

La región oriente de Michoacán se compone por los siguientes municipios: Angangueo, Aporo, Contepec, Epitacio Huerta, Ciudad Hidalgo, Irimbo, Benito Juárez, Jungapeo, Maravatio, Ocampo, Senguio, Susupuato, Tlalpujagua, Tuxpan, Tuzantla y Zitácuaro¹³, en todos estos municipios se cosechan diferentes productos agrícolas, pero en donde se cultivan plantas de ornato en grandes cantidades es en los municipios de Tuxpan, Irimbo y Zitácuaro. En el **municipio de Tuxpan** hay cuatro invernaderos donde el más grande

¹¹ BRIONES Guillermo, Métodos y Técnicas de Investigación para las ciencias Sociales, Editorial Trillas, México D.F. 2003.

¹² <http://www.dgcnesy.inegi.gob.mx/bsne/n10/n10htm>

¹³ LEY ORGÁNICA MUNICIPAL DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO (periódico oficial del 31 de Diciembre de 2001).

de éstos está ubicado en prolongación Zaragoza, en Rancho La Cofradía de Guadalupe s/n y se llama "Flores Naturales", éste cuenta con catorce túneles donde se producen esquejes de geranio únicamente. El segundo invernadero está ubicado en la "Quinta Mitzi", prolongación de la Avenida Morelos s/n, llevando este, el mismo nombre; se dedica a la producción de todo tipo de plantas de ornato. El tercer invernadero, su nombre es "Rancho el salitre", en donde anteriormente producían Alcatraz y ahora se produce Elecho cuero (Rumohra Diantiformis), Dólar, y planta de Rosa. En el cuarto invernadero se producen Rosas y su nombre es "Rancho el Moro Flor". El **municipio de Irimbo** cuenta con 3 invernaderos, el primero denominado "ENQUIDU", se dedica a la propagación de geranio en todas sus variedades con enraizamiento. El segundo invernadero se encuentra ubicado en el mismo parque Jaripeo en la sección A lote 2 y es denominado invernadero "HANA" se dedica a la producción de diferentes tipos de Follajes. El tercer invernadero se encuentra ubicado también en el mismo parque Florícola y se denomina "BIOGENETICA MEXICANA S.A. DE C.V." es una empresa de biotecnología con capital 100% nacional. Tecnologías propias e insumos nacionales. Y en el **municipio de Zitácuaro** se cuenta con tres tipos de invernaderos, los que producen flores de ornato de todos tipos y los que producen la flor de noche buena, los invernaderos que producen diferentes tipos de flores son dos, el primero se denomina "Invernaderos de Zitácuaro, S. de R. L." que esta ubicado en el poblado el "polvorín" y con oficinas en calle Jaime Torres Bodet No. 16 Col. Poetas en Zitácuaro, y se dedica a cultivar una gran variedad de plantas de ornato. El segundo invernadero es el invernadero que lleva por nombre "El Morro" está ubicado en Carretera Federal No. 15, San Felipe los Alzati, este invernadero produce Azaleas en todas sus variedades. El tercer tipo de invernadero es de tipo rustico, y se dedican a la producción de la Flor de Nochebuena por tener la región un clima muy benigno para la ploriferación de las plantas y son varias las comunidades que se dedican a este tipo de cultivo como son: San Felipe los Alzati, Curungueo, Ocurio y Zirahuato, todos estos pequeños productores que se dedican al cultivo de la planta de nochebuena, al sumar su producción se estima en cuatro millones y medio¹⁴

En Zitácuaro como acabamos de mencionar se cuenta con un tipo de invernaderos que producen la Flor de Nochebuena y actualmente, según información proporcionada por los mismos productores se cuenta con 30 agrupaciones en la producción de esta flor, de los cuales están registrados en la **dirección de fomento económico** una cantidad de 16 grupos, para tramitar y recibir apoyos, los demás están trabajando por su cuenta.

La alteración económica que causa la apertura o expansión de invernaderos, con respecto a los existentes se relaciona directamente con su competitividad, es decir los invernaderos que no están preparados para hacer frente a esta situación, reflejan una disminución en su participación, esto se considera como un problema a resolver, y que es ocasionado por la apertura o expansión de los nuevos invernaderos. Como son muchos productores en esta región, se ha creado una competencia entre ellos mismos.

La creación de invernaderos por parte de los habitantes de San Felipe provocó que el invernadero denominado el **Morro** ya no contara con mano de obra por lo que dejó de producir la Flor de Noche Buena en gran escala y actualmente produce Azaleas y esquejes para esta flor, que son vendidos o llevados a otros invernaderos de su propiedad.

Desde que empezaron a instalarse estos productores, la comercialización de la Flor de Noche Buena ha estado en manos de los intermediarios por lo cual el que conoce el

¹⁴ H. AYUNTAMIENTO DE ZITÁCUARO MICH., Dirección de Fomento Económico, 2001-2003, información procesada en disco compacto.

mercado es el intermediario y el productor se ve obligado a vender sin buscar una buena comercialización de su producto.

Se ha observado que la falta de organización es uno de los principales problemas para la comercialización ya que cada quien vende como le parece mejor y esto repercute a todos en general ya que el que sale beneficiado es el intermediario.

Preguntas de investigación.

¿Cuáles son las variables que afectan la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato?

¿Cómo es la organización de las empresas productoras de plantas de ornato?

¿Qué estrategias se deben seguir para una buena competitividad?

¿Cómo afectan las variables a la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato?

¿Son competitivas las Empresas productoras de plantas de ornato?

Planteamiento Del Problema.

Bunge resume diciendo que los problemas de investigación, son la fuente de la actividad científica, y el nivel del estudio se mide por la dimensión de los problemas que se manejan. Sostiene que el término problema, designa una dificultad que no puede resolverse automáticamente, sino que requiere una investigación conceptual o empírica. Un problema es el primer eslabón de una cadena: problema-investigación-solución. En general, todo problema se plantea respecto de un cierto fondo previo constituido por el conocimiento preexistente y, en particular por los presupuestos específicos del problema.¹⁵ El problema que se describe a continuación es el resultado del trabajo que se está desarrollado con los productores de la región y se debe a diferentes factores que desfavorecen a la competitividad de las plantas como es, la deficiente organización de los productores, la competencia desleal entre ellos mismos, la falta de inyección de mayores créditos financieros, falta de tecnología y capacitación, esto esta afectando seriamente la economía de ellos mismos, por lo que la presente investigación establecerá los parámetros que hay que seguir en la solución del problema. De tal manera que el problema a resolver se plantea de la siguiente manera:

¿Cuales Son Las Variables Que Determinan La Competitividad De Las Empresas Productoras De Plantas De Ornato En La Region Oriente Del Estado De Michoacan?

Las empresas en estudio con la experiencia de estar trabajando día tras día en la actividad de la floricultura han llegado a la conclusión que deben darle una espacial importancia a algunas variables para poder ser más competitivos, con respecto a las demás empresas, según la funcionalidad de cada una de ellas, por ejemplo la empresa "**Flores Naturales**" que está ubicada en Rancho la Cofradía de Tuxpan Michoacán, sus principales variables que toma en cuenta para su competitividad son:

- Alianzas Internacionales.
- Aranceles.
- Calidad.

¹⁵ BUNGE Mario. La investigación científica; su estrategia y filosofía, Ed. Ariel, segunda edición corregida, Barcelona, 1993. p.p. 193-195.

- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Compromiso.
- Exportaciones.
- Hostilidad sindical.
- Importaciones.
- Insumos.
- Precio.
- Proveedores.
- Servicios.

La empresa “**Quinta Mitzi**” contempla algunas otras variables para su competitividad puesto que su nicho de mercado es diferente a las demás empresas por lo que si tomamos en cuenta su funcionalidad, su forma de comercialización y su administración para desempeñarse en el sector productivo y competitivo podemos citar algunas variables, según la opinión de su propietario:

- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Costo – beneficio.
- Insumos.
- Mercado.
- Precio.
- Proveedores.
- Tecnología.

La Empresa “**Rancho el Salitre**” considera en sus operaciones de competitividad que hay algunas variables importantes que citar para afianzar la competitividad de su proceso operativo, por tal motivo se citan a continuación:

- Calidad.
- Capital.
- Clientes.
- Desarrollo de mercado.
- Financiamiento.
- Mercado.
- Precio.
- Tecnología.

Invernadero “**Rancho el Moro Flor**”, es una empresa que basa su competitividad en variables que sustentan su productividad en diversos factores esenciales para su proceso productivo como son:

- Calidad.
- Capacitación.
- Capital.
- Clientes.
- Compromiso.
- Financiamiento.
- Insumos.
- Mercado.
- Precio.
- Tecnología.

Invernadero “**Enkidu**”, su propietaria a tomado en cuenta las siguientes variables para la competitividad de su empresa.

- Calidad.
- Capacitación.
- Clientes.
- Compromiso.
- Financiamiento.
- Insumos.
- Mercado.
- Precio.
- Tecnología.

Invernadero “**Hana**” dedicado a la producción de follaje, establece que las variables más importantes para el buen funcionamiento de su proceso productivo y competitivo son las siguientes:

- Apoyos gubernamentales.
- Calidad.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Clientes.
- Compromiso.
- Mano de obra.
- Organización.

Invernadero Biogenética Mexicana, S.A. de C.V. una Empresa 100% Mexicana, dedicada al cultivo de tejidos vegetales y administrada por el doctor Alfredo J. Gallegos quien funge como director general de la empresa, para quien las variables más importantes para la competitividad de su empresa son las siguientes:

- Alianzas Internacionales.
- Aranceles.
- Calidad.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Compromiso.
- Comunicación.
- Exportaciones.
- Gobierno.
- Importaciones.
- Inflación.
- Tecnología.

Invernaderos de Zitácuaro, S.A. de C.V. es una empresa dedicada a la producción de una gran variedad de plantas de ornato creada en Zitácuaro, Michoacán por el Ing. Mauricio G. González Hernández, para quien sus variables de competitividad son:

- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Clientes.
- Compromiso.
- Eficiencia empresarial.
- Importaciones.
- Inflación.
- Insumos.
- Mercadotecnia.
- Precio.

- producción.
- Servicios.
- Tecnología.

Viveros el Morro, una empresa dedicada a la producción de plantas ornamentales, su administrador es el Ing. Juan Hernández León, las variables consideradas para la competitividad de esta empresa son las siguientes:

- Calidad del producto.
- Capacitación.
- Empleo.
- Estructura comercial.
- Inflación.
- Infraestructura.
- Mano de obra.
- Precio.
- Producción.
- Recursos humanos.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “Las Pirámides” para esta empresa las variables que se consideraron por sus propietarios son:

- Administración.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “El Aguacate”, las variables consideradas por este grupo de personas son:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Insumos.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “El Fresno”, el consenso de los productores de esta empresa es que las variables más importantes son:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Infraestructura.
- Insumos.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

San Felipe Viveros, S.P.R. de R. L., esta empresa ha tomado como suyas las siguientes variables:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Clientes.
- Infraestructura.
- Insumos.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “De Ocurio”, tiene como propuesta por unanimidad las siguientes variables:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Estructura comercial.
- Financiamiento.
- Infraestructura.
- Insumos.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “Ojo de Agua”, para esta empresa las variables más importantes son:

- Apoyos Gubernamentales
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Clientes.
- Infraestructura.
- Insumos.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “Macutzio”, en esta empresa se ha logrado distinguir las siguientes variables:

- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Capital.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “De la 2ª Mza. De San Felipe”, este grupo de trabajadores a distinguido en su empresa las siguientes variables:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Capital.
- Clientes.
- Estructura comercial.
- Financiamiento.
- Infraestructura.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “De la 3ª Mza. De San Felipe”, para la competitividad de esta empresa han llegado a detectar las siguientes variables:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Productores de Noche Buena “El Llano”, este grupo ha logrado determinar para su empresa algunas variables como las siguientes:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Capital.
- Infraestructura.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Artesanos y Floricultores de la Mesa de San Felipe los Alzati S. P. R. de R. L., los trabajadores de esta empresa han llegado a distinguir algunas variables como son:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Estructura comercial.
- Infraestructura.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Viveros la Mesa de San Felipe los Alzati S. P. R. de R. L., los trabajadores de esta empresa han llegado a la conclusión de citar las siguientes variables para su competitividad.

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Infraestructura.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Nochebueneros “De la Mesa de San Felipe”, en esta empresa se han distinguido las siguientes variables para su competitividad.

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Clientes.
- Estructura comercial.
- Infraestructura.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Trabajo “Las Flores”, a pesar de la ardua tarea que implica el llegar a un consenso general por parte de varios elementos que conforman una empresa se a determinado que las variables que más se apegan para su competitividad son:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Calidad de vida.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Trabajo “La Mesa”, en esta empresa se concluye que para ser competitivos se tiene que determinar que variables son las que debemos tomar en cuenta para su análisis y evaluación tomando en cuenta las siguientes:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Infraestructura.
- Mercado.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Grupo de Trabajo “2ª Manzana de San Felipe”, en toda empresa se debe considerar los objetivos y metas a lograr para poder fortalecer la misma, por tal razón debemos concluir en que es lo más importante para lograrlo, por lo que se distinguieron las siguientes variables para su competitividad:

- Apoyos Gubernamentales.
- Calidad del producto.
- Canales de distribución.
- Capacitación.
- Desempleo.
- Especialización del producto.
- Mano de obra.
- Organización.
- Precio.
- Tecnología.

Para poder determinar en forma general las variables que están determinando la competitividad de estas empresas se realizó la confrontación de un universo de variables contra el número de empresas encuestadas. Ver tabla No. 1

Empresas productoras de plantas de ornato en la región oriente del Estado de Michoacán.

- A. Flores Naturales
- B. Quinta Mitzi
- C. Rancho el Salitre
- D. Rancho el Moro Flor
- E. Enkidu
- F. Hana
- G. Biogenética Mexicana S.A. de C.V.
- H. Invernaderos de Zitácuaro S. de R. L.
- I. El Morro
- J. Grupo de Productores de Noche Buena “Las Pirámides”
- K. Grupo de Productores de Noche Buena “El Aguacate”
- L. Grupo de Productores de Noche Buena “El Fresno”
- M. San Felipe Viveros, S.P.R. de R. L.
- N. Grupo de Productores de Noche Buena “De Ocurio”
- Ñ. Grupo de Productores de Noche Buena “Ojo de Agua”
- O. Grupo de Productores de Noche Buena “Macutzio”
- P. Grupo de Productores de Noche Buena “De la 2ª Mza. De San Felipe”
- Q. Grupo de Productores de Noche Buena “De la 3ª Mza. De San Felipe”
- R. Grupo de Productores de Noche Buena “El Llano”
- S. Artesanos y Floricultores de la Mesa de San Felipe los Alzati S. P. R. de R. L.
- T. Viveros la Mesa de San Felipe los Alzati S. P. R. de R. L.
- U. Grupo de Nochebueneros “De la Mesa de San Felipe”
- V. Grupo de Trabajo “Las Flores”
- W. Grupo de Trabajo “La Mesa”
- X. Grupo de Trabajo “2ª Manzana de San Felipe”

Rojas Soriano menciona que el establecimiento de los objetivos, es parte fundamental en cualquier estudio, ya que son los puntos de referencia o señalamientos que guían el desarrollo de una investigación y a cuyo logro se dirigen todos los esfuerzos.¹⁶

Objetivo general.

El objetivo general pretende dar cuenta del producto que se planea alcanzar con el estudio, por tanto en este objetivo se determina qué tan profundo va a ser el conocimiento del problema al concluir la investigación.¹⁷

El objetivo establecido de esta investigación es:

Determinar las variables que afectan la competitividad, de las empresas productoras de plantas de ornato en la región oriente del Estado de Michoacán.

Objetivos particulares.

Los objetivos específicos indican lo que se pretende realizar en cada una de las etapas de investigación. Los objetivos deben ser evaluados en cada paso para conocer los distintos niveles de resultados.¹⁸ Teniendo como objetivos particulares de esta investigación los siguientes:

- Demostrar si las variables identificadas, son las que inciden directamente en la competitividad de la producción de plantas de ornato.
- Determinar si las variables independientes, son las causales que afectan la competitividad de la producción de plantas de ornato.
- Identificar el impacto de la calidad del producto en la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato en la región oriente del Estado de Michoacán.
- Identificar el efecto que tienen los canales de distribución en la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato.
- Evaluar el efecto que tiene el precio en la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato.
- Identificar el efecto de la tecnología en la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato.
- Demostrar que la organización de las empresas es un factor detonante en la competitividad de las empresas productoras de plantas de ornato.
- Determinar el impacto que tienen los apoyos gubernamentales en la competitividad de las empresa productoras de plantas de ornato.

¹⁶ ROJAS Soriano Raúl, El proceso de investigación científica, Ed. Trillas México1981, p. 41.

¹⁷ SILVA María Del Rosario. Apuntes para la elaboración de un proyecto de investigación social, U.N.A.M. México D. F. 2001. p.47

¹⁸ VISAUTA, V. B., Técnicas de investigación social. PPU, Barcelona, 1989. p.48.

- Evaluar el efecto que tiene la capacitación en las empresas productoras de plantas de ornato.

Variables de competitividad.

Una vez definidos los objetivos de la empresa, las políticas son las variables de operación por medio de las cuales la empresa trata de alcanzar los objetivos. Las variables de operación (mano de obra, línea de productos, distribución, investigación y desarrollo, finanzas, compras, fabricación, ventas, mercados meta, etc.) son los factores de originalidad que cada empresa debe desarrollar para obtener una ventaja competitiva, es decir, una posición única que la empresa debe desarrollar con respecto a sus competidores.¹⁹

Las variables independientes que inciden en la variable dependiente competitividad y, que son el resultado de un análisis profundo del marco teórico, una vez concluido este, y de acuerdo con los grandes ponentes de la investigación como, (Ander-egg, 1992:101) que define a una variable diciendo en términos generales que “se trata de una característica observable o un aspecto discernible en un objeto de estudio que puede adoptar diferentes valores o expresarse en varias categorías”, usado con este alcance de máxima generalidad, todas las cosas, todos los fenómenos y todas las propiedades y características que pueden cambiar -cualitativa o cuantitativamente- se denominan variables. (Manuel S. Saavedra, 2001:16) dice que la variable dependiente, es una respuesta a un factor determinado. Un resultado o, dicho en forma más apropiada un efecto consecuente, y que la variable independiente se trata de un factor de estímulo, cuyo valor se mide, manipula y/o controla sobre la manera en que es un factor determinante del valor que tomen otras variables.

Porter dice que las cinco fuerzas competitivas determinan la utilidad del sector industrial porque influyen los precios, costos, y la inversión requerida de las empresas en un sector, el poder de cada una de las cinco fuerzas competitivas es una función de la estructura de la industria, o las características económicas y técnicas básicas de un sector industrial, de acuerdo a esta información citada en el contexto del marco teórico, se tiene que las variables independientes que inciden con mayor peso en la competitividad en la presente investigación son:

Canales de distribución, Tecnología, precio, calidad del producto, capacitación, organización de productores y apoyos gubernamentales.

Alternativas estratégicas al desarrollo regional.

El sistema mercadotécnico que permite nuestro nivel de vida está compuesto por muchas empresas, grandes y pequeñas, todas ellas en busca del éxito. Son muchos los factores que contribuyen al triunfo de un negocio: estrategias acertadas, empleados dedicados, sistemas de información sólidos, buena aplicación etc. casi todas las Empresas comerciales tienen dos funciones básicas: producción y mercadotecnia. Proporcionar producción y servicios es la función de la mercadotecnia. El crecimiento económico de los países en vías de desarrollo se basa fundamentalmente en su capacidad de idear buenos sistemas de distribución para manejar sus materias primas y su producción.²⁰ De acuerdo

¹⁹ CHAUCA Malásquez, Pablo Manuel, Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera Moreliana, Editorial, Facultad de Economía de la UMSNH, Morelia Michoacán, México, Febrero del 2003. p.p. 38,39.

²⁰ KOTLER, Philip y Armstrong Gary., Mercadotecnia, Sexta Edición Prentice Hall Hispano Americana S.A. México D.F. 1996. p. 3

a la problemática que se ha presentado, podemos citar algunos puntos basados en la presente investigación.

- 1.- Las plantas de ornato crecen en un clima cálido, por lo que la región oriente de Michoacán, ofrece este clima tan bondadoso, para la producción de plantas, y todas sus variedades, por lo que el cultivo está propagándose constantemente por nuevos productores de la región.
- 3.- Las Empresas productoras de plantas de ornato adolecen de una organización de productores, por lo que se recomienda realizar su producción y comercialización en forma organizada.
- 5.- Los apoyos de gobierno son importantes pero insuficientes por lo que se debe inyectar más apoyos, para impulsar el cultivo de estas plantas y con ello poder acceder a otros mercados Nacionales o extranjeros en algunos casos.
- 6.- Actualmente ya hay compradores de cadenas de tiendas nacionales, acción que deja menos ganancias pero que se logra un ahorro en transporte y tiempo de comercialización.
- 7.- se recomienda tener mayor capacitación, tecnología de punta, y mayores apoyos económicos, por parte del gobierno estatal para una mayor competitividad de este sector.
- 8.- Todas las empresas productoras de plantas de ornato proporcionan fuentes de trabajo, que evitan que emigren tanto hombres como mujeres a otras ciudades,²¹ o a los Estados Unidos de Norte América, en busca de empleos.
- 9.- El cultivo de las plantas de ornato proporciona por lo menos 1,796 empleos directos.²² Los invernaderos de Noche buena por si solos generan 1500 empleos directos, ya que en promedio trabajan tres miembros de cada familia en atender los trabajos de esta planta y generan una derrama económica en la región de por lo menos 52 Millones 500 Mil pesos anuales.²³ Por lo que es de suma importancia darle mayor impulso a esta fuente de empleo en la región.

²¹ H. AYUNTAMIENTO DE ZITÁCUARO MICH., Dirección de Fomento Económico, 2001-2003, información procesada en disco compacto.

²² Idem

²³ Idem

Bibliografía

Arias, Galicia Fernando, Administración de Recursos Humanos, Editorial Trillas, segunda reimpresión, México D.F. 1991.

Ander-Egg, Ezequiel, Técnicas de investigación social, Editorial El Ateneo, S.A. de C.V., cuarta impresión, México D.F. 1992.

Baena, Guillermina, Instrumentos de Investigación, Editores Mexicanos Unidos, S.A. México D.F. 1998.

Barajas, Mendoza J. Antonio, Obtención de información, diseño de cuestionarios. Monografía. Morelia, Mich. 1997.

Bavaresco de Prieto Aura M., Las Técnicas de la Investigación, Manual para la Elaboración de Tesis, Monografías, Informes., Editado por Oficina Subalterna de Registro del Distrito Maracaibo, Estado de Zulia, Venezuela, 1972.

Bonales, Valencia Joel, "Competitividad de las empresas exportadoras de aguacate a los Estados Unidos de Norte América" Tesis Doctoral. ESCA-IPN México D.F. 2001.

Boyett, Joseph / Boyett Jimmie, Hablan los Gurús, Editorial Norma, México D.F. 2003.

Bracker, Jeffrey, "The Historical Development of the Strategic Management Concep", Academy of Management Review 5 (1980):

Briones Guillermo, Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, Editorial Trillas cuarta edición, México D.F. 2003.

Cunningham Aldag Swift, introducción a la administración. Grupo Editorial Iberoamericana S.A. de C.V., México, D.F., 1991.

Czinkota, Michael R., Marketing Internacional. Pearson educación, México 2002

Chauca Malásquez, Pablo Manuel, Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera Moreliana, Editorial, Facultad de Economía de la UMSNH, Morelia Michoacán, México, Febrero del 2003.

Chauca Malásquez, Pablo Manuel, Las Competencias Laborales del Trabajador Mexicano, análisis y propuesta para las pequeñas y medianas empresas), Editorial, Facultad de Economía de la UMSNH, Morelia Michoacán, México, Febrero del 2003.

Chandler, Alfred, Strategy and Structure: Chapters in the History of American Industrial Enterprise. Cambridge, Mass: M.I.T. Press. 1962. p. 13.

Christopher, R. Malburg, Planeación e implementación de la ventaja competitiva de su empresa, Editorial Panorama Editores, S.A. de C.V. México D.F. 2004.

De Dios Vallejo Delia Selene, guía metodológica para elaborar diseños de investigación social, UNAM. Editorial IMPROMAR, México D.F. 2003.

Diez de Castro Enrique, Distribución Comercial, Editorial Mc Graw Hill, España 1997.

Druker, Peter, The Practice of Management. Nueva York: Harper & Brothers, 1954.

Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica, Editorial Prentice Hall México D.F. 2003.

García De León, Campero Salvador, La micro, pequeña y mediana industria en México y los retos de la competitividad. Ed. Diana. México, D.F. 1993.

Giles, Samano Claudia, curso taller, Cultivo de Noche Buena. Centro de desarrollo Tecnológico de Tezoyuca. Cuernavaca Morelos, Enero del 2002.

Gómez Jara Francisco / Pérez R. Nicolás, El diseño de la investigación social, PREMIA editora de libros, S.A., Tlahuapan, Puebla, México, 1989.

H. Hall, Ricardo, Organizaciones, Estructuras, Procesos y Resultados, Editorial Prentice Hall, México D. F. 2003.

Hernández Sampieri Roberto / Fernández Collado Carlos / Baptista Lucio Pilar, Metodología de la Investigación, Editorial Mc. Graw Hill, México D.F. 2000.

INEGI, Anuario estadístico, Michoacán de Ocampo, Tomo I, 2005

INEGI, Anuario estadístico, Michoacán de Ocampo, Tomo II, 2005

Kotler Philip, Armstrong Gary. Mercadotecnia. Sexta Edición, Prentice Hall Hispano Americana S.A. México D.F. 1996.

Lerma, Kirchner Alejandro. Mercadotecnia, El producto el precio y sus estrategias, Ed. Gasca, México D.F. 2004.

Meyer L. Consuelo, "Observaciones acerca de la actividad comercial en México", Extremos de México, 1990.

Mintzberg. Henry. "Stratey Formation: Schools of Thought". En Perspectives on strategic Management James W. Frederickson. Ed. Nueva York: Harper Businnes. 1990.

Ocampo José Antonio, Globalización y desarrollo, una reflexión desde América latina. Ed. Alfaomega, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Naciones Unidas 2003.

Océano, Diccionario Enciclopédico, Grupo Editorial, S.A. Milanesat, 21-23. Barcelona España. 1998.

Pérez, Tamayo Ruy, Como acercarse a... La Ciencia, Editorial Limusa, S.A. de C. V. México D.F. 2002.

Porter, Michael, E. Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior, Editorial CECSA, décima octava impresión, México D.F.1999.

Porter, Michael, E. Estrategia Competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, Editorial CECSA, Trigésima cuarta reimpresión, México D.F. 2004.

Reyes, Ponce Agustín, Administración de Empresas, Teoría y Práctica, primera parte. Editorial Limusa, S.A. de C.V. México D.F. 1990.

- Ruiz, Madrigal Samuel. Zitácuaro y su Historia, Ed. Morevallado Editores, Morelia Michoacán, México. 2000.
- Rodas, Carpizo A., Economía básica. Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores, México, 1998,
- Ronkainen Mikka A., Marketing Internacional. Ed. Prentice Hall, Pearson Educación de México S.A. de C.V. 2002.
- Samuelson, Paúl A. / Nordhaus Williams D., Economía. Ed. Mc. Graw Hill Interamericana, Décimo tercera Edición; México, 1992.
- Saavedra R. Manuel S., Elaboración de Tesis Profesionales Editorial Pax México, Lib. Carlos Césarman, S. A. 2001.
- SEP, Antología, Técnicas de Investigación, Editado por, Dirección de Materiales y prototipos Didácticos, CONASEP, Metepec, Edo. De México., 1994.
- Schoell y Gultinan, Mercadotecnia Conceptos y Prácticas Modernas. Ed. Prentice- Hall Hispanoamericana tercera edición, S.A., México D.F. 1991.
- Silva María del Rosario, Apuntes para la elaboración de un Proyecto de Investigación Social U.N.A.M., México, D.F. 2001.
- Solís Leopoldo. La realidad económica mexicana, retrovisión y perspectivas, decimo octava edición, siglo XXI editores, México, 1990.
- Stern Louis W. / EL-ANSARY Adell., Canales de Comercialización, Editorial Prentice Hall, Madrid, 1999.
- Stnaton / Futrell, Fundamentos de Mercadotecnia. Mc Graw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.
- Tamayo y Tamayo Mario, El proceso de la investigación científica, Editorial Limusa, S.A. de C.V. México D.F. 2004.

Sitios de Internet.

http://redscolar.ilce.edu.mx/redescolar/act_permanentes/conciencia/biologia/acertijosb/r...

http://www.culturafronteriza.com/flor_de_noche_buena.htm

<http://www.becari.com.mx/frame/news3.html>

INEGI, Anuario estadístico, Michoacán de Ocampo, Tomo I, 2005