

LA COMPETITIVIDAD DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE CAMPECHE

*María Antonia Morales González**
*Ignacio Morales Puc***

Introducción

Los Mercados Públicos en la ciudad de Campeche nacen durante el gobierno del Lic. José Ortiz Ávila 1961-1967; específicamente en el año de 1962 se construye el mercado principal denominado "Pedro Sainz de Baranda", para ese entonces ya existían dos mercados los de los barrios de San Román y San Francisco.

Actualmente la ciudad de Campeche cuenta con 7 mercados públicos, uno que es el principal (Sainz de Baranda) y 6 periféricos localizados en los barrios de San Román, San Francisco, en la colonia Morelos, en las unidades habitacionales de Fidel Velásquez, ciudad Concordia y el ejidal.

Los mercados que se analizan en el presente trabajo son: el principal (Sainz de Baranda), San Román y San Francisco; que se encuentran ubicados dentro del Centro Histórico. Esto se debe a su importancia, por ser los primeros en haber sido construidos y por el número de comerciantes o locatarios que realizan las ventas de sus productos en esos tres lugares.

El artículo 105 de la Constitución Política del Estado de Campeche, menciona que los Municipios tendrán a su cargo las funciones y los servicios públicos y en el inciso d, está referido a los mercados y centrales de abasto.

El funcionamiento y la organización de los mercados constituyen un servicio público cuya prestación es controlada por el Gobierno Municipal a través de la Dirección de Servicios Públicos Municipales por conducto de la Subdirección del ramo; dicho servicio es prestado por personas físicas o morales conforme a la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Campeche y a la correspondiente reglamentación.

La ciudad de Campeche en los últimos 9 años, ha incrementado su desarrollo económico principalmente en comercios y servicios, (muestra palpable son las franquicias comerciales que se han establecido como Burguer King, Vip's y Church's Chicken, los supermercados como Sam's, Chedraui, Bodega Aurrera y San Francisco de Asís). Sin embargo, es importante comentar que aún con la existencia de los nuevos supermercados que traen la cultura de la compra moderna, los mercados públicos han permanecido dentro de la actividad de este sector.

En ese sentido, se pretende realizar la presente investigación que tiene el propósito de analizar la administración pública como factor de supervivencia de los mercados públicos y la competitividad que se desarrolla entre los comercios de dichos mercados en la ciudad de Campeche.

*Dra en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Instituto Tecnológico de Mérida.
Tel. (999) 925 31 42. Correo Electrónico: maritony_22@yahoo.com.mx

**Alumno de la Maestría en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Instituto Tecnológico de Mérida

Dicha investigación enfoca tres variables de estudio, la capacidad administrativa gubernamental como eje rector del funcionamiento y organización de los mercados públicos; la capacidad administrativa de los locatarios; y la competitividad sistémica desde el punto de vista del autor Rene Villareal y Ramos (2002).

Antecedentes del problema

A partir de 1995 inicia en la ciudad de Campeche una etapa de auge en el crecimiento del sector terciario, comercio y servicios. En este caso, el tema a tratar está referido al sector comercio; en él surgieron nuevos supermercados y megamercados que se han incrementado en número, actualmente la ciudad cuenta con 7 supermercados: 4 de una cadena regional, dos nacionales y uno internacional, comercios cuya apertura ha repercutido en alguna medida en las ventas de los comercios de los mercados públicos.

El deterioro de la infraestructura de los mercados públicos, propició que en 1997 el Gobierno Municipal decidiera invertir en la modernización del mercado principal "Pedro Sainz de Baranda", a la fecha han concluido todas las etapas programadas en la remodelación.

En el presente estudio se consideraron en el análisis del problema dos aspectos importantes: uno de la administración pública y el otro desde el punto de vista de la iniciativa privada. El primero, cuyo objetivo es realizar y promover todas las actividades necesarias que permitan a los habitantes de la ciudad de Campeche, disfrutar de instalaciones adecuadas con las mejores condiciones posibles, así como brindar el mantenimiento, la conservación y la vigilancia del lugar. Y la otra parte privada conformada por los comerciantes, cuya actividad es la compra-venta o comercio de diversos productos.

Objetivo general

Analizar los factores de la administración pública y la capacidad administrativa de los locatarios, que determinan la competitividad de los mercados públicos en la ciudad de Campeche.

Objetivos específicos

- a) Analizar y Evaluar la capacidad de la administración pública como factor fundamental en los mercados públicos.
- b) Analizar y Evaluar la capacidad administrativa de los locatarios de los mercados públicos.
- c) Analizar la situación actual de los mercados públicos, en base a los seis niveles del modelo de R. Villareal
- d) Analizar los factores más relevantes en cada uno de los mercados públicos estudiados.
- e) Sugerir acciones encaminadas a mejorar aquellos factores que resulten limitativos para alcanzar mejores niveles de competitividad.

Pregunta general

¿La administración pública y la capacidad administrativa de los locatarios han favorecido la competitividad de los mercados públicos de la ciudad de Campeche?

Preguntas específicas

1. ¿Cuáles son los factores de la administración pública que influyen en la competitividad de los mercados públicos en la ciudad de Campeche?

2. ¿Cuáles son los factores de la administración de los locatarios que influyen en la competitividad de los mercados públicos?
3. ¿Qué niveles de competitividad alcanzan los mercados públicos estudiados?
4. ¿Qué factores favorecen la competitividad sistémica de cada uno de los mercados públicos estudiados?
5. ¿Qué acciones podrían llevarse a cabo para alcanzar mejores niveles de competitividad?

Establecimiento de las hipótesis

H1 La administración pública ha influido de manera positiva en la permanencia de los mercados públicos en la ciudad de Campeche.

H2 La capacidad administrativa de los locatarios repercute en una mayor competitividad en los mercados públicos.

Marco Teórico

En este punto se analiza el concepto de competitividad, el cuál es uno de los vocablos más utilizados en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. Incluso podría decirse que es un tema que está de moda.

La competitividad puede entenderse como la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. (Pelayo, 2000)

La ventaja competitiva de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, principalmente de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que éstos tienen en menor medida, hacen posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

Para G. Muller (1995), la competitividad es conquistar, mantener y ampliar la participación en los mercados.

Algunas otras definiciones se reducen a establecer la capacidad de generación de rendimientos, en cuanto señalan que una empresa competitiva es la que logra la rentabilidad óptima a raíz de una inversión dada. (Ansoff, 1997; Thompson – Strickland, 1994).

J. Etkin (1996), opina que la competitividad se refiere a una capacidad, una actitud particular, un estado o atributo de la empresa, un modo de funcionamiento que es congruente con la realidad de los mercados abiertos donde hay que enfrentar amenazas y desafíos cotidianos. Esta capacidad se evalúa a través de nivel de productividad, la calidad de producción, los costos mínimos y también por la presencia de estructuras flexibles que le permitan moverse en un medio cambiante.

Para autores como M. Porter (1996), la competitividad es productividad, según él, la competencia se establece a tres niveles:

- 1.- El análisis de la competencia internacional, situación característica de la actual integración económica mundial.
- 2.- La competencia sectorial o por rama de actividad en que opera la empresa.

3.- La competencia consigo misma o de excelencia en la búsqueda de sus mejores resultados, con independencia del exterior.

Desde el enfoque del comercio internacional, la competitividad se entiende como la capacidad de competir de la empresa en su sector actual o potencial, capacidad que vendrá definida por algunas características internas de la empresa, así como por unas condiciones y dimensiones del marco competitivo (análisis externo). Se entiende por competitividad tanto la posición relativa frente a la concurrencia, como la aptitud de la empresa para sostener de forma duradera la competencia con los otros oferentes del sector o rama de actividad. La empresa competitiva posee un conjunto de capacidades que le permite, según los casos, entrar, mantenerse o desarrollarse en un sector, constituido por las fuerzas competitivas ya conocidas y que son susceptibles de oponerse o crear un conflicto con los objetivos, proyectos y actividades de la unidad económica. (Bueno, 1996).

Una definición más es la que define la competitividad como: "La capacidad estructural de una empresa de generar beneficios sin solución de continuidad a través de sus procesos productivos, organizativos y de distribución". (Fea, 1995)

Según este autor, el nivel de competitividad de una empresa está siempre definido por su intrínseca "manera de ser" dentro de un determinado contexto socioeconómico.

El autor plantea tres puntos importantes con relación a la competitividad:

1. Que la competitividad es una característica interna al sistema empresa.
2. Es un mercado o mejor un entorno sociopolítico y económico que determina el nivel temporal de su capacidad competitiva intrínseca.
3. Una empresa tiene continuidad sólo si es capaz de adecuarse constantemente a las nuevas condiciones del entorno, el que puede estar determinado por factores institucionales más que por la oferta y la demanda.

La competitividad de una empresa tiene un valor único, constituido por muchos factores que concurren a determinarlo y tienen una incidencia positiva o negativa, que debe examinarse separadamente para mejorar el resultado final.

Una empresa puede ser competitiva en el proceso de transformación y no serlo en el de distribución o tener gastos generales o financieros desproporcionados, o estar gravada por un exceso de personal de estructura, etc.

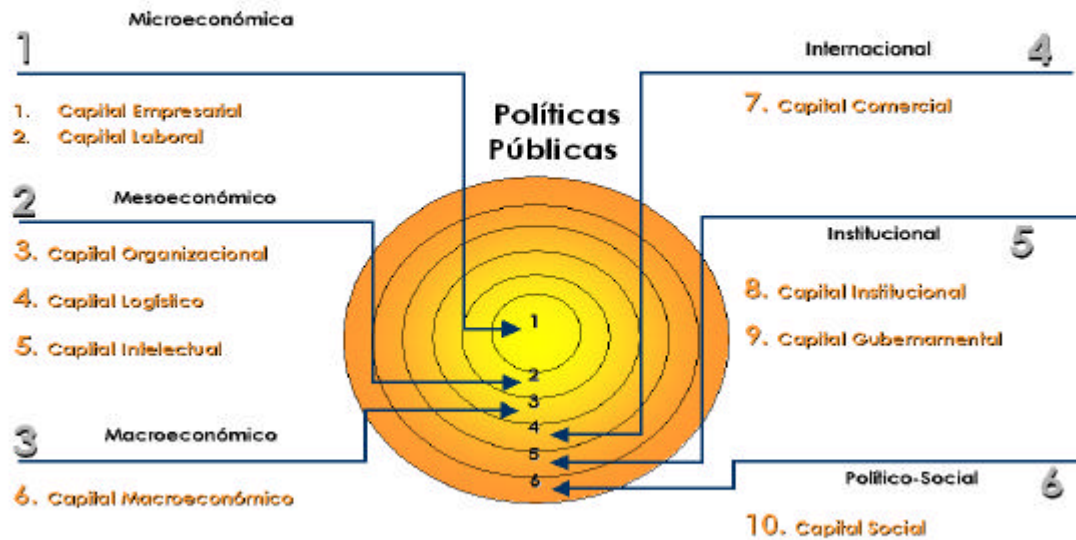
Según Villareal (2002) es imprescindible abordar el reto de la competitividad en el marco de un modelo sistémico en seis niveles, que a su vez contienen diez capitales por desarrollar de manera simultánea (véase la figura 1).

El modelo de competitividad sistémica, de R. Villareal se basa en lo que él llama el nuevo enfoque ICOP, en el cual el objetivo no sólo es medir los índices de competitividad (IC), sino identificar los obstáculos(O) y formular las políticas (P) para la mejora y sustentabilidad de la competitividad.

Como se ve en la figura, los capitales de la competitividad sistémica son:

- 1) El capital empresarial
- 2) El capital laboral
- 3) El capital organizacional

Figura 1.- Los diez capitales del modelo de la competitividad sistémica País-Gobierno-Empresa.



Fuente: Villareal y Ramos (2002). México Competitivo 2020. Un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo.

- 4) El capital logístico
- 5) El capital intelectual
- 6) El capital macroeconómico
- 7) El capital internacional
- 8) El capital institucional
- 9) El capital gubernamental
- 10) El capital social

Dichos capitales están agrupados en seis niveles:

1) La competitividad microeconómica o en escala empresarial es el punto de partida de la competitividad sistémica. Son las empresas que inicial y finalmente se tienen que enfrentar a lo que Villareal llama la hipercompetencia global en los mercados internos. Esto requiere un nuevo modelo de gestión empresarial basado en empresas competitivas sustentables que sean inteligentes en la organización, flexibles en la producción y ágiles en la comercialización. La competitividad microeconómica requiere así la formación de dos capitales: empresarial y laboral.

2) La competitividad mesoeconómica o en escala sectorial requiere un nuevo modelo industrial y productivo soportado por tres capitales fundamentales:

- El capital organizacional, que permite generar las economías de aglomeración (a diferencia de las economías de escala en la era de la producción masiva) basadas en la articulación productiva entre empresas por medio de cadenas empresariales, entre empresas de

diferentes sectores que forman los conglomerados productivos o clusters, y entre comunidades y ciudades que forman los polos regionales de desarrollo.

- El capital logístico, que hace posible el desarrollo de la competitividad mediante la integración de ejes de infraestructura integrales en sus tres dimensiones: transporte multimodal, telecomunicaciones y energía.
- El capital intelectual, que va más allá del concepto tradicional de desarrollo científico y tecnológico, se enfoca en la capacidad creativa sistémica para promover la innovación en diversos campos apoyado en nuevos enfoques de educación (tanto formal como en la empresa) que privilegien el “aprender a aprender”, el “aprender a emprender” y el “aprender haciendo” en los propios procesos del trabajo productivo.

3) La competitividad macroeconómica va más allá de la estabilización de precios y se manifiesta en dos vertientes fundamentales: la dinámica macroeconómica, esto es, las variables que determinan el crecimiento pleno y sostenido a mediano plazo; y la eficiencia macroeconómica, caracterizada por las variables determinantes en los costos-precios de las empresas.

- La dinámica macroeconómica o del crecimiento pleno y sostenido se puede representar en lo que se denomina diamante de las palancas del crecimiento: los índices de acumulación de capital (inversión/PIB) y de ahorro interno (que determinan la brecha ahorro-inversión y la necesidad de ahorro externo) y por otra parte el índice de innovación que determina el crecimiento de la productividad y el coeficiente o índice tributario, que es la capacidad de inversión pública (no inflacionaria) del gobierno para el desarrollo de los capitales logístico, organizacional e intelectual.

- La eficiencia macroeconómica es clave para la competitividad de las empresas (a nivel microeconómico) y consta de cuatro variables fundamentales. El tipo de cambio real competitivo es sin duda alguna la variable individual más determinante de la competitividad macroeconómica y afecta a la economía en los precios relativos de los bienes comerciables y no comerciables; (un tipo de cambio real apreciado o sobrevaluado y muy inestable es el obstáculo mayor para el desarrollo de la competitividad). De aquí la necesidad de un tipo de cambio real competitivo, permanente; esto implica en el nuevo marco de la globalización un régimen de tipo de cambio flexible pero administrado que garantice la competitividad del tipo de cambio real.

Por otra parte, se requieren sistemas financiero y fiscal competitivos que se traduzcan en disponibilidad de financiamiento, plazos y tasas de interés competitivos en el ámbito internacional, así como regímenes fiscales que den certidumbre y confianza a los inversionistas al tiempo que establece tasas impositivas similares a las de los socios comerciales y costos de transacción bajos en la operación fiscal. Finalmente, un crecimiento sostenido y estable de la demanda agregada es fundamental para mantener un uso aceptable de la capacidad de producción de las plantas productivas.

Así pues, la competitividad macroeconómica va más allá del tradicional y aún presente enfoque en México y América Latina de una macroeconomía de estabilización que descuida las otras variables estratégicas de competitividad macroeconómica, en especial el tipo de cambio real y la tasa de interés activa real.

4) La competitividad internacional o externa se refiere al modelo de apertura y la formación del capital comercial. Esto es, México tiene acuerdos de libre comercio con 31 países en tres continentes, pero concentra casi 90% de su comercio internacional en Estados Unidos, por lo que el potencial comercial generado por la política de acuerdos está “subutilizada” y requiere una estrategia de inserción y promoción más activas de las empresas mexicanas en estos países.

La competitividad internacional no sólo implica acuerdos de libre comercio, sino programas preventivos ante prácticas de competencia desleal. La competitividad internacional implica un modelo de apertura eficiente con un programa de defensa a la competencia desleal y formación de capital comercial.

5) El capital institucional y gubernamental se refiere al modelo de gestión gubernamental y el estado de derecho que son determinantes del entorno de la competitividad de las empresas. Un gobierno con calidad inteligente que provee los servicios públicos y el fomento económico y social mediante políticas públicas eficaces y eficientes en un modelo desburocratizado, transparente y que opera con simplificación administrativa. Esto es lo que forma el capital gubernamental de una sociedad moderna.

El estado de derecho se sustenta en la formación y el desarrollo del capital institucional de una sociedad y se caracteriza por tres elementos fundamentales: reglas del juego claras (leyes y reglamentos), organizaciones transparentes (instituciones propiamente dichas) y un sistema de vigilancia que haga cumplir las reglas del juego con transparencia, eficacia y los mínimos costos de transacción.

6) El capital social: la confianza en el sistema político-social. La formación del capital social implica el fortalecimiento de las condiciones que permitan la gobernabilidad y la cohesión de un país. En primer lugar, la eficacia de las instituciones políticas es condición sine qua non del desarrollo democrático, lo mismo que la eliminación de las condiciones que reproducen el círculo vicioso que une a la pobreza, la exclusión y la inestabilidad sociopolítica. Asimismo, cualquier política de competitividad sistémica y productividad tiene que ser de largo plazo y con una visión de futuro (Visión 2025) enmarcada en un plan estratégico de mediano plazo.

Según Rene Villareal, este enfoque reconoce la crítica de Paul Krugman (1994) al concepto de competitividad, en el que argumenta que son las empresas las que compiten entre sí, no los países. Sin embargo, en los países en desarrollo, las empresas enfrentan una serie de obstáculos en su entorno, macro institucional, que de manera especial la pequeña mediana empresas no pueden superar y se convierten en verdaderos obstáculos al crecimiento competitivo y sustentable no sólo de las empresas sino del avance en el desarrollo sustentable, no solo industrial y del país.

Finalmente, el modelo propuesto de la competitividad sistémica va de la empresa a la organización de la industria, el gobierno y el país que van desde el financiamiento, la inestabilidad de las políticas, el manejo de tipo de cambio, probablemente de infraestructura, corrupción y sistema judicial. (Villareal y Ramos, 2002)

Metodología

Como ya se mencionó en la introducción, el estudio estuvo delimitado a tres mercados públicos: el principal Pedro Sainz de Baranda que cuenta con 1,480 locatarios y una administración; San Román que cuenta con 33 locatarios y un administrador y San Francisco que cuenta también con 85 locatarios y un administrador.

El cálculo para determinar el tamaño de la muestra se hizo tomando entonces el tamaño de población del mercado Pedro Sainz de Baranda (1480 locatarios), lo cual arrojó como tamaño de muestra 312 locatarios para ese mercado (muestra probabilística simple). Con el fin de que se reflejaran en la muestra los diferentes giros que abarca este mercado, se estratificó la muestra, quedando integrada como se aprecia en la tabla 1.

Tabla 1.- Muestra Estratificada del mercado principal

ESTRATO POR GIRO	LOCATARIOS POR GIRO	TOTAL POBLACIÓN Ksh=0.2170 Nh(Ksh)= nh	MUESTRA DEL ESTRATO nh
1	DULCERIA	17	4
2	FRUTAS Y LEGUMBRES	475	100
3	NOVEDADES Y MERCERIA	168	36
4	PERIODICOS Y REVISTAS	15	3
6	ABARROTOS Y CARNES FRIAS	74	16
7	ALIMENTOS Y BEBIDAS	132	28
8	ARTESANIAS, TRASTES Y CRISTALERIA	11	2
9	JOYERIA	52	11
10	CALZADO	49	11
11	ROPA	52	11
12	ARTICULOS DE IMPORTACION	32	7
13	PESCADO	182	38
14	CARNES ROJAS	73	15
15	POLLO	48	10
16	HUEVO	16	3
17	BOLSAS Y ART. PLASTICO	16	3
18	VARIOS	68	14
	TOTAL	1,480	312

Fuente: Análisis del autor, 2005.

Con respecto al mercado de San Román, el universo está conformado por un número reducido de locatarios que son 33, (de los cuales 10 son del giro de frutas y legumbres), por lo se encuestó al total de locatarios de este mercado.

De manera similar, el universo del mercado de San Francisco está conformado por 84 locatarios, (de los cuales 34 de ellos son del giro de frutas y legumbres); y como en el mercado de San Román se decidió aplicar las encuestas al total de locatarios de este mercado.

Resultados

A continuación se presentan los resultados encontrados en la investigación:

I.- Competitividad microeconómica

En este nivel destacó de los tres mercados, el de San Román con 68% en el capital empresarial y 66% en el capital laboral.

a. Capital Empresarial:

1. Indica que los negocios están organizados en el control técnico o empírico del manejo de los recursos.
2. Por lo general no contraen deudas con proveedores e instituciones de crédito.
3. El 74% elabora controles financieros.
4. El 85% aplican estrategias y acciones que incrementan las ventas.

b. Capital Laboral:

1. El 96% planea las compras del negocio.
2. 66% analiza los competidores internos y supermercados.
3. 48% realiza promociones u ofertas de sus productos.
4. Buena distribución en los espacios y ubicación de los giros comerciales en un 66%.
5. Adecuados canales de comunicación entre gobierno y locatarios.
6. Bajo índice educativo de los locatarios de este mercado; 41% cuenta con primaria y el 17% no estudia.
7. El 57% carece de visión y por consiguiente no lleva a cabo prácticas que pudieran concretarla.

II.- Competitividad internacional

Dentro de este nivel se encuentra el capital comercial, del cual destacó el mercado Pedro Sainz de Baranda con 66%.

c. Capital Comercial:

1. El 53.5% considera la aplicación de programas preventivos y efectivos para combatir la competencia desleal, derivado de los acuerdos de libre comercio.

III.- Competitividad mesoeconómica

En este nivel destacó el mercado Pedro Sainz de Baranda.

d. Capital Organizacional

1. 80% Cuenta con sistemas integrales de trabajo, articulados a los sectores productivos.
2. Interdependencia entre Gobierno y locatarios.

e. Capital Logístico

1. 95% Destacó la fortaleza en infraestructura y tecnología.

f. Capital Intelectual

1. 83% Destacó de igual forma por la infraestructura tecnológica, que en suma contribuye a lograr una organización inteligente.

IV.- Competitividad política social

En este nivel destaca el mercado de San Román y el Pedro Sainz con un 70% y 60% respectivamente.

g. Capital Social

1. Integración social y estabilidad política.
2. Adecuados canales de comunicación entre Gobierno y locatarios.
3. Participación de las asociaciones
4. Respeto y orden en los acuerdos colectivos de trabajo.

V.- Competitividad Institucional

Destacó el mercado de San Román en este nivel.

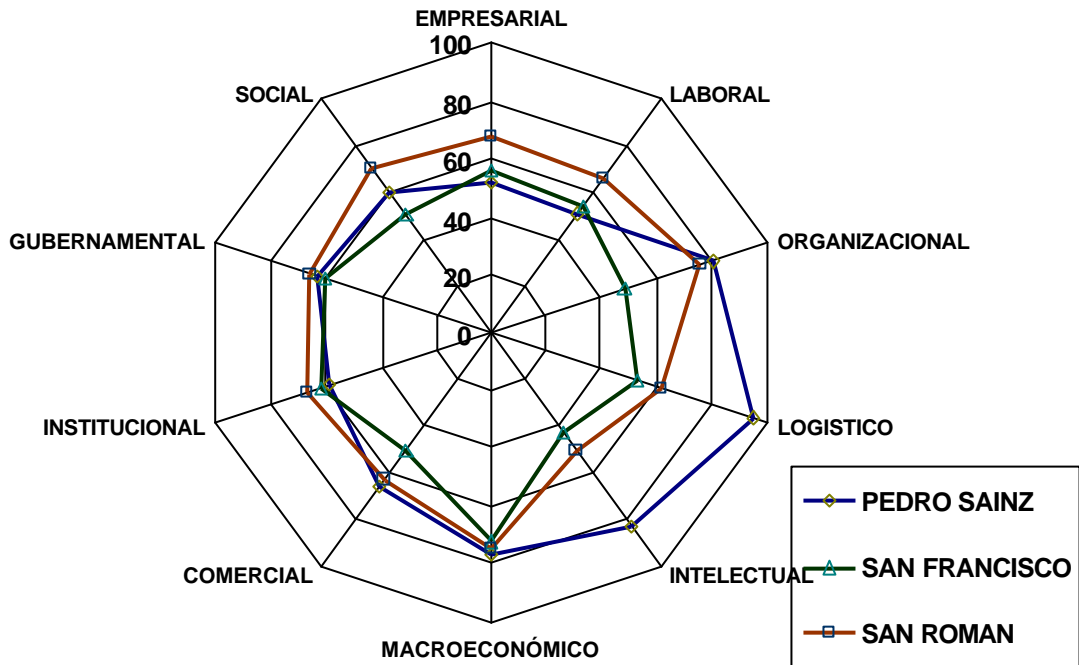
h. Capital Institucional

1. 58% consideró que existe vigilancia de las instituciones en la compra venta de productos en estos mercados.
2. Cumplir con las Leyes de Comercio para evitar la competencia desleal.

i. Capital Gubernamental

1. El 79% consideró que la administración municipal cubre los servicios públicos del mercado.
2. El 19% considera una reorientación en cuanto a la oferta producida por los cambios en los precios relativos a los productos que se expenden y de acuerdo a la demanda en este sector.

Figura 2. Competitividad Sistémica de los tres mercados públicos de la ciudad de Campeche.



Fuente: Elaboración de los autores con base en Villarreal (2002)

VI.- Competitividad macroeconómica

En este nivel destacó el mercado Pedro Sainz, seguido del mercado de San Román.

j. Capital Macroeconómico

1. Inversión del Gobierno suficiente en un 64%
2. Falta de oportunidades a créditos productivos.
3. Obstáculos por el tipo de cambio real para el desarrollo de la competitividad de los mercados públicos.

Después de efectuar los cálculos con los indicadores obtenidos, se determinó que según esta evaluación la competitividad sistémica de los tres mercados públicos quedó de la siguiente manera:

Pedro Sainz de Baranda con 68.5%;
San Román con 66.3%; y
San Francisco con 54.8%.

La figura 2 presenta los diez capitales de la competitividad sistémica de los mercados investigados en la ciudad de Campeche y la cual, como puede verse, tiene un comportamiento desproporcional en los diferentes capitales de los tres mercados, resultado de la variación porcentual de los factores que están inmersos en dichos capitales.

Para el mercado Pedro Sainz de Baranda: En este sentido, es importante mencionar de la presente gráfica lo siguiente: el mercado Pedro Sainz de Baranda destaca en los capitales organizacional, logístico e intelectual con porcentajes absolutos de 80, 95 y 83 respectivamente que corresponden al nivel mesoeconómico. Asimismo, de este mercado destaca el nivel macroeconómico con 77 por ciento.

Tabla 2. Niveles y capitales del Mercado Pedro Sainz de Baranda

Niveles y Capitales	%
Capital empresarial	52
Capital Laboral	51
Nivel Microeconómico	51.5
Capital Organizacional	80
Capital logístico	95
Capital intelectual	83
Nivel Mesoconómico	86
Capital macroeconómico	77
Nivel Macroeconómico	77
Capital comercial	65
Nivel Internacional	65
Capital institucional	59
Capital gubernamental	63
Nivel Institucional	61
Capital social	60
Nivel Político-Social	60
Competitividad Sistémica	68.5

Fuente: Elaboración de los autores

Para el mercado de San Román: En el Mercado San Román los tres capitales que sobresalen son: el capital organizacional con 76 por ciento; macroeconómico con 75 por ciento; social 70 por ciento. Los niveles que destacan son: macroeconómico con 75 por ciento y político-social con 70 por ciento. Puede observarse que el capital organizacional aunque fue el que obtuvo el mayor puntaje al promediarse con el logístico e intelectual, para integrar el nivel mesoeconómico, alcanza un valor de 62.6, de manera que dicho nivel no es de los niveles más favorable para el mercado en estudio.

Tabla 3. Niveles y capitales del Mercado de San Román

Niveles y Capitales	%
Capital empresarial	68
Capital Laboral	66
Nivel Microeconómico	67
Capital Organizacional	76

Capital logístico	62
Capital intelectual	50
Nivel Mesoeconómico	62.6
Capital macroeconómico	75
Nivel Macroeconómico	75
Capital comercial	63
Nivel Internacional	63
Capital institucional	67
Capital gubernamental	66
Nivel Institucional	66.5
Capital social	70
Nivel Político-Social	70
Competitividad Sistémica	66.3

Fuente: Elaboración de los autores

Para el mercado de San Francisco: En este mercado (que resultó ser el menos competitivo de los tres) el capital y el nivel que alcanza el puntaje más alto es el macroeconómico con 72 por ciento. El siguiente en importancia es el capital institucional con 62 por ciento, que junto con el gubernamental de 60 por ciento constituyen el nivel institucional; de manera que en este último nivel el puntaje alcanzado es de 61 por ciento.

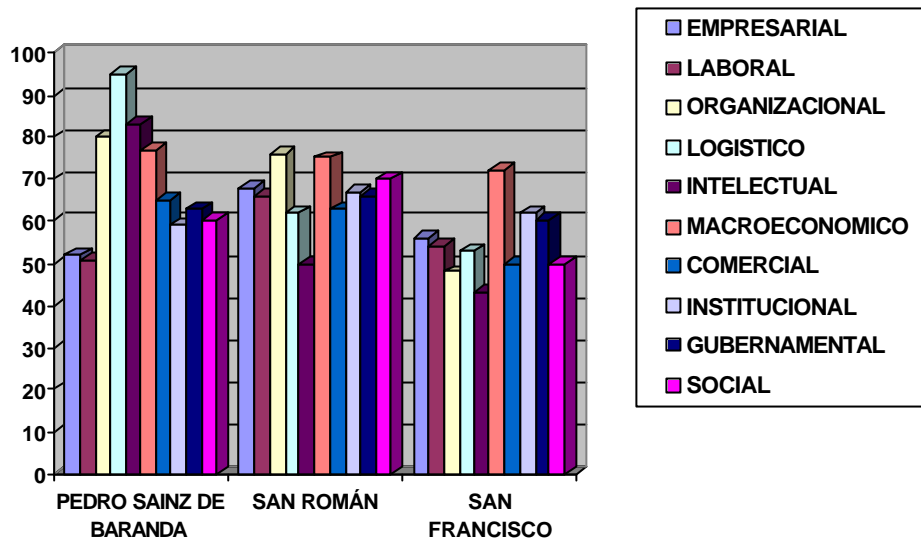
Tabla 4. Niveles y capitales del Mercado de San Francisco

Niveles y Capitales	%
Capital empresarial	56
Capital Laboral	54
Nivel Microeconómico	55
Capital Organizacional	48
Capital logístico	53
Capital intelectual	43
Nivel Mesoeconómico	48
Capital macroeconómico	72
Nivel Macroeconómico	72
Capital comercial	50
Nivel Internacional	50
Capital institucional	62
Capital gubernamental	60
Nivel Institucional	61
Capital social	50
Nivel Político-Social	50
Competitividad Sistémica	54.8

Fuente: Elaboración de los autores

Dados los resultados y con la finalidad de observar el comportamiento de los mercados con respecto a la competitividad sistémica se muestra la figura 3

Figura 3. Capitales de los tres mercados estudiados



Fuente: Elaboración de los autores con base en la información obtenida

De acuerdo a los resultados anteriores, las hipótesis de investigación planteadas H1 y H2 reflejaron lo siguiente:

H1 La administración pública ha influido de manera positiva en la permanencia de los mercados públicos en la ciudad de Campeche

Aunque los resultados obtenidos respecto a la administración pública (niveles mesoeconómico, macroeconómico, institucional y político-social) resaltaron en promedio para los tres mercados de 65 por ciento es necesario considerar que la supervivencia y la competitividad de los mercados se debe a los apoyos que los locatarios reciben por parte de las autoridades gubernamentales.

H2 La capacidad administrativa de los locatarios repercute en una mayor competitividad en los mercados públicos.

Respecto a la capacidad administrativa (nivel macroeconómico e internacional) los indicadores muestran un resultado en promedio de 58 por ciento, lo cual puede interpretarse en el sentido de que la supervivencia y la competitividad de los mercados públicos se deben en mayor medida a los apoyos gubernamentales que a la capacidad administrativa de los locatarios. Sin embargo, dado la poca preparación, los resultados no son tan malos.

Se considera que esta situación mejoraría si se imparten algunos cursos a los locatarios para mejorar aquellos aspectos en los cuales se encontraron las mayores deficiencias.

Bibliografía

Ansotegui Igor (1997). *La Dirección Estratégica en la práctica empresarial*. USA, ediciones Addison Wesley Iberoamericana.

Bueno Campos Eduardo (1996). *Dirección Estratégica de la Empresa*. Metodología, Técnicas y Casos. Madrid, España, Ediciones Pirámides, S.A.

Etkin Jorge R. (1996). *La empresa competitiva, grandeza y decadencia, el cambio hacia una organización vivible*. Primera edición. USA Editorial Mc Graw Hill.

Fea. Ugo (1995). *Competitividad es Calidad Total*. México, Editorial Alfaomega.

Müller, G. (1995). *Organización de la Fabricación*. España, Ediciones Deusto.

Pelayo Carmen María, 2000. *Monografías.com*. La Competitividad. cmpelayo@hotmail.com

Porter Michael E. (1996). *Estrategia Competitiva*. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competitividad. México, Editorial CECSA.

Porter Michael E. (1999). *Ventaja Competitiva*. México, Editorial CECSA.

Thompson Arthur, Strickland III. A. J. (1994). *Dirección y Administración Estratégica: Conceptos, casos y lecturas*. México, Editorial Mc Graw Hill.

Villareal Rene y Ramos Rocio. (2002). *México Competitivo 2020, Un Modelo de Competitividad Sistémica para el Desarrollo*. México, Editorial Océano.