



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS
DE HIDALGO



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

MAESTRIA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE MANGO
EN LA REGIÓN DE TIERRA CALIENTE, MICHOACÁN.

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN CIENCIAS EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTA:

ILSE JAQUELIN SERVIN MAGAÑA

DIRECTORA DE TESIS:

DRA. DORA AGUILASOCHO MONTOYA

MORELIA MICHOACÁN, OCTUBRE 2022

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de Morelia, Mich., el día 29 de septiembre de 2022, los miembros de la Mesa de Sinodales designada por el H. Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), aprobaron presentar el examen de grado la tesis titulada:

**“COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE MANGO EN LA
REGIÓN DE TIERRA CALIENTE, MICHOACÁN”**

Presentada por la alumna:

Ilse Jaquelin Servin Magaña

Aspirante al grado de **Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales**. Después de haber efectuado las revisiones necesarias, los miembros de la Mesa de Sinodales manifestaron SU APROBACIÓN DE LA TESIS, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA MESA DE SINODALES

Directora de la Tesis

Dra. Dora Aguilasocho Montoya

Dra. Odette Virginia Delfín Ortega

Dr. José Carlos Alejandro Rodríguez Chávez

Dr. Gerardo Gabriel Alfaro Calderón

Dr. Antonio Favila Tello

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de Morelia, Michoacán, el día 29 de septiembre de 2022, la que suscribe **ILSE JAQUELIN SERVIN MAGAÑA**, alumna del programa de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales adscrita al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), manifiesta ser la autora intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección de la Dra. Dora Aguilasocho Montoya y cede los derechos del trabajo titulado **“COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE MANGO EN LA REGIÓN DE TIERRA CALIENTE, MICHOACÁN”** a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

No está permitida la reproducción total o parcial de este trabajo de tesis ni su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin la autorización escrita de la autora y/o directora del mismo. Cualquier uso académico que se haga de este trabajo, deberá realizarse conforme a las prácticas legales establecidas para este fin.



ILSE JAQUELIN SERVIN MAGAÑA

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTA DE ORIGINALIDAD

A QUIEN CORRESPONDA. –

Por este medio se hace constar que el trabajo de tesis titulado **“COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE MANGO EN LA REGIÓN DE TIERRA CALIENTE, MICHOACÁN”** realizado por la alumna **Ilse Jaquelin Servin Magaña** con matrícula 1153388G de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, dirigido por la Dra. Dora Aguilasocho Montoya, fue analizado a través de la herramienta de detección de plagio *“Plagium”*.

Con base en el reporte de las similitudes encontradas por dicha herramienta informática, **se considera que el trabajo de tesis no constituye un plagio** con respecto a obras de terceros.

Los resultados del análisis se encuentran bajo resguardo de la coordinación de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales y de la Secretaría Académica del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

ATENTAMENTE

Morelia, Mich., a 29 de septiembre de 2022



Dra. Dora Aguilasocho Montoya
Directora de Tesis



Ilse Jaquelin Servin Magaña
Alumna

DEDICATORIAS

A mis padres Gerardo y Josefina por apoyarme incondicionalmente y creer en mí siempre, por inculcarme la importancia del estudio y el gran esfuerzo que han hecho para que yo pudiera estudiar, estoy muy orgullosa de ser su hija, se merecen esto y mucho más. Este logro es de ustedes.

A mi hija por que llego a mi vida para hacerme una mejor persona y es mi motivación para seguir mejorando cada día.

A mi esposo por su apoyo incondicional, por motivarme en momentos difíciles y estar conmigo en todo momento.

A mis hermanas por ser parte de esta meta cumplida, por su apoyo y siempre creer en mí.

A mi suegra por su gran apoyo y ayuda, es un gran ejemplo de motivación, gracias por creer en mí.

A mis amigas por su amistad incondicional a pesar de la distancia por comprenderme y animarme siempre en especial a Bianca, gracias por escucharme, motivarme y siempre estar.

AGRADECIMIENTOS

Dentro de este apartado quiero expresar mi agradecimiento a las personas e instituciones que me brindaron su apoyo durante la elaboración de mi trabajo de tesis.

En primer lugar, a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH) por ser mi casa máxima de estudios durante varios años de mi vida.

Al Instituto de Investigaciones Tecnológicas y Empresariales (ININEE) por aceptarme y haberme brindado la oportunidad de permanecer al programa de estudio de Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, programa educativo de calidad y así cumplir mis metas.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo económico otorgado durante la formación de la maestría.

Agradezco a mi directora de tesis, la Doctora Dora Aguilasoch Montoya por su gran apoyo y motivación, por el tiempo y paciencia que dedico en el desarrollo de la presente investigación, por todos sus conocimientos compartidos y su confianza en mí.

Agradezco a mis sinodales la Doctora Odette Delfín Ortega, el Doctor José Carlos Rodríguez Chávez, el Doctor Gerardo Alfaro Calderón y el Doctor Antonio Favila Tello por sus valiosas aportaciones a la presente investigación, por tomarse el tiempo de revisar, así como por sus comentarios y acertadas correcciones haciendo de este trabajo una mejor investigación.

A mis profesores por todo su gran conocimiento impartido y a mis compañeros de clase por compartir esta gran experiencia.

A todas las personas que formaron parte de mi vida durante este gran logro.

Contenido

Relación de cuadros, gráficas e ilustraciones.....	v
Siglas y abreviaturas	viii
Glosario.....	x
Resumen	xii
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiii
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN	2
1. <i>Planteamiento del problema</i>	2
1.1 Descripción del problema.....	2
1.2 Preguntas de investigación	4
1.2.1 Pregunta general	4
1.2.2 Preguntas específicas.....	4
1.3 <i>Objetivos de la investigación</i>	5
1.3.1 Objetivo general.....	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 <i>Justificación</i>	5
1.4.1 Trascendencia	7
1.4.2 Horizonte temporal y espacial.....	7
1.4.3 Viabilidad de la investigación	7
1.5 <i>Hipótesis de la investigación</i>	7
1.5.1 Hipótesis general	7
1.5.2 Hipótesis específicas	7
1.6 <i>Identificación de variables</i>	8

1.7	<i>Diagrama de variables</i>	8
1.8	<i>Universo y muestra de estudio</i>	9
1.9	<i>Alcances y limitantes de la investigación</i>	9
CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL		11
2.1	<i>Origen del mango</i>	11
2.1.1	Descripción general del mango	13
2.1.2	Principales variedades de mango reconocidas a nivel mundial	13
2.1.3	Principales variedades de mango en México.....	17
2.2	<i>Producción mundial del mango</i>	20
2.3	<i>Países exportadores de mango</i>	22
2.4	<i>Mango en el contexto nacional</i>	23
2.4.1	Exportaciones de mango mexicano	24
2.4.2	Principales estados productores de mango	26
2.5	<i>Panorama del mango en Michoacán</i>	27
2.5.1	Ubicación geográfica del estado de Michoacán.....	27
2.5.2	Región de Tierra Caliente Michoacán.....	27
2.5.3	Producción de mango en la región de Tierra Caliente	29
2.6	<i>Estados Unidos como mercado meta para exportar mango</i>	29
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL		33
3.1	<i>Negocios internacionales</i>	33
3.1.1	Definiciones	34
3.1.2	Escuelas que abordan el concepto	37
3.1.3	Medición de los negocios internacionales.....	43
3.2	<i>Relación entre negocios internacionales y competitividad</i>	44
3.3	<i>Competitividad</i>	46
3.3.1	Definición	47
3.3.2	Escuelas y teorías que abordan la competitividad	49

3.3.3 Medición de la competitividad	50
3.3.4 Clasificación de la competitividad	54
3.4 <i>Competitividad empresarial</i>	60
3.4.1 Definición	61
CAPÍTULO IV. VARIABLES QUE CONTRIBUYEN A LAS EMPRESAS	
EXPORTADORAS	64
4.1 <i>Variables independientes</i>	64
4.1.1 Innovación	64
4.1.2 Capital humano.....	65
4.1.3 Gestión financiera	66
4.2 <i>Evidencia empírica</i>	67
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA.....	79
5.1 <i>Enfoques para la investigación</i>	79
5.2 <i>Método de investigación</i>	81
5.3 <i>Diseño de la investigación</i>	81
5.4 <i>Tipo de investigación</i>	83
5.4.1 Clasificación de las investigaciones.....	83
5.4.2 Alcance de la investigación.....	85
5.4.3 Estudio descriptivo.....	85
5.4.4 Estudio correlacional.....	86
5.5 <i>Población</i>	86
5.6 <i>Diseño del instrumento de medición</i>	88
5.6.1 Encuestas	89
5.6.2 Cuestionario.....	90
5.7 <i>Escala de medición</i>	93
5.7.1 Escala tipo Likert.....	94
5.8 <i>Prueba piloto</i>	97

5.9	<i>Cuestionario final</i>	97
5.10	<i>Validez y confiabilidad del instrumento de medición.</i>	98
5.10.1	Alfa de Cronbach	101
5.11	<i>Obtención de datos</i>	102
CAPÍTULO VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		105
6.1	<i>Análisis e interpretación de resultados</i>	105
6.2	<i>Procesamiento de las variables</i>	106
6.2.1	Procesamiento de la variable dependiente	106
6.2.2	Procesamiento de las variables independientes	108
6.3	<i>Análisis de regresión múltiple</i>	113
6.4	<i>Prueba de correlación de Spearman</i>	118
6.4.1	Competitividad empresarial e Innovación	120
6.4.2	Competitividad empresarial y Capital humano.....	121
6.4.3	Competitividad empresarial y Gestión financiera	123
6.5	<i>Prueba estadística de Chi-cuadrada</i>	124
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		130
BIBLIOGRAFÍA		134
	<i>Anexo 1. Matriz de fichas bibliográficas.</i>	145
	<i>Anexo 2. Matriz de congruencia</i>	153
	<i>Anexo 3. Cuestionario</i>	156

Relación de cuadros, gráficas e ilustraciones.

Tablas

Tabla 1. Principales variedades de mango en México	17
Tabla 2. Volumen de producción por año en toneladas	20
Tabla 3. Top 10 en volumen de producción de entidades federativas 2019	26
Tabla 4. Empresas exportadoras de mango	87
Tabla 5. Operacionalización de las variables	92
Tabla 6. Estructura del cuestionario	98
Tabla 7. Medidas de tendencia central y dispersión de la variable dependiente competitividad empresarial.....	106
Tabla 8. Distribución de frecuencias de la variable dependiente competitividad empresarial.....	106
Tabla 9. Medidas de tendencia central y dispersión de las variables independientes	108
Tabla 10. Distribución de frecuencias de la variable independiente innovación..	109
Tabla 11. Distribución de frecuencias de la variable independiente capital humano	109
Tabla 12. Distribución de frecuencias de la variable independiente gestión financiera	110
Tabla 13. Variables consideradas para el análisis del modelo de regresión múltiple	115
Tabla 14. Resumen del modelo de regresión múltiple	115
Tabla 15. Tabla de análisis de varianza	116
Tabla 16. Coeficientes de regresión.....	116

Tabla 17. Modelo de regresión.....	117
Tabla 18. Grado de asociación de variables	119
Tabla 19. Correlación de Spearman entre las variables de la investigación	119
Tabla 20. Coeficiente de correlación entre las variables Competitividad empresarial e Innovación	120
Tabla 21. Correlación de Spearman entre las variables Competitividad empresarial y Capital humano	122
Tabla 22. Correlación de Spearman entre la variable Competitividad empresarial y Gestión financiera	123
Tabla 23. Prueba de Chi cuadrada con las variables de la investigación.....	126
Tabla 24. Prueba Chi cuadrado de la variable Innovación	127
Tabla 25. Prueba de Chi cuadrado de la variable de Capital humano	128
Tabla 26. Prueba de Chi cuadrado de la variable Gestión financiera.....	128

Gráficas

Gráfica 1 Exportaciones a Estados Unidos	2
Gráfica 2 Volumen de producción de mango en 2018	21
Gráfica 3 Principales países productores de mango en 2018	22
Gráfica 4 Producción de mango en el distrito de Apatzingán de la región de Tierra Caliente 2019	29
Gráfica 5 Principales países que importan de México.....	31
Gráfica 6 Modelo de regresión lineal.....	117
Gráfica 7 Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial e Innovación.....	121

Gráfica 8 Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial y Capital humano	122
Gráfica 9 Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial y Gestión financiera	124

Ilustraciones

Ilustración 1. Dinámica de los negocios internacionales	36
Ilustración 2. Factores determinantes de la competitividad sistémica	55

Cuadros

Cuadro 1 Escala tipo likert para analizar la competitividad de las empresas exportadoras de mango	96
Cuadro 2 Escala tipo likert para analizar la innovación con relación a la competitividad empresarial.....	96
Cuadro 3 Escala tipo likert para analizar los ítems.....	96
Cuadro 4 Resultados generales de la variable dependiente competitividad empresarial.....	108
Cuadro 5 Resultado de la variable independiente innovación.....	111
Cuadro 6 Resultado de la variable independiente capital humano.....	112
Cuadro 7 Resultado de la variable independiente gestión financiera.....	113

Siglas y abreviaturas

AEC. Asociación Española para la Calidad

AECA. Asociación Española de Contabilidad y Empresas

BID. Banco Interamericano de Desarrollo

BM. Banco Mundial

CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe

COMTRADE. International Commodity Trade Database

CONASPROMANGO. Comité Nacional Sistema Producto Mango A.C.

EE.UU. Estados Unidos

EMEX. Empacadoras de Mango de Exportación A.C.

FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

FEM. Fondo Económico Mundial

Ha. Hectárea

IED. Inversión Extranjera Directa

IMCA. Instituto Mexicano para la competitividad, A.C.

IMD. Índice de Competitividad Mundial

INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía

INFOAGRO. Sistema de información y comunicación del sector agropecuario.

OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

ONUDI. Organización de la Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

SAGARPA. Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural

SEDER. Secretaria de Desarrollo Rural

SEDRUA. Secretaria de Desarrollo Rural y Agroalimentario

SIAP. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera

SPSS. Statistical Package for Social Sciences

Ton. Tonelada

UNCTAD. Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo

USD. Dólar Estadounidense

Glosario

Agroindustrias: Actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, forestales y otros recursos naturales (Fideicomiso de riesgo compartido, 2017).

Competitividad: Es el grado en que un país es capaz de producir, bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios acorde a las necesidades de los mercados internacionales, manteniendo o incrementando, paralelamente, los ingresos reales de la población en el largo plazo (OCDE, 1992).

Costos: Es el equivalente monetario de los bienes o servicios consumidos en el proceso de producción (Begoña, 2006).

Demanda: Es la forma en que los individuos y/o las familias (economías domésticas) determinan su demanda de bienes y servicios (Fernández & Tugores, 1995).

Empresa: es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman (Thompson, 2006).

Escala: Sucesión ordenada de valores distintos de una misma cualidad (Real Academia Española, 2020).

Estadística: Rama de la matemática que utiliza grandes conjuntos de datos numéricos para obtener inferencias basadas en el cálculo de probabilidades (Real Academia Española, 2020).

Exportaciones: Venta de bienes y servicios de un país al extranjero (INEGI, 2006).

Inversión extranjera directa: Se considera IED a los movimientos de capital que comprenden la propiedad y el control, con compra de acciones mayor al 10 % del

total de acciones (Appleyard y Field, 2003). La participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por la LIE (Dussel, 2007).

Importaciones: Conjunto de bienes y servicios vendidos por los residentes de una economía a los residentes de otra economía. En otras palabras, corresponden a la proporción de la producción doméstica que no es consumida al interior de la economía (Durán & Alvares, 2008).

Macroeconomía: Estudia el crecimiento y las fluctuaciones de la economía de un país desde una perspectiva amplia, esto es, una perspectiva que no se complica en demasiados detalles sobre un sector o negocio en particular (Larraín & Sachs, 2002).

Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal (Real Academia Española, 2020).

Microeconomía: Disciplina de la economía que se encarga de describir y analizar el comportamiento económico de las unidades individuales capaces de tomar decisiones, principalmente consumidores, propietarios de recursos y sociedades comerciales en una economía de libre empresa (Fernández & Tugores, 1995).

Organismo: Conjunto de leyes, usos y costumbres por los que se rige un cuerpo o institución social (Real Academia Española, 2020).

Transacciones: Es la transferencia de bienes y servicios a lo largo de una frontera organizacional (Salgado, 2003).

Ventaja comparativa: Teoría establecida por David Ricardo (1879), en el que se establece que un país se especializará en la producción de y exportación de un bien en el que sea más eficiente o en el que mantenga una ventaja comparativa, e importará el bien el cual su producción sea más eficiente (Lugo, 2017).

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar de qué manera incide la innovación, el capital humano y la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango ubicadas en la región de Tierra Caliente, Michoacán. Para poder llevar a cabo este estudio, se realizó la aplicación de un cuestionario a las empresas exportadoras donde los resultados fueron procesados mediante un análisis estadístico utilizando las medidas de tendencia central, distribución de frecuencias, análisis de regresión múltiple, coeficiente de correlación de Spearman y prueba de *Chi*-cuadrado. Los resultados que se obtuvieron muestran que las variables independientes inciden de manera significativa en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente, Michoacán.

Palabras clave: Competitividad, Empresas, Exportación, Innovación, Capital humano, Gestión financiera.

Abstract

The objective of this research is to determine how innovation, human capital and financial management affect the competitiveness of mango exporting companies located in the Tierra Caliente region, Michoacan. In the first place, a test was applied to exporting companies where the results were processed through a statistical analysis using measures of central tendency, frequency distribution, multiple regression analysis, correlation coefficient of Spearman and Chi-square test. The results obtained showed that the independent variables significantly affect the competitiveness of mango exporting companies in the Tierra Caliente region, Michoacán.

Keywords: Competitiveness, Company, Export, Innovation, Human capital, Financial management.

Introducción

El mango es una fruta tropical que constituye uno de los principales cultivos en México, ya que gracias a sus propiedades y altos estándares de calidad presenta un alto nivel de demanda en el mercado a nivel nacional e internacional. Este producto se consume principalmente fresco, además se utiliza para llevar a cabo procesos industriales para la producción de jugos, néctares y mermeladas, entre otros («Mango producto frutícola», 2016).

El mango es uno de los productos con más alto potencial económico en el extranjero y para México representa una fuente importante de divisas. Los mercados principales del mango son Estados Unidos, Canadá y, en menor medida, la Unión Europea y Japón (FAOS-TAT, 2014).

Entre los principales estados productores de mango en México se encuentra Michoacán, siendo uno de los principales estados exportadores de mango en el país, principalmente la región de Tierra Caliente ya que es donde más se cultiva el mango. Dicha región comprende los municipios de Apatzingán, Nueva Italia, Buenavista, Parácuaro, La Huacana, Tepalcatepec, Aguililla, Gabriel Zamora y Nuevo Urecho.

De acuerdo con datos de SEDRUA (2019) Michoacán se encuentra en el quinto lugar de los estados productores de mango logrando que más del 60% de su producción se exporte, a diferencia de estados como Guerrero, Sinaloa, Nayarit y Chiapas que se encuentran arriba de Michoacán con mayor producción, pero alcanzando solo un 25% de exportación del total de su producción. Es por ello la importancia de conocer lo que hace competitivas a las empresas exportadoras de mango dentro de la región de Tierra Caliente y cuáles son los problemas por los que se enfrentan, así como sus principales competidores a nivel mundial.

Por este motivo se presenta el trabajo de investigación que tiene como objetivo principal determinar de qué manera impacta la innovación, el capital humano y la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en

el estado de Michoacán, donde los resultados obtenidos pueden servir para la toma de mejores decisiones, así como incrementar las exportaciones.

La presente tesis se estructurará por seis capítulos: en el primero se muestra el protocolo de investigación donde se aborda la problemática principal y en base a ello se presenta la pregunta general y las preguntas específicas junto con los objetivos, las hipótesis a las que se quiere llegar a conocer, la justificación y las variables dependiente como las independientes. Así mismo se diseña la metodología y la delimitación de la problemática como la temporalidad, viabilidad y horizonte de la investigación.

En el segundo capítulo se presenta el marco contextual de las exportaciones de mango internacional y nacional, donde se presenta la historia del mango y los principales países productores y exportadores, para después pasar al nivel nacional en donde se muestran las principales variedades de mango que se producen en el país, así como los principales estados productores y exportadores. Además, se visualiza el mango en el contexto estatal, las principales regiones donde se produce el mango en el estado de Michoacán y la manera en que se comercializa, ubicando el mercado meta como Estados Unidos para así mismo adentrarse más a la problemática de la competitividad de las empresas exportadoras de mango en Michoacán.

El tercer capítulo contiene el marco teórico, el cual es la base para la investigación, donde en la primera parte se muestran los principales conceptos sobre los negocios internacionales, así como los principales autores, escuelas y teorías que abordan el concepto como la teoría mercantilista, después en los autores clásicos como lo son la teoría de la ventaja comparativa y la teoría de la ventaja absoluta para concluir en cómo se miden los negocios internacionales. En la segunda parte de este capítulo se hace referencia a la competitividad para conocer sus principales conceptos, los principales autores y escuelas a los que hace referencia como lo son las aportaciones de Porter y Krugman, para finalizar con la medición de la competitividad de acuerdo con distintos modelos. Dentro de la tercera parte del

capítulo se muestran los conceptos de la competitividad empresarial y su importancia.

En el cuarto capítulo llamado variables que contribuyen a las empresas exportadoras se hace referencia a las variables dependiente e independientes de investigación, así como un análisis de estudios empíricos los cuales se analizan y revisan tomando en cuenta los que tienen relación con la competitividad empresarial y con las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente, Michoacán o en el territorio mexicano en general, de igual manera se revisan estudios que tengan relación con la metodología planteada en la presente investigación.

En el quinto capítulo se desarrollará la metodología a seguir, así como la elección del instrumento para la recolección de datos, por lo que se elige aplicar el cuestionario. Se define la población de estudio y por ende el método de medición para llevar a cabo el procesamiento de datos por lo que se realizará un análisis estadístico en el programa Statistical Package for Social Sciences (SPSS) usando las medidas de tendencia central, medidas de dispersión, distribución de frecuencias, análisis de regresión múltiple, coeficiente de correlación de Spearman y la prueba de *Chi-cuadrada*.

Dentro del sexto capítulo se llevan a cabo los resultados de la investigación aplicando las pruebas estadísticas mencionadas en el capítulo anterior, para finalmente en el séptimo capítulo poder realizar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I.
FUNDAMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

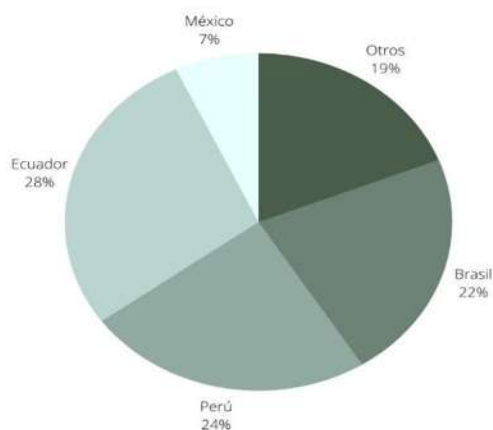
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

El principal país oferente de mango en el mercado internacional es México donde Estados Unidos (EE. UU.) es su principal comprador, recibiendo el 56 % del total de las exportaciones mexicanas (Huang & Huang, 2007). En el año del 2018 se exportaron 354,000 toneladas de mango proveniente de México hacia EE. UU. (FAO, 2020); de las cuáles Michoacán exporta aproximadamente el 37% del mango destinado a EE. UU. Las exportaciones mexicanas hacia el mercado estadounidense en promedio han tenido una tasa de crecimiento anual de 7.37%. Sin embargo, el mango originario de Ecuador, Perú y Brasil promedió 27.73%, 23.73% y 21.73% (ver gráfica 1). Esta situación ha provocado que el mango originario de México haya perdido 17.02% del mercado de importación de EE. UU; mientras que la participación del mercado de mango de Ecuador, Perú y Brasil pasó de 1.45% en 1991 a 24.24% en 2018 (FAO, 2020). Es decir, un incremento de 22.79% del mercado en el mencionado período. El problema radica en que el mango mexicano ha perdido competitividad en el periodo estudiado (Hernández *et al.*, 2018).

Gráfica 1. Exportaciones a Estados Unidos



Fuente: Elaboración propia con base en datos de FAO, 2020.

La estrategia de competitividad para promover el desarrollo y crecimiento del mango tiene que establecer medidas para disminuir los altos costos de producción, eliminar las deficiencias de comercialización, la incidencia de plagas y de enfermedades, deficiencias de agua, desbalances nutricionales y la mejora en el manejo post cosecha. Esta problemática trae como consecuencia bajos rendimientos por hectárea y bajos precios a nivel nacional e internacional (Chávez *et al.*, 2005).

El mango es un fruto con un considerable porcentaje de exportaciones por parte de México hacia EE. UU; sin embargo, la entrada de otros países de Latinoamérica al mercado internacional ha hecho que se vea afectado el nivel de exportaciones mexicano de mango, afectando directamente al estado de Michoacán que se encuentra como el principal estado exportador de mango.

La pérdida de competitividad en Michoacán se da por una baja organización de productores, una falta de planeación de la producción además de una baja disponibilidad de insumos en temporada de mayor uso de fertilizantes y pesticidas, en cuanto a la comercialización se cuenta con un reducido conocimiento de los mercados de exportación, dependencia de intermediarios, falta de supervisión en la entrega de productos en los puntos de venta en la mayoría de las empacadoras, así como baja experiencia para exportar directamente y se tiene disponibilidad limitada de recursos propios para capital de trabajo (Santoyo, 2014).

Además de lo antes mencionado, existe muy poca información sobre pequeñas y medianas empresas procesadoras de alimentos y exportadoras en el estado. Aunque en diferentes dependencias y organismos ofrecen datos sobre algunas empresas, no existe un directorio estatal que reúna a este sector con estas características, por lo que están parcialmente ocultas; es decir no es fácil contactarlas, a menos de que se haga una búsqueda para identificarlas. Lo que repercute en su desempeño y potencial de ventas (Aceves, 2016).

El éxito para alcanzar una mayor competitividad está en superar los antiguos conceptos de las economías que estaban basadas en las ventajas comparativas, es decir, solo se enfocaban en la mano de obra barata, en los recursos naturales, en el buen clima o los suelos fértiles, estas ventajas comparativas son fácilmente

igualadas por otros competidores o países. Las exportaciones como tal presentan también grandes retos, porque la globalización hace que se busquen nuevos mercados competitivos y nuevas estrategias para posicionar productos no tradicionales que son muy solicitados en otras partes del mundo (Camacho, 2017).

Es necesario estudiar los factores que determinan la competitividad de las empresas exportadoras de mango establecidas en Michoacán, los cuales les permite ofrecer un producto exportable y promueven aún más el papel de Michoacán en la economía internacional; lo que trae como consecuencia mayores ingresos y fuentes de empleo en beneficio de la calidad de vida de los michoacanos (Aceves, 2016).

Para conocer la competitividad de las empresas exportadoras del estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente, es necesario determinar cuáles son los factores que influyen y poder establecer estrategias para mejorar las exportaciones ante otros países exportadores de mango.

1.2 Preguntas de investigación

1.2.1 Pregunta general

¿De qué manera la innovación, el capital humano y la gestión financiera impactan en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán durante el año 2021?

1.2.2 Preguntas específicas

- ¿De qué manera impacta la innovación en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán durante el año 2021?
- ¿De qué manera incide el capital humano en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán durante el año 2021?
- ¿De qué manera influye la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán durante el año 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera impacta la innovación, el capital humano y la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar de qué manera impacta la innovación en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.
- Identificar de qué manera incide el capital humano en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.
- Conocer de qué manera influye la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

1.4 Justificación

La presente investigación surge por la necesidad de conocer cuáles son los factores que impactan en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente, para poder determinar estrategias en las cuales se pueda mejorar dicha competitividad ante diferentes países exportadores de mango.

Se pretende conocer de qué manera influyen las variables de innovación, capital humano y gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Después de realizar un análisis de diferentes estudios sobre la competitividad empresarial se procedió a seleccionar las variables de innovación, capital humano y gestión financiera ya que la presente investigación está enfocada a las prácticas empresariales de las exportadoras de mango en Michoacán en donde dichas

variables tienen gran relevancia a diferencia de otras de acuerdo al giro de la investigación.

Es conocido que el estado de Michoacán es un estado eminentemente agrícola, por lo que en el caso del sector agroindustrial se presenta una especialización en los subsectores frutícola y hortícola lo logra que se tenga una ventaja comparativa respecto a otros estados de la república mexicana; es por ello que en el momento en que se realice un intercambio comercial entre países la ganancia obtenida será mayor si los productos exportados presentan una mayor competitividad que otro productos que se envíen iguales o similares (Bonales *et al.*, 2015).

Además de descubrir que hay poca información en cuanto a material bibliográfico, la inexistencia de investigaciones al respecto y la escasez en el país de artículos sobre experiencias relacionadas que sirvan de soporte, por lo que la generación de conocimiento a partir de esta investigación aportará información relevante al estudio del estado (Aceves, 2016).

Debido a esto, crece la importancia de analizar la competitividad del mango michoacano frente a sus principales competidores, así como realizar recomendaciones que permitan aumentar los niveles de competitividad del mango michoacano analizando la rentabilidad en la región, y por consecuente apoyando a la empresas exportadoras y economía del estado.

Por lo que, la conveniencia de la presente investigación radica en el aporte que podrá realizar a los empresarios y pequeños propietarios que exportan mango dando a conocer su nivel de competitividad, así como información que puede ser útil para la toma de mejores decisiones y la implementación de acciones que permitan incrementar la competitividad empresarial logrando tener un mayor impacto tanto nacional como internacional y mejorando la economía del estado de Michoacán principalmente a la población de la región de Tierra Caliente. Por lo tanto, la relevancia social de la presente investigación se da en resolver la problemática de competitividad que afecta a las empresas exportadoras de mango en el Estado de Michoacán.

1.4.1 Trascendencia

La implicación trascendental será identificar los factores que aportan competitividad a las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente, aportando elementos teóricos para el mejor entendimiento del problema.

1.4.2 Horizonte temporal y espacial

El horizonte temporal y espacial se realiza en el estado de Michoacán concretamente a las empresas exportadoras de mango que se encuentran ubicadas en la región de Tierra Caliente durante el año 2021.

1.4.3 Viabilidad de la investigación

Esta es una investigación viable ya que se encuentra con los recursos financieros, materiales, técnicos y tecnológicos para poder llevarla a cabo.

1.5 Hipótesis de la investigación

Con base en el planteamiento del problema, así como en las preguntas de investigación y en los objetivos que se pretenden lograr; se plantea la siguiente hipótesis general de investigación.

1.5.1 Hipótesis general

La competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán está determinada por la innovación, el capital humano y la gestión financiera.

1.5.2 Hipótesis específicas

- La innovación impacta positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.
- El capital humano incide positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.
- La gestión financiera influye positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

1.6 Identificación de variables

Las variables que se van a utilizar a fin de llevar a cabo la investigación son:

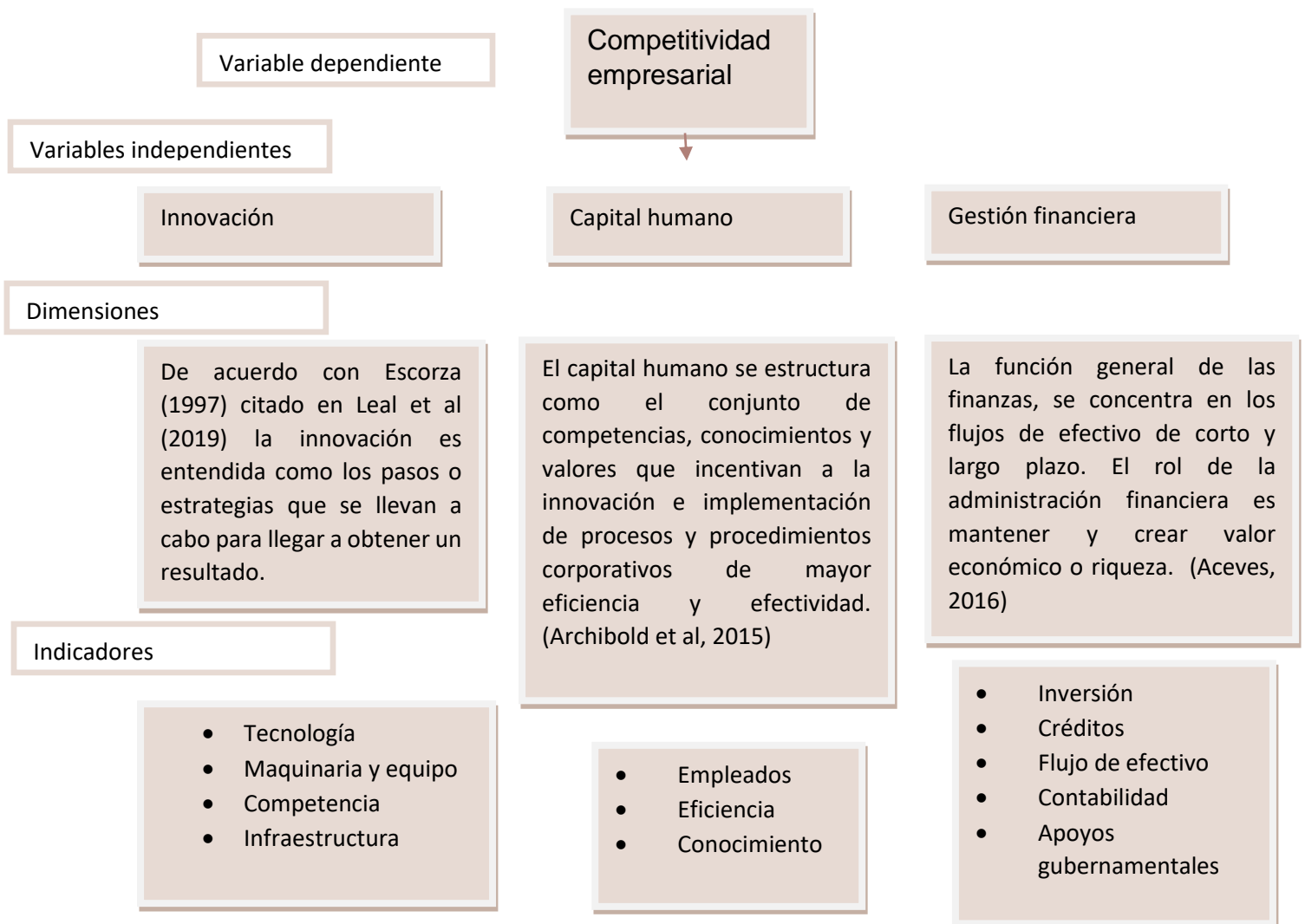
Variable dependiente.

- Competitividad empresarial.

Variables independientes.

- Innovación.
- Capital humano.
- Gestión financiera.

1.7 Diagrama de variables



1.8 Universo y muestra de estudio

El universo de estudio será el estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente requiriendo para la recolección de datos un enfoque cuantitativo delimitando a la población de las empresas exportadoras de mango.

Una vez delimitado el universo de estudio se seleccionará una muestra representativa de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente que comprende a 20 empresas exportadoras de mango.

1.9 Alcances y limitantes de la investigación

El alcance de estudio serán las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente por lo que no se considerará otra industria ni otra región en el país.

Las limitaciones que se pueden presentar en la presente investigación son las siguientes:

- No tener acceso fácilmente a la información de cuantas empresas exportan mango en el estado de Michoacán, ya que no se encuentran registradas en algún programa gubernamental que se encuentre mediante el acceso por internet, valiéndose únicamente información de directorios de empresas exportadoras de frutas en Michoacán.
- Dificultad para contactar personalmente a los administradores, gerentes o empresarios y la accesibilidad que tengan para compartir información.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Origen del mango

El mango (*Mangifera Indica L.*) es uno de los productos agrícolas de mayor importancia a nivel global (National Mango Board, 2017). Pertenece a la familia *Anacardiaceae*, es una de las frutas más consumidas en el mundo por su sabor, fragancia y nutrición, además presenta relativamente bajos costos de mantenimiento debido a su naturaleza resistente. Se estiman 60.5 millones de toneladas métricas de producción global del mango de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2020). El árbol de mango es originario de Asia, en India se encuentran cerca de 100 cultivares. Generalmente, se desarrolla en zonas tropicales en un rango altitudinal de 0-1600 m s. n. m. (Martínez *et al.*, 2019). La forma del mango arriñonada u oval, de color verdoso, amarillento, rojizo, es un fruto muy dulce, succulento y carnosos. Encierra un hueso o cavozo grande, aplanado, rodeado de una cubierta leñosa; los hay esféricos y aplanados (SIAP, 2016).

El origen del mango es señalado en las regiones Indo-Birmanas y Sureste de Asia, encontrándose aún en forma silvestre en toda la región tropical de Asia. En China e Indochina el mango es conocido como un cultivo frutal en años remotos de acuerdo a la literatura china del siglo VII (Rubio, 2020).

Por la apertura de las rutas marítimas hacia el Lejano Oriente se inició la actual distribución mundial del mango relacionándose el mundo occidental gracias a los portugueses al principio del siglo XVI. También se le llevó de Indochina a la isla de Mindanao y a Sulus por el siglo XIII, pero hasta fines del siglo XIV y principio del siglo XV fue que los viajeros españoles llevaron la fruta desde la India hasta Manila, en Luzón. Mientras que, los portugueses transportaron fruta de mango al sur de África, de ahí hacia Brasil, alrededor del siglo XVI, dando a conocer que aproximadamente 40 años después se transportaría a la Isla de Barbados (INFOAGRO, 2020).

De una forma parecida, los españoles introdujeron este cultivo a sus colonias tropicales del Continente Americano, por medio del tráfico entre las Filipinas y la costa oeste de México por los siglos XV y XVI. El primer país que importó sus primeros mangos de Barbados fue Jamaica hacia 1782 y las otras islas de las Indias Occidentales, al principio del siglo XVII. Los mangos se transportaron de México a Hawaii, en 1809, y a California, alrededor de 1880, mientras que la primera plantación permanente en Florida da referencia al año de 1861 (INFOAGRO, 2020).

El cultivo del mango varía mucho respecto al tipo de suelo y clima en donde se coseche, comercialmente se cultiva en las áreas tropicales en alturas desde el nivel del mar, hasta 600 metros. Por cada 120 metros de altura sobre el nivel del mar, hay un retraso en la floración de 4 días, ocurriendo lo mismo por cada grado de latitud hacia el Norte o al Sur del Ecuador, es por ello la importancia de entre más cercano el nivel del mar más rápido es la cosecha de mango. La temperatura de igual manera juega un papel importante, lo óptimo para el desarrollo del mango se ubica entre los límites de 4° a 10°C Mínima y de 42° a 43°C como máxima; temperaturas promedio entre 23.7 y 26.0°C permiten acumular alrededor de 1,000 unidades de calor durante la estación del crecimiento. En cuanto a precipitación, el mango se cultiva en lugares donde llueve de 250 hasta 2,500 milímetros; en áreas muy lluviosas, el crecimiento vegetativo es vigoroso, pero a expensas de la fructificación, por lo que la producción es baja. Los climas donde se puede cultivar el mango son climas cálidos húmedos, temperatura media del mes más frío mayo de 18° centígrados, subgrupos de climas semicálidos, y clima seco (los límites entre los secos y los húmedos se establecen por medio de fórmulas que relacionan la precipitación anual con la temperatura y con el régimen de lluvias) (Morales. 2017).

2.1.1 Descripción general del mango

El mango es un fruto de una sola semilla que se conoce como “monospermo” con un mesocarpo carnoso y fibroso que rodea al endocarpo (semilla), también existen los mangos poliembriónicos que se utilizan como patrones y en algunos casos cambia su forma. Posee un mesocarpo comestible de diferente grosor según los cultivares y las condiciones de cultivo. Su peso varía desde 150 g hasta 2 Kg., su forma también es variable, pero generalmente es ovoide-oblonga, notoriamente aplanada, redondeada u obtusa a ambos extremos, de 4-25 cm de largo y 1.5-10 cm de grosor. El color puede estar entre verde, amarillo y diferentes tonalidades de rosa, rojo y violeta. La cáscara es gruesa, frecuentemente con lenticelas blancas prominentes; la carne es de color amarillo o anaranjado, y es jugosa (CONASPROMANGO,2012).

El árbol del mango es una especie tropical arbórea, de vegetación permanente que puede alcanzar de 10 a 40m de altura. Su sistema radicular es bastante particular: cuando la planta es joven éste se profundiza rápidamente, pero tiene muy pocas raíces laterales. El mayor porcentaje de las raíces del mango se encuentra concentrado hasta 1.20m de profundidad (SIAP, 2016).

2.1.2 Principales variedades de mango reconocidas a nivel mundial

Aunque existen más de 1000 variedades de mango en el mundo, las deseadas comercialmente son menos de 10. Esto se puede explicar de acuerdo a los colores del fruto, ya que en cada región dependiendo el clima se da de manera diferente, si se considera que la gran mayoría de las variedades de mango producidas en Asia y África son de color verde (maduran sin adquirir un color amarillo), mientras que las variedades más aceptadas en el mercado internacional son aquellas de colores amarillos, chapeados y con tamaños de entre 350 y 700 gramos que normalmente se dan en países latinoamericanos ya que el clima es favorecedor. Algunos

ejemplos de estas variedades incluyen la “Kent”, “Keitt”, “Tommy Atkins” y “Haden”. Algunas variedades de color amarillo que también son aceptadas en algunos mercados internacionales es el “Carabao” (de Filipinas) en el mercado japonés y el “Ataulfo” y “Manila” (de México) en el mercado estadounidense (Yahia *et al.*, 2011).

Se han clasificado miles de tipos o variedades, sin olvidar que un mismo tipo o variedad puede llamarse de diferentes formas según el país. De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2020), las siguientes son las principales variedades de mango clasificadas de mayor a menor orden de importancia comercial de acuerdo con los mercados occidentales:

- **Tommy Atkins:** variedad de Florida de tamaño mediano a grande (450-700 gr.), aspecto ovalado y ápice redondeado. La coloración es verde y rojiza, con numerosas lenticelas grandes de color verde amarillento. La pulpa es anaranjada, jugosa y fibrosa. Es una variedad productiva y bastante resistente. Su calidad gustativa es media. Está muy extendida en América Latina.
- **Kent:** variedad de Florida de gran tamaño (hasta 800 gr.) y aspecto redondo. Su coloración es verde rojizo con algunas zonas de color amarillo anaranjado, aunque varía considerablemente según las zonas de producción. La pulpa es firme y de color amarillo anaranjado; su piel es poco espesa y resistente. Es una variedad productiva y resistente con una buena calidad gustativa. El Kent se ha convertido poco a poco en el referente del mango. Se trata de una variedad de temporada producida en la mayoría de los países exportadores de América Latina y África.
- **Keitt:** variedad de Florida de tamaño mediano a grande (500-700 gr.) y aspecto oblongo. Su coloración es verde amarillento rosado, con tonos pastel y numerosas lenticelas amarillas. La pulpa es anaranjada, jugosa y firme, con fibras finas poco molestas. Tiene una buena calidad gustativa. Es una variedad productiva de final de temporada. Está muy repartida en América Latina y África. Suele completar las campañas de exportación de la Kent.





- **Palmer:** de tamaño mediano a grande (450- 700 gr.), forma alargada y oblonga y con un ligero pico apical. Su coloración varía de rojo a morado. La piel es espesa y resistente. La pulpa es de color amarillo anaranjado y su calidad gustativa satisfactoria. Se trata de una variedad bastante productiva y de finales de temporada.
- **Amelie:** variedad de las Antillas de tamaño mediano (300-600 gr.), aspecto redondeado y con un pico más o menos marcado. Su coloración es verde anaranjado. La pulpa es de color naranja intenso, sin fibras y tierna. Tiene una buena calidad gustativa. Se trata de una variedad precoz y de temporada, que dio origen al desarrollo de las exportaciones africanas en Europa. No obstante, se ha ido abandonando debido a su coloración poco atractiva (principalmente verde) y su fragilidad para el transporte marítimo.
- **Valencia:** variedad de tamaño mediano a grande (400-700 gr.) y aspecto alargado. Su coloración es verde amarillento con tonos anaranjados. La pulpa es amarillo anaranjado. Tiene una buena calidad gustativa y es bastante precoz.
- **Haden:** variedad de Florida de tamaño mediano (350-550 gr.) y aspecto redondo. Su coloración es amarillo y roja, con lenticelas. Es poco productiva. La pulpa es amarillo anaranjada y un poco acidulada. Tiene una buena calidad gustativa.
- **Irwin:** variedad de Florida de tamaño pequeño (200-350 gr.), forma ovalada y con los laterales ligeramente achatados. Su coloración va desde el amarillo anaranjado al rojo intenso. Tiene una buena calidad gustativa.
- **Osteen:** variedad de tamaño mediano a grande (400-800 gr.) y aspecto alargado. Su coloración varía de verde a morado violáceo. La pulpa es amarillo anaranjado. Es productiva y tiene una buena calidad gustativa. Se cultiva casi exclusivamente en España y, en menor cantidad, en Marruecos.
- **Maya/Aya:** variedad de Israel de tamaño pequeño (200-350 gr.) y aspecto oblongo. Su coloración varía de verde a amarillo intenso. La pulpa es amarillo anaranjado. Tiene una buena calidad gustativa.

- ***Kasturi/Omer***: variedad de Israel de tamaño mediano (300-600 gr.) y forma redondeada. Su coloración varía de verde amarillento a rojo intenso. La pulpa es amarillo anaranjado.
- ***Alphonso, Chausa y Totapuri***: son variedades de origen indio de tamaño pequeño a mediano (200-500 gr.), aspecto alargado y un pico más o menos pronunciado. Su coloración varía de verde a amarillo más o menos intenso. Su piel es anaranjada y muy aromática. Estas variedades están destinadas al mercado de productos frescos, pero también se utilizan ampliamente en la transformación

Esta lista no es exhaustiva. Se pueden añadir otras variedades como la Smith, Springfield, Zill, Ataulfo, Kensington, R2E2, etc (UNCTAD,2020).

2.1.3 Principales variedades de mango en México

Tabla 1. Principales variedades de mango en México

Tipo de mango	Temporada	Sabor	Forma	Color	Textura
Tommy Atkins 	mayo a julio	Suculento	Mediana a grande y ovalada	Verde a amarillo con toques de color rojo	Firme
Haden 	mayo a julio	Ligeramente dulce	Mediana a grande con forma ovalada	Cáscara dorada a verdosa	Firme, bastante fibrosa
Kent 	julio a septiembre	Rico y afrutado	Grande y ovalada	Verde con rubor rojo	Muy suave
Keitt 	agosto y septiembre	Vibrante	Grande y ovalada	Cáscara verdosa con rubor rojo oscuro	Jugoso y delicado

Fuente: Rodríguez *et al*, 2016.

De acuerdo con Morales (2017), las principales variedades de mango se describen como:

Tommy Atkins

Los árboles de esta variedad son vigorosos y producen alrededor de 150 a 265 kilogramos de fruta por árbol. La época de producción de este tipo de mango es a principios de mayo y a mediados de julio. El fruto es moderadamente tolerante a la antracnosis y de excelente calidad predominando el color rojo, y es de forma redonda y tamaño medio, con peso de 300 a 470 gramos. La pulpa es jugosa con poco contenido de fibra; si la fruta no se corta en la etapa óptima tiene problemas de maduración y manejo. Aparte, este tipo de mango tiene un desorden fisiológico afectando el hueso en un ahuecamiento interno de la unión del fruto con el pedúnculo.

Haden

Esta variedad de mango desarrolla árboles vigorosos con una producción alternante de 150 a 265 kilogramos de fruta por árbol. Los frutos de esta variedad son bastante atractivos tanto para el mercado nacional como para mercado internacional presentándose en colores con una base amarilla y con chapeo en color rojo. Su cosecha es principalmente a principios del mes de mayo y a mediados de julio. Los frutos de esta variedad de mango registran un peso de 430 gramos aproximadamente el cual puede variar dependiendo del tipo de suelo donde se cosecha, la consistencia del fruto muestra una pulpa jugosa con poca fibra y de buen sabor dulce, el hueso es plano, la cáscara es semigruesa y es resistente al transporte, pero susceptible a una plaga llamada antracnosis. Produce frutos que maduran rápidamente de la pulpa cerca del hueso, lo cual demerita su calidad.

Kent

Esta variedad de mango también se le conoce como: “petacón”, el árbol presenta un crecimiento vertical vigoroso y con producción alternante. Su rendimiento promedio es aproximadamente entre 100 y 300 kilogramos/árbol. Este tipo de árbol su producción se extiende y tarda un poco más a comparación de otro tipo de variedades, ya que su cosecha va a mediados del mes de julio y a principios de

septiembre. El fruto tiene un peso entre 500 a 825 gramos. Los principales colores que se pueden ver en este tipo de mango son verde amarillento con un ligero chapeo rojo, en ocasiones llegando a ser rojizo del lado en donde tenga una mayor exposición a la luz del sol. El fruto es susceptible a la antracnosis y está más dispuesto al ataque de la mosca de la fruta, esto por consecuencia de la época en la que se cosecha ya que coincide con la temporada de lluvias favoreciendo la propagación de este tipo de mosca. Su principal mercado es el nacional, sin embargo, el mercado de exportación puede crecer si esta variedad se cultiva en regiones más secas.

Keitt

El árbol presenta un crecimiento vigoroso pero desordenado, con largas ramas arqueadas. Esta variedad de mango conforme a su cosecha es alternante y de producción tardía, ya que se cosecha entre el mes de agosto y septiembre; la producción principalmente se destina al mercado nacional y para la industria. El fruto es grande, con un peso entre 600 a 800 gramos y una producción media de 130 a 250 kilogramos por árbol. La base del color del fruto es verde amarillo con chapeo rosa-rojizo; tiene pulpa dulce con escaso contenido de fibra. Esta variedad ha tenido serios problemas en el mercado por su excesivo tamaño y produce gran cantidad de fruta manchada por antracnosis y roña, enfermedades que se ven favorecidas porque la época de corte coincide con la temporada de lluvias.

Manila

Los árboles son vigorosos, productivos, y ligeramente alternantes, su producción es temprana ya que se cosecha entre abril y mayo; producen alrededor de 150 a 200 kilogramos por árbol; los frutos son de tamaño medio con peso de 200 a 275 gramos, son de forma elíptica y color amarillo, con cáscara, pulpa amarilla, firme, dulce, y sabrosa, con alto contenido de fibra. Esta variedad es ampliamente aceptada en el mercado nacional, destinándose al consumo fresco y a la industria.

Ataulfo

Los árboles de esta variedad tienen amplia aceptación en el mercado nacional y de exportación ya que son semi-vigorosos, bastantes productivos y poco alternantes. Su época de producción es temprana, ya que ocurre de mayo a julio, el fruto es de excelente calidad, color amarillo resistente al manejo y con un peso promedio de 200 a 370 gramos; el color de la pulpa es amarillo y no tiene fibra.

2.2 Producción mundial del mango

A comparación del 2017, se tuvo un incremento interanual del 3.3% en el 2018 por lo que en este año la producción agregada mundial de las principales frutas tropicales rondó los 60 millones de toneladas (Tabla 2). En lo que respecta al volumen de producción, el mango siguió siendo la variedad de fruta tropical predominante, debido a la popularidad de este producto en la India, de donde se estima que procede el 38 por ciento de la producción mundial. De toda la producción mundial de frutas tropicales, el mango representó más de la mitad de la producción mundial en 2018 (FAO, 2020).

Tabla 2. Volumen de producción por año en toneladas

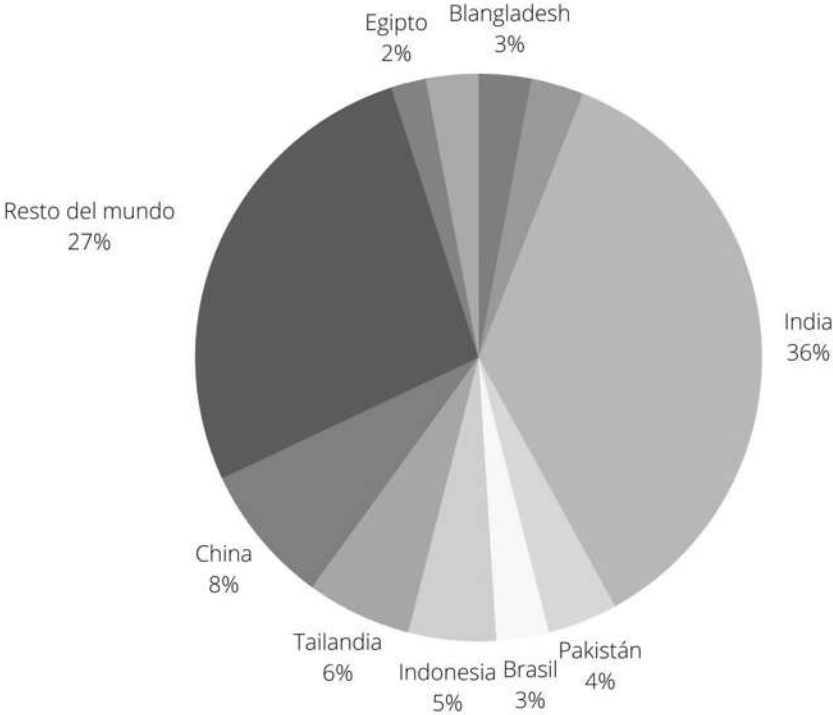
País	Volumen de producción de mango por año				
	(Toneladas)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Bangladesh	992,296	1,220,616	1,375,993	1,517,691	1,407,308
Brasil	1,491,812	1,400,342	1,515,167	1,547,928	1,897,904
China	4,625,632	4,784,312	4,795,244	4,917,519	4,992,114
Egipto	927,352	1,214,242	1,305,134	1,404,232	1,307,869
India	18,431,330	18,527,000	18,643,000	19,506,000	21,822,000
Indonesia	2,733,508	2,176,448	2,184,399	2,566,046	3,083,643
Malawi	1,292,247	1,306,856	1,284,630	1,323,680	1,694,448
México	1,754,609	2,069,959	2,197,313	2,283,192	1,867,298
Pakistán	1,716,882	1,636,473	2,159,046	2,331,736	2,320,050
Tailandia	3,597,589	3,331,113	3,404,745	3,803,164	3,791,208
Resto del mundo	14,795,230	15,303,740	15,574,750	15,837,117	16,004,634
Total	52,358,487	52,971,101	54,439,421	57,038,305	60,188,476

Fuente: Elaboración propia con datos de FAO, 2020.

De acuerdo con la tabla 2, el mayor país productor de mango a nivel mundial es la India colocándose en el primer puesto con 21,822,000 toneladas en el 2018 teniendo un incremento de 2,316,000 toneladas a comparación del año anterior. Por lo que respecta a México, se encuentra en la sexta posición a nivel mundial como país productor de mango con 1,867,298 toneladas en el 2018, por lo que se puede observar un decremento de 415,894 toneladas con respecto del año anterior.

Desde el punto de vista de los países productores, el productor más importante de las frutas tropicales principales sigue siendo la India (ver gráfica 2), con una cuota estimada del 30 por ciento de la producción mundial total de dichas frutas en 2018, debido a su sólida posición en la producción de mango. La India representa aproximadamente el 40 por ciento de la producción mundial total de mango, pero produce principalmente para su mercado interno. Otros productores importantes de frutas tropicales son China y el Brasil, donde la producción también se destina principalmente al consumo interno (FAO, 2020).

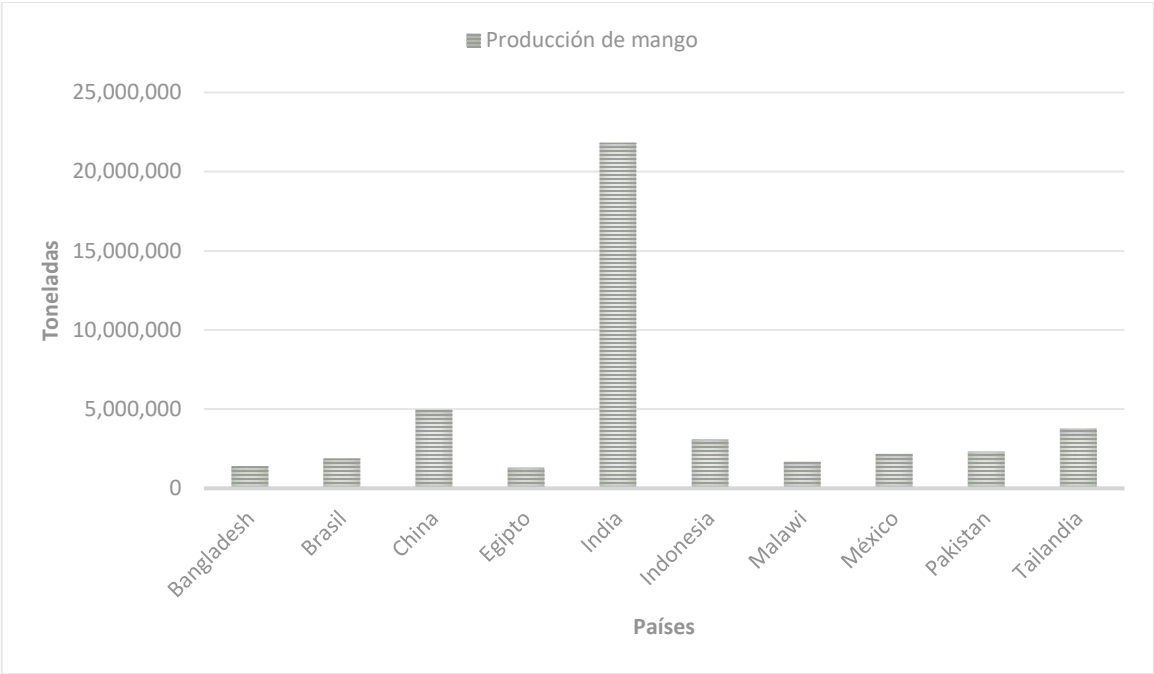
Gráfica 2. Volumen de producción de mango en 2018



Fuente. Elaboración propia con base en datos de FAO, 2020.

De igual manera, se muestra una gráfica de barras donde se aprecia a la India como país líder productor de mango (ver gráfica 3).

Gráfica 3. Principales países productores de mango en 2018



Fuente: Elaboración propia con datos de FAO, 2020.

2.3 Países exportadores de mango

Se han incrementado las exportaciones mundiales de mango 2.1 millones de toneladas en 2019, por lo que se tiene un aumento del 17.9 %, o 321 000 toneladas, en comparación con el año anterior. Uno de los principales motivos de este incremento tan significativo fue un aumento del 84 % de las exportaciones de Tailandia, que alcanzaron las 480 000 toneladas en 2019. Una de las razones por las que creció excepcionalmente rápido las exportaciones de Tailandia, fue por la demanda de importaciones de mango de China; se notificó un incremento de los envíos del 230 por ciento interanual en 2019, hasta alcanzar un total ligeramente por encima de las 300 000 toneladas. Se considera este aumento en las exportaciones internacionales principalmente al aumento de los ingresos y el cambio en las preferencias de los consumidores en China, donde el mango es una

fruta muy solicitada debido a los beneficios para la salud que se le atribuyen donde también la demanda supera a la oferta y el precio de este tipo de frutas en países asiáticos es mayor. En consecuencia, Tailandia superó a México como mayor exportador mundial de mango en 2019 y alcanzó una cuota mundial aproximada del 23% del volumen (FAO, 2020).

Por su parte, las exportaciones de México continuaron beneficiándose del crecimiento de la demanda de importaciones de los EE. UU; que en promedio compra cerca del 90 % de los mangos mexicanos, mientras que el 10 % restante se exporta en su mayoría a Canadá. En el 2019, México notificó exportaciones de 368 000 toneladas de mangos a los Estados Unidos de América, lo que representó un aumento del 5.5 % respecto de 2018. Se pudo observar que países latinoamericanos como Brasil tuvo beneficios en la producción gracias a condiciones meteorológicas favorables durante todo el año, dando lugar a un aumento considerable del 26.6% de las exportaciones del país en 2019, esto hizo posible que Brasil llegara a ser el tercer exportador mundial, con una cuota del 10%. El principal mercado de Brasil es la Unión Europea exportando aproximadamente el 70% y el 20% lo exporta a los Estados Unidos de América. En la Unión Europea, el principal beneficio que tiene Brasil y razón por la cual la Unión Europea es su principal mercado, es por su capacidad de producción perenne de mangos, al igual que la producción de diversas variedades que son populares en mercados de importación europeos clave como Tommy Atkins, Keitt y Kent (FAO, 2020).

Tomando en cuenta a Perú siendo un país que cada vez va tomando más relevancia respecto a la cosecha y producción de mango siendo un importante proveedor de mangos de la Unión Europea, en principios del 2019 se vio dificultado por los efectos adversos de las temperaturas constantemente bajas del largo invierno que ocurrió en ese año, lo cual causó una disminución del 3.9 % durante el año completo en comparación con 2018. Con un volumen total de exportaciones notificado de 200 000 toneladas, Perú representó el 9% de las exportaciones mundiales en 2019. En volúmenes de exportaciones por tipo, el mango continuó suponiendo cerca del 90% de los envíos mundiales (FAO,2020).

2.4 Mango en el contexto nacional

En México el mango se introdujo a finales del siglo XVIII, la primera variedad conocida fue el mango manila (carabao de Filipinas) que fue traído por los españoles en la Nao de China, desde Manila al Puerto de Acapulco (de ahí proviene su nombre). Posteriormente a principios del siglo XIX se introdujeron mangos monoembriónicos desde las Antillas a la Costa del golfo de México, diseminándose por la región tropical del país. A partir de esa introducción de otros tipos de mango, los viveristas particulares introdujeron en 1950 germoplasmas de algunos cultivares obteniéndose en Florida EE. UU., los cuales se distribuyeron en los estados del Pacífico Centro y Norte y después por la región tropical de México. Estos cultivares fueron los que hoy en día se conocen: Haden, Tommy Atkins, Kent, Keitt, Irwin y Zill; también llamados como mangos “petacones” los cuales se cultivan desde entonces en distintos estados del país, ya que su sabor es muy agradable haciéndose popular entre los habitantes de México (SEDER, 2004).

Uno de los principales países productores de mango es México, con 1,958,491 toneladas promedio por año (FAO, 2019). En este país se cultiva una superficie de 206,074.36 hectáreas, produciendo 2,089,041.18 toneladas en el 2019 lo cual representa el 5.35% de la producción a nivel mundial (SIAP, 2020).

2.4.1 Exportaciones de mango mexicano

Entre las frutas que México exporta, el mango ha registrado un ritmo de venta importante, de manera que en 2018 se encuentra entre los 20 productos agroalimentarios que más divisas reportan al país por su venta externa. La superficie con mangifera se distribuye en 23 entidades del país, su cobertura alcanza 206 mil hectáreas, de las cuales 188 están en producción. Lo anterior proyecta una oferta que sustente los requerimientos internacionales de mango (SIAP, 2020).

En 2017 México exportó la mayor cifra de mango anteriormente registrada con 354 000 toneladas a los EE. UU. como consecuencia del notable incremento de la

demanda de importaciones. Aunque la demanda de importaciones siguió siendo sólida, en el año 2018 la sequía y las condiciones meteorológicas que se presentaron en algunas de las principales zonas productoras de México causaron daño en la calidad del producto de exportación, así como una reducción de los suministros, por lo que parte de la cosecha se tuvo que destinar al mercado nacional. Se registraron pérdidas de hasta el 70% en varias de las principales zonas productoras de México de acuerdo con registros de diversos agricultores, lo cual dio lugar a un descenso general estimado de la producción mexicana del 2.7 por ciento en 2018, hasta 1,9 millones de toneladas (FAO, 2020).

El principal país que se beneficia de las exportaciones de mango mexicano es Estados Unidos de América (aproximadamente el 80 por ciento de todos los envíos del país en 2018), pero debido a cambios climáticos, sufrió pérdidas de producción por sequías que afectaron a algunas de sus principales zonas de producción en 2018 (FAO, 2020).

En los últimos años la participación del mango mexicano en el mercado estadounidense se ha venido deteriorando, registrándose un decremento del 20% que ha sido sustituido con una mayor participación de países latinoamericanos como lo son: Brasil, Ecuador, Perú y Guatemala. Otros países que compiten con México por este mercado son Guatemala (Tommy Atkins), Costa Rica (Tommy Atkins) y Haití (Francine). Fuera de la temporada de cosecha en México, los principales países que abastecen a los Estados Unidos son Brasil, Ecuador y Perú con el 11%, 8% y 6.5%, respectivamente. La disponibilidad de fruta importada por Estados Unidos de países sudamericanos en la etapa previa a la entrada del mango mexicano del siguiente ciclo predispone al mercado e impide alcanzar precios atractivos en los primeros meses de la temporada de exportación de México (SAGARPA, 2017).

2.4.2 Principales estados productores de mango

Dentro de los principales estados productores de mango se encuentran: Veracruz, Sinaloa, Chiapas, Nayarit, Oaxaca, Michoacán, Tabasco, Jalisco, Colima, Guerrero, Campeche y San Luis Potosí (SEDER,2004).

El estado con mayor superficie sembrada de mango es Sinaloa con 30,095.87 toneladas, Chiapas con 27,691.19, Nayarit con 25,221.60, Guerrero con 24,952.40 y Michoacán con 22,926.56 toneladas. El principal estado productor de Mango es Guerrero con el 22 por ciento de la producción a nivel nacional, seguido de Nayarit 17%, Sinaloa con 15%, Oaxaca con el 10% y Chiapas con el 9% entre estos cuatro estados acumulan el 73 por ciento de la producción nacional donde el porcentaje restante se lo llevan diversos lugares estados y ciudades de la República Mexicana que conforman lo faltante (Pat *et al*, 2017).

Tabla 3. Top 10 en volumen de producción de entidades federativas 2019

Top 10 en volumen de producción				
Principales entidades				
Rank	Entidad federativa	Región	Volumen (toneladas)	Variación (%) 2017-2018
1	Guerrero	Centro	385,125	2.6
2	Nayarit	Noroeste	322,388	-0.4
3	Chiapas	Sur-Sureste	279,281	5.5
4	Sinaloa	Noroeste	195,969	-47.0
5	Oaxaca	Sur-Sureste	188,675	27.1
6	Michoacán	Centro-Occidente	160,573	5.2
7	Jalisco	Centro-Occidente	114,981	7.5
8	Veracruz	Sur-Sureste	95,741	3.3
9	Colima	Centro-Occidente	58,733	3.0
10	Campeche	Sur-Sureste	31,210	3.1
	Resto		34,623	-6.9
	Total nacional		1,867,298	-4.7

Fuente: SIAP 2019.

2.5 Panorama del mango en Michoacán

2.5.1 Ubicación geográfica del estado de Michoacán

El estado de Michoacán se ubica en la región Centro Occidente de México y tiene una superficie de aproximadamente 60,000 km². Michoacán es uno de los estados más diversos del país en cuanto a tipos de vegetación (Bocco *et al*, 2001).

Michoacán representa el 3% del territorio nacional que lo ubica en el lugar nacional número 16. El estado colinda al Norte con Jalisco, Guanajuato y Querétaro; al Sur, con Guerrero y el Océano Pacífico y al Oeste, con el Océano Pacífico, Colima y Jalisco (INEGI, 2013).

El estado de Michoacán comprende 113 municipios agrupados en seis regiones diferentes que son: Costa, Centro, Occidente, Ciénega, Tierra Caliente y Oriente.

2.5.2 Región de Tierra Caliente Michoacán

La región de Tierra Caliente está conformada por los municipios de Huetamo, Nocupétaro, San Lucas, Tiquicheo de Nicolás Romero, Parácuaro, Tuzantla, La Huacana, Tepalcatepec, Apatzingán, Gabriel Zamora, Lombardía, Churumuco, Turicato, Nuevo Urecho, Aguililla, Carácuaro de Morelos, Nueva Italia y Buenavista. La producción de mango se concentra principalmente en los municipios de Múgica, Gabriel Zamora, Nuevo Urecho y Parácuaro, además de los municipios de San Lucas y Lázaro Cárdenas.

Las variedades de mango que se cultivan en Michoacán son el Haden, Manila, Kent, Ataulfo, Diplomático e Irwin. Desde hace tiempo se tienen problemas con los productores de mango, que están organizados en el Consejo Estatal del Mango, pero que no tiene un padrón de producción de la fruta, ni las variedades más demandadas en el mercado nacional e internacional (Chávez *et al*, 2005).

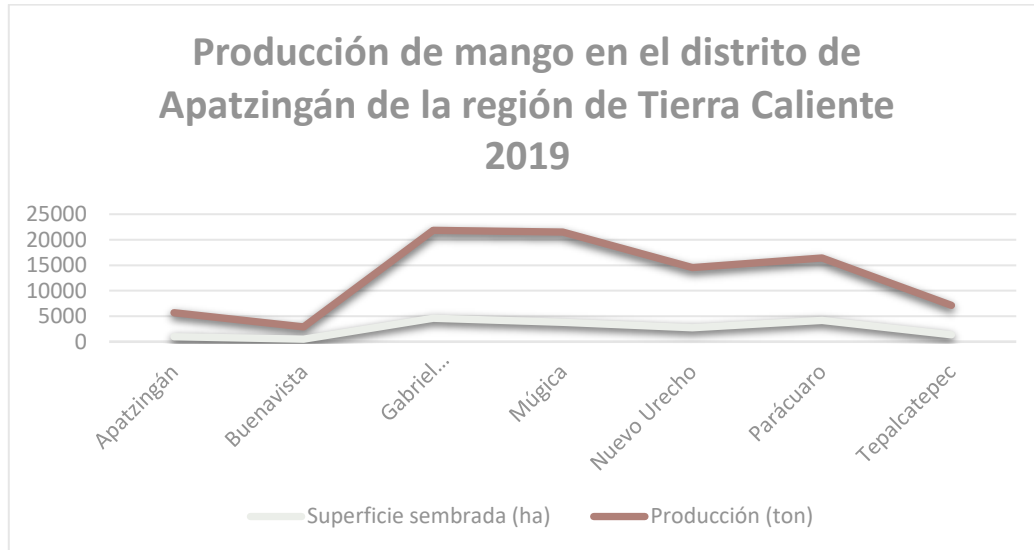
La superficie en donde más destacan los cultivares de mango como Haden y Tommy Atkins que ocupan casi 90% de la superficie sembrada es en la región de

Tierra Caliente. Los cultivares como Ataulfo, Kent y Keitt se encuentran en la región, pero en menores proporciones. Dentro de los factores que limitan la producción de mango en el estado de Michoacán las plagas y enfermedades son uno de los factores más importantes, así como la “escoba de bruja” que es la malformación del tejido floral y vegetativo el cual se encuentra como el problema fitosanitario más importante del cultivo reportado por los agricultores ya que se estima que ocasiona pérdidas de la producción de entre 40 y 90% en el estado (Ayala *et al*, 2020).

Los productores de mango tienen problemas con los sistemas de riego, que es obsoleto y hace falta mejorar. Aunado a ello, se encuentra el problema de sanidad, la mosca de la fruta y los altos costos en la distribución, además de la falta de normas mexicanas para la comercialización del mango que redundarían en mejorar la calidad del producto. Por último, la falta de empacadoras y el desconocimiento de tipos de empaque y embalaje para su exportación, el desconocimiento del mercado internacional, su funcionamiento, el precio internacional y la demanda día a día (Chávez *et al*, 2005).

2.5.3 Producción de mango en la región de Tierra Caliente

Gráfica 4. Producción de mango en el distrito de Apatzingán de la región de Tierra Caliente 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP y SAGARPA 2019.

En la producción del distrito de Apatzingán en la región de Tierra Caliente la producción estatal para 2019 fue de 161,716 toneladas, de donde destacan principalmente el municipio de Gabriel Zamora con 21,837 ton de 4,598 ha sembradas, el municipio de Música con 21,512 ton de 3,810 ha sembradas, el municipio de Parácuaro con 16,421 ton de 4,185 ha sembradas, el municipio de Nuevo Urecho con 14,524 ton de 2,744 ha sembradas, el municipio de Tepalcatepec con 7,127 ton de 1,330 ha sembradas, el municipio de Apatzingán con 5,666 ton de 993 ha sembradas y el municipio de Buenavista con 2,893 ton de 493 ha sembradas (SIAP, SAGARPA 2019).

2.6 Estados Unidos como mercado meta para exportar mango

El mercado seleccionado para la presente investigación fue Estados Unidos de América ya que es el país con mayor porcentaje de exportaciones de mango mexicano por lo que la cercanía que se tiene con México facilita la comercialización de este producto.

De acuerdo con la Asociación de Empacadoras de Mango de Exportación (EMEX,2019), El mango se ha posicionado como uno de los frutos tropicales más comercializados del mundo incrementando su venta, solo después del plátano, piña y aguacate. El 2% de exportación de mango se realiza en pulpa o jugo, mayormente se exporta como fruta fresca.

Estados Unidos y Canadá son los países que más importan mango adquiriendo el 98% de las importaciones, aunque el envío de mango mexicano realiza a 28 países los países mencionados anteriormente son los principales. La importación de mango mexicano tiene como principales clientes a Estados Unidos y Canadá, pues solicitan de México el 66% y 64%, respectivamente, del total de lo que demanda su mercado interno (EMEX, 2019). Recientemente se ha reportado un alza en la demanda de los países importadores de mango del 35%, mientras que la solicitud del mercado nacional sólo representa un 19% de la producción (EMEX, 2019).

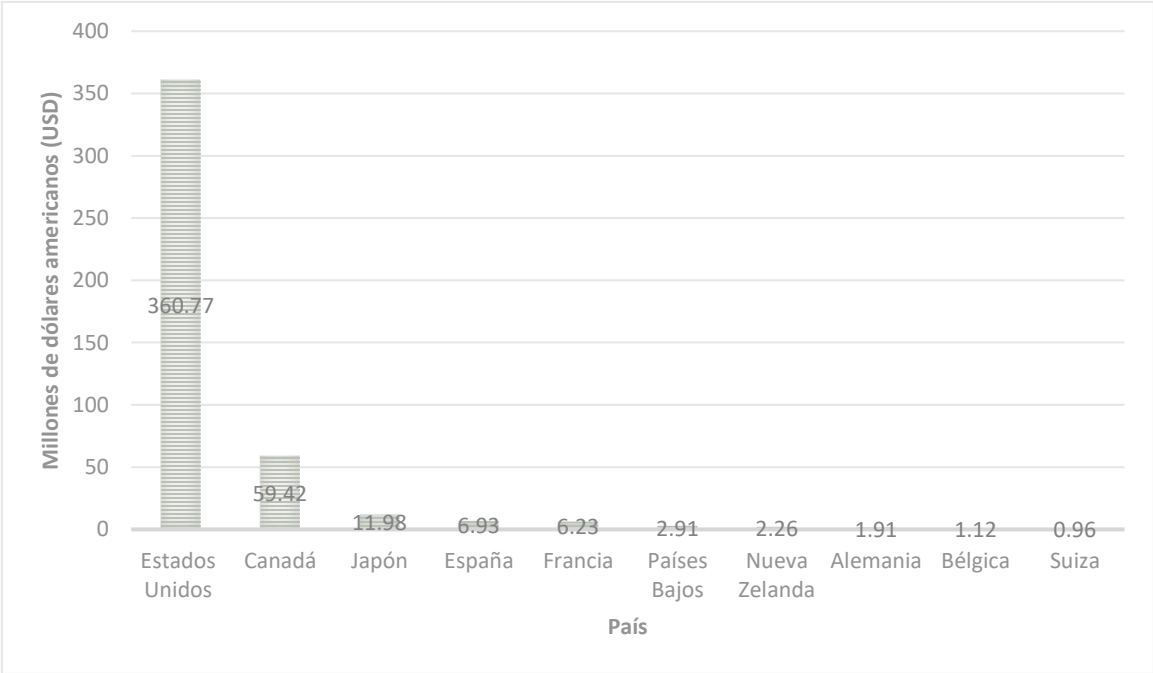
Sin lugar a dudas, la cercanía de México con los Estados Unidos, principal país importador, le da una ventaja comparativa frente a otros países exportadores. La calificación de la competitividad de la cadena del mango está referida a este mercado meta (Fernández, 2017).

En lo que respecta a las importaciones, los EE. UU. siguieron siendo el mayor receptor del mango y alcanzaron un volumen de importaciones de cerca de 500 000 toneladas en 2019, lo que supuso un 26% del total de las importaciones mundiales. El aumento de los ingresos y la mayor sensibilización sobre nutrición en relación con los beneficios para la salud que se atribuyen al consumo de frutas están respaldando la demanda de importación de mangos en los Estados Unidos de América, sobre todo teniendo en cuenta la baja producción nacional. Como se ha señalado anteriormente, en China se observaron factores similares causantes del incremento en el consumo de mango y mangostán. Como consecuencia del rápido crecimiento de sus importaciones de mangostán, China aumentó su cuota del volumen de importaciones mundiales a un 20% (esto es, aproximadamente 380 000 toneladas), con lo que superó a la Unión Europea como segundo mayor importador a nivel mundial (SIAP,2019).

Entretanto, las importaciones de la Unión Europea aumentaron un 1.7% debido al incremento de la oferta del Brasil, el mayor proveedor de los mercados de la Unión Europea junto con Perú. En este sentido, la Unión Europea representó una cuota del 21% del volumen en 2019, lo que supuso una bajada respecto del 23% en el 2018. Los datos provisionales indican que la disponibilidad per cápita del mango aumentó ligeramente en 2019 y alcanzó aproximadamente 1.6 kg en los Estados Unidos de América y 0.9 kg en la Unión Europea, en comparación con 1.5 kg y 0.8 kg en 2018, respectivamente. En ambos mercados de importación, la creciente sensibilización sobre nutrición está contribuyendo a despertar el interés en esta fruta (SIAP, 2019).

En la siguiente gráfica se muestra que el principal país que importa mango de México es EE. UU. Con 360.77 millones de dólares (USD) en el año 2018.

Gráfica 5. Principales países que importan de México



Fuente: International Commodity Trade Database (COMTRADE, 2018).

CAPÍTULO III. MARCO
TEÓRICO: COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

3.1 Negocios internacionales

En las últimas décadas los negocios internacionales han tenido un gran impacto dentro de la economía mundial por lo que en consecuencia han traído una creciente competencia entre las empresas por lo que en la presente investigación se hizo necesario conocer el concepto de negocios internacionales y la manera en que se relacionan con la competitividad.

Las relaciones comerciales entre países han recorrido un largo camino, desde sus primeras manifestaciones como el trueque hasta la actual diversificación y especialización (Rodríguez, 2007).

Los negocios internacionales son el estudio de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y organizaciones. Estas actividades económicas son operaciones comerciales, como en el caso de exportar o importar bienes, y la inversión directa de fondos en compañías internacionales. Cerca del 80% de la inversión directa la realizan las 500 empresas más grandes del mundo; representan más de la mitad del comercio internacional. Así pues, el estudio de los negocios internacionales se centra en las actividades de las grandes empresas multinacionales o transnacionales, con sede en un país, pero con operaciones en otros (Rugman *et al.*, 1997).

Los negocios internacionales son las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países. Es importante en los negocios internacionales que los empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de la empresa y la oportunidad de explorar nuevos mercados (Hilda *et al.*, 2016).

Dentro de un mundo globalizado los negocios internacionales son la palabra clave ante las exportaciones con la finalidad de dar a conocer nacionales para el uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado

fuera de la frontera de un país. En la actualidad los negocios internacionales se han vuelto muy importantes para el crecimiento de un país y para la apertura internacional de las empresas, esto ha hecho que las empresas en el mundo logren un crecimiento, una penetración en los negocios internacionales y un intercambio comercial de los productos (Hilda *et al*, 2016).

3.1.1 Definiciones

Los negocios internacionales se nutren de un marco de referencia que oscila entre la teoría económica, que explica las causas y consecuencias del comercio internacional, y los aspectos políticos que determinan la negociación (Márquez, 2015) lo cual se entiende como una interpretación de las definiciones de negocios internacionales de diversos autores.

Desde la percepción de Hill (2001), los negocios internacionales corresponden a cualquier firma que participa en una actividad de comercio o de inversión internacional. Aunque, si bien las empresas multinacionales se definen como negocios internacionales, una empresa no tiene que convertirse en multinacional, invirtiendo directamente en operaciones en otros países, para participar en los negocios internacionales. Lo único que una firma debe llevar a cabo consiste en la exportación o la importación de productos (Hill, 2001).

En acuerdo a lo expuesto en Daniels (2007), las transacciones comerciales entre dos o más países son conocidas como negocios internacionales. En esas transacciones (privadas o públicas) se incluyen el comercio de bienes o servicios, la inversión y el transporte. De acuerdo con el autor, menciona que las empresas que hacen negocios internacionales deben salir de su zona de confort y hacer negocios de una manera diferente. Por lo general todas las empresas de carácter privado su principal interés para hacer negocios internacionales es generar utilidades y en muchas ocasiones el gobierno o sector público realizan transacciones para generar utilidades obteniendo beneficios para su comunidad.

Para Czinkota (2007), los negocios internacionales “consisten en transacciones diseñadas y realizadas entre fronteras nacionales para satisfacer los objetivos de individuos, compañías y organizaciones. Dichas transacciones toman varias formas, que a menudo se interrelacionan”. Las transacciones básicas son importaciones, exportaciones y la inversión extranjera directa.

Por su parte, para Wild (2008), los negocios internacionales son cualquier transacción por fuera de las fronteras nacionales, concibiéndose por transacciones lo relacionado con las importaciones y exportaciones. Los acontecimientos diarios indican que todos los individuos tienen relación con los negocios internacionales a través de sus actividades cotidianas.

Adicionalmente para Wild (2008), el estudio de los negocios internacionales se desarrolla dentro de una perspectiva global que se compone de tres ambientes: El de los negocios a nivel nacional, el de los negocios en el ámbito internacional y la administración de los negocios internacionales de las compañías. La relación entre los tres ambientes se genera por la influencia que los dos primeros ejercen sobre el último (Márquez, 2015).

Los negocios internacionales son todas las transacciones de negocios privadas y gubernamentales que implican a dos o más países. Las compañías privadas realizan esas transacciones con afán de lucro; los gobiernos pueden o no perseguir lo mismo en sus respectivas transacciones (Rodríguez, 2007).

Los negocios internacionales son el conjunto de transacciones que se realiza entre 2 o más países. Se puede deducir que el negocio internacional abarca exportaciones e importaciones, así como financiamientos e inversiones. No obstante, cada país contiene su regulación jurídica para establecer la forma y los requisitos para llevar a cabo el intercambio internacional de bienes y servicios (Hilda *et al*, 2016).

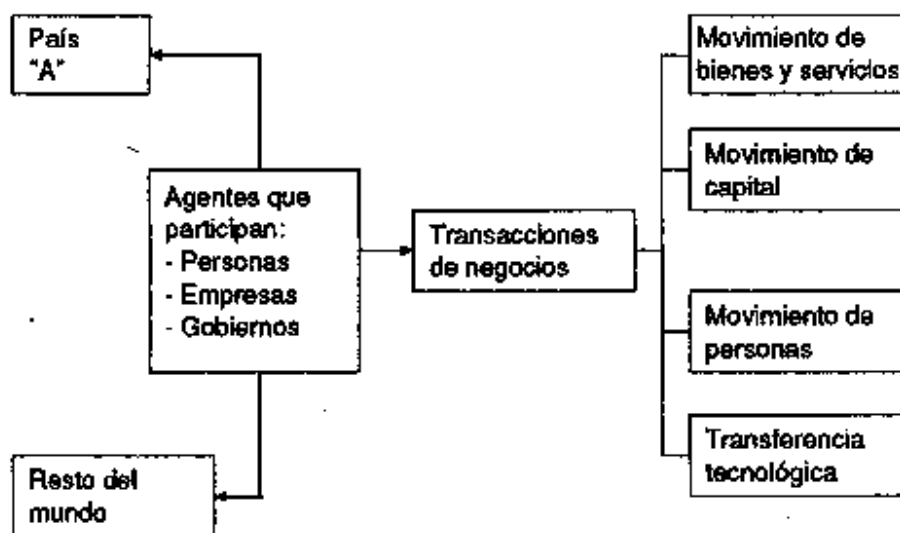
Los Negocios Internacionales es un fenómeno que satisface las necesidades que las naciones y los seres humanos tienen de intercambiar bienes y servicios. Las empresas no sólo se limitan a llevar a cabo operaciones a nivel local, sino también

suelen contactarse con organizaciones ubicadas en otros países para emprender diversos tipos de negocios. Los negocios que emprende una empresa local con otra, ubicada en otro país y que se origina mediante una transacción, un acuerdo o un convenio, es lo que constituyen los negocios internacionales. Innumerables empresas internacionales operan sus negocios con éxito, compitiendo a nivel global y sin fronteras (Contreras, 2019).

Los negocios internacionales son las transacciones de negocios que ocurren entre personas, empresas o gobiernos de dos a más países. Estas transacciones son las que originan el movimiento de bienes y servicios, de capital, de personas, así como la transferencia de tecnología, que se realizan fuera de las fronteras nacionales (Mitre, 2019).

En la siguiente ilustración se muestra la dinámica de los negocios internacionales señalando que los principales agentes que participan en las transacciones de negocios de un país a otro son: las personas, las empresas y los gobiernos.

Ilustración 1. Dinámica de los negocios internacionales



Fuente: Mayorga *et al.*, 1992.

3.1.2 Escuelas que abordan el concepto

Conforme van pasando los años, es de suma relevancia el estudio de las distintas teorías en las que se sustentan los negocios internacionales, las cuales parten de diversos planteamientos que, desde su contexto histórico, se han señalado aportaciones que han permitido dotar de sustento las normativas de los intercambios comerciales. Es decir, el estudio de los aspectos teóricos de los negocios internacionales ha ido evolucionado desde el siglo XVI con la escuela Mercantilista, en donde se proponía que para poder obtener una balanza comercial superavitaria era necesario que el Estado impulsara la obtención de beneficios de la nación por medio de políticas proteccionistas. En el siglo XVIII; los clásicos propusieron el libre comercio, la cual se deriva a partir de la teoría de la Ventaja Comparativa Absoluta de Adam Smith y la Teoría de la Ventaja Relativa de David Ricardo, escuela que tuvo vigencia hasta principios del siglo XX, durante este tiempo el libre comercio se vio afectado por crisis del capitalismo provocando el crecimiento del desempleo, la pobreza y el desarrollo de las políticas económicas fascistas, y hasta cierto punto cuestionado ante el desarrollo del socialismo (Chávez *et al.*, 2017).

El estudio del comercio exterior ha formado parte del cuerpo teórico de la economía desde tiempos de Adam Smith y David Ricardo. Después de realizar una revisión a como es la economía en la actualidad, la corriente clásica es muy diferente al actual entorno económico, político y social en los que surgieron los estudios de la corriente clásica, aun así, es de relevante importancia el análisis del planteamiento clásico ya que constituye el fundamento para poder tener una mejor comprensión de la teoría y tener el razonamiento de la lógica de los posteriores desarrollos de la teoría del comercio internacional (Delfín, 2012).

El motivo de la creación de La teoría del comercio internacional fue como una respuesta liberal a las restricciones mercantilistas en contra del libre cambio, ya que

una pequeña diferencia en costo de acuerdo a lo que demuestra Smith puede ser suficiente para beneficiarse del intercambio entre países; tiempo después Ricardo refuerza la idea de Smith considerando a la ventaja absoluta como un caso especial de una idea menos rigurosa, como lo es la ventaja comparativa, reafirmando los beneficios del comercio (Bolaños, 1999).

Es importante mencionar las siguientes teorías para una mejor comprensión del comercio, donde las menciona en su libro “Introducción a los negocios internacionales” Mayorga *et al.* (1992):

Teoría mercantilista.

El sistema mercantilista prevaleció en el continente europeo entre los siglos XVI y XIX, cuando se inició la conformación y desarrollo de las Naciones-Estado modernas. En aquel entonces se tenía la idea de que la centralización del poder y la fuerza de la nación y en especial de su gobierno se incrementarían con el crecimiento del bienestar citado en Rugman *et al.*, (1985). El bienestar del país, a su vez, aumentaría con el crecimiento de su riqueza, representada en la cantidad de oro que éste mantenía en su poder. Este es el caso de España, entonces considerada como una potencia y que atesoró el oro que sus colonias de América le proporcionaban. Según la teoría mercantilista, las operaciones de exportación incrementarían las reservas en oro acumuladas por los países, como resultado del intercambio de bienes por oro; mientras que las importaciones generarían un efecto contrario: al ocasionar la salida de oro del país, debilitarían el poder y la fuerza de su gobierno. Por lo tanto, según esta teoría las exportaciones eran consideradas como elementos favorables, debiendo ser promovidas, mientras que las importaciones eran calificadas como desfavorables. Así, el poder y la fuerza de la nación se incrementarían sólo con el mayor incentivo a las exportaciones (Mayorga *et al.*, 1992).

Su sistema económico estaba compuesto principalmente por tres sectores, el primero el sector rural, un sector manufacturero y las colonias. Las metrópolis europeas apreciaban a sus colonias como una fuente de obtención de materias primas y metales preciosos (Appleyard & Field, 2014).

De acuerdo con esta teoría, la principal meta de los países era atesorar oro como un mecanismo para movilizar los recursos reales a fin de proteger sus intereses. Desde esta perspectiva, su más importante propósito fue lograr una estabilidad militar que le garantizara seguridad. También se pretendió incrementar la producción doméstica y el nivel de empleo a través de un mayor comercio, para lo que se impulsó fundamentalmente la actividad exportadora. Hay sin embargo varios argumentos contra esta teoría citado en Rugman *et al.*, (1985). La principal crítica se basó en que no todos los países podían, en forma simultánea, incrementar sus exportaciones, pues en determinado momento algunos países debían ser exportadores y otros importadores. Otro punto débil de esta teoría fue no considerar que puede ser beneficioso para una economía crecer tomando en cuenta la existencia de ventajas comparativas. Pretender incrementar la cantidad de oro atesorado a través de las mayores exportaciones y la sustitución de las importaciones podría implicar la utilización indiscriminada de los recursos de la nación, sin tomar en cuenta su uso más eficiente, lo que terminaría siendo perjudicial o poco beneficioso para el país (Mayorga *et al.*, 1992).

Teoría de la ventaja comparativa absoluta.

Según este principio, sustentado por Adam Smith, la nación que se especializa en la producción del bien en el que es más eficiente puede llegar a alcanzar un incremento de su bienestar a través del comercio. De esta manera, el comercio se realiza porque un país o una región posee una ventaja sobre otra en la producción de un bien específico. Ejemplos de esto son la exportación peruana de cobre a Europa y la exportación chilena de uva a los Estados Unidos. En ambos casos la actividad exportadora se justifica porque Perú y Chile mantienen una superioridad

en la disponibilidad y en la estructura de costos de estos productos (el cobre y la uva). La ventaja absoluta puede proceder de una serie de factores, como el clima, la calidad de la tierra, la disponibilidad y acceso a los recursos naturales, o de la diferencia en la disponibilidad y productividad de los factores de producción con los que cuenta cada país, como mano de obra, capital y tecnología citado en Robock *et al.*, (1983).

Así, por ejemplo, aquellos países ubicados en zonas tropicales, que poseen materias primas de origen agrícola, y pueden producir con éxito dadas las condiciones climatológicas, adquieren una ventaja (derivada del clima) frente a aquellos países sumamente fríos, donde no es posible producirlos, por lo que les resulta más conveniente importarlos. En este sentido, Perú, por ejemplo, posee una ventaja climatológica para la producción de espárrago, que puede producir durante todo el año. Del mismo modo, la disponibilidad de determinados recursos naturales otorga una ventaja al país que los posee. Un país puede tener recursos específicos -por ejemplo, minerales-, y, a diferencia de aquellos que no los poseen, mantener una superioridad en la disponibilidad física de estos bienes. Sin embargo, los países no se encuentran lo suficientemente dotados de todos los recursos naturales, razón por la cual no están en condiciones de mantenerse en forma independiente del resto del mundo, o de mantener una posición autárquica. Requieren, por ello, seguir comercializando y relacionándose unos con otros (Mayorga *et al.*, 1992).

Smith argumentaba que al especializarse en la producción de mercancías que tuviera una ventaja absoluta, elaboraría de mejor manera y con mayor eficiencia los bienes, es decir, que se utilizaría menor cantidad de trabajo para fabricar el mismo bien. Así cada nación se beneficiaría del comercio internacional exportando el bien que genera con menor costo, mientras que importaría el otro bien que le genera un costo mayor (Bajo, 1991).

De acuerdo con Appleyard & Field (2014) para demostrar que no es suficiente que existan ventajas absolutas entre países para aumentar su beneficio, aparece David

Ricardo utilizando una serie de supuestos para dar paso a lo que hoy en día se conoce como el principio o teoría de la ventaja comparativa la cual se explicará más adelante, los pasos se muestran a continuación:

- Cada país tiene su dotación fija e idéntica de recursos.
- Los factores de producción son móviles entre usos alternativos dentro de un país, los precios de los factores son iguales entre los usos alternativos.
- Los factores de producción son inmóviles entre países, por lo que los precios pueden ser diferentes antes del comercio.
- Se emplea una teoría de valor trabajo, por lo que no se utilizan otros insumos o si existen otros insumos están medidos en relación al trabajo o la relación insumo/trabajo es igual.
- El nivel de tecnología es fijo en ambos países.
- Los costos unitarios de producción son constantes.
- Hay pleno empleo.
- Existe la competencia perfecta, ningún productor o consumidor es demasiado grande para influir en el mercado, por lo que todos aceptan los precios y son iguales al costo marginal de producción.
- No existen impuestos a la actividad económica por parte del gobierno.
- No hay costos de transporte interno y externos son de cero.
- Se limita al análisis de dos países y dos bienes primarios.

Teoría de la ventaja comparativa.

La doctrina de la ventaja comparativa fue introducida por David Ricardo a inicios del siglo XIX, a fin de explicar las fuerzas que determinan la importación y exportación de los productos. Esta doctrina muestra que es posible obtener una ventaja mutua como resultado del comercio entre dos países, aun cuando sólo uno de los participantes tenga la ventaja absoluta en la producción de todos los bienes que van a ser comercializados. Esto es posible porque la teoría supone la existencia de costos relativos diferentes entre países, lo que resulta más importante que la

diferencia en los costos absolutos que puede existir entre ellos citado en Daniels *et al.*, (1982).

El concepto de la ventaja comparativa puede ser explicado a partir del siguiente ejemplo, tomando en cuenta los siguientes supuestos (Gray, 1987): a) Se tiene dos países: los Estados Unidos y el Perú, y dos bienes: maíz y trigo, que van a ser considerados como ejemplo; b) Existe pleno empleo de recursos; c) Los costos de producción no varían con el nivel de producción y están expresados con base en los factores de producción (unidades productivas); d) No existen costos de transporte; e) La calidad de los bienes no varía entre países; f) Los factores de producción (unidades productivas) pueden ser movibles en cada país, pero no entre países; y, g) Uno de los países (en este caso Estados Unidos) tiene una ventaja absoluta en la producción de ambos bienes (Mayorga *et al*, 1992).

Los supuestos de los economistas clásicos son muy fuertes para aplicarlos a la "realidad" económica; sin embargo, nadie discute las conclusiones a las que llegan Adam Smith y David Ricardo en tanto las economías se complementen (comercio interindustrial) y, por ende, haya necesidad de intercambiar. La cuestión es si esto no es una justificación para una pérdida constante en los términos de intercambio, donde los países más desarrollados exportan manufacturas mientras que los menos desarrollados importan materias primas. En la realidad los términos de intercambio se ajustan más a economías sustitutas, en las que existen imperfecciones en el mercado y donde a pesar de ello —contradiendo el pensamiento clásico— el comercio continúa y, en algunos casos, se incrementa, como se dedujo de la integración europea en 1957, cuando naciones desarrolladas y sustitutas incrementaron su comercio (intraindustrial) (Lombana *et al*, 2009).

3.1.3 Medición de los negocios internacionales

Para poder medir los negocios internacionales cada entidad u organismo mide diferentes variables para construir el indicador. Si bien algunos índices miden todos los aspectos del atractivo comercial, todos ven desde un ángulo diferente y son estas diferencias en la metodología las que realmente son clave para interpretar los resultados y ayudar en la investigación. Algunos se centran específicamente en la inversión extranjera, mientras que otros examinan la institucionalidad y calidad de las condiciones comerciales para todas las empresas (Apaza, 2017).

- ***Índice de facilidad para hacer negocios del proyecto Doing Business del Banco Mundial***

El índice de facilidad para hacer negocios (doing business index), mide la calidad de las regulaciones y la eficiencia de las transacciones comerciales entre el gobierno y las pequeñas y medianas empresas (pymes) de propiedad nacional, la base de datos cuantifica las regulaciones que afectan el desarrollo de las empresas. Los indicadores de Doing Business son comparables para más de 180 economías o países. No mide las condiciones macroeconómicas, la corrupción, el costo de la mano de obra y el capital u otros factores que afectan la probable rentabilidad de las nuevas empresas comerciales (Banco Mundial, 2019).

- ***Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial***

El Índice de Competitividad Global (The Global Competitiveness Index), es el más completo que el índice doing business, incluye datos más amplia, así como opiniones comerciales sobre una variedad de cuestiones, incluidas instituciones, trabajo, infraestructura y salud. No tiene un enfoque empresarial específico, sino que evalúa la capacidad de los países para proporcionar altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos. El Informe de Competitividad Global, anualmente publica una evaluación amplia del funcionamiento económico de los países a través de múltiples factores. Captura la información a través de encuestas y reúne las

percepciones y observaciones de los líderes empresariales de los países (Fondo Económico Mundial, 2017).

- ***Informe de Inversión Mundial (UNCTAD) de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)***

Se centra en la inversión extranjera directa (IED) en el mundo a nivel nacional y subnacional y en las políticas emergentes para mejorar su contribución al desarrollo. Dentro de cada edición que se presenta del informe, contiene análisis de tendencias de IED precedentes, así como un listado de las mayores transnacionales; un análisis profundo de temas vinculados a la IED, recomendaciones de política y un anexo estadístico con datos de flujo y stock para 196 economías (UNCTAD, 2020).

3.2 Relación entre negocios internacionales y competitividad.

La posible consecuencia conforme a el comercio internacional se debe a una especialización completa en la producción de los bienes en los que se tiene una ventaja comparativa, como se pudo observar anteriormente en las teorías clásicas; además, la ganancia que un país recibe del comercio será mayor, entre más parecidas sean las relaciones de intercambio internas de cada país. En el estado de Michoacán, un estado eminentemente agrícola, se tiene una ventaja comparativa respecto de otros estados de la república debido a su especialización en los subsectores frutícola y hortícola; por lo tanto, en el momento de realizar el intercambio comercial entre países se obtendrá una mayor ganancia si los productos exportados tienen una mayor competitividad que el de los otros países que envían productos iguales o similares (Delfín, 2012).

La competitividad es una medida relativa, aplicada sobre una economía nacional en referencia a otras, o de una rama productiva respecto a otra del mismo país o de otros países. Mayor competitividad significa que un país tiene mejores posibilidades de competir que otro cuando menos en precio, calidad y flexibilidad tecnológica. O

bien, que en el sistema internacional un país tiene mejores resultados que otro, es más agresivo y penetra con nuevos productos y con mayor facilidad. Como medida relativa, el concepto de competitividad tiene una gran limitación: no permitir apreciar la existencia de productos con alto potencial exportador (PE) que requieren adecuar algunos procesos para convertirse en exportaciones reales (Solari *et al*, 2007).

De acuerdo a estudios acerca del comercio internacional se pudo observar que la economía, presenta ciclos económicos y de negocios más cortos, en donde para el caso mexicano, se puede tratar de un estancamiento económico provocado por diversos factores, tanto políticos, como económicos y sociales. Para solucionar esta situación, es preciso que las organizaciones generen innovaciones para poder participar en el contexto internacional de manera competitiva, innovaciones que obedezcan a estructuras que conformen constantes cambios en las personas e instituciones involucradas, con los que se tenga la capacidad para motivar las expectativas de los oferentes y demandantes en mercados nacionales e internacionales que logren satisfacer los gustos y preferencias en un mundo globalizado (Chávez *et al*, 2017).

La economía clásica y la neoclásica, considera que el comercio internacional es benéfico para la competitividad, y que la fuente principal del crecimiento es la acumulación de los factores productivos y el desarrollo tecnológico entre los países integrantes. En efecto, permitieron explicar el crecimiento por la vía del sector externo, gracias, por ejemplo, a la inclusión de la productividad marginal de los insumos importados. En este orden de ideas, vale la pena resaltar el planteamiento de Krugman (1995), en el cual se establece que la tasa de crecimiento de una economía está explicada por lo ocurrido en el sector externo, específicamente, en las elasticidades ingreso de la demanda de las importaciones y las exportaciones (Beltrán, 2012).

La competitividad internacional se puede alcanzar mediante dos vías: a) la tradicional opción de reducir costes y precios relativos; y b) las nuevas vías de competencia fundamentadas en la “diferenciación de productos” (mediante estas

técnicas se pretende que el consumidor perciba las mercancías como únicas y diferenciadas), la segmentación de mercados, la marca, la calidad y los servicios a los clientes (Novella, 1995).

3.3 Competitividad

La competitividad determina el éxito o fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que favorecen su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. La estrategia coadyuva en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es lograr que la empresa alcance una posición rentable y sustentable tomando en cuenta a las fuerzas que rigen la competencia en la industria (Porter, 1990).

La competitividad es uno de los conceptos más asiduamente estudiados y al mismo tiempo más controvertidos en ámbitos de investigación académica, empresariales, gubernamentales y medios de difusión (Aguilasocho *et al.* 2014). Se puede destacar que la competitividad es un concepto más amplio que otros relacionados al desempeño o eficiencia. La competitividad, en términos generales, está relacionada con tener mejores habilidades y capacidades que los competidores, e involucra tanto los resultados obtenidos hasta ahora como la percepción del potencial de las compañías (Orozco, 2012).

De acuerdo con Porter (1990), la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse. Las empresas obtienen ventajas frente a los mejores competidores del mundo debido a la presión y el desafío. Se benefician de tener rivales domésticos fuertes, proveedores nacionales agresivos y clientes locales exigentes.

Según Girón (2019) menciona que, con relación a la competitividad, debe señalarse que pese a lo importante de la cantidad de tareas que hay actualmente acerca del tema y de la importancia de este, hoy en día no existe acuerdo acerca de la misma definición por los diferentes elementos que participan en su establecimiento. No

obstante, en caso hay consenso de que la competitividad se comprende a partir de un enfoque micro (empresa) y macro (agregado local). A partir del enfoque macro, la competitividad se entiende como la destreza de una nación, en contextos de mercado abierto, fabricar bienes y servicios en los mercados locales y extranjeros, en tanto que conserve o incremente la renta local. A partir del enfoque micro, la competitividad designa la destreza de una empresa para producir bienes y servicios destinados a su cuota intervención frecuente.

La competitividad es una medida relativa, aplicada sobre una economía nacional en referencia a otras, o de una rama productiva respecto a otra del mismo país o de otros países. Mayor competitividad significa que un país tiene mejores posibilidades de competir que otro cuando menos en precio, calidad y flexibilidad tecnológica. O bien, que en el sistema internacional un país tiene mejores resultados que otro, es más agresivo y penetra con nuevos productos y con mayor facilidad. Como medida relativa, el concepto de competitividad tiene una gran limitación: no permitir apreciar la existencia de productos con alto potencial exportador (PE) que requieren adecuar algunos procesos para convertirse en exportaciones reales (Solari *et al*, 2007).

3.3.1 Definición

De acuerdo con algunos autores, para definir el concepto de competitividad mencionan lo siguiente:

Para la organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE), la competitividad está definida como el grado en que un país es capaz de producir, bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios acorde a las necesidades de los mercados internacionales, manteniendo o incrementando, paralelamente, los ingresos reales de la población en el largo plazo (OCDE, 1992).

Para Bueno *et al* (1987), citado en Camacho (2017) la competitividad es la capacidad de una organización para desarrollar y mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permita disfrutar de una posición favorable en el entorno en el que actúa; en otras palabras, generar recursos, habilidades, conocimientos y atributos que hagan posible la obtención de unos resultados superiores a sus competidores.

La competitividad es la medición comparativa del rendimiento que tiene una persona u organización en relación con otras personas u organizaciones que realizan esfuerzos semejantes, por lo que se requiere identificar el producto y servicio, definir los clientes, el mercado y definir de un modo cuantitativo el negocio (Chávez, 2005).

La competitividad se refiere a la capacidad que tienen estos agentes económicos para permanecer vendiendo bienes o servicios en un mercado (Sepúlveda, 2010).

Según la Asociación Española para la Calidad (AEC) la competitividad es la capacidad de mantener, de una forma sistemática, ventajas comparativas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en un entorno socioeconómico (AEC, 2020).

De acuerdo con Romo *et al*, (2005) la competitividad es la capacidad de crear un entorno que favorezca el crecimiento sostenido de la productividad y que se refleje en niveles de vida más elevados de la población.

Chesnais (1981) citado en Alfaro (2019) define el concepto de competitividad como la capacidad de un país o grupo de países de enfrentar la competencia a nivel mundial, incluyendo la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones.

Para Martínez (2006), la competitividad para las empresas significa la capacidad de competir en los mercados mundiales con una estrategia mundial.

La competitividad es el conjunto de factores, políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de un país (Índice de Competitividad Mundial, 2016).

Según el Instituto Mexicano para la competitividad, A.C. la competitividad es la capacidad de atraer y retener inversiones y talento (IMCA, 2020).

Porter (1990) y Krugman (1994) citado en Bonales *et al* (2015), han señalado que las que compiten son las empresas no las naciones, a un país lo hace competitivo las empresas competitivas que hay en éste. Por lo tanto, éstas son la base de la competitividad.

Como se comenta, la habilidad para la aplicación de este concepto depende mucho del contexto al que se quiera referir, lo que podemos rescatar es que la generalidad es la obtención de un resultado que concuerde con cierto criterio de aceptación y lograrlo con menor fuerza de trabajo aplicada, que generalmente se obtiene con la mejora en técnicas manuales o utilización la tecnología (Alfaro, 2019).

3.3.2 Escuelas y teorías que abordan la competitividad

¿Cómo ser competitivo?, esa es la pregunta que las organizaciones del mundo se hacen a diario al reconocer el gran reto que significa llevar sus productos a un mercado mundial. Determinar factores de competitividad y con ello tener bases para enfrentar este panorama real y actual (Pérez, 2017). Es por eso por lo que para entender sobre la competitividad se debe adentrar a teorías dichas por autores como Paul Krugman y Michael Porter.

Entre las teorías que, de alguna manera, fueron dando origen al concepto de competitividad, a lo largo del tiempo, se encuentra las escuelas neoclásicas y monetaristas, si bien, de manera literal, no se conceptualiza la competitividad en esas corrientes de la Economía, dan las bases para entender el nuevo orden económico internacional y sentaron los precedentes para dar lugar al concepto de competitividad (Pérez, 2017).

Krugman (1996) se basa en que el éxito de una nación no necesariamente está determinado por el éxito de la misma en los mercados mundiales. Este autor resalta que el concepto de competitividad ha sido identificado con la capacidad de producción y la comercialización de esta a nivel internacional, lo cual redundaría en el incremento del nivel de vida de los ciudadanos. Sin embargo, ante esto expone el caso de territorios donde los niveles de producción no son significativos en el ámbito internacional no los hace menos competitivos puesto que se deben tener en cuenta otros factores. Ante esto señala que “los niveles nacionales de vida son preponderantemente determinados por factores de crecimiento interno más que por alguna competencia por el mercado mundial” (Krugman, 1996).

Las organizaciones son precursoras de gran parte del movimiento económico mundial y por ellos el conocimiento económico y gerencial se ha preocupado por aportar a mejorar los modelos para un mejor rendimiento de estas. Es en este aparte donde la competitividad organizacional cobra mayor importancia y con ello los postulados de Michael Porter (Pérez, 2017).

La planeación de una estrategia competitiva en las organizaciones es para Porter el mejor camino hacia la competitividad. Planear es la base del desarrollo organizado y del seguimiento de los procesos internos y actores externos a la organización. Aunque toda empresa que compite en un sector tiene una estrategia competitiva implícita o explícita, muchas la desconocen porque no ha sido planeada, sino producto de los años en el mercado, de las dediciones de altos directivos o por el surgimiento espontáneo. Para Porter la estrategia competitiva requiere en análisis de varios factores internos y externos a la organización como “entender la competencia y su propia posición y traducir este análisis en una estrategia competitiva para la empresa en particular” (Porter, 1982).

Porter (1982) propone responder a tres preguntas básicas: ¿En qué sector del mercado está posicionada la organización?, ¿Qué está sucediendo en el entorno? y ¿Qué es lo que debería estar haciendo la organización? Con estos cuestionamientos se analizan los factores internos y externos de la empresa y la relación entre estos como forma de identificar las fuerzas que mueven la dinámica del sector al que pertenece la organización.

3.3.3 Medición de la competitividad

Según Tonato (2019), No existe una definición de competitividad, sin embargo, se le conoce, y en las importaciones en su proporcionado territorio. Para los políticos y críticos, la competitividad se mide en índices cuantitativos, ya sea por los niveles de empleo y desempleo, las tasas de crecimiento de economía. Los economistas y empresarios reducen costos en el país, con respecto a la de otras naciones.

Para medir la competitividad se pueden utilizar indicadores directos e indirectos. La primera se refiere a la comparación de costos de la producción en regiones o países competidores, ajustados por los costos de transporte y comercialización, y por las tasas de cambio. La segunda utiliza indicadores como la participación de mercado o algún índice de ventaja comparativa revelada (Fernández *et al*, 2017).

Algunos de los Indicadores de competitividad “revelada” que señalan la capacidad de los productos o cadenas agro-productivas para mantener o penetrar mercados son: la Balanza comercial relativa, de participación de mercado de exportaciones (o de especialización), de transabilidad y de modo de inserción de mercados. Los tres primeros indicadores usan como elemento integrante del cálculo el dato correspondiente a la balanza comercial (saldo positivo o negativo) del producto en cuestión. Esto se debe fundamentalmente a que varias definiciones de competitividad plantean que la misma se expresa, no solo en la participación de las exportaciones en el mercado mundial si no de la capacidad de competir respecto a las importaciones en el propio mercado doméstico del producto. El último indicador se basa en el análisis de las tasas de crecimiento de las exportaciones de los productos de la cadena y de sus participaciones en los mercados (Fernández *et al*, 2017).

La medición de la competitividad se puede realizar desde el punto macroeconómico y microeconómico; al medirse desde el punto de vista macroeconómico considera la capacidad para competir de un país o de una economía nacional respecto al resto. Al referirse al aspecto microeconómico, se considera al terreno empresarial, es decir la capacidad para competir de las firmas (Leal *et al*, 2019).

El World Economic Forum elabora, desde hace varios años, dos índices tendientes a medir la competitividad nacional, basándose en el modelo conceptual de Porter: el GCI (Global Competitiveness Index) y el BCI (Business Competitiveness Index).

En el año 2001 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) elaboró un estudio sobre la competitividad como motor del crecimiento en América Latina, con el objetivo de determinar qué diferencias en los principales mercados de recursos productivos limitan el funcionamiento y la productividad de los sectores privados en

la región y cómo pueden ser objeto de corrección mediante políticas públicas. El trabajo identifica diferentes variables que pueden determinar la competitividad en un país y realiza estimaciones econométricas para verificar su significación. De cualquier manera, entendemos que se trata de una referencia importante a la hora de analizar las diferentes formas de medir la competitividad nacional (BID, 2001).

La Organización de la Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) elabora un índice de competitividad industrial, el índice CIP (Competitiveness Industrial Performance) que se elabora con el objetivo de brindar información a los analistas y encargados de las políticas públicas a los efectos de evaluar el desempeño industrial del país en comparación con otros países (ONUDI, 2002).

- ***Informe Global de Competitividad (IGC)***

El IGC, del Foro Económico Mundial (2020), recoge más de 180 variables para el conjunto de países revisados. Incluye datos cuantitativos y datos cualitativos provenientes de encuestas a ejecutivos de negocios en los países referenciados. La mayoría de los países latinoamericanos están entre los 125 países incluidos en el informe más reciente.

– Índice de Competitividad del Crecimiento (ICC): el ICC del Informe Global de Competitividad otorga una ponderación a cada uno de los tres componentes del índice: condiciones macroeconómicas, calidad de las instituciones y desarrollo tecnológico.

– Índice de Competitividad de los Negocios (ICN): el ICN tiene dos componentes: la calidad del ambiente nacional de negocios y la calidad de las operaciones y estrategia empresariales.

- ***Índice de competitividad IMCO.***

El Instituto Mexicano para la Competitividad ha manejado diferentes mediciones (IMCO, 2011), existen dos índices: el primero es el índice de competitividad internacional; y el segundo es el índice de competitividad estatal. En el primer índice se manejan las siguientes variables: Derecho, medio ambiente, sociedad,

economía, política, factores precursores, gobierno, relaciones internacionales, sofisticación e innovación. En el segundo índice se manejan las siguientes variables: Sistema de derecho confiable y objetivo; manejo sustentable del medio ambiente; sociedad incluyente, preparada y sana; economía estable y dinámica; sistema político estable y funcional; mercado de factores eficientes; sectores precursores de clase mundial; gobiernos eficientes y eficaces; aprovechamiento de las relaciones internacionales; sectores económicos en vigorosa competencia. De ellas surgen 118 indicadores en total.

- **Modelo CEPAL**

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha elaborado una metodología propia, denominada Análisis de la Competitividad de los Países (CAN) (CEPAL, 2000). Los datos en los que se basa esta metodología se encuentran en el International Commodity Trade Database (COMTRADE) de las Naciones Unidas y están organizados en secciones de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI) (Bonales *et al*, 2015).

- ***Índice Nacional de Competitividad (INC), del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).***

Herramienta que complementa a otros indicadores competitividad y ayuda en el análisis y evaluación de la política pública en esta materia. Tiene como objetivo medir la competitividad de México en el tiempo y los elementos que influyen en la misma, En el INC, la definición de competitividad es retomada de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Art. 25), en la que se establece como *el conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo*. Está compuesto por 7 componentes, los cuales se integran por 17 subcomponentes y agrupan 117 variables (INC, 2017).

- **Índice de Facilidad para Hacer Negocios del Banco Mundial (BM).**

Banco Mundial, a través del Doing Business, captura diferentes dimensiones del clima de negocios en 190 economías. La evaluación sobre la facilidad para hacer negocios se determina a través de un ejercicio hipotético en el que se analiza el tiempo, los costos y el número de procedimientos que se tendría que efectuar para abrir una empresa, obtener un permiso de construcción, registrar una propiedad o exigir el cumplimiento de un contrato, de acuerdo con la legislación local de cada país. Este índice sólo mide un aspecto de varios que integran la competitividad: la facilidad para hacer negocios. La calificación obtenida en los indicadores se basa en la distancia a la frontera que separa a cada una de las economías, respecto a las mejor evaluadas, de acuerdo con una escala del 0 al 100. Posteriormente, se genera un promedio simple de cada uno de los indicadores para obtener la calificación y la posición general dentro del ranking. Asimismo, los indicadores están integrados por 45 factores elaborados a partir del análisis de regulaciones vigentes en diversas materias, consultas con autoridades en los diferentes niveles de gobierno y del poder judicial, así como la opinión de expertos en la materia (abogados, contadores, ingenieros y notarios). Adicionalmente, para las economías con una población superior a 100 millones de personas se consideran las dos ciudades más importantes. En el caso de México, se contempla la Ciudad de México y Monterrey, con pesos para el cálculo del ranking, de acuerdo con su población, de 0.83 y 0.17, respectivamente (BM, 2017).

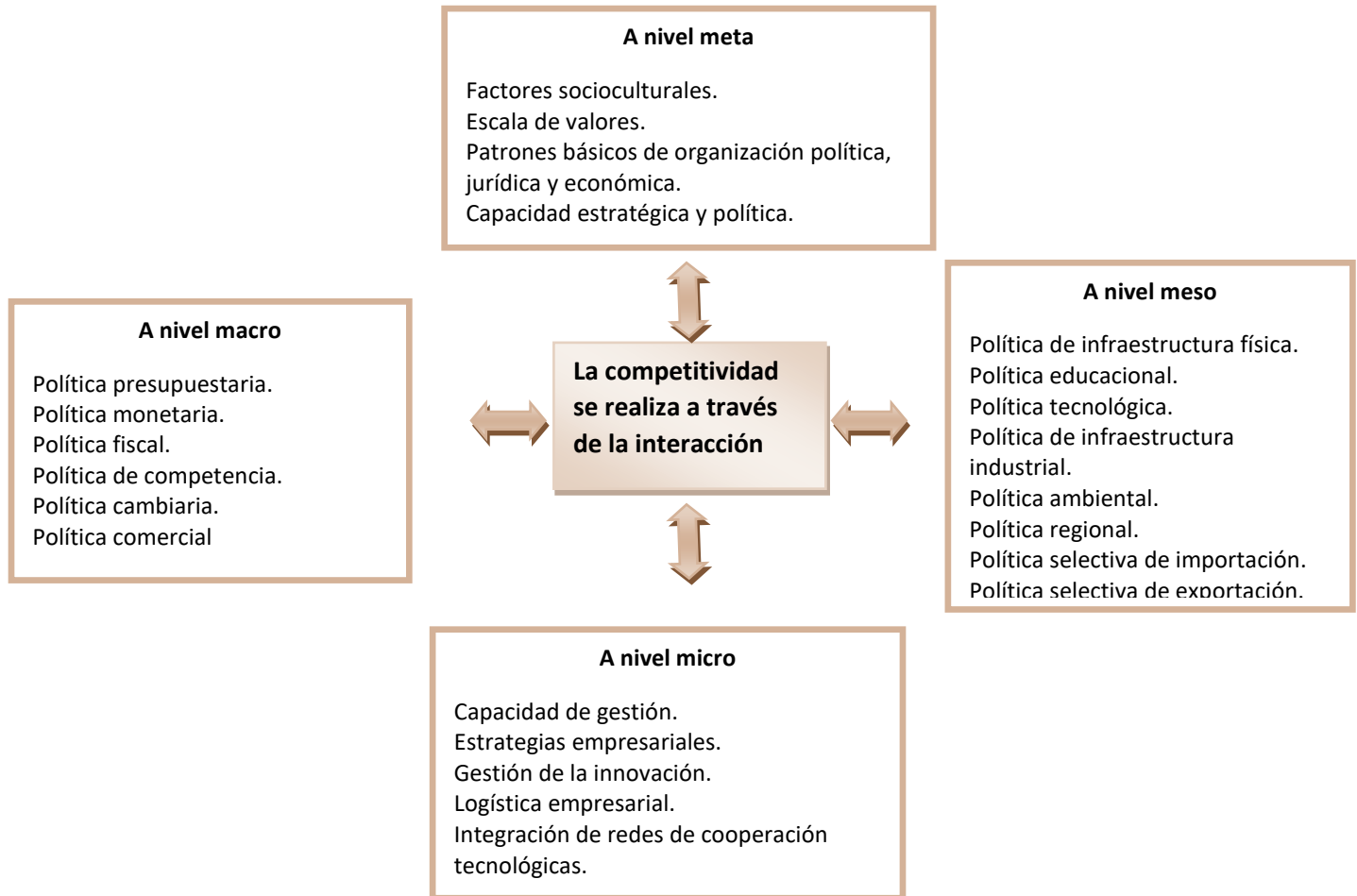
3.3.4 Clasificación de la competitividad

Según Aguilar *et al* (2005), la competitividad se puede analizar desde tres niveles distintos y estrechamente relacionados: nivel nacional, nivel sectorial y nivel empresarial. Cada uno de estos niveles posee reglas de juego que afectan o condicionan las acciones en los demás niveles.

La teoría creada por Esser *et al* (1994), citado en Aceves (2016) llamada teoría de la competitividad sistémica postula que la competitividad debe darse en cuatro diferentes niveles: Nivel meta: capacidad de conducción nacional; nivel macro:

condiciones macroeconómicas estables; nivel meso: formación de estructuras y políticas selectivas y por último la empresa (nivel micro).

Ilustración 2. Factores determinantes de la competitividad sistémica



Fuente: Elaboración propia con base a Esser *et al* (1996).

- **Nivel meta**

En el nivel meta se analizan los factores socioculturales, escala de valores, patrones de organización política y económica, la habilidad del estado para desarrollarse, también se incluye la gobernabilidad, en otras palabras, en este nivel se evalúa la capacidad de una sociedad en su conjunto para la integración y la estrategia de organización (Morales & Castellanos, 2007).

Para optimizar los potenciales de efectividad en los niveles micro, macro y meso, resultan decisivas la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar capacidades de creatividad de la sociedad. La modernización económica y el desarrollo de la competitividad sistémica no pueden dar resultados sin la formación de estructuras en la sociedad entera (Esser *et al*, 1994).

A nivel meta se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad para procurar la integración social y alcanzar un consenso sobre el rumbo concreto de las transformaciones necesarias. La capacidad de gestión necesaria a nivel meta implica la existencia de los siguientes elementos: un consenso acerca del modelo "orientación al mercado y al mercado mundial", coincidencia en el rumbo concreto de las transformaciones y concordancia en la necesidad de imponer los intereses del futuro a los bien organizados intereses del presente. Una orientación tendiente a la solución conjunta de problemas presupone una clara separación institucional entre el Estado, la empresa privada y las organizaciones intermedias. Sólo esa separación hace posible la organización autónoma, los procesos de aprendizaje independientes y el desarrollo de una gran capacidad de anticipación y respuesta. Una vez implantada la separación de instituciones, es posible que surja un Estado autónomo y eficiente al tiempo que los grupos de actores sociales privados y públicos se muestren dispuestos a cooperar y articularse entre sí. Tales son los requerimientos funcionales de orden general, con miras a establecer reformas creativas en materia de gestión política; su fisonomía específica difiere de país a país en función de factores tales como la constelación político-institucional surgida en cada uno de ellos (Messner, 1996).

- **Nivel macro**

Por su parte, hablar del nivel macro de la competitividad es mencionar con gran relevancia la existencia de mercados eficaces de factores y productos que permitan asegurar una asignación eficaz de recursos (Labarca, 2007).

Según Martínez (2006) citado en Santoyo (2014) menciona que este nivel de competitividad incluye las políticas e instituciones públicas y privadas nacionales orientadas hacia la competitividad de sectores específicos en temas tales como la política monetaria, fiscal, de tipo de cambio, comercial, entre otros.

De acuerdo con Benavides *et al* (2004), explican cuáles podrían ser los efectos en la competitividad de algunas políticas a nivel macroeconómico. En el caso de la política fiscal puede ser expansiva o contractiva, en el primero se trataría de aumentar el consumo para reactivar la producción nacional y el segundo se haría un control de precios por medio de reducción de gastos y un control en la inversión.

En un comienzo, lo importante es la estabilidad del contexto macroeconómico (para ello, el déficit presupuestario, la deuda externa, la inflación y el tipo de cambio tienen que ser controlables, y las reglas del juego económico no deben cambiar reiteradamente, ya que esa es la única forma de ofrecer seguridad a la inversión) y la necesidad de que la macro política haga llegar a las empresas señales claras e inequívocas de que ellas deben acercarse a los niveles de eficiencia usuales en el ámbito internacional. A tal fin puede servir la política comercial, siempre que el desarme arancelario se produzca a lo largo de etapas previsibles. La política reguladora de la competencia puede jugar un papel relevante para prevenir situaciones monopólicas. La política macroeconómica y la formación de estructuras meso económicas se condicionan mutuamente. La estabilización en el nivel macro es una condición necesaria, pero no suficiente, para garantizar el desarrollo sostenido de la competitividad, pues ello presupone implementar las políticas de nivel meso. Pero la formulación de estas será poco promisorias mientras no se haga nada por estabilizar el contexto macro. La política tecnológica, por ejemplo, no alcanzará su objetivo de fortalecer la capacidad tecnológica de las empresas si los propios empresarios no buscan la competitividad (Messner, 1996).

- **Nivel meso**

Al adentrarse al estudio del nivel meso de la competitividad es hablar del análisis de la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los

esfuerzos de las empresas. En este sentido el entorno empresarial (las instituciones y los patrones políticos situados en el nivel meso) ha implementado una mayor relevancia en los últimos 10 años debido al cambio tecnológico organizativo y a la superación del tradicional paradigma de producción fordista. Así mismo, los cambios que se han presentado al paso de los años acumulativos de aprendizaje y las innovaciones van de la mano con la formación de redes de colaboración interempresarial a nivel micro y con relaciones de cooperación tanto formales como informales entre las empresas y los conjuntos de instituciones relacionados con los clústeres; el formar los conjuntos institucionales mencionados constituye la médula de toda política locacional activa (Messner, 1996).

Así pues, de la manera en la que se mencionó anteriormente, el mercado por sí solo no puede optimizar la formación de localizaciones industriales ya que el planteamiento del “estado de desarrollo” que propugna la escuela estructuralista se ve desbordado por la complejidad de la producción y organización industriales, cuando intenta materializar una estructura eficaz en el sector manufacturero. En ese sentido, para poder practicar con éxito políticas de localización industrial, los países ven perfilarse actualmente patrones organizativos sociales de nuevo tipo y patrones más complejos de conducción (Eissa *et al*, 2001). En el nivel meso las acciones van orientadas al largo plazo por lo que se permite formar estructuras en el espacio de las políticas gracias a la innovación de bancos, empresas e instituciones intermediarias tanto públicas como privadas, permite formar estructuras en el espacio de las políticas (Labarca, 2007).

- **Nivel micro**

El comienzo de la explicación del nivel micro en la competitividad es entender que una empresa por sí misma no es competitiva, especialmente si no cuenta con un entorno de apoyo a proveedores o servicios orientados a la producción, o una presión competitiva de competidores locales. Dentro del nivel micro, la competitividad se basa en la interacción. El aprendizaje de interacción (learning-by-

interacting) es clave en el proceso de innovación, sobre todo cuando se constituyen ventajas competitivas dinámicas (Labarca, 2007).

Las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político-administrativo) y en el nivel meso.

Este significado deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa sobre sus competidores a través de sus métodos de producción y organización (reflejados en la calidad y el precio del producto) provenientes de la capacitación del personal, las actividades de investigación y desarrollo, la cooperación entre empresas y la disponibilidad de crédito. Así, la pérdida de competitividad se traduciría en una pérdida de ventas, menor participación en el mercado y finalmente el cierre de la planta (Lira, 2016).

Las empresas se ven confrontadas hoy con requerimientos cada vez más fuertes que resultan de distintas tendencias:

- La competencia crece cada vez en el mercado debido a la globalización;
- La diferenciación de la demanda.
- El acortamiento de los ciclos de producción.
- La implantación de innovaciones radicales (nuevos materiales, nuevas técnicas como microelectrónica, biotecnología, ingeniería genética; nuevos conceptos organizativos.
- Avances radicales en sistemas tecnológicos que obligan a redefinir las fronteras entre las diferentes disciplinas (por ejemplo, solapamientos entre la informática y las telecomunicaciones -telemática- o entre la mecánica y la optoelectrónica -

joptomecatrónica-). Para poder afrontar con éxito las nuevas exigencias, las empresas y sus organizaciones necesitan reorganizarse en gran medida, tanto a nivel interno como dentro de su entorno inmediato (Messner, 1996).

3.4 Competitividad empresarial

De acuerdo con Tonato (2019), La competitividad empresarial debe ser analizada desde el objetivo que cada organización persigue en la elaboración de sus productos. Las empresas al realizar productos homogéneos tienen ventajas en la reducción de costos por motivos de materia prima y procesos de producción permitiéndole a la empresa fortalecerse de una manera positiva.

Es una ventaja o característica que las empresas adquieren con la experiencia y la eficiencia financiera y, económica que mantengan en su gestión durante su período de vida. En definitiva, la competitividad empresarial debe ser adoptada por directivos y la gerencia según sus requerimientos para sobresalir en su actividad ante empresas competidoras con un constante trabajo y esfuerzo, prestigio y aceptación en el mercado en base a productos de excelente calidad (Tonato, 2019).

La competitividad empresarial depende de varios factores para tener éxito tales como la capacidad tecnológica de la empresa, las aptitudes a los procesos de fabricación y de la innovación, en la actualidad no es un eje fundamental los recursos con los que cuenta la empresa para lograr sobresalir en el mercado, sino las ideas innovadoras que genera el colaborador en un mercado globalizado el valor agregado de un producto, base fundamental para competir eficientemente (Prieto *et al*, 2004).

La competitividad empresarial es importante porque permite a las empresas implementar nuevas formas de producción y de procesos de organización, que están relacionados a los costos y calidad de los productos o servicios. Es así que la importancia se verá reflejado en el precio y además en la percepción que tendrá el consumidor o usuario respecto a la calidad del producto o servicio, en donde la participación del competidor obliga a tener mejores resultados comparativos. Por lo tanto, la competitividad empresarial permitirá ofrecer un producto de calidad y a

menor precio que la competencia en un mercado determinado, de esta manera podrá tener un mejor desempeño para aprovechar su potencial exportador (Girón, 2019).

3.4.1 Definición

La competitividad empresarial presenta un sinnúmero de definiciones donde es difícil comprenderlo solo con la adaptación de una definición ya que no es fácil encontrar una en la que todos estén de acuerdo. Sin embargo, se puede concluir a partir de la revisión de diferentes acercamientos que los elementos comunes son la participación en el mercado, la productividad, la alta calidad de los productos ofrecidos, los bajos costos y la innovación (Quispe, 2018). Así es como diversos autores definen la competitividad empresarial:

“La competitividad empresarial a nivel mundial se describe en que una empresa logre alcanzar de mejor manera sus objetivos y metas enfrentándose a otras empresas de similares características” (Montoya, 2010).

Para Suñol (2006), establece que, en el entorno de la empresa, se conjugan gran cantidad de factores que inciden directa o indirectamente en el nivel de competitividad de la empresa, como son el nivel educativo, la infraestructura, la sofisticación del mercado de productos, la cultura empresarial, la eficiencia de las instituciones y el medio ambiente, por mencionar algunos.

Para Abdel *et al* (2004), La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico.

De acuerdo con la Organización para la competitividad y el Desarrollo Económico (OCDE, 2010) define la competitividad empresarial como el grado en el que, bajo condiciones de libre mercado, un país puede producir bienes y servicios, que superen el examen de la competencia internacional, y que permite mantener el crecimiento sostenido de la renta nacional.

Para la Asociación Española de Contabilidad y Empresas (AECA, 2010) define la competitividad empresarial como la capacidad de una organización para obtener y

mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa.

En definitiva, la competitividad empresarial debe ser adoptada por directivos y la gerencia según sus requerimientos para sobresalir en su actividad ante empresas competidoras con un constante trabajo y esfuerzo, prestigio y aceptación en el mercado en base a productos de excelente calidad (Tonato, 2019).

CAPÍTULO IV. VARIABLES
QUE CONTRIBUYEN A
LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS

CAPÍTULO IV. VARIABLES QUE CONTRIBUYEN A LAS EMPRESAS EXPORTADORAS

Dentro de este capítulo se analizan las variables que contribuyen a las empresas exportadoras de mango siendo las variables independientes de: innovación, capital humano y gestión financiera.

En segundo término, se sintetizan los tipos de investigaciones empíricas disponibles acerca de la competitividad del mango que se produce en el Estado de Michoacán, principalmente en la región de Tierra Caliente; así como investigaciones donde se estudien las variables independientes de la presente investigación y el análisis de distintos estudios relacionadas a la competitividad del mango que puedan servir como una base para la realización de la metodología en la presente investigación.

4.1 Variables independientes

4.1.1 Innovación

Uno de los principales autores que contribuyeron al tema de la innovación fue Schumpeter (1934), citado en Marcos (2020), quien en su libro Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico afirmaba que el desarrollo económico era provocado por la innovación, a través de un proceso dinámico al que nombró destrucción creativa el cuál se caracteriza por el reemplazo de antiguas tecnologías por el uso de nuevas.

Dado que las organizaciones se encuentran inmersas en un ambiente de alta productividad y competitividad internacional, necesitan de constantes desarrollos científicos y tecnológicos que les conduzcan a la innovación de productos y servicios, tecnologías, etc. que representen la oportunidad de negocios altamente rentables, además del beneficio para la comunidad académica y científica y para la sociedad en general (Ávila, 2006).

La creciente competitividad ha traído como consecuencia la especial importancia que se da a cualquier avance tecnológico que permita innovar productos y procesos y generar conocimiento siempre a la vanguardia (Aguilasocho *et al*, 2014).

De acuerdo con Escorza (1997) citado en Leal *et al* (2019), la innovación es entendida como los pasos o estrategias que se llevan a cabo para llegar a obtener un resultado.

La innovación en el producto es entendida como los pasos o estrategias que se llevan a cabo para llegar a obtener un resultado: la innovación. En la actualidad esta es una de las estrategias empresariales más efectivas para garantizar la supervivencia y competitividad en mercados globales. La gestión de la innovación aplicada en el ambiente organizacional garantiza la competitividad y la duración de las empresas en el mercado (Leal *et al*, 2019).

4.1.2 Capital humano

El capital humano se estructura como el conjunto de competencias, conocimientos y valores que incentivan a la innovación e implementación de procesos y procedimientos corporativos de mayor eficiencia y efectividad (Archibold *et al*, 2015).

La administración del capital intelectual es imprescindible en las empresas, pues se asume que el capital humano actúa como el bloque de construcción para el capital organizacional de la empresa, y tanto el capital humano como el capital organizacional interactúan para crear el capital relacional. En el centro de las tres formas de Capital Intelectual, se encuentra el capital financiero o valor creado, producto de la interacción de esos tres componentes, está comprobado que las empresas que gozan de ventajas competitivas en el mercado son las que han llevado una eficiente gestión de este importante activo (Román, 2004).

El capital humano se refiere a toda reserva o almacenamiento de conocimientos o características que posee el trabajador; innatas o adquiridas, que contribuyen a su productividad (Hernández *et al*, 2017).

Para el IMD (2014) el capital humano y el compromiso de los empleados son claves cruciales para mantener el crecimiento y la rentabilidad. El fomento de la participación de los empleados complementa la captación, desarrollo y retención del talento. El enfoque en el talento como una prioridad clave, permite a las empresas disfrutar de una mayor productividad, menor rotación de puestos clave y las tasas de absentismo más bajas.

4.1.3 Gestión financiera

La gestión financiera es un proceso fundamental dentro de una empresa ya que garantiza el desarrollo y crecimiento de una empresa. Es el análisis y planificación de la manera en que se obtienen y utilizan los recursos financieros de una entidad, este tipo de análisis ayuda a la empresa a tomar mejores decisiones sobre asegurar los recursos financieros y la mejor manera de obtener financiación en caso de ser necesaria.

La gestión financiera como cualquier otra, determina un plan y la toma decisiones basándose en estrategias, en actividades como adquisición, inversión, financiamiento y administración de activos con un fin específico o para el cumplimiento de metas u objetivos, esta gestión financiera netamente se encarga de proporcionar tareas en la organización, controlando su utilización y sus logros (Tonato, 2019).

De acuerdo con Ross *et al* (2013), las decisiones financieras en el ámbito empresarial tienen una importancia trascendental, puesto a que el éxito o fracaso de una empresa depende más en la calidad de las decisiones que se toman dentro de la empresa que en los factores externos a ella. Pascale (2009) señala que la asignación de recursos financieros a través del tiempo da lugar a tres tipos de decisiones financieras:

- Las decisiones de inversión
- Las decisiones de operación
- Las decisiones de financiamiento

4.2 Evidencia empírica

La gestión financiera es primordial en cualquier organización ya que controla las operaciones, busca nuevas alternativas de financiamiento, mejora los procesos operacionales, además da cumplimiento a las normativas establecidas, en las cuales una organización se rige para su correcto funcionamiento. La gestión financiera maximiza los beneficios y la riqueza minimizando los recursos para lograr las metas establecidas (Córdova, 2012).

La gestión financiera es una herramienta en la correcta inversión de los recursos económicos, permitiendo llevar un registro exacto de las operaciones que la organización realiza, a la vez el uso correcto y racional del dinero en las organizaciones se enfoca a distribuir en una empresa de acuerdo a lo que necesita para realizar sus operaciones, por ende, como resultado se obtiene una rentabilidad beneficiosa para la entidad (Tonato, 2019).

Dada la importancia mundial de México en la producción de mango, así como el importante papel que juega Michoacán principalmente en la región de Tierra Caliente en donde la mayor parte de la producción se destina a la exportación se realiza un estudio donde el objetivo principal fue analizar la competitividad de mango mexicano frente a sus principales competidores, así como realizar un análisis de rentabilidad en la región y hacer recomendaciones que permitan aumentar los niveles de competitividad de mango mexicano. Con ello aumentar el nivel de bienestar de los productores de mango, particularmente en el estado de Michoacán (Ayala *et al*, 2009).

De acuerdo con Chávez y Rivas (2005), la estrategia de competitividad para promover el desarrollo y crecimiento del clúster del mango tiene que establecer medidas para disminuir los altos costos de producción, eliminar las deficiencias de comercialización, la incidencia de plagas y de enfermedades, deficiencias de agua, desbalances nutricionales y la mejora en el manejo post cosecha. Esta problemática trae como consecuencia bajos rendimientos por hectárea y bajos precios a nivel

nacional e internacional. Por lo que se realiza un análisis de la competitividad desde un nivel nacional hasta un nivel estatal, centrándose en las agroindustrias del estado de Michoacán.

Fernández *et al* (2017), realizan un análisis de la tasa de crecimiento de las exportaciones e importaciones del mango de México, así como los índices de competitividad de las exportaciones, con la finalidad de conocer la competitividad del mango producido en México en el mercado mundial, durante el periodo 2000-2013. Los índices de competitividad son medidas entre países para saber qué país es el mayor productor y exportador de algún producto agrícola, así de esta manera se identifica que países pueden ser o son los posibles mercados en un futuro. Dentro de su análisis se usaron teorías del comercio internacional, así como indicadores de competitividad. Para poder realizar su investigación se obtuvieron los cálculos de indicadores de competitividad en el comercio, indicador de la balanza comercial relativa, el coeficiente de dependencia comercial y el grado de apertura exportadora. Como resultado se obtiene que las importaciones crecieron en mayor proporción que las exportaciones y se concluye que México es un país competitivo en el mercado interno, así como también en el mercado internacional, lo que indica que la producción nacional es suficiente para abastecer la demanda interna e incluso parte de la demanda externa de este producto.

Por su parte para los autores Canul *et al* (2016), analizaron la competitividad en la comercialización del mango entre México, Brasil y la India resaltando la evolución de los dos primeros países como principales proveedores al mercado estadounidense, obteniendo datos de producción, exportación, importación y consumo aparente del periodo 1993-2013. La competitividad se midió con enfoque macroeconómico utilizando los indicadores de participación en el mercado mundial (PMM), tasa de penetración de las importaciones (TPI), coeficiente de ventaja comparativa revelada (VCR) y producción expuesta a la competencia (PEC). Los resultados obtenidos de dicha investigación arrojaron que la cantidad exportada de mango de Brasil e India ha aumentado en los últimos años y la cantidad exportada de mango de México ha disminuido debido a la competencia de otros países, de

igual manera se observa que la competitividad de Brasil aumentó como consecuencia del incremento en la producción, en las exportaciones, y disminución de las importaciones, lo que ocasionó un crecimiento del consumo aparente. Mientras tanto, la competitividad de México se redujo debido al aumento de importaciones de mango de la India, Ecuador y Tailandia principalmente durante los meses de octubre a enero. La investigación concluye en que México ha perdido competitividad dentro del periodo estudiado, sin embargo, es importante recuperarla implementando nuevas estrategias de mercado.

De acuerdo con la investigación hecha por Ruíz (2013), se analizó la competitividad de la red de valor de mango ataulfo de Guerrero en el mercado estadounidense en donde se recapitulo información acerca de las empacadoras de mango que existen en la región de Guerrero, así como datos de exportaciones e importaciones del mango en México. En dicha investigación se hizo uso de entrevistas realizadas a las empacadoras de mango para después procesar la información en hojas diseñadas de Excel, esto con la finalidad de adquirir datos que sirvieron de base para la obtención de los resultados los cuales indicaron la existencia de una red de valor mango ataulfo competitivamente muy baja desde el punto de vista sistémico en la Costa Grande del Estado de Guerrero. Llegando a la conclusión de que las empresas empacadoras de mango no tienen una buena organización, por lo que necesitan implementar nuevas estrategias de negocios.

A continuación, se mencionan las investigaciones consideradas más relevantes para este trabajo de investigación:

1. Competitividad internacional de las empresas exportadoras del mango en el Valle de Apatzingán, Michoacán.

La autora Santoyo (2014), estudia en la presente investigación la competitividad internacional del mango en el Valle de Apatzingán en el estado de Michoacán, por medio de la clasificación de variables e indicadores. El objetivo principal de la investigación es determinar cómo influyen el precio, la calidad, la comercialización, el apoyo gubernamental, la tecnología, la capacitación y la infraestructura en

determinar la competitividad de las empresas exportadoras de mango del Valle de Apatzingán.

Este estudio utilizó el instrumento del cuestionario para la recolección de datos siendo aplicado a los productores de mango en la región del Valle de Apatzingán para seguir con el procesamiento de la información por medio de parámetros como lo son las medidas de tendencia central y variabilidad, relación de frecuencias, histogramas, coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de determinación mediante el programa estadístico SPSS.

Los resultados que se obtuvieron muestran que existe una correlación entre las variables independientes que son precio, calidad, comercialización, apoyo gubernamental, tecnología, capacitación e infraestructura con la variable dependiente competitividad y llegando a la conclusión que hace falta reforzar factores como el apoyo gubernamental, la tecnología y la capacitación.

2. Competitividad internacional mexicana en la Unión Europea: el caso del mango, 1996-2006.

Medina (2008), realiza una investigación con el objetivo de identificar los factores y niveles de competitividad de la producción y exportación del mango tanto en México como a nivel internacional. Las variables que se manejan son: como variables independientes la productividad, el retorno al productor, rentabilidad y posicionamiento en los mercados interno, global y meta. Como variable dependiente competitividad.

La presente investigación analiza y mide la competitividad del mango tomando en cuenta una metodología empleada por SAGARPA la cual está basada en la matriz de crecimiento – participación la cual explica que según la posición en la que se ubique un negocio o producto representa un lugar competitivo dentro de una industria o cadena de negocios.

Los resultados obtenidos después de la aplicación de la metodología en la investigación muestran niveles más bajos de competitividad durante el periodo de estudio, obteniendo los niveles más bajos en rentabilidad y posicionamiento del

mercado global; mientras que los niveles más altos se encuentran en el posicionamiento del mercado interno.

3. Competitividad de los productores de mango en la costa grande en el municipio de Técpan de Galeana, Estado de Guerrero de México.

En el presente trabajo de investigación los autores Tovar *et al* (2005), analizan la correlación de los factores que determinan la competitividad de los productos de mango en Técpan de Guerrero. Para poder llevar a cabo el análisis se utilizaron tres tipos de investigación: documental, descriptiva y correlacional. Se aplicaron encuestas a productores de mango en el municipio de Técpan de Galeana, así como también obteniendo información estadística de organizaciones como INIFAP, FIRA, FAPIRU, ASERCA, entre otras.

Las variables utilizadas en la investigación fueron como variables independientes: Infraestructura, el recurso humano, el desarrollo tecnológico, la adquisición, la logística de entrada, la fabricación, la logística de salida, la mercadotecnia, ventas y el servicio. Como variable dependiente: competitividad.

Después de la aplicación de cuestionarios, se realizó el procesamiento de los datos utilizando el coeficiente de correlación de Pearson (r) como una prueba estadística bivariada en el programa estadístico SPSS, en donde se obtiene una estrecha relación de las variables independientes con la variable dependiente obteniendo como resultados lo siguiente: una mejor planeación de infraestructura para la producción de mango aumentara notablemente la competitividad, a mejor capacidad en el recurso humano como el mejoramiento en cuanto al nivel de escolaridad, capacitación y adecuada mano de obra, para la producción de mango se obtendrá mayor competitividad, el alto desarrollo tecnológico incrementará la competitividad, a mayor adquisición en la compra de insumos para la producción de mango, mayor competitividad, mayor optimización en la fabricación de mango aumentará la competitividad, obteniendo una mejor logística y mejor mercadotecnia hará un incremento en la competitividad así como mejorar en el servicio al cliente.

4. La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango

Para la siguiente investigación la autora realiza un estudio en donde analiza en qué medida la competitividad de las empresas influyen en el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango. Para poder llevar a cabo este análisis se realizó un tipo de investigación descriptiva correlacional trabajando con 9 empresas de Lima, Perú; las cuales estaba conformadas por 100 personas, respondidas por los gerentes y/o personal encargado de las exportaciones.

Principalmente lo que aportó esta investigación fue diferentes análisis sobre estrategias de comercialización y exportación, estrategias para la producción, estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para el mercado, competitividad y competitividad empresarial. Dando como resultado principal que las variables competitividad de las empresas y desempeño exportador tiene una estrecha relación y son directamente proporcionales, esto quiere decir que, a mayor competitividad de la empresa, mejor desempeño exportador.

5. Estrategias para mejorar la competitividad de los productores de mango. Caso: Grillo Alegre (El Roble) y Valencia (Sincé), en la subregión Sabana del departamento de Sucre.

En relación con el siguiente estudio la autora Janice Pérez (2017) propone estrategias de competitividad con fines de exportación para fortalecer a los productores de mango en la subregión Sabana del departamento de Sucre. Caso: El Roble y Sincé. Donde los principales conceptos a estudiar fueron competitividad, cadena de valor, ventajas competitivas, estrategias competitivas por lo que fue una investigación que se logró analizar para el beneficio del presente estudio.

La principal hipótesis que pretendía demostrar la investigación de Pérez (2017) es que las estrategias para mejorar la competitividad del subsector del mango en la subregión Sabana del departamento de Sucre es relevante con el fin de impulsar la diversificación de las apuestas productivas en este territorio utilizando un tipo de

investigación hipotética deductiva en la que se aplicó un análisis estructural prospectivo, basado en el método de escenarios planteado por Godet Michel (1979). Para poder aplicar este tipo de análisis se realizó una prospectiva estratégica con método de escenarios lo cual aplica varias etapas que consisten en la ejecución de una serie talleres prospectivos, “en la que los participantes se familiarizan con la utilidad de la prospectiva para identificar y jerarquizar comúnmente los principales retos del futuro” Godet (2000). En este caso, como primera instancia se efectuó un taller de socialización del proyecto de investigación y dos talleres posteriores para la construcción de la matriz Dofa y la matriz de variables del sistema para lo cual se contó con la participación de 55 productores de mango de los corregimientos Valencia (Sincé) y Grillo Alegre (El Roble).

Como resultado de la investigación se lograron encontrar estrategias en donde se usan las variables de la investigación. Para la implementación de dichas estrategias es indispensable el papel que los actores y las acciones que estos puedan ejecutar. Es por ello que, dentro de los actores del sistema, con ayuda de la herramienta Mactor, se identificó que Gremio Político de Sucre, Icontec, Invima, Banca Nacional, Procolombia, Mincomercio, Finagro, CEA, MinAgro, Fedemango, Corpoica, PTP, SecAgriculturas y Asohofrucol (calificación 1- promedio) siendo los actores que juegan un papel preponderante para el logro de un escenario futuro favorable para el sector manguicola de la Sabana del departamento de Sucre.

6. Competitividad de la red de valor de mango ataulfo de Guerrero en el mercado estadounidense

Lo relevante dentro de la investigación del autor Efrén Ruíz (2013) fue que caracteriza los actores de la red de valor empleando la metodología de análisis de la red de valor para describir su interacción. Así como realiza un análisis de las características de la red, utilizando elementos sistémicos, con el propósito de determinar el grado de competitividad. Y, por otro lado, desarrolla las principales estrategias a implementar, utilizando los factores sistémicos como elementos para incrementar la competitividad.

Se realizó un tipo de investigación cualitativa-descriptiva donde se aplicaron entrevistas y encuestas utilizando el muestreo de bola de nieve. Como resultado principal se logró obtener información sobre el mercado estadounidense, en donde, el mango ataulfo es el que más se demanda y se paga al mayor precio debido a su sabor, color, textura, vida de anaquel y condiciones únicas para soportar el manejo postcosecha. Este aspecto es un área de oportunidad para emprender acciones que faciliten elevar la competitividad de la red de valor mango.

7. Competitividad Internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas

La relevancia de la presente investigación por analizar radica en una comparativa sobre la competitividad internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas y las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán en la región de Tierra Caliente.

Los autores Joel Bonales Valencia, Oscar Hugo Pedraza Rendón e Iván Paz Prado (2015) describen las interrelaciones entre las variables críticas y en qué medida definen la competitividad internacional de las empresas del Centro-Occidente de México, que exportan productos cárnicos de cerdo al mercado de la República Popular China. Los principales conceptos utilizados para realizar la investigación fueron la competitividad Internacional, sector porcícola, capacidad, la teoría de la ventaja absoluta, la ganancia global y la teoría de la ventaja comparativa, la teoría de la deuda recíproca, la teoría del equilibrio y el comercio internacional, la teoría de las proporciones de factores en el comercio, la teoría de los rangos de productos traslapados y la demanda representativa y la teoría del ciclo del producto utilizando como variable dependiente la competitividad.

El tipo de investigación utilizada fue cualitativa-descriptiva en donde como instrumento de medición se utilizó un cuestionario compuesto por 153 ítems que se aplicaron a 16 empresas exportadoras identificadas del sector. Una vez procesada la información se utilizaron diferentes técnicas estadísticas. Con los resultados obtenidos se identificó el grado de correlación que existe entre las variables, así como el nivel competitivo del sector exportador.

El resultado principal arroja datos con los que se pudo probar la hipótesis general y se infiere que las variables calidad; tecnología; comunicación y vinculación con la cadena de valor; capacitación de su capital humano; precio y los canales de distribución y logística son las variables críticas que inciden en mayor medida en la competitividad internacional de las empresas exportadoras de este sector porcícola.

8. Un análisis de equilibrio parcial de las exportaciones de mango mexicano a los Estados Unidos

En el siguiente estudio los autores Daniel Hernández, F. Javier López y Alicia Casique (2018) buscan representar el mercado de exportación de mango mexicano al mercado estadounidense en un modelo de equilibrio parcial estimando la flexibilidad precio de la demanda con base en un modelo econométrico. Así como establecer un escenario en el que se simule un aumento de 20% en la cantidad exportada y realizar un análisis del comercio internacional del mango mexicano de exportación a EE. UU. para de esta manera determinar la viabilidad para productores y exportadores mexicanos de incentivar el incremento.

Para realizar este estudio se utilizó un tipo de investigación descriptiva-correlacional-cuantitativa usando un modelo econométrico que fundamenta la relación estadística entre las variables; el modelo econométrico de ecuaciones simultáneas está conformado por las variables y relaciones que influyen en el funcionamiento del mercado internacional del mango entre México y EE. UU.

Como resultado principal se evaluó el efecto del incremento de 20% en la cantidad importada de mango mexicano en EE. UU. en 2017 sobre su precio unitario 2016. Puede observarse que el valor del incremento en volumen es mayor al valor del decremento en precio, por lo tanto, hay un incremento en el valor total de las importaciones cuando la cantidad Q se incrementa 20%.

9. Competitividad de las pequeñas y medianas empresas procesadoras y exportadoras de alimentos del estado de Michoacán

La autora Mirta Aurora Aceves (2016) con su investigación titulada la competitividad de las pequeñas y medianas empresas procesadoras y exportadoras de alimentos del estado de Michoacán determina de qué manera impacta la innovación, el financiamiento y el capital humano en la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos exportadoras del estado de Michoacán. Para poder realizar su investigación se indagó a detalle en diferentes conceptos como son los siguientes: competitividad empresarial, técnica mínimos cuadrados parciales y ventaja competitiva. Su variable dependiente es competitividad y sus variables independientes son innovación, capital humano y financiamiento. La investigación realizada por Aceves (2016) se analizó para poder encontrar las semejanzas y diferencias sobre la investigación acerca de la competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán principalmente en la región de Tierra Caliente.

Dicho estudio se realizó con un tipo de investigación cuantitativo e hipotético-deductivo; utilizando la aplicación de cuestionarios en escala tipo Likert y una correlación de variables obteniendo como resultado: la variable con mayor puntuación es el capital humano, seguida por el financiamiento, y aunque innovación presenta un valor menor que las anteriores variables seleccionadas en esta escala, dentro del cuestionario se le dio un tratamiento como actividad innovadora relacionándolo con el producto y el desarrollo de tecnología, variables que presentan una puntuación mayor. Así como que la variable competitividad se relaciona más con el precio y el costo de producción.

10. El capital humano en la competitividad de las PYMES de la industria de alimentos en el estado de Michoacán

En relación con la siguiente investigación después de realizar los análisis correspondientes se llegó a la conclusión que tuvo un gran impacto en el rumbo tomado por la investigación acerca de la competitividad de las empresas exportadoras de mango de la región de Tierra Caliente ya que los autores Mirta A. Aceves, Dora Aguilasocho y Evaristo Galeana determinan de qué manera impacta el capital humano en la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos del estado de Michoacán.

En dicho estudio la variable dependiente es competitividad y las independientes capital humano y financiamiento en donde se realizó un tipo de investigación descriptiva e hipotética-deductiva utilizando para la obtención de datos un cuestionario con escala tipo Likert.

Los resultados demostraron que la variable capital humano presenta una calificación de Regular Competitivo. En relación a los puestos de dirección los resultados indican que aproximadamente en el 70 % de los casos un miembro de la familia ocupa el puesto de director general o gerente de la empresa, las restantes que representa el 32.14% afirmaron que los puestos de dirección no son ocupados por miembros de la familia.

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

Dentro de toda investigación es de suma relevancia la máxima exactitud y confiabilidad en los hechos y relaciones que establece, así como los resultados obtenidos o nuevos conocimientos. Es por ello la importancia de una metodología o procedimiento ordenado que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está encaminado el estudio y el significado de la investigación (Acuña *et al*, 2013).

De acuerdo con Ávila (2006) la sección de metodología se utiliza para explicar cómo se desarrollará la investigación a fin de dar respuesta a las preguntas de investigación y probar las hipótesis. Se explican entre otros aspectos los procedimientos, las técnicas y métodos para obtener los datos, los instrumentos de medición, etc.

Por lo que en el presente capítulo se mostrarán los métodos a utilizar para la verificación de las hipótesis, así como el instrumento de medición, el análisis de datos y la forma de su confiabilidad.

5.1 Enfoques para la investigación

Las corrientes de pensamiento como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo, así como diversos marcos interpretativos tales como la etnografía y el constructivismo, han surgido a lo largo de la Historia de la Ciencia lo que es relevante estudiar ya que origina diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde la segunda mitad del siglo XX tales corrientes se sustentan principalmente en dos enfoques o aproximaciones al conocimiento: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación (Hernández, 2002).

En palabras de Niño (2011), la investigación cuantitativa tiene que ver con la “cantidad” y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general, busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se ha venido

aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptivo, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente. mientras que, por su parte, la investigación cualitativa toma como misión “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica. Tiende a centrarse en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr ‘profundidad’ y no ‘amplitud’”, lo anterior dicho en palabras de Blaxter *et al* (2000), citado en Niño (2011).

De acuerdo con lo anterior, en la presente investigación se utilizará el tipo de enfoque cuantitativo que según Hernández *et al* (2006), cuenta con las siguientes características:

- a) Las preguntas de investigación se basan en cuestiones específicas para poder plantear un problema de estudio delimitado y concreto.
- b) Después de que el problema de estudio haya sido planteado, el investigador debe revisar estudios que se hayan hecho anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.
- c) El marco teórico se construye en base a la revisión de la literatura mostrando la teoría por la que se sustentará el estudio. De esta teoría se derivan las hipótesis (cuestiones que va a probar si son ciertas o no).
- e) Somete a prueba las hipótesis mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados. Si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con estas, se aporta evidencia en su favor. Si los resultados salen bajos o muy alejados de la realidad, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis. Al apoyar las hipótesis se genera confianza en la teoría que las sustenta. Si no es así, se descartan las hipótesis y, eventualmente, la teoría.
- i) Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos.

5.2 Método de investigación

El método para utilizar en la presente investigación será el hipotético-deductivo el cual de acuerdo con Acuña *et al* (2013), es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica; por cuanto el método hipotético-deductivo como método científico propuesto por Popper, K. (1962), sigue pasos esenciales: como la observación del fenómeno a estudiar. Para cuyo efecto, se plantean hipótesis como explicación del objeto de investigación. Así con la deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia de la realidad.

Este método obliga al investigador a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación); porque mediante la clasificación sistemática de los datos obtenidos mediante la observación, a través de los hechos empíricos y de la operacionalización de las variables e hipótesis; permite comprobar las hipótesis planteadas, así como también permite plantear conclusiones y dar explicaciones concretas de las relaciones entre las variables, finalmente (Acuña *et al*, 2013).

5.3 Diseño de la investigación

De acuerdo con Tamayo (1999), quien afirma que el diseño de la estructura a seguir en una investigación, ejerciendo el control de esta a fin de buscar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de los supuestos e hipótesis-problema.

Según Mingers (2001), el problema de la investigación y la hipótesis son los elementos que determinan el tipo de investigación que debe realizarse. Por lo tanto, el diseño de la investigación es un sistema estructurado de pautas o de actividades para asistir y generar resultados de investigación válidos y confiables.

En este sentido se precisarán las estrategias y medios a utilizar para resolver las preguntas planteadas dentro del capítulo de Fundamentos de Investigación, abordando principalmente el tipo de investigación, el instrumento a utilizar para poder recolectar información, la escala a utilizar, así como el tamaño del universo, la muestra y el procedimiento mediante el cual se determinará si es viable y confiable el instrumento de medición.

De acuerdo con lo establecido en Marcos (2020), el diseño de la investigación se divide en tres fases:

Fase 1:

Investigación exploratoria: Esta es la primera etapa de la investigación en la cual se lleva a cabo el análisis y consulta de la literatura especializada, documentos y estadísticas que sirve como fundamento de la presente investigación, así como para plantear de una mejor manera lo que es la competitividad empresarial, abordando desde lo general a lo particular.

Fase 2:

Investigación descriptiva: En el estudio realizado por Hernández, Fernández & Baptista (2014) este tipo de investigación analiza las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno dentro de la población de estudio. En este sentido la presente investigación será realizada por medio de entrevistas y cuestionarios dirigidos hacia gerentes y personal que labora en las empresas exportadoras de mango de la región de Tierra Caliente Michoacán con lo cual se obtendrá información que ayude a examinar y conocer el nivel de competitividad que representa el mango michoacano en Estados Unidos de América. Así mismo pudiéndose corroborar las variables que inciden en la competitividad de dichas empresas que fueron encontradas por la revisión de la literatura elaborada en la fase anterior.

Fase 3:

Investigación correlacional/causal: De acuerdo con Bunge (2009), la ciencia fáctica busca descubrir en qué medida la hipótesis planteada se adecua a los hechos, es por ello por lo que en la presente investigación se busca generar información correlacional, ya que con los resultados que sean obtenidos se conocerá el grado de relación entre la variable dependiente y las variables independientes explicando la relación entre ellas.

5.4 Tipo de investigación

5.4.1 Clasificación de las investigaciones.

De acuerdo con Ávila (2006) las investigaciones dependen del propósito que se pretende alcanzar. Éstas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar. Existen diversos criterios que permiten definir el tipo de investigación entre los cuales se encuentran los siguientes:

- A) **Estudios Transeccionales:** En los estudios de tipo transeccional o transversal la unidad de análisis es observada en un solo punto en el tiempo. Se utilizan en investigaciones con objetivos de tipo exploratorio o descriptivo para el análisis de la interacción de las variables en un tiempo específico. Las investigaciones transeccionales se pueden clasificar en estudios transeccionales descriptivos y correlacionales. El propósito de los primeros es la descripción de las características medidas en uno o más grupos, por ejemplo, un estudio descriptivo sobre el número de menonitas que cumplen el servicio militar nacional en los estados de Chihuahua, Durango y Zacatecas. Los segundos tienen como propósito descubrir el grado de asociación entre dos o más variables medidas en uno o más grupos en un periodo único de tiempo. Algunas veces puede llegar a nivel correlacional-causal. Un ejemplo de este tipo de estudio es una investigación que intenta correlacionar el éxito profesional con el tipo de carrera universitaria y los

ingresos económicos de los egresados del Instituto Tecnológico de Cd. Cuauhtémoc cuya edad fluctúa entre 25 y 35 años.

- B) **Estudios Longitudinales:** En los estudios longitudinales la unidad de análisis es observada en varios puntos en el tiempo. Los tres tipos básicos que se pueden encontrar dentro de una investigación longitudinal son: estudios de tendencia, evolución de grupo y tipo panel. Para poder explicar los estudios longitudinales es necesario entender cada uno de los tres tipos básicos, dentro del estudio de tendencia se comparan y analizan datos similares que fueron recolectados en diferente tiempo y en diferentes unidades de análisis, pero correspondiendo a la misma población de estudio. En los estudios de evolución de grupos a diferencia del estudio de tendencia la medición de la variable se aplica en diferentes puntos de tiempo, pero de igual manera sobre la misma población para medir cambios en subgrupos o grupos. A través del tiempo los grupos de población son los mismos, lo que cambia son sus integrantes y por último los estudios tipo panel evalúan una y otra vez al mismo grupo de personas con el propósito de descubrir si ocurren cambios en las características medidas.
- C) **Estudios Exploratorios:** De acuerdo con Kerlinger (1983) citado en Avila (2006) los estudios exploratorios buscan hechos sin el objetivo de predecir las relaciones existentes entre las variables. Se utilizan en situaciones en las que prácticamente no se dispone de información o el PON casi no se ha investigado.
- D) **Estudios Descriptivos:** Son el precedente de la investigación correlacional y tienen como propósito la descripción de eventos, situaciones representativas de un fenómeno o unidad de análisis específica. Un ejemplo común y conocido son los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) donde los estudios se realizan mediante encuestas que entran en los estudios descriptivos.

- E) **Estudios Correlacionales:** El propósito de los estudios correlacionales es medir el grado de asociación entre dos o más variables, mediante herramientas estadísticas de correlación. Lo relevante en este estudio es determinar el grado de relación o asociación existente entre las variables de investigación sin importar el orden de la presentación de las variables. Un ejemplo de este tipo de investigación es intentar relacionar el coeficiente intelectual de las personas de la tercera edad de los estados del sur de México con la calidad de vida que tienen.
- F) **Estudios Experimentales:** Tienen como precedente los tres tipos anteriores de estudio y están dirigidos a establecer relaciones de causalidad entre dos o más variables. Para poder determinar el desarrollo del experimento se requieren de situaciones y condiciones controladas, así como de la manipulación de una o más variables independientes para inducir una probable alteración o comportamiento en la variable dependiente. Este tipo de investigación es la más compleja ya que comprende realizar un estudio más amplio para su veracidad.

5.4.2 Alcance de la investigación

En base con la clasificación de la investigación el alcance del presente trabajo será de dos tipos:

5.4.3 Estudio descriptivo

En la presente investigación se usará un estudio descriptivo el cual mide y evalúa diversos aspectos o dimensiones del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. El propósito de la información descriptiva es dar un panorama lo más preciso posible del fenómeno al que hace referencia. Los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de predicciones incipientes (Hernández Sampieri *et al*, 2006).

Se puede elegir el estudio descriptivo ya que en la presente investigación se pretende examinar, conocer y describir la relación que tiene la innovación, el capital humano y la gestión financiera con la competitividad de las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente Michoacán.

5.4.4 Estudio correlacional

De igual manera se usará un estudio correlacional ya que se tiene como propósito evaluar la relación entre dos o más conceptos, categorías o variables. Su utilidad es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas (Aceves, 2016). Por lo que en la etapa final del estudio de la investigación será correlacional ya que se describirán las relaciones entre dos o más variables que impacten en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente Michoacán.

5.5 Población

De acuerdo con Bavaresco (2001), la población es el conjunto total de unidades de observación que se consideran en el estudio (nación, estado, localidades, grupos, comunidades, objeto, instituciones, asociaciones, acontecimientos, establecimientos, empresas, personas, animales, cosas, carros) es decir, la población es la totalidad de los elementos que forman un conjunto.

Basándose en lo antes expuesto, en la presente investigación se usará la población total ya que se tienen 20 empresas exportadoras de mango que se encuentran en la región de Tierra Caliente Michoacán como se muestra en la tabla 4. Debido a lo anterior se usará un censo poblacional el cual se utiliza cuando en un estudio se toma la totalidad de la población y no es necesario realizar un muestreo. Por lo tanto, en la presente investigación no será aplicada muestra ni muestreo por que se trabajará con la totalidad de la población.

Tabla 4. Empresas exportadoras de mango

	Razón Social	Domicilio	Contacto
1	Empacadora Frutex S. de R.L. de C.V.	Km.10 Carretera Apatzingán-Aguililla S/N Colonia CP.60600	Tel: 453-537-5659 Email: contacto@frutex.com.mx
2	Mega Empacadora de frutas S. de R.L de C.V.	Carretera Nueva Italia, S/N Colonia Apatzingán CP. 61760	Tel: 425 535 3130
3	Fresh Export S.P.R. de R.L.	Lic. Cornelio Ortiz de Zarate #18 CP.60600 Apatzingán, Estado de Michoacán de Ocampo	Tel: 4535340774, 4535723162 móvil: 4531340292
4	Agroexportadora Del Huaco S. A. de C. V.	Km 8.3 Carr Gabriel Zamora a Nueva Italia Mail Apartado Postal 4, Lombardía, Gabriel Zamora, 16, México, CP. 61730	Tel: 4225215454
5	Hortifruticultores de Lombardía, S.A. de C.V.	km. 5 Carr. Gabriel Zamora- El Capire S /N, CP.61740 Gutiérrez Zamora	Tel: 4251094346
6	Agroexportadora Cisneros S. De R.L. De C.V.	Av. Lázaro Cárdenas Sur Col. Cuatro Caminos #700 Ciudad Múgica CP. 61760	Tel: 4255353355
7	Mangos San Andrés S.A. de C.V.	Col. La Estación Calle Curva de la Estación S/N C.P. 61760 Ciudad Nueva Italia Del. Múgica Edo. Michoacán	Sr. Álvaro Ceja Galván ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Sr. Luciano Adolfo Mejía García ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel: (425) 535-33 54
8	Empresa Integradora de Productores de Mango y Frutas Tropicales de Michoacán (PROMAFRUT) S.A. de C.V.	Col. Corondiro Calle Carr. Cuatro Caminos Apatzingán Km. 2.5 C.P. 61760 Ciudad Múgica Del. Nueva Italia Edo. Michoacán	C.P. Noel Gerardo Moreno Vargas ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel: (425) 535-45 61 equivocado
9	Productores Agrícolas de Jacona S. de R.L.	Col. Fracc. Los Laureles Calle Haciendita No. 105 C.P. 59800 Ciudad Jacona Del. Jacona Edo. Michoacán	Sr. Antonio Rodiles Corona ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Ing. Enrique Guerrero ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel: (351) 516-28 03
10	Mangueros Unidos Paracuarenses S.P.R. de R.L.	Col. Centro Calle Callejón del Pinzan Mocho S/N C.P. 60760 Ciudad Parácuaro Del. Parácuaro Edo. Michoacán	Sr. J. Trinidad Tafolla García ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Sr. Jaime Solís Rayón ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel: (425) 521-83 91
11	Frutos MX (El Mundo de Los Frutos) S.A.	Col. San Juan Evangelista Calle Camino Viejo a la Fundición No. 10 C.P. 60060 Ciudad Michoacán Del. Edo. Michoacán	Ing. Susana Ramírez Guzmán ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Ing. Susana Ramírez ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel: (686) 840-69 43

12	Productores Agropecuarios Tanaxuri S.P.R. de R.L.	Col. Jicalán Calle Av. Delicias # 100 C.P. 60090 Ciudad Uruapan Del. Uruapan Edo. Michoacán	Sr. Sergio Quintero Ángel ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel. (452) 523-32 91
13	Frutas y Hortalizas Orgánicas de Michoacán México S.A. de C.V.	Col. Ramón Farías Calle Francisco Villa No. 114 C.P. 60050 Ciudad Uruapan Del. Edo. Michoacán	Lic. Gilberto Toral ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Sr. José Luis Tungüi O ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida. Tel. (452) 523-91 13
14	Agro frutícola Colibrí, S.P.R. de R.L. de C.V.	Km. 20 Carr. Gabriel Zamora - Nuevo Urecho CP 61175. Los Cajones, Mich. México.	Tel: +52 (422) 52 14053 www.colibrifruit.com
15	GUIALED S.P.R. de R.L.	Carr. Gabriel Zamora - Nuevo Urecho Km. 25	Teléfono + Fax: +524225213007 Teléfono: +524225213006 Email:alejandroarroyo@gmail.com Email:guillermoarroyo@gmail.com
16	Agroexportadora Roy, S.A. de C.V.	Km. 22.5, Carretera Gabriel Zamora-Nuevo Urecho, Michoacán	Tel. (425) 535-31 30
17	AGUMAN Export S.P.R. de R.L. de C.V.	Km 123 Autopista Pátzcuaro - Lázaro Cárdenas, Ibérica, C.P. 61750, Nuevo Urecho, Michoacán.	Tel. 52 (351) 560-01 60
18	Cucos Pepinos y Mangos, S.P.R. de R.L.	Km 116, Carretera Federal Nueva Italia-Uruapan,	Tel. 4255276149
19	Empresa Integradora de Productores de Mango y Frutas Tropicales de Michoacán S.A. de C.V.	Km 2.5, Carretera 4 Caminos-Apatzingán, C.P. 61760 Nueva Italia, Múgica, Michoacán.	Tel. 425 631 05 21
20	Enlatadora del Huaco, S.P.R. de R.L. de C.V.	La Laguna, El Huaco, C.P. 61745, Gabriel Zamora, Michoacán.	Tel. (425) 106-49 51

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA, 2016).

5.6 Diseño del instrumento de medición

Es importante entender el significado de los instrumentos de recolección de datos de una investigación por lo que se debe señalar lo dicho por diversos autores, para Hernández (2006), el instrumento de medición es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre variables que tiene en mente. De acuerdo con Niño (2011), se entienden como recursos, medios, útiles, pruebas o herramientas, los instrumentos tienen como función “capturar los datos o la

información” requerida con el fin de verificar el logro de los objetivos de la investigación, medir las variables y validar la hipótesis, en caso de que se contemplen.

Un instrumento son aquellas herramientas que se utilizan para comprobar las hipótesis, es así como en cualquier tipo de investigación, se deben seleccionar las técnicas o herramientas. Es decir, que clase de datos se necesitan recoger y con qué instrumentos o técnica debe recogerlos. Se eligen los elementos materiales tales como la observación, los cuestionarios, las entrevistas, las encuestas, los test, etcétera (Villicaña, 2015).

De acuerdo con Hernández (2014), toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad.

Donde confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes, la validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir y la objetividad que es el grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan (Hernández, 2014).

5.6.1 Encuestas

La encuesta social, uno de los tipos más utilizados de la investigación social cuantitativa, es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación. La información posible de recoger mediante la encuesta es muy variada y ello explica, en parte, su gran utilización en investigaciones teóricas y aplicadas a la sociología, la psicología social, la ciencia política, la demografía, la educación, el estudio de mercados, de costos de vida, etcétera (Briones,2002).

Según Ávila (2006), la encuesta se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia.

De acuerdo con Baena (2017), una encuesta es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo que estamos estudiando. Un estudio de caso comprende una entrevista extensa con una guía de preguntas o de indicadores para detectar sobre la persona o la comunidad todos los elementos que nos permitan conocer de ella desde sus orígenes hasta el momento actual. Las guías pueden llegar a contener más de 100 preguntas o indicadores. Mediante un mismo cuestionario o cédula se aplica a un grupo de personas que representan una muestra del universo de la población investigada. La encuesta social consiste en recoger datos referentes a las condiciones de vida y de trabajo de la población de cierta zona, a fin de contribuir a la adopción de medidas sociales prácticas. Se reúnen los hechos y sobre su base se esboza un plan de acción.

La instrumentación consiste en el diseño de un cuestionario o de una cédula de entrevista elaborados para medir opiniones sobre eventos o hechos específicos. Los dos anteriores instrumentos se basan en una serie de preguntas. En el cuestionario las preguntas son administradas por escrito a unidades de análisis numerosas. En una entrevista las respuestas a las cuestiones pueden escribirse en la cédula de entrevista o puede llevarse en una interacción cara a cara (Ávila, 2006).

En vista de lo anterior, el instrumento que se utilizará para la presente investigación será el cuestionario, el cual ayudará a obtener información más real acerca del motivo de estudio y de la información obtenida documentalmente.

5.6.2 Cuestionario

De acuerdo con Hernández *et al* (2014), tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Los mismos autores hacen mención que el cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se

van a medir, así como que son utilizados en encuestas de todo tipo (Hernández *et al.* 2014).

Es importante obtener el conocimiento acerca de cómo elaborar un cuestionario de manera correcta por lo que Ávila (2006), menciona que se requiere de la preparación cuidadosa y exhaustiva de un programa cuya estructura es muy similar a la de una cédula de entrevista y se debe de incluir al menos la siguiente información:

- 1) Datos generales o de identificación de la institución u organización que desarrolla la encuesta.
- 2) Una breve inducción que especifique cuál es el objetivo o propósito de la entrevista.
- 3) Datos sociológicos o de identificación de los respondientes.
- 4) Datos concernientes a los problemas, oportunidades y necesidades, en este caso instrucciones y preguntas.

De igual manera es conveniente conocer el tipo de ítems o preguntas que frecuentemente son utilizados en los cuestionarios, donde de acuerdo con Ávila (2006) menciona lo siguiente:

- **Ítems Estructurados.** Son reactivos de alternativa fija y ofrecen al respondiente la elección entre dos o más alternativas de respuesta. En este tipo de preguntas se debe evitar obtener como respuesta un simple SI o un NO porque no suministran ninguna información relevante. Tienen como ventajas la potencial uniformidad de medición y con ello mayor confiabilidad, además se codifican con facilidad. Como desventajas están la superficialidad porque pudieran no profundizar en las respuestas.
- **Ítems No Estructurados.** Son reactivos de finalidad abierta muy útiles para obtener un marco referencial sobre las respuestas que suministran los respondientes. Dan la posibilidad al respondiente de profundizar en sus

respuestas libremente y se pueden realizar estimaciones más precisas sobre las opiniones de los respondientes.

De acuerdo con Hernández *et al* (2014), se clasifican las preguntas en cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas son aquellas que contienen opciones de respuesta previamente delimitadas, resultan más fáciles de codificar y analizar, es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a éstas. Pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta. Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito, y puede variar de población en población; son útiles cuando no hay suficiente información sobre las posibles respuestas de las personas.

Para la elaboración del cuestionario en la presente investigación se debe de hacer uso de las variables dependiente e independientes propuestas de donde se obtendrán las dimensiones y los indicadores para ser aplicados en el diseño y construcción del instrumento de medición. De manera que los ítems se basarán en las dimensiones e indicadores con el fin de obtener la información deseada.

Se puede observar la tabla 5 en donde se operacionalizan las variables propuestas para la elaboración de los ítems.

Tabla 5. Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicador
Y1- Competitividad empresarial	La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico. (Abdel <i>et al</i> ,2004)	<ul style="list-style-type: none"> •Exportaciones •Producción
X1-Innovación	De acuerdo con Escorza (1997) citado en Leal <i>et al</i> (2019) la innovación es entendida como	<ul style="list-style-type: none"> •Tecnología •Maquinaria y equipo

	los pasos o estrategias que se llevan a cabo para llegar a obtener un resultado.	<ul style="list-style-type: none"> •Competencia •Infraestructura
X2-Capital humano	El capital humano se estructura como el conjunto de competencias, conocimientos y valores que incentivan a la innovación e implementación de procesos y procedimientos corporativos de mayor eficiencia y efectividad. (Archibold <i>et al</i> , 2015)	<ul style="list-style-type: none"> •Empleados •Eficiencia •Conocimiento
X3-Gestión financiera	La función general de las finanzas se concentra en los flujos de efectivo de corto y largo plazo. El rol de la administración financiera es mantener y crear valor económico o riqueza. (Aceves, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> •Inversión •Créditos •Flujo de efectivo •Contabilidad •Apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración propia con base a la literatura revisada, 2021.

5.7 Escala de medición

De acuerdo con Ávila (2006), las escalas son instrumentos de medición o pruebas psicológicas que frecuentemente son utilizadas para la medición de actitudes. Se dice que los individuos expresan a las actitudes por medio de opiniones acerca de cualquier tema en específico.

En una escala de medición de actitudes no interesa propiamente la opinión o el conjunto de palabras que expresa la persona. Lo que en realidad es importante es la actitud de quién opina. La escala de medición de actitudes analiza los pensamientos y sentimientos de la persona hacia los hechos ya especificados (Ávila, 2006).

Existen cuatro métodos mediante los cuales se puede asignar un número o una escala de medición que de acuerdo con Igartua *et al* (2004), son los siguientes:

- Las escalas nominales únicamente permiten la clasificación y diferenciación de los objetos, por lo que también se denominan cualitativas. Ejemplo: la variable género con las categorías hombre versus mujer.
- Las escalas ordinales permiten, además de lo anterior, jerarquizar los objetos con relación a algún criterio.
- Las escalas de intervalo permiten establecer relaciones de igualdad/desigualdad, de orden y además los intervalos entre los distintos valores son iguales. Ejemplo: la medida de la temperatura en grados centígrados.
- Las escalas de razón incluyen un punto que es el cero absoluto. Ejemplo: la medición de los minutos de visionado de televisión.

De igual manera de acuerdo con Correa (2016), también se encuentran otras escalas diferentes que comprenden la medición de la actitud, es decir la disposición que incita al individuo a reaccionar de determinada manera frente a determinados objetos, personas o situaciones. Estos métodos de medición se realizan a través de intervalos y pueden ser (ibídem):

- 1) Escala de Stoufer.
- 2) Escala tipo Likert.
- 3) Escala de Thurstone.
- 4) Escalograma de Guttman.
- 5) Método de comparación por pares.
- 6) Escalas de Osgood.
- 7) Escalas de distancia social de Bogardus.

5.7.1 Escala tipo Likert

Para conocer la actitud que enfrentan las empresas exportadoras de mango en la Región de Tierra Caliente, Michoacán de la presente investigación, se pretende utilizar la escala tipo Likert.

Es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos (Malave, 2007).

Los cuestionarios tipo escala de Likert han demostrado un reconocido rendimiento en investigaciones sociales en lo que se refiere a la medición de actitudes. Tomando en cuenta que la actitud por su naturaleza subjetiva no es susceptible de observación directa, ha de inferirse de la conducta manifiesta, en este caso, a través de la expresión verbal de los sujetos de investigación (Montejano, 2019).

El instrumento de medición será analizado en una escala tipo Likert en donde para obtener las respuestas se realiza por medio de:

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

La escala de valoración incluye un punto medio el cual es considerado como neutral así como dos puntos a la izquierda y dos a la derecha, representando el valor más alto como 5 y el valor más bajo como 1.

La escala de Likert es aditiva, así las puntuaciones se obtienen sumando los valores obtenidos respecto a cada pregunta contenida en el mismo cuestionario; el número de categorías de respuesta es el mismo para todas las preguntas. El puntaje máximo es igual al número de ítems multiplicado por el puntaje mayor en cada alternativa de respuesta y el puntaje mínimo es igual al número de ítems multiplicado por el puntaje menor de las alternativas de respuesta (Zúñiga,

Dentro de la presente tesis se analizará utilizando tres tipos de escala quedando de la siguiente manera:

- **Escala general** para medir la competitividad de las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente Michoacán. El número de categorías de respuesta es de 5 para cada una de las 30 preguntas que conforman el cuestionario, siendo el 5 el valor máximo y 1

el valor mínimo para cada ítem, por lo que el puntaje total máximo es de 150 (30×5) y el puntaje total mínimo es de 30 (30×1) lo cual es igual a $150 - 30 = 120 / 5 = 24$ quedando la escala de la siguiente manera:

Cuadro 1. Escala tipo likert para analizar la competitividad de las empresas exportadoras de mango

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
30	54	78	102	126

- **Escala para medir cada una de las variables** en donde los puntajes máximos y mínimos dependen del número de ítems manejados en cada una de ellas, por ejemplo, la variable innovación cuenta con 7 preguntas y cada una se puede cuantificar con un máximo de 5 puntos, por lo que el valor máximo es de 35 (7×5) y el valor mínimo es de 7 (7×1) lo cual es igual a $35 - 7 = 28 / 5 = 5.6$ quedando de la siguiente manera:

Cuadro 2. Escala tipo likert para analizar la innovación con relación a la competitividad empresarial

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
7	12.6	18.2	23.8	29.4

- **Escala para medir cada uno de los ítems** donde la puntuación máxima es de 5 y la mínima de 1, quedando como sigue:

Cuadro 3. Escala tipo likert para analizar los ítems

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
1	1.8	2.6	3.4	5

5.8 Prueba piloto

El primer cuestionario utilizado para determinar la competitividad de las empresas exportadoras de la región de Tierra Caliente, Michoacán con la finalidad de comprobar la validez del instrumento; fue un cuestionario piloto.

La prueba piloto fue aplicado a los gerentes de 5 empresas exportadoras ubicadas en la región de Tierra Caliente Michoacán que son las empresas objetivo. El cuestionario fue aplicado por vía telefónica y por medio de correo electrónico donde se envió y se recibió una respuesta de manera favorable, por lo que se permitió conocer que se encontraron algunos errores de redacción de las preguntas, puesto que resultaban confusas a los entrevistados, además se encontró que algunas preguntas tenían dificultad para ser contestadas debido a los niveles de seguridad que se encontraban en las empresas. Con base a lo anterior se realizaron las modificaciones correspondientes.

5.9 Cuestionario final

Después de la aplicación de la prueba piloto al encontrarse errores de redacción se procedió a hacer una modificación en los ítems para un mejor entendimiento y obtener los resultados esperados. La aplicación del cuestionario final se realizó por vía telefónica y correo electrónico al personal y gerentes que laboran en las empresas exportadoras encontradas en la región de Tierra Caliente Michoacán.

El instrumento de medición se localiza dentro del anexo III y se encuentra estructurado de la siguiente manera (véase tabla 6):

- Trece preguntas se encuentran enfocadas a la variable dependiente de competitividad empresarial abarcando dimensiones: volumen, canales de distribución, precio, exportaciones, normas y reglamentos, transporte y producción.

- Siete preguntas examinan la variable independiente de innovación con dimensiones: tecnología, maquinaria y equipo, infraestructura y competencia.
- Cinco preguntas describen la variable independiente de capital humano con dimensiones: empleados, eficiencia y conocimientos.
- Cinco preguntas se enfocan a la variable independiente de gestión financiera con dimensiones: inversión, créditos, contabilidad y apoyo gubernamental.

Tabla 6. Estructura del cuestionario

Título	Número de preguntas / ítems
Competitividad empresarial	13
Innovación	7
Capital humano	5
Gestión financiera	5
Total	30

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.10 Validez y confiabilidad del instrumento de medición.

Uno de los principales objetivos de una investigación es determinar la validez del instrumento de medición de la forma tan precisa como sea posible. Es por ello por lo que de acuerdo con Corral (2009), existen diversos métodos para estimar la confiabilidad que son los siguientes:

- **Método Test-Retest:** una forma de estimar la confiabilidad de un test o cuestionario es administrarlo dos veces al mismo grupo y correlacionar las puntuaciones obtenidas. Este método tiene la desventaja de que los puntajes pueden verse afectados por el recuerdo, la práctica, etc. Este procedimiento no es adecuado para aplicarlo a pruebas de conocimientos sino para la medición de aptitudes físicas y atléticas, tests de personalidad y motores. Se usa la correlación por el método de los puntajes directos (Correlación r de Pearson):

Ecuación 1 Método Test-Retest

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

En donde: r xy: es el coeficiente de correlación

N: número de sujetos

X: valores de X (1ª aplicación)

Y: valores de Y (2ª aplicación)

XY: producto de cada valor X por su correspondiente valor en Y

- **Método común de división por mitades o Hemitest:** este método computa el coeficiente de correlación entre los puntajes de las dos mitades del test o cuestionario aplicado. Esto supone que los dos test mitades son paralelos, tienen igual longitud y varianza entre sí. Se estima a través del coeficiente de confiabilidad de Spearman Brown: i) Se establece la correlación entre los dos puntajes de las dos mitades del test a través del método de los puntajes directos, Correlación r de Pearson:

Ecuación 2 Método común de división por mitades

$$r_{12} = \frac{N\sum x_1 x_2 - (\sum x_1)(\sum x_2)}{\sqrt{N\sum x_1^2 - (\sum x_1)^2} \sqrt{N\sum x_2^2 - (\sum x_2)^2}}$$

Se interpreta la prueba de hemitest como coeficiente de consistencia interna, ya que una sola prueba contiene las dos formas equivalentes y su énfasis lo pone en las puntuaciones de los sujetos, no en los ítems.

- **El método de división por mitades de Rulon:** utiliza la división del test en mitades, pero su método no supone necesariamente varianzas iguales en los sub-tests. coeficiente de consistencia interna.

Ecuación 3 Método de división por mitades de Rulon

$$r_t = 2 \left[\frac{s_a^2 + s_b^2}{2} \right]$$

Donde:

r_t : coeficiente de confiabilidad

s_d^2 : varianza de la diferencia entre las puntuaciones de las mitades

s_t^2 : varianza de las puntuaciones del test total

El método de división por mitades de Guttman: también se denomina coeficiente de consistencia interna. Su fórmula es:

Donde:

r_t : coeficiente de confiabilidad

s_a^2 : varianza de las puntuaciones de los ítems pares

s_b^2 : varianza de las puntuaciones de los ítems impares
 s_t^2 : varianza de las puntuaciones del test total

- **Coeficiente Alfa de Cronbach:** Para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; la cual puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total. El coeficiente α de Cronbach puede ser calculado por medio de la siguiente forma:

Ecuación 4 Coeficiente Alfa de Cronbach

$$r_u = (k - 1) \left[\frac{1 - \sum s_t^2}{s_t^2} \right]$$

5.10.1 Alfa de Cronbach

El coeficiente alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach (Cronbach, 1951). Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (Bland *et al*, 2002).

De acuerdo con Kwok y Sharp (1998) citado en Hernández (2015), la popularización del coeficiente alfa de Cronbach se debe a la practicidad de su uso, ya que requiere una sola administración de la prueba. Además, tiene la ventaja de corresponder a la media de todos los posibles resultados de la comparación que se hace en el proceso de dividir en mitades una escala.

La forma más sencilla de calcular el valor del alfa de Cronbach es multiplicar el promedio de todas las correlaciones observadas en los ítems por el número de ítems que componen una escala, y luego dividir el producto entre el resultado de la suma de 1 más el producto de la multiplicación del promedio de todas las correlaciones observadas por el resultado de la resta de 1 al número de ítems: $\{\alpha = n.p / 1+p (n-1)\}$, donde n es el número de ítems y p es el promedio de todas las correlaciones (Hernández *et al*, 1998).

En palabras de George (2003), se sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente.
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno.
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable.
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre.
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

En este caso la confiabilidad del instrumento de medición se obtuvo por medio del coeficiente alfa de Cronbach con el programa SPSS, quedando como sigue:

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.825	.834	30

Por lo que de acuerdo con George (2003) la confiabilidad del instrumento es bueno.

5.11 Obtención de datos

Los datos obtenidos en los cuestionarios que fueron aplicados a los gerentes de las empresas exportadoras de mango de la región de Tierra Caliente Michoacán se procesaron en los programas de Microsoft Excel y el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 22. Este programa, desarrollado en la Universidad de Chicago, es uno de los más difundidos, contiene todos los análisis estadísticos (Hernández, 2006).

La manera en que fueron aplicados los cuestionarios fue a través de llamadas telefónicas y envío por medio de correo electrónico obteniendo respuesta favorable de las empresas las cuales con gusto colaboraron para poder realizar la presente investigación. La aplicación de los cuestionarios fue de manera remota ya que de manera presencial no era posible un acercamiento por las medidas sanitarias derivadas del virus de COVID-19 lo cual tuvo impacto mundial desde el año 2020. Derivando de esto la razón por la cual no se tuvo acercamiento de manera presencial con las empresas exportadoras de mango ubicadas en la región de Tierra Caliente. Sin que lo antes mencionado influyera en los resultados de la presente investigación.

Es importante mencionar las herramientas estadísticas que se aplicarán a la presente investigación para la obtención de resultados son: medidas de tendencia

central, medidas de dispersión, distribución de frecuencias, análisis de regresión lineal, prueba de chi cuadrado y prueba de correlación de Spearman.

Para la obtención de los resultados es importante destacar que pueden variar ya que al aplicar el cuestionario al personal de las empresas exportadoras de mango en algunos casos se encontraron respuestas muy similares por lo que los resultados fueron casi idénticos para todas las variables. Lo anterior derivado a que como ya se ha mencionado no se tuvo contacto presencial por lo que era complicado verificar el puesto del personal que contestaba los cuestionarios.

CAPÍTULO VI.
RESULTADOS DE LA
INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Análisis e interpretación de resultados

Dentro del presente capítulo se obtienen y procesan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario del capítulo anterior en el programa Statical Package for the Social Sciencies (SPSS), dicho análisis se dividirá en dos etapas:

Etapa 1. Dentro de esta primera etapa se realiza un análisis estadístico de cada variable de investigación por medio de las medidas de tendencia central y dispersión, así como un análisis de frecuencias para posteriormente realizar un análisis descriptivo de los resultados obtenidos mediante la escala de Likert lo cual tiene como objetivo agrupar y clasificar el número de unidades analizadas en relación con los resultados obtenidos.

Etapa 2. Dentro de la segunda etapa se analizarán los resultados obtenidos por medio de tres distintas pruebas las cuales son:

- Análisis de regresión lineal el cual se utiliza para explorar y cuantificar la relación entre una variable dependiente (Y) que en este caso sería la competitividad empresarial y una o más variables independientes (X) que en este caso serían las variables innovación (X_1), capital humano (X_2) y gestión financiera (X_3), así como desarrollar una ecuación lineal que tenga fines predictivos.
- Prueba de Chi cuadrado la cual es utilizada para revelar la existencia de relación entre dos variables.
- Prueba de correlación de Spearman la cual es utilizada para medir la fuerza y dirección de la asociación entre las variables dependiente e independientes de la presente investigación.

6.2 Procesamiento de las variables

Uno de los objetivos principales de la presente investigación es determinar las variables que influyen en la competitividad de las empresas exportadoras de mango de la región de Tierra Caliente Michoacán por lo que el procesamiento estadístico para su análisis se logró en base a los resultados que se obtuvieron con la aplicación de los cuestionarios a los gerentes de las empresas durante el periodo de mayo a septiembre del año 2021.

6.2.1 Procesamiento de la variable dependiente

En la siguiente tabla se muestran los resultados de la variable dependiente de competitividad empresarial en base a las medidas de tendencia central.

Tabla 7. Medidas de tendencia central y dispersión de la variable dependiente competitividad empresarial

Media	49.50
Mediana	49.00
Moda	49 ^a
Desviación estándar	5.472
Varianza	29.947
Rango	22
Mínimo	40
Máximo	62
Suma	990

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS con base en los cuestionarios aplicados, 2021.

En la tabla anterior se muestra un mínimo de 40 y máximo de 62. La media es 49.50, la moda 49 al igual que la mediana.

Tabla 8. Distribución de frecuencias de la variable dependiente competitividad empresarial

Competitividad empresarial				
Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
40	1	5.0	5.0	5.0
43	1	5.0	5.0	10.0
44	1	5.0	5.0	15.0

45	2	10.0	10.0	25.0
46	1	5.0	5.0	30.0
47	2	10.0	10.0	40.0
49	3	15.0	15.0	55.0
50	1	5.0	5.0	60.0
51	3	15.0	15.0	75.0
53	2	10.0	10.0	85.0
54	1	5.0	5.0	90.0
61	1	5.0	5.0	95.0
62	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS (2021).


En la tabla anterior se muestran las frecuencias de las respuestas quienes de los 20 cuestionarios aplicados se repitieron 3 con un puntaje de 49 y 3 con un puntaje de 51.

Una vez realizado el análisis estadístico de medidas de tendencia central (tabla 7) y distribución de frecuencias (tabla 8) se pueden obtener los siguientes resultados: la media es de 49.5, la mediana y la moda tienen el mismo valor de 49, por lo que las tres medidas se encuentran dentro del rango de alta competitividad. La desviación estándar es una medida donde se puede observar el grado de dispersión de los datos con respecto al valor promedio, siendo en este caso de 5.472. A partir de la media hacia ambos lados la dispersión quedaría de la siguiente manera: $(49.5+5.472) = 54.972$ y $(49.5-5.472) = 44.028$, esto significa que en el rango de 44.028 a 54.972 es donde se observa el mayor número de respuestas; por otra parte, el valor de la desviación estándar es de 5.472 lo cual es menor a 10.4 lo cual es la distancia que existe entre cada respuesta procesada de la escala.

De acuerdo con la distribución de frecuencias el valor mínimo de respuestas fue de 40 y el valor máximo fue de 62, lo cual representa una distancia para ambas de 22 puntos. Los valores que quedaron por debajo de la media representan el 40% del total de los valores. El resto de los resultados, es decir, el 60% se encuentran de la media hacia arriba, lo que lo ubica en el rango de alta competitividad de acuerdo con la escala tipo Likert.

El resultado de la variable dependiente competitividad empresarial se considera altamente competitiva de acuerdo a la medición realizada en la escala como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. Resultados generales de la variable dependiente competitividad empresarial

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
13	23.4	33.8	44.2	54.6
 49.5				
				65

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de obtenidos de la presente investigación (2021).

6.2.2 Procesamiento de las variables independientes

El objetivo general para esta investigación es determinar si las variables independientes innovación, capital humano y gestión financiera influyen en la variable dependiente competitividad empresarial de las empresas exportadoras de mango por lo que se muestran a continuación el procesamiento de los resultados aplicando las medidas de tendencia central y distribución de frecuencias para posteriormente realizar un análisis en la escala tipo Likert.

Tabla 9. Medidas de tendencia central y dispersión de las variables independientes

	Innovación	Capital humano	Gestión financiera
Media	23.95	18.90	17.15
Mediana	24.00	19.50	17.00
Moda	22	20	15 ^a
Desviación estándar	4.466	2.198	2.390
Varianza	19.945	4.832	5.713
Rango	16	7	10
Mínimo	16	15	12
Máximo	32	22	22
Suma	479	378	343

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS con base a los cuestionarios aplicados, 2021.

En la tabla 9 se pueden observar las medidas de tendencia central de cada una de las variables independientes, se muestra que la moda y la mediana no se encuentran muy alejados de la media.

Tabla 10. Distribución de frecuencias de la variable independiente innovación

Válido	Innovación			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
16	2	10.0	10.0	10.0
18	1	5.0	5.0	15.0
20	1	5.0	5.0	20.0
21	1	5.0	5.0	25.0
22	3	15.0	15.0	40.0
23	1	5.0	5.0	45.0
24	2	10.0	10.0	55.0
25	2	10.0	10.0	65.0
27	2	10.0	10.0	75.0
28	2	10.0	10.0	85.0
29	1	5.0	5.0	90.0
30	1	5.0	5.0	95.0
32	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS (2021).

La tabla 10 muestra la frecuencia de las respuestas en la sección de la variable independiente innovación donde se observa que 3 repitieron un puntaje de 22.

Tabla 11. Distribución de frecuencias de la variable independiente capital humano

Válido	Capital humano			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
15	3	15.0	15.0	15.0
16	1	5.0	5.0	20.0
17	1	5.0	5.0	25.0
18	1	5.0	5.0	30.0
19	4	20.0	20.0	50.0
20	5	25.0	25.0	75.0

21	4	20.0	20.0	95.0
22	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS, 2021.

En la tabla anterior se muestra la frecuencia de las respuestas en la sección de capital humano donde se observa que 5 repitieron un puntaje de 20.

Tabla 12. Distribución de frecuencias de la variable independiente gestión financiera

Válido	Gestión financiera			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
12	1	5.0	5.0	5.0
14	1	5.0	5.0	10.0
15	4	20.0	20.0	30.0
16	1	5.0	5.0	35.0
17	4	20.0	20.0	55.0
18	3	15.0	15.0	70.0
19	3	15.0	15.0	85.0
20	2	10.0	10.0	95.0
22	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en estadístico SPSS (2021).

En la tabla 12 se muestra la frecuencia de las respuestas en la sección de la variable independiente gestión financiera, en donde se puede observar que 4 repitieron un puntaje de 15 y 4 repiten un puntaje de 17.

6.2.2.1 Innovación

Las medidas de tendencia central para esta variable se encuentran en la tabla 10 en donde la media es de 23.95 la mediana de 24 y la moda tiene un valor de 22, encontrándose la moda en un rango de regular competitivo y la media y mediana en un rango de altamente competitivo. La desviación estándar es de 4.466 en donde a partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(23.95+4.466) = 28.416$ y $(23.95-4.466) = 19.484$, esto significa que el rango de 19.484 a 28.416 es donde se encuentra el mayor número de respuestas; por otra

parte, el valor que se obtiene de la desviación estándar es de 4.466 lo que es menor a 5.6, que es la distancia entre cada variable procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias el valor mínimo fue de 16 y el valor máximo fue de 32 con una distancia de 16, donde los valores que quedaron por debajo de la media representaron el 40% del total de los valores, siendo el resto de los resultados, es decir, el 60% ubicándose por arriba de la media lo cual lo posiciona en un rango altamente competitivo en la escala utilizada.

El resultado de la variable innovación dentro de la presente investigación es considerado como altamente competitivo de acuerdo a la escala tipo Likert como se muestra a continuación:

Cuadro 5. Resultado de la variable independiente innovación

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
7	12.6	18.2	23.8	29.4
			23.95	35

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de obtenidos de la presente investigación (2021).

6.2.2.2 Capital humano

Las medidas de tendencia central para esta variable se encuentran en la tabla 10 en donde la media es de 18.90 la mediana de 19.50 y la moda tiene un valor de 20, encontrándose en un rango de altamente competitivo. La desviación estándar es de 2.198 en donde a partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(18.90+2.198) = 21.098$ y $(18.90-2.198) = 16.702$, esto significa que el rango de 16.702 a 21.098 es donde se encuentra el mayor número de respuestas; por otra parte, el valor que se obtiene de la desviación estándar es de 2.198 lo que es menor a 4, que es la distancia entre cada variable procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias el valor mínimo fue de 15 y el valor máximo fue de 22 con una distancia de 7, donde los valores que quedaron por debajo de la media representaron el 25% del total de los valores, siendo el resto de

los resultados, es decir, el 75% ubicándose por arriba de la media lo cual lo posiciona en un rango altamente competitivo en la escala utilizada.

El resultado de la variable capital humano dentro de la presente investigación es considerado como altamente competitivo de acuerdo a la escala tipo Likert como se muestra a continuación:

Cuadro 6. Resultado de la variable independiente capital humano

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
5	9	13	17	21
 18.90				

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de obtenidos de la presente investigación (2021).

6.2.2.3 Gestión financiera

Las medidas de tendencia central para esta variable se encuentran en la tabla 10 en donde la media es de 17.15 la mediana de 17 y la moda tiene un valor de 15, encontrándose la moda en un rango de regular competitivo y la media y mediana en un rango de altamente competitivo. La desviación estándar es de 2.390 en donde a partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(17.15+2.390) = 19.54$ y $(17.15-2.390) = 14.76$, esto significa que el rango de 14.76 a 19.54 es donde se encuentra el mayor número de respuestas; por otra parte, el valor que se obtiene de la desviación estándar es de 2.390 lo que es menor a 4, que es la distancia entre cada variable procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias el valor mínimo fue de 12 y el valor máximo fue de 22 con una distancia de 10, donde los valores que quedaron por debajo de la media representaron el 35% del total de los valores, siendo el resto de los resultados, es decir, el 65% ubicándose por arriba de la media lo cual lo posiciona en un rango altamente competitivo en la escala utilizada.

El resultado de la variable gestión financiera dentro de la presente investigación es considerado como altamente competitivo de acuerdo a la escala tipo Likert como se muestra a continuación:

Cuadro 7. Resultado de la variable independiente gestión financiera

Muy baja competitividad	Baja competitividad	Regular competitividad	Alta competitividad	Muy alta competitividad
5	9	13	17	21
			17.15	25

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de obtenidos de la presente investigación (2021).

6.3 Análisis de regresión múltiple

De acuerdo con Hernández *et al* (2014), el análisis de regresión lineal es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra. Está asociado con el coeficiente r de Pearson. Brinda la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable a partir de las puntuaciones de la otra variable. Entre mayor sea la correlación entre las variables (covariación), mayor capacidad de predicción.

Dicho en palabras de Rodríguez & Mora (2001), el análisis de regresión lineal múltiple nos permite establecer la relación que se produce entre una variable dependiente (Y) y un conjunto de variables independientes (X_1, X_2, \dots, X_K). Al aplicar el análisis de regresión múltiple lo más frecuente es que tanto la variable dependiente como las independientes sean variables continuas medidas en escala de intervalo o razón. No obstante, caben otras posibilidades: (1) también podremos aplicar este análisis cuando relacionemos una variable dependiente continua con un conjunto de variables categóricas; (2) o bien, también aplicaremos el análisis de regresión lineal múltiple en el caso de que relacionemos una variable dependiente nominal con un conjunto de variables continuas.

El objetivo principal de construir un modelo de regresión puede ser, por ejemplo, evaluar cómo afecta el cambio en unas características determinadas (variables

independientes) sobre otra característica en concreto (variable dependiente), denominado modelo con fines explicativos; o también nuestro objetivo podría ser intentar estimar o aproximar el valor de una característica (variable dependiente) en función de los valores que pueden tomar en conjunto otra serie de características (variables independientes), denominado entonces modelo con fines predictivos (Peláez, 2016).

De acuerdo con Abuín (2007), las variables independientes son llamadas variables explicativas por lo que en el análisis de regresión múltiple se utilizan más de una variable explicativa lo que ofrece la ventaja de utilizar más información en la construcción del modelo y por lo tanto utilizar estimaciones más precisas.

Es por ello que la intención de realizar un análisis de regresión lineal múltiple en la presente investigación es obtener una función más sencilla de las variables explicativas para que sea capaz de poder describir lo mejor posible la variación de la variable dependiente.

Con los datos obtenidos de la aplicación del instrumento de medición y mediante el uso del programa estadístico SPSS en su versión 22.0 se llevó a cabo el análisis de regresión como se muestra a continuación:

Tabla 13. Variables consideradas para el análisis del modelo de regresión múltiple

Variables entradas/eliminadas ^a			
Modelo	Variables introducidas	Variables eliminadas	Método
1	Gestión financiera, Capital humano, Innovación ^b	.	Intro
Variable dependiente: Competitividad			
b. Todas las variables solicitadas introducidas			

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

De acuerdo con los datos obtenidos mediante el análisis de regresión múltiple, se obtiene como resultado que las tres variables independientes incluidas en el análisis que fueron: innovación, capital humano y gestión financiera, explican el 67.5% de la competitividad empresarial de las exportadoras de mango, ya que el valor de R^2 ajustado es de 0.675 como se muestra en la tabla 14:

Tabla 14. Resumen del modelo de regresión múltiple

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.852 ^a	0.726	0.675	0.23999
a. Predictores: (constantes), Innovación, Capital humano, Gestión financiera				
b. Variable dependiente: Competitividad empresarial				

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

En la siguiente tabla 15 se observa el análisis de varianza donde permite valorar hasta qué punto es adecuado el modelo de regresión lineal para estimar los valores de la variable dependiente. Se observa el estadístico F en donde se puede contrastar la hipótesis nula de que R^2 es igual a 0, por lo que permite saber la existencia de una relación lineal importante entre las variables de investigación.

Con los resultados obtenidos, se muestra el valor de nivel crítico $Sig. = 0.000$, lo que indica una existencia de relación lineal significativa, por lo tanto, se puede afirmar una correcta aplicación de la ecuación de regresión.

Tabla 15. Tabla de análisis de varianza

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2.445	3	0.815	14.152	0.000 ^b
	Residuo	0.922	16	0.058		
	Total	3.367	19			
a. Variable dependiente: Competitividad						
b. Predictores: (Constante), Gestión financiera, Capital humano, Innovación						

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

En continuación se muestra la tabla de coeficientes de regresión (Tabla 16), en donde se contiene la información necesaria para poder construir la ecuación de regresión lineal.

Tabla 16. Coeficientes de regresión

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	
1	B	Error estándar	Beta			
	(Constante)	0.615	0.579		1.062	0.304
	Innovación	0.302	0.101	0.458	2.986	0.009
	Capital humano	0.214	0.133	0.223	1.610	0.127
	Gestión financiera	0.392	0.136	0.426	2.883	0.011
a. Variable dependiente: Competitividad						

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

En la tabla anterior dentro de la columna de coeficientes no estandarizados es donde se encuentran los coeficientes (B_K), dichos datos conforman la ecuación de regresión múltiple en puntuaciones directas que serán aplicadas en esta investigación. El coeficiente Beta expresa la pendiente de la recta de regresión en el caso de que todas la variables sean constantes.

En consecuencia, podemos observar la tabla 17 en donde se integran los valores de coeficientes no estandarizados en la ecuación del modelo de regresión y como puede observarse todos los valores son positivos, por lo que se puede considerar que todas las variables independientes de la investigación inciden positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras del mango en la región de Tierra Caliente, Michoacán.

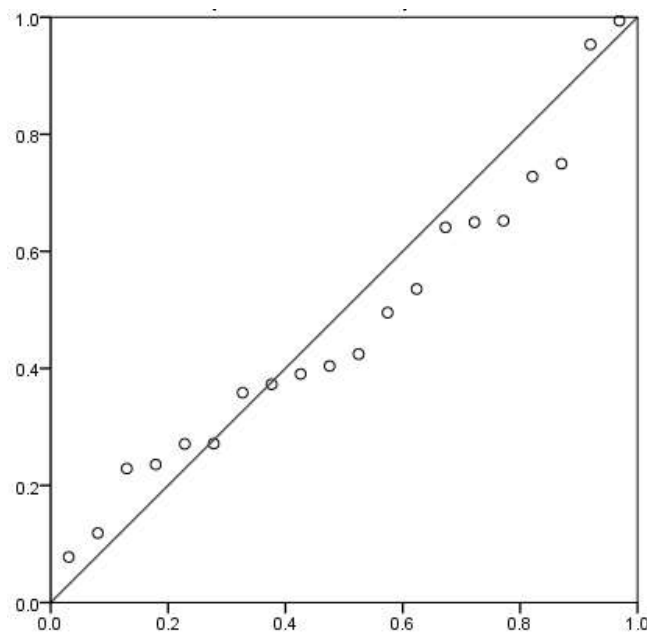
Tabla 17. Modelo de regresión

$E(y) = 0.615 + 0.302x_1 + 0.214x_2 + 0.392x_3$
En donde:
y = Competitividad empresarial x_1 = Innovación x_2 = Capital humano x_3 = Gestión financiera

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

De igual manera, en el siguiente gráfico se puede observar la representación del modelo de regresión lineal que se encuentra en la tabla 17. Gráficamente se puede observar cada uno de los coeficientes obtenidos del análisis, tomando en cuenta que si el incremento de todas las variables se mantiene constante el grado de competitividad será positivo y en proporción al nivel incrementado.

Gráfica 6. Modelo de regresión lineal



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos del programa SPSS, 2021.

6.4 Prueba de correlación de Spearman

De acuerdo con Hernández *et al* (2014), el coeficiente de correlación de Spearman es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal (ambas), de tal modo que los individuos, casos o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). Son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales.

Para Fujita *et al* (2009), citado en Leyva & Flores (2014), el intervalo de coeficiente de correlación de Spearman es una medida de asociación no paramétrica y es aplicable cuando la variable es ordinal. Esto puede evaluar la relación no lineal entre dos variables sin hacer suposiciones sobre su distribución de probabilidad. Los valores del coeficiente van de -1 a 1. Cuando el valor se acerca a 1 se puede decir que la relación entre variables es directa, en caso de que el valor se acerque a -1 indica que ambas variables se asocian inversamente. Si el coeficiente de correlación se acerca a 0 la relación de variables no se presenta.

En base a lo dicho por Marcos (2020), el coeficiente de correlación de Pearson se puede interpretar de la siguiente manera:

- El valor del índice de correlación puede cualquier número del intervalo [-1,1].
- El símbolo del valor indicara el sentido de la relación.
- Si $r = 1$, será considerada la existencia de una correlación positiva perfecta, es decir, una dependencia total entre las dos variables a la cual se le denomina relación directa: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.
- Si $0 < r < 1$, será considerada la existencia de una correlación positiva.
- Si $r = 0$, no existirá una relación lineal entre ambas variables observadas.
- Si $-1 < r < 0$, indicará la existencia de una correlación negativa.
- Si $r = -1$, será considerada la existencia de una correlación negativa perfecta, es decir, una dependencia total entre las dos variables llamada relación

inversa: cuando una de las variables observadas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.

Para poder medir el grado de asociación de las variables se hará uso de la siguiente escala propuesta por Leyva & Flores (2014):

Tabla 18. Grado de asociación de variables

Coeficiente	Interpretación
r=1	Correlación perfecta
Mayor que 0.80	Muy fuerte
Entre 0.60 y 0.80	Fuerte
Entre 0.40 y 0.60	Moderado
Entre 0.20 y 0.40	Baja
Entre 0 y 0.20	Muy baja
r=0	Nula

Fuente: Leyva & Flores, (2014).

En vista de lo anterior, es de importancia medir el grado de correlación que tiene la variable dependiente con las variables independientes de la presente investigación por lo que se realizó el cálculo del coeficiente de correlación de las variables de estudio, siendo procesadas en el programa SPSS en su versión 22.0, donde se obtiene la matriz de coeficientes que se muestra en la tabla 19.

Tabla 19. Correlación de Spearman entre las variables de la investigación

			Competitividad empresarial	Innovación	Capital humano	Gestión financiera
Rho de Spearman	Competitividad empresarial	Coeficiente de correlación	1	.729**	.504*	.675**
		Sig. (bilateral)	.	.000	.023	.001
		N	20	20	20	20
	Innovación	Coeficiente de correlación	.729**	1	.361	.418
		Sig. (bilateral)	.000	.	.117	.067
		N	20	20	20	20
	Capital humano	Coeficiente de correlación	.504*	.361	1	.307
		Sig. (bilateral)	.023	.117	.	.187
		N	20	20	20	20
	Gestión financiera	Coeficiente de correlación	.675**	.418	.307	1
		Sig. (bilateral)	.001	.067	.187	.
		N	20	20	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas)

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

Dentro de la siguiente parte de la investigación se detallará y analizara los datos obtenidos de la correlación de Spearman entre la variable dependiente de Competitividad empresarial y cada una de las variables independientes las cuales son: innovación, capital humano y gestión financiera del presente estudio.

6.4.1 Competitividad empresarial e Innovación

De acuerdo con los resultados obtenidos, el coeficiente de correlación de Spearman entre la variable Competitividad empresarial e Innovación es de 0.729, un grado fuerte de asociación y tiene un valor asociado de $p < .05$ por lo que se considera significativo (ver tabla 20).

Tabla 20. Coeficiente de correlación entre las variables Competitividad empresarial e Innovación

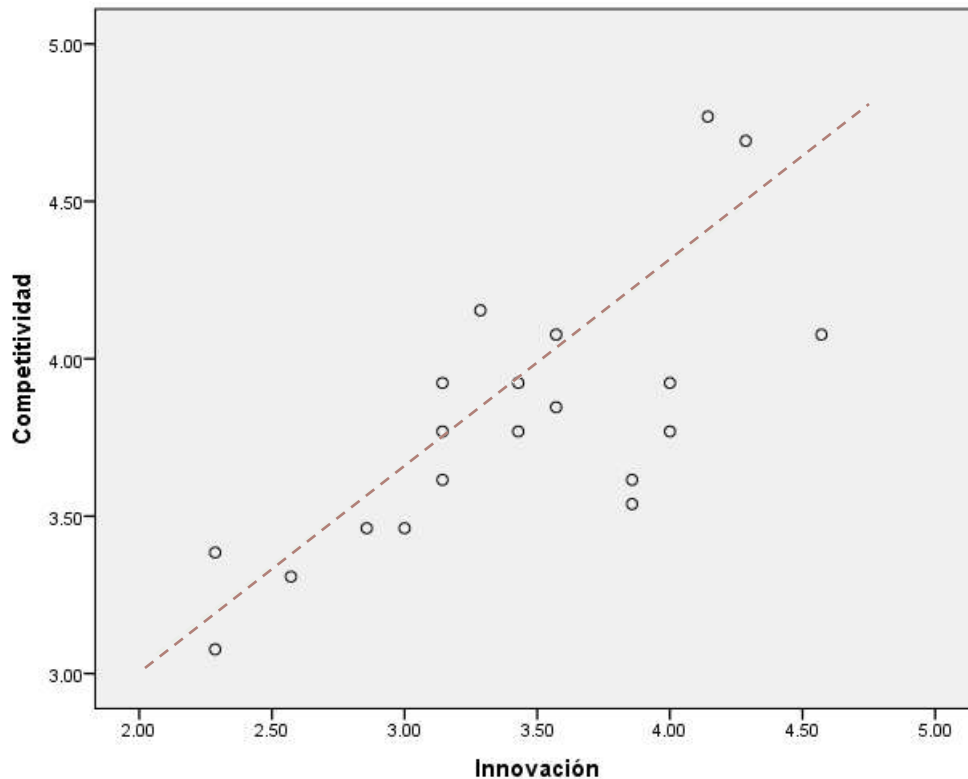
		Competitividad empresarial	Innovación	
Rho de Spearman	Competitividad empresarial	Coeficiente de correlación	1	
		Sig. (bilateral)	.729**	
		N	20	
	Innovación	Coeficiente de correlación	.729**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

Esta correlación entre las variables se puede observar en el siguiente diagrama de dispersión en el que ambas variables muestran una fuerte correlación de tipo lineal positiva (ver gráfica 7).

Gráfica 7. Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial e Innovación



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

Por lo que después de observar el grado de correlación existente entre las variables Competitividad empresarial e Innovación, se puede decir que se acepta la *hipótesis específica 1 (H₁)*: La innovación impacta positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

6.4.2 Competitividad empresarial y Capital humano

En este apartado se muestra el análisis de la correlación de Spearman entre las variables Competitividad empresarial y Capital humano, donde el coeficiente de correlación es de 0.504 lo que se considera como un grado moderado de asociación y tiene un valor asociado de $p < .05$ por lo que se considera significativo (ver tabla 21).

Tabla 21. Correlación de Spearman entre las variables Competitividad empresarial y Capital humano

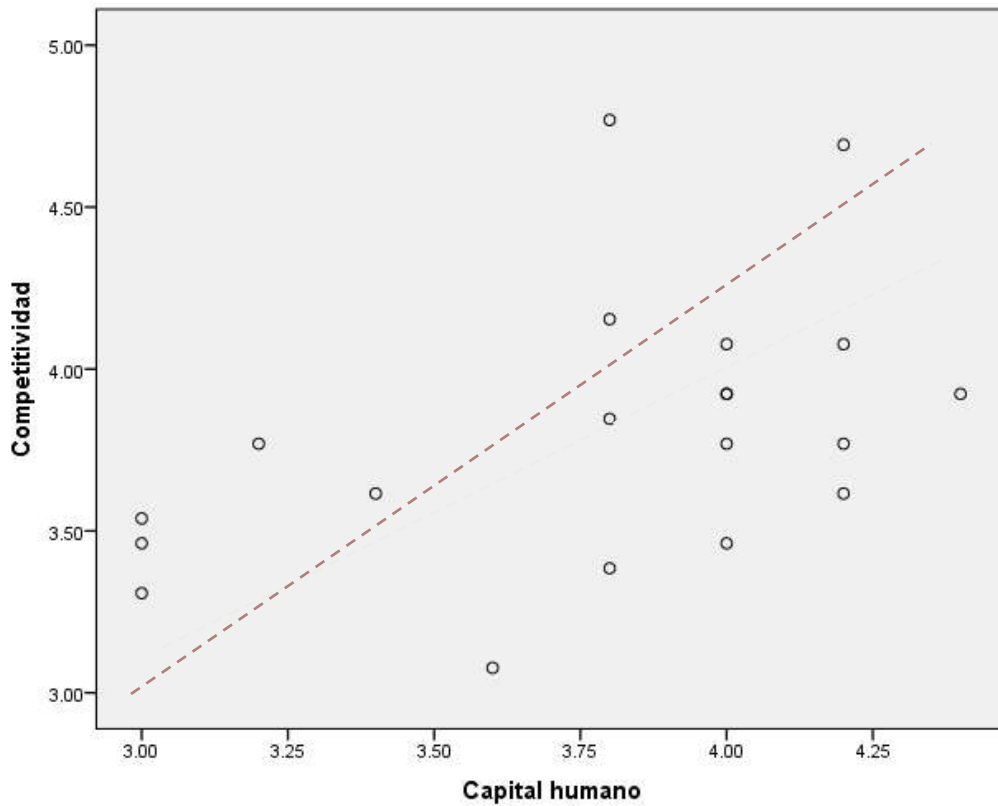
		Competitividad empresarial	Capital humano
Rho de Spearman	Competitividad empresarial	Coefficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	.023
	Capital humano	N	20
		Coefficiente de correlación	.504*
		Sig. (bilateral)	.023
N	20		

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas)

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

La presente correlación entre las variables se puede observar en el siguiente diagrama de dispersión en el que ambas variables muestran una correlación moderada de tipo lineal positiva (ver gráfica 8).

Gráfica 8. Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial y Capital humano



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

Por lo tanto, se considera apropiado aceptar la *Hipótesis específica 2 (H₂)*: El capital humano incide positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

6.4.3 Competitividad empresarial y Gestión financiera

Finalmente se analizó la correlación de Spearman entre la variable Competitividad empresarial y Gestión financiera, lo que arroja un coeficiente de correlación de 0.675, por lo tanto, se considera que tiene un grado fuerte de asociación y se encuentra con un valor asociado de $p < .05$ por lo que se considera significativo (ver tabla 22).

Tabla 22. Correlación de Spearman entre la variable Competitividad empresarial y Gestión financiera

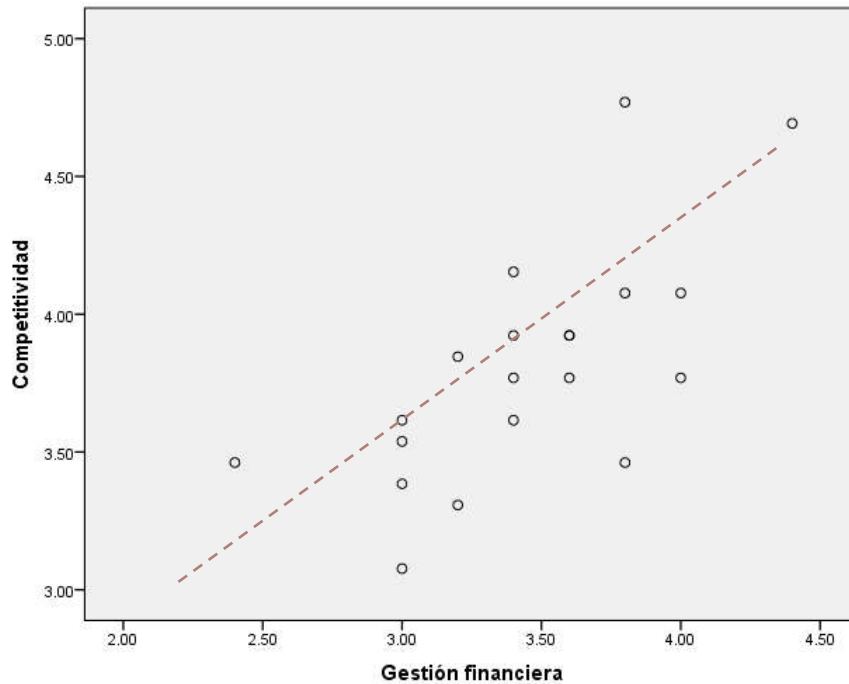
		Competitividad empresarial	Gestión financiera	
Rho de Spearman	Competitividad empresarial	Coeficiente de correlación	1	
		Sig. (bilateral)	.675**	
		N	20	
	Gestión financiera	Coeficiente de correlación	.675**	1
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

De manera gráfica, se representa la correlación de ambas variables dependiente e independiente en un diagrama de dispersión (Gráfica 9) en el cual observa la existencia de una correlación de tipo lineal positiva entre ambas variables.

Gráfica 9. Diagrama de dispersión de las variables Competitividad empresarial y Gestión financiera



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos, 2021.

Así tomando en cuenta los resultados anteriores es adecuado aceptar la *Hipótesis específica 3 (H₃)*: La gestión financiera influye de manera positiva en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

6.5 Prueba estadística de Chi-cuadrada

De acuerdo con Hernández *et al*, (2014) la prueba de *Chi* cuadrada es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Se simboliza con X^2 donde las hipótesis por probar son correlacionales. Las variables involucradas en esta prueba son dos donde su nivel de medición es nominal u ordinal y se calcula por medio de una tabla de contingencia o tabulación cruzada, que es un cuadro de dos dimensiones y cada dimensión contiene una variable. A su vez, cada variable se subdivide en dos o más categorías.

En términos generales, la prueba de Chi-cuadrado tiene por objetivo evaluar el comportamiento del fenómeno esperado contra el comportamiento real; entre mayor concordancia exista entre las frecuencias observadas y las esperadas, el estadístico

tomará un valor igual o muy cercano a 0; en caso contrario, si la discrepancia entre las frecuencias observadas y las esperadas es grande, grande será el valor que tome el estadístico y, en consecuencia, se rechazará la hipótesis nula (Marcos, 2020).

Lo principal en esta prueba es contrastar la hipótesis nula mediante el nivel de significación, por lo que si el valor de la significación es mayor o igual que el Alfa (0.05), se acepta la hipótesis; pero si es menor, se rechaza (Gómez, 2008).

Expresado lo anterior, para la presente investigación se decide hacer uso de la prueba estadística *Chi* cuadrada y para poder llevar a cabo su aplicación es necesario realizar la formulación de la hipótesis alternativa y la hipótesis nula, por lo que a continuación se muestra la hipótesis general del presente estudio y su hipótesis nula de contraste:

Hipótesis general

(H_1): La competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán está determinada por la innovación, el capital humano y la gestión financiera.

Hipótesis nula

(H_0): La competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán no está determinada por la innovación, el capital humano y la gestión financiera.

Posteriormente se procesa a aplicar la prueba con los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario, en el programa estadístico SPSS, donde como resultado se muestra que el valor crítico observado (Sig. asintótica) es <0.05 (ver Tabla 23) por lo que se rechaza la *hipótesis nula* y se acepta la *hipótesis alternativa*, es decir: *La innovación, el capital humano y la gestión financiera impactan de manera positiva en la competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán.*

Tabla 23. Prueba de Chi cuadrada con las variables de la investigación

	Competitividad empresarial	Innovación	Capital humano	Gestión financiera
Chi cuadrado de Pearson	8.811 ^a	14.231 ^{a*}	12.769 ^{a*}	12.967 ^{a**}
gl	2	6	6	6
Sig. asintótica	0.012	0.027	0.047	0.044
a. 4 casillas (66.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .90. a*. 11 casillas (91.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20. a**. 12 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .30.				

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el programa SPSS, 2021.

De esta manera se aplicó la misma prueba con cada una de las hipótesis específicas del presente estudio como se muestran a continuación:

Hipótesis específica 1

H_1 : La innovación impacta positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Hipótesis nula

H_0 : La innovación no impacta positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Hipótesis específica 2

H_1 : El capital humano incide positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Hipótesis nula

H_0 : El capital humano no incide positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Hipótesis específica 3

H_1 : La gestión financiera influye positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

Hipótesis nula

H_0 : La gestión financiera no influye positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán.

En seguida se muestran los resultados que corresponden a la variable independiente de Innovación.

Se observa que el valor crítico observado (Sig. asintótica) es 0.027 lo que es <0.05 , por lo tanto, se rechaza la *hipótesis nula* y se acepta la *hipótesis alternativa*, es decir: La innovación impacta positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán (Tabla 24).

Tabla 24. Prueba Chi cuadrado de la variable Innovación

Innovación	
Chi cuadrado de Pearson	14.231 ^{a*}
gl	6
Sig. asintótica	0.027
a*. 11 casillas (91.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20.	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el programa SPSS, 2021.

Correspondiente a la variable de capital humano los resultados se muestran a continuación.

Se observa que el valor crítico observado (Sig. asintótica) es 0.047 lo que es <0.05 , por lo tanto, se rechaza la *hipótesis nula* y se acepta la *hipótesis alternativa*, es decir: El capital humano incide positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán (Tabla 25).

Tabla 25. Prueba de Chi cuadrado de la variable de Capital humano

Capital humano	
Chi cuadrado de Pearson	12.769 ^{a*}
gl	6
Sig. asintótica	0.047
a*. 11 casillas (91.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20.	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el programa SPSS, 2021.

Finalmente se muestran los resultados de la variable independiente gestión financiera.

Se observa que el valor crítico observado (Sig. asintótica) es 0.044 lo que es <0.05 , por lo tanto, se rechaza la *hipótesis nula* y se acepta la *hipótesis alternativa*, es decir: La gestión financiera influye positivamente en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán (Tabla 26) Gómez *et al*, 2005.

Tabla 26. Prueba de Chi cuadrado de la variable Gestión financiera

Gestión financiera	
Chi cuadrado de Pearson	12.967 ^{a**}
gl	6
Sig. asintótica	0.044
a**. 12 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .30.	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el programa SPSS, 2021.

CAPÍTULO VII.
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El mango es considerado a nivel mundial como una de las principales frutas para su comercialización gracias a su gran sabor y diversas variedades, por lo que es muy demandado en diversas partes del mundo. México ocupa el sexto puesto como productor de mango a nivel mundial encontrándose la mayor concentración del cultivo en diez estados del país, incluido el estado de Michoacán. A lo largo de esta investigación se ha observado que Michoacán se encuentra en el primer sitio como estado exportador ya que más del 80% de su producción se destina a la venta en otros países donde su principal mercado es Estados Unidos de América.

Después del análisis realizado en el capítulo del marco contextual se encontró que diversos países de Latinoamérica como lo son Perú y Brasil comenzaron a tener una notoria participación en la comercialización del mango con otros países por lo que se encuentran como los principales competidores del mango michoacano. Debido a esto es de suma importancia conocer aquello que hace competitivas a las empresas exportadoras de mango por lo que en esta investigación se abordaron específicamente el estudio de empresas exportadoras de mango ubicadas en la región de Tierra Caliente Michoacán, el cual tuvo como objetivo determinar de qué manera impacta la innovación, el capital humano y la gestión financiera en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en el estado de Michoacán. Propósito que se logró con éxito al analizar los datos provenientes de las encuestas. Con lo que se pudo realizar la correlación entre las variables independientes y la variable dependiente revelando la existencia de relación o no asociación.

De esta manera, a partir de la revisión de la literatura, realizando un análisis empírico sobre distintos estudios para poder seleccionar cuales variables influyen en la competitividad de las empresas exportadoras y mediante la aplicación de cuestionarios se estableció el modelo teórico y la metodología a seguir que junto con los objetivos e hipótesis guiaron esta investigación. Los datos que se obtuvieron

de las encuestas aplicadas se procesaron por diversos análisis estadísticos para así poder obtener los resultados esperados.

Las conclusiones que se obtuvieron al realizar esta investigación para determinar las variables que influyen en la competitividad de las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente son las siguientes:

De acuerdo a la obtención de los resultados, la variable que más influye en la competitividad de las empresas exportadoras de mango es la innovación obteniendo un rango de altamente competitivo en la escala tipo Likert en la que fue analizada. De acuerdo a las dimensiones que abordó esta variable los datos reflejan que para las empresas exportadoras es muy importante que la maquinaria y equipo que se utiliza para los controles de calidad y selección del mango se encuentren en constante mantenimiento tomando siempre en cuenta nuevas actualizaciones lo cual es muy importante para la eficacia y rapidez de los procesos que se llevan a cabo, ya que siendo el mango una fruta propensa de plagas, es importante que se pasen por distintos procedimientos que garanticen la calidad del producto a exportar y tomando en cuenta el tiempo desde que se cultiva con el productor hasta la llegada al empaque. Otro aspecto a considerar es que la mayoría de las empresas toman en cuenta las opiniones de sus clientes en el desarrollo de innovaciones, esto ayuda a tener una buena relación con los clientes, así como mantenerse actualizados.

Otro elemento a tomar en cuenta es que, al realizar la encuesta, la mayoría de las empresas mencionan que frecuentemente contratan asesoría o consultoría para el funcionamiento de la maquinaria lo que provoca en algunas ocasiones se realice un cambio de maquinarias por algunas más nuevas o con mayor tecnología. Por último, las empresas conocen todos los lineamientos y reglas que se necesitan para poder exportar el producto, así como cumplen con los requerimientos necesarios de exportación.

Respecto a la variable independiente de gestión financiera, basándose en los resultados de la investigación, se obtiene una relación con la competitividad de las empresas por lo que si influye de manera positiva obteniendo una alta competitividad medida en la escala tipo Likert, por lo que se pudo observar en las

respuestas de las empresas que siempre están en busca de algún tipo de financiamiento esto con el fin de ser más competitivos ante otros países, de igual manera se lleva un buen control de las finanzas lo que es fundamental para que las empresas exportadoras realicen operaciones y sigan en funcionamiento obteniendo resultados con claridad respecto a sus utilidades y los contratos que se tengan con las empresas a las que se les vende el producto, así como un buen manejo del tipo de cambio de divisas y ajustarse a los precios del mercado, del mismo modo conociendo con exactitud su porcentaje de ventas a los países destino.

Por ende, con respecto a dicha variable de gestión financiera se considera que la mayoría de las empresas mencionan una falta de apoyo gubernamental para la promoción del mango michoacano, lo cual beneficiaría la entrada a nuevos mercados. Lo mismo ocurre con la falta de políticas que impulsen la negociación con nuevos países.

Finalmente se hace mención de la variable capital humano la cual, con respecto a los resultados obtenidos de los análisis estadísticos realizados, se consigue conocer la existencia de una relación con la variable de competitividad empresarial mostrando un rango de altamente competitivo de acuerdo con la escala tipo Likert aplicada. Por lo que las empresas exportadoras consideran de suma importancia el desarrollo del conocimiento sobre exportaciones del personal que labora dentro de la empresa, sirviendo de base para identificar nuevas oportunidades de distribución y la entrada a nuevos mercados mejorando la competitividad de las empresas.

De igual manera, las empresas consideran que el personal trabaja en óptimas condiciones laborales siendo competitivos en comparación con otros países y teniendo conocimiento de todos los procesos por los que el producto del mango necesita pasar cuidando en todo momento la calidad.

Respecto a la hipótesis general planteada donde la competitividad de las empresas exportadoras de mango del estado de Michoacán está determinada por la innovación, el capital humano y la gestión financiera se puede visualizar que respecto a la revisión de literatura y los análisis estadísticos realizados en la presente investigación se cumple con dicha hipótesis al verificar que la innovación,

el capital humano y la gestión financiera determinan de manera directa la competitividad de las empresas exportadoras de mango del Estado de Michoacán.

Como se ha mencionado anteriormente, esta investigación acepta las hipótesis planteadas en el capítulo de fundamentos de investigación y se logran responder a las preguntas tanto general como específicas, por lo tanto, después de haber determinado de qué manera inciden las variables independientes innovación, capital humano y gestión financiera sobre la competitividad de las empresas exportadoras de mango de la región de Tierra Caliente, es conveniente afirmar que los objetivos de la investigación se han cumplido satisfactoriamente.

RECOMENDACIONES

En base a la información procesada y analizada anteriormente se realizan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las empresas realizar estudios de mercado para abrir la entrada a nuevos países que consumen mango en fruta fresca, ya que actualmente la mayor parte de las exportaciones de mango se destinan a Estados Unidos de América, por lo que exportar a nuevos mercados puede resultar en beneficio de las empresas y la economía del estado.
- En las empresas exportadoras como en cualquier otro sector, el capital humano es de suma importancia por lo que es recomendable invertir en constantes capacitaciones para el personal, con el objetivo de incrementar los conocimientos y habilidades sobre la exportación del mango.
- El apoyo gubernamental con el que se encuentra es poco o nulo, por lo que es necesario crear programas donde se dé a conocer el mango michoacano a otros países, mostrando el nivel de calidad que se puede ofrecer con el objetivo de encontrar nuevos mercados de exportación. De esta manera, también es importante recomendar a las empresas contar con conocimientos suficientes sobre los requisitos que debe cumplir el producto para entrar a nuevos países.
- De acuerdo a los datos analizados, las empresas exportadoras se encuentran en constante búsqueda de financiamientos para realizar sus operaciones, ya que la temporada donde trabajan es de comienzos del cultivo en febrero a finales de junio, por lo que el resto del año se encuentran con muy poca o nula venta y es necesario crear planes de financiamiento que puedan cubrir con bajas tasas de interés.

BIBLIOGRAFÍA

Abdel, G. y Romo, D. (2004). Sobre el concepto de competitividad. *Documentos de trabajo en estudios de competitividad*. México, Distrito Federal: Centro de estudios de competitividad, ITAM.

Abuín, J. R. (2007). Regresión lineal múltiple. *IdEyGdM-Ld Estadística, Editor, 32*.

- Adela Chávez, M. C., Palacios Vásquez Juan Ariosto. (2017) México y su relación con la competitividad y los mercados internacionales. *Revista eumedet*. <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2017/mexico-competitividad.html>
- Aceves Arce, M. A., (2016) Competitividad de las pequeñas y medianas empresas procesadoras y exportadoras de alimentos del Estado de Michoacán. [Tesis de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] <https://drive.google.com/file/d/1QzqwCXSqaMa7tz4lkOp2LFDn9e6tbZqx/view>
- Aceves, M. A., Aguilasocho, D. y Galeana, E. (2016) El capital humano en la competitividad de las PYMES de la industria de alimentos del estado de Michoacán. *Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas* 2. 435-464
- Aguilasocho, D., Galeana E. y Guerra, J. (2014) Factores que afectan la competitividad de las pymes agrocítricas manufactureras en Michoacán. *Mercados y Negocios: Revista de Investigación y Análisis*, 15, 2. 45-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5811247>
- Appleyard, D. R., & Field, A. J. (2014). International Economics. In *International Economics* (8th ed.). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.4324/9781315671611>
- Archibold, W. y Escobar, A. (2015). Capital intelectual y gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico. *Revista Dimensión Empresarial*, 13, (1).133-146 <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i1.342>
- Ayala Garay, A. V., Almaguer Vargas, G., De la Trinidad Pérez, N. K., Caamal Cauich, I., y Rendón, R. (2009). Competitividad de la producción de mango (mangífera indica L.) en Michoacán. *Revista Chapingo Serie Horticultura*, 15. (2). 133-140. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rcsh/v15n2/v15n2a5.pdf>
- Ayala-Ortega, José de Jesús, Gutiérrez-Cuevas, Osiel Adrián, Ávila-Val, Teresita del Carmen, & Vargas-Sandoval, Margarita. (2019). Identificación del ácaro y el patógeno asociado a la malformación floral de mango en Gabriel Zamora, Michoacán. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 10(spe23), 345-350. Epub 20 de noviembre de 2020. <https://doi.org/10.29312/remexca.v0i23.2034>

- Beltrán Mora, L. N. (2012) Innovación y competitividad en el comercio internacional. *Revista TRILOGÍA*. 7. 137-151.
- Bonales, J., Pedraza, O. H. y Paz, I. (2015). Competitividad Internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas. *Investigación administrativa*, 44(116). <http://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v44n116/2448-7678-ia-44-116-00002.pdf>
- Bonales, J., Zamora, A. I. y Ortiz, C. F. (2018) Modelo estructural de la ventaja competitiva en las empresas exportadoras. *Red internacional de investigadores en competitividad*, 12, 796-813. <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1549>
- Bonales, J., Zamora, A. I. y Ortiz, C. F. (2015) Variables e índices de competitividad de las empresas exportadoras, utilizando el PLS. *Revista CIMEXUS*, 10 (2), 13-32 <https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/222/184>
- Bocco, G., Mendoza, M. y Masera, O. (2001). La dinámica del cambio del uso del suelo en Michoacán: Una propuesta metodológica para el estudio de los procesos de deforestación. *Investigaciones Geográficas*, 44, 18-38.
- Bolaños, E. A. (1999). David Ricardo. *Ensayos de Economía*, 10(16), 61-87.
- Cajavilca, W. O. (2018) Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017. [Tesis doctoral, Universidad NacionalFedericoVillarreal]<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2781/CAJAVILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDODOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camacho Flores, M. J, (2017) La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La-competitividad-empresarial.pdf
- Chávez A., Palacios J. A. (2017): "México y su relación con la competitividad y los mercados internacionales",. En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2017/mexico-competitividad.html>

Chávez Ferreiro, J., & Rivas Tovar, L. A. (2005). Competitividad de la agroindustria del Estado de Michoacán-México.

CONASPROMANGO. (2012). Plan Rector Nacional de Sistema Producto Mango.http://dev.pue.itesm.mx/sagarpa/nacionales/EXP_CNSP_MANGO/PLAN_RECTOR_QUE_CONTIENE_PROGRAMA_DE_TRABAJO_2012/PR_CNSP_MANGO_2012.pdf

Contreras, F. H. (2019). Introducción a los Negocios Internacionales. Microsoft Word - Libro final.docx

Czinkota, M., Ronkainen, I. y Moffet, M. (2007). Negocios Internacionales (7 ed.). México: Thompson Editores.

Daniels, J., Radebaugh, L. & Sullivan, D. (2007). International Business: Environments and Operations (11 ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Delfin Ortega, O. V. (2012) Competitividad internacional del sector agroindustrial de exportación del Estado de Michoacán. [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] <https://drive.google.com/file/d/1UjM3anThaaawm2ltR3lfxjxJ0La4qAdH/view>

Domínguez, A. de J., Gutiérrez, J. A. (2017) La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región de Tacna. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2882/1/2017_Dominguez_La-competitividad-y-el-desarrollo-economico.pdf

Dussel, P. E. et al, (2007). Inversión extranjera directa en México: desempeño y potencial. México: Siglo XXI Editores

EISSA y FERRO. (2001). Competitividad Sistémica y Universidad.

ESSER, HILLEBRAND y MESSNER (1994). Competitividad Internacional de las empresas y políticas requeridas. CEPAL.

FAO. (2020). Análisis del mercado de las principales frutas tropicales. <http://www.fao.org/3/cb0834es/CB0834ES.pdf>

FAOSTAT. (2021). Estadísticas internacionales del mango. <http://www.fao.org/faostat/es/#data>

Fideicomiso de riesgo compartido. (2017). *Agroindustria en México*. Recuperado de <https://www.gob.mx/firco/articulos/agroindustria-en-mexico?idiom=e>

Gallardo Jacobo, J. L. (2014) Tecnologías de Información y Comunicación en la Toma de Decisiones para la Dirección Estratégica en los Negocios Internacionales: Caso de las empresas de Morelia. [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] <https://drive.google.com/file/d/1WVBePxxvO3vrK3io0Ap3fqmWu1GpzZ-WI/view>

Giron Yarleque, P. M. (2019) Factores de competitividad y el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L, Provincia de Huaura, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión] <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3722/Tesis%20Pedro%20Miguel%20Giron%20Yarleque.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gómez, O. T. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Industrial data*, 11(1), 73-77.

Hernández, G., Paredes, V. J., Báez, A., & Cordero, M. A. (2017). El Balanced Scorecard para desarrollar el capital humano y la competitividad del sector hotelero en el estado de Tlaxcala. *Revista internacional la nueva gestión organizacional*, 3(2), 32-52. Obtenido de <https://www.uatx.mx/publicaciones/revistas/fcea/RI0712201707.pdf#page=35>

Hernández, D., López, F. y Casique, A. (2018) Un análisis de equilibrio parcial de las exportaciones de mango mexicano a los Estados Unidos. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 17. 171-199. <https://www.revista-asyd.mx/index.php/asyd/article/view/1327/579>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta Ed.) México: McGraw-Hill.
- Hill, C. (2001). *Negocios internacionales: Competencia en un mercado global*. (3 ed.). México: McGrawHill Interamericana Editores.
- Hilda, B. A., Emilio, F. V., de la Torre Cesar, V., & Carlos, S. P. (2016). *Negocios internacionales*. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (2016_12).
- HUANG, S. Y HUANG, K. 2007. Increased U.S. Imports of Fresh Fruit and Vegetables. *Report from the Economic Research Service*. USDA-ERS, Sept. 2007. <http://www.ers.usda.gov/Publications/fts/2007/08Aug/fts32801/fts32801.pdf>
- Ibarra M. A., González L. A. y Demuner M. del R. (2017) Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35). 107-130. <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Krugman, Paul, (1996). *Competitiveness: A dangerous obsession* (Competitividad: Una peligrosa Obsesión). *Foreign Affairs*, vol. 73 NQ 2: 28-44, march/april. Traducción Edison Fred Henao Atehortúa
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Larraín, F., & Sachs, J. D. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Pearson Educación.
- Fernández, M. A., & Tugores, J. (1995). *Microeconomía*. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Leal-Lopez, R. H., Partida-Puente, A. y Carrera-Sánchez, M. M. (2019) La Competitividad en la Comercialización de las Empresas Frutícolas del Soconusco, Chiapas. *Latindex*. 905-918. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculategica_5_2/A.13%20La%20Competitividad%20en%20la%20Comercializaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20fruticulas%20de%20Soconusco,%20Chiapas.pdf

- Leyva Cordero, O., & Flores Hernández, M. D. L. Á. (2014). Análisis de correlaciones bivariadas y parciales con spss.
- Lombana, J., & Gutiérrez, S. R. (2009). Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y Gestión*, 26, 1–38.
- Mango producto frutícola. (2016). Recuperado 21 de noviembre de 2021, de Hidroponía website: <http://hidroponia.mx/mango-principal-producto-fruticola-en-mexico/>
- Marcos Gutiérrez, A. F. (2020) Factores de competitividad en las empresas hoteleras de Morelia, Iva Michoacán. [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]
- Márquez, I. A. B. (2015). Tendencias de la disciplina en negocios internacionales. *Páginas: Revista académica e institucional de la UCPR*, (97), 109-121
- Mayorga Gutiérrez, D., & Araujo Azalde, P. (1992). Introducción a los negocios internacionales. BU6.pdf (up.edu.pe)
- Messner, D. (1996). *Latinoamérica hacia la economía mundial: condiciones para el desarrollo de la " competitividad sistémica"*. Fundación Friedrich Ebert. <https://bivica.org/files/economia-condiciones.pdf>
- Mitre, Sofía (2019) El dinámico ambiente de los negocios internacionales. Recuperado de: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/negocios-internacionales.htm>
- Montoya, A, I Montoya, y O Castellanos. «Situación de los elementos actuales y retos.» *Revista Agronomía Colombiana* , 2010: 1017-117.
- Morales, M. E., & Castellanos, Ó. F. (2007). Estrategias para el fortalecimiento de las Pyme de base tecnológica a partir del enfoque de competitividad sistémica. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29), 115–136.
- Novella, J. (1995) Mundialización, competitividad, comercio internacional, política industrial y empleo. *Afters Internacionales*, 29-30. 89-95.

MORALES, W. F. (2017). USO DE LA HOJA DE MANGO COMO ALTERNATIVA NATURAL EN EL CONTROL DE LA GLUCOSA EN LAS PERSONAS ADULTAS DEL BARRIO SAN JUAN EN EL DMQ 2017 (Bachelor's thesis).

OCDE, 1996. "Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy"

Pascale, R. (2009). Decisiones financieras (Sexta ed.). Buenos Aires: Pearson Education.

Pat V., Caamal I. y Caamal Z. (2017) Comportamiento y competitividad del mango de México en el mercado mundial. *Ciencias Sociales: Economía y Humanidades*.

Peláez, I. M. (2016). Modelos de regresión: lineal simple y regresión logística. *Revista Seden, 14*, 195-214.

Pérez Olascuaga, S. J. (2017) Estrategias para mejorar la competitividad de los productores de mango. Caso: Grillo Alegre (El Roble) y Valencia (Sincé), en la subregión Sabana del departamento de Sucre. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]
<http://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/2360/0070421.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Porter, Michael. (1982) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, New York.

Porter, M. E. (1990). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo editorial patria.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wV4JDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=competitividad+porter&ots=mxqBo9Q5hz&sig=CCJNP2QyDRpCGtl1iFA4dU8Y_d8#v=onepage&q&f=false

Prieto, Ana , y Marle Martines . «Sistemas de empresas.» 2004: Revista de Ciencias Sociales.

- Quispé Lazaro, R. E, (2018) Evaluación de la competitividad de una empresa privada para la exportación de mango fresco a los Ángeles-California en el año 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14244/Quispe%20L%C3%A1zaro%20Roberto%20Emiliano.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Rodríguez, A. (2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México (Culture impact on international business, an emphasis in business with México). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 2(2), 156-228.
- Rodríguez-Jaume, M. J., & Mora Catalá, R. (2001). Análisis de regresión múltiple. *Técnicas de investigación social II*.
- Rodríguez-Villanueva SJ., Larios-Medrano I., Campos-Serrano K. 2016. Introducción a la tecnología del mango. Guadalajara, Jalisco, México: Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco, A.C., (CIATEJ). 267.
- Romo, D.; G. Abdel. (2005). Sobre el Concepto de Competitividad. *Revista de comercio exterior*, vol.55, 3: 200-214.
- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. D. (2013). *Fundamentals of corporate finance* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rugman, A., & Hodgetts, R. M. (1997). *Negocios internacionales. Parte II: El Ambiente de los Negocios Internacionales. Capítulo, 4*, 121.
- Ruíz Díaz, E. (2013) Competitividad de la red de valor mango ataulfo de Guerrero en el mercado estadounidense [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Chapingo] http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/bitstream/handle/20.500.12098/366/meagr-rdef_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rubio Trias, A. (2020) Aplicación de un tratamiento hidrotérmico cuarentenario combinado con sales de calcio para inducir tolerancia al daño por frío en el mango (*Mangifera Indica* L.) y su efecto sobre la actividad de enzimas degradativas de

pared celular. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Sinaloa]
http://mcta.uas.edu.mx/pdf/repositorio/2017-2019/02_Rubio_Trias_Andres.pdf

Salgado, E. (2003). Teoría de costos de transacción: una breve reseña. *Cuadernos de administración*, 16(26), 61-78.

Santoyo Maldonado, S. (2014) Competitividad internacional de las empresas exportadoras de mango en el Valle de Apatzingán, Michoacán. [Tesis de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]
http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/992/ININEE-M-2014-1517.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sepúlveda Villarreal, Ernesto. *Temas económicos y sociales de actualidad en México. Charlas en mangas de camisa*. México: Museo Interactivo de Economía, 2010. pág 287.

SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP). (2015): Agricultura: Producción anual. SAGARPA. México. Disponible en:
<http://www.siap.gob.mx/agricultura/produccion-anual/>

SIAP. (2017). Mango: rey de las frutas tropicales.
<https://www.gob.mx/siap/articulos/mango-rey-de-las-frutas-tropicales>

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y sociedad*, XXXI(2), 179-198. Obtenido de
<http://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1224/CIS020063102-179-198.PDF>

Solari V., Landa M. (2007) Algunas características y problemas de las exportaciones en Michoacán. *Economía y Sociedad*, ISSN 1870-414X, Vol. 3, Nº. 4 (Imágenes de la Crisis en los Noventa), 1998

Thompson, I. (2006). Concepto de empresa. *Promonegocios. net*. Recuperado de:
<http://www.promonegocios.net>.

Tonato Tenorio, M. E. (2019) La competitividad empresarial y el potencial exportador de las empresas del cantón Ambato. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29227/1/T4432ig.pdf>

Wild, J. W. (2008). *International Business: An Integrated Approach*. New Jersey: Prentice Hall

Yahia, E. M. (2011). Mango (*Mangifera indica* L.). In *Postharvest biology and technology of tropical and subtropical fruits* (pp. 492-567e). Woodhead Publishing.

Anexo 1. Matriz de fichas bibliográficas.

	Título	Autores	Año	Objetivo	Marco teórico	Hipótesis	Tipo investigación	Metodología	Rasgos del modelo	Fuente de la base de datos	Resultado principal	Referencia bibliográfica
1	"Evaluación de la competitividad de una empresa privada para la exportación de mango fresco a los Ángeles, California en el año 2017."	Roberto Emiliano Quispe Lázaro	2018	Evaluar la competitividad de una empresa privada para la exportación de mango fresco a Los Ángeles, California en el año 2017.	Ventaja competitiva, competitividad, competitividad empresarial, condiciones de demanda, exportación.	H0: La empresa privada es competitiva para la exportación de mango fresco a Los Ángeles, California en el año 2017. H1: La empresa privada no es competitiva para la exportación de mango fresco a Los Ángeles, California en el año 2017.	El tipo de investigación: Descriptivo - Correlacional	Encuestas	Técnicas de recolección basado en el modelo del diamante Porter. - Análisis de datos a través del programa SPSS. - Procedimientos utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario a través del resultado de Alfa de Cronbach.	Se reunieron datos de 18 productores de mango fresco que conforman la empresa PERUVIAN QUALITY PRODUCTS SAC.	Para la exportación de mango fresco y derivados a EE. UU en el año 2017, la empresa privada es competitiva dando por corregido a la hipótesis donde se planteaba que la empresa privada tiene un nivel medianamente competitivo que el Sunshine Export, empresa líder en exportación de mango fresco y deshidratado, brinda información relevante en cuanto al mercado destino y futura transformación del mango fresco ha deshidratado a los EE.UU.	Quispé Lázaro, R. E. (2018) Evaluación de la competitividad de una empresa privada para la exportación de mango fresco a los Ángeles-California en el año 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/am/handle/11537/14244/Quispe%20L%C3%A1zaro%20Roberto%20Emiliano.pdf?sequence=3&isAllowed=y
2	"Capital intelectual y gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico"	Wendell Archibold y Adalberto Escobar	2013	Diagnosticar el estado actual del capital intelectual como dimensión de la gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico.	Capital intelectual, capital humano, capital estructural.	El uso del capital intelectual influye positivamente a la gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del atlántico.	Descriptiva	Encuestas	A través de una encuesta estilo Likert que estuvo estructurada por 34 afirmaciones agrupadas en tres dimensiones de gestión del conocimiento, como lo son el aprendizaje organizacional, las tecnologías para la gestión del conocimiento y el capital intelectual; en lo concerniente a las fuentes secundarias en el contexto del desarrollo de la presente investigación, se hizo uso de información inmersa en documentos, libros, tesis realizadas sobre el tema objeto de estudio y sobre el control fiscal territorial respectivamente.	Se utilizaron fuentes primarias de información, provenientes de 135 funcionarios de las contralorías objeto de estudio.	La investigación demostró que en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico se poseen capacidades estratégicas que propenden por la identificación, la producción y la transmisión del conocimiento que se considera fuente generadora de valor y ventajas competitivas a través de los activos intangibles, en su dimensión humana, estructural y relacional	Archibold, W. y Escobar, A. (2015). Capital intelectual y gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico. Revista Dimensión Empresarial, 13, (1),133-146 http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i1.342
3	"La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango."	Melani Jesús Camacho Flores	2017	Analizar en qué medida la competitividad de las empresas influyen en el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango.	Estrategias de comercialización y exportación, estrategias para la producción, estrategias para el precio, estrategias para el mercado, competitividad, competitividad empresarial.	La competitividad de las empresas influye en el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango.	Descriptiva-correlacional	Cuestionarios	Se utilizó un cuestionario de 30 preguntas las cuales están clasificadas en las dimensiones de Competitividad Empresarial: Performance, Recursos y Potencial, así como también están clasificadas en las dimensiones de Desempeño Exportador: Financiera y no Financiera.	Se trabajó con 9 empresas de Lima, Perú; las cuales estaba conformadas por 100 personas, respondidas por los gerentes y/o personal encargado de las exportaciones.	Las variables competitividad de las empresas y desempeño exportador tiene una estrecha relación y son directamente proporcionales, esto quiere decir que a mayor competitividad de la empresa, mejor desempeño exportador.	Camacho Flores, M. J. (2017) La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La-competitividad-empresarial.pdf
4	"La competitividad empresarial y el potencial exportador de las empresas"	Michelle Estefania Tonato Tenorio	2019	Analizar de qué manera afecta el bajo nivel de competitividad empresarial del sector	Competitividad, competitividad empresarial, potencial exportador, gestión	El bajo nivel de competitividad empresarial en el sector industrial si afecta la	Cualitativo-descriptivo	Encuestas	Se recogió información a través de la encuesta-cuestionario, las mismas que estuvo conformada por 26	39 industrias de Tungurahua que se encuentran inscritas en la Cámara del	Se rechaza el Ho y se acepta la hipótesis de investigación H1 que dice: "el bajo nivel de competitividad empresarial en el	Tonato Tenorio, M. E. (2019) La competitividad empresarial y el potencial exportador de las

	del cantón Ambato”			industrial en la capacidad del potencial exportador en las empresas del cantón Ambato.	administrativa, gestión financiera, estructura organizacional, gestión productiva, talento humano, innovación, exportaciones, globalización.	capacidad del potencial exportador en las empresas del cantón Ambato.			preguntas y se ejecutó a 39 gerentes del sector manufacturero que realizan exportación de su producto, entre ellas la información general de los empresarios y preguntas acerca de cómo afecta el bajo nivel de competitividad empresarial al potencial exportador buscando establecer la correlación entre las dos variables de estudio. Se ejecutó las debidas tabulaciones mediante la herramienta informática SPSS.	Comercio y Producción de Tungurahua en el cantón Ambato.	sector industrial afecta la capacidad del potencial exportador de las empresas del cantón Ambato”.	empresas del cantón Ambato. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29227/1/T4432ig.pdf
5	"Estrategias para mejorar la competitividad de los productores de mango. Caso: Grillo	Shary Janice Pérez Olascuaga	2017	Proponer estrategias de competitividad con fines de exportación para fortalecer a los productores de mango en la subregión Sabana del departamento de Sucre. Caso: El Roble y Sincé.	Competitividad, cadena de valor, ventajas competitivas, estrategias competitivas.	Las estrategias para mejorar la competitividad del subsector del mango en la subregión Sabana del departamento de Sucre es relevante con el fin de impulsar la diversificación de las apuestas productivas en este territorio	Hipótesis deductivo	Se aplicó un análisis estructural prospectivo, basado en el método de escenarios planteados por Godet Michel (1979).	La prospectiva estratégica con método de escenarios aplica varias etapas que consisten en la ejecución de una serie talleres prospectivos, "en la que los participantes se familiarizan con la utilidad de la prospectiva para identificar y jerarquizar comúnmente los principales retos del futuro" Godet (2000). En este caso, como primera instancia se efectuó un taller de socialización del proyecto de investigación y dos talleres posteriores para la construcción de la matriz Dofa y la matriz de variables del sistema para lo cual se contó con la participación de 55 productores de mango de los corregimientos Valencia (Sincé) y Grillo Alegre (El Roble).	Productores de mango en la subregión Sabana de Sucre.	Se lograron encontrar estrategias en donde se usan las variables de la investigación. Para la implementación de dichas estrategias es indispensable el papel que los actores y las acciones que estos puedan ejecutar. Es por ello que dentro de los actores del sistema, con ayuda de la herramienta Mactor, se identificó que Gremio Político de Sucre, Icontec, Invima, Banca Nacional, Procolombia, Mincomercio, Finagro, CEA, MinAgro, Fedemango, Corpoica, PTP, SecAgriculturas y Asohfrucol (calificación 1-promedio) son los actores que juegan un papel preponderante para el logro de un escenario futuro favorable para el sector manguicola de la Sabana del departamento de Sucre.	Pérez Olascuaga, S. J. (2017) Estrategias para mejorar la competitividad de los productores de mango. Caso: Grillo Alegre (El Roble) y Valencia (Sincé), en la subregión Sabana del departamento de Sucre. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar] http://repositorio.utb.edu.co/bitstream/am/handle/20.500.12585/2360/0070421.pdf?sequence=1&isAllowed=y
6	"Factores de competitividad y el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., Provincia de Huaura, 2019"	Pedro Miguel Giron Yarleque	2019	Establecer de que manera los factores de competitividad influyen en el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., provincia de Huaura, 2019.	Factores de competitividad, estrategias competitivas, estrategias de exportación, potencial exportador,	Los factores de competitividad influyen significativamente en el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., provincia de Huaura, 2019.	Explicativa-experimental	Cuestionarios	Se utilizó un cuestionario. El cuestionario ayudó a medir ambas variables, las cuales son "factores de competitividad" y "potencial exportador".	Se encuestaron a 53 trabajadores de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., provincia de Huaura.	De acuerdo a la hipótesis planteada se concluye que los factores de competitividad influyen significativamente en el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., provincia de Huaura, 2019. El grado de correlación entre las dos variables fue positiva moderada y muy significativa, confirmando la relación mediante un coeficiente de correlación.	Giron Yarleque, P. M. (2019) Factores de competitividad y el potencial exportador de la empresa Importaciones y Exportaciones Felles E.I.R.L., Provincia de Huaura, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión] http://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3722/Tesis%20PDRo%20Miguel

												%20Giron%20Yarl eque.pdf?seuenc e=1&isAllowed=y
7	"La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región de Tacna."	Alexis de Jesus Domínguez Zevallos y Jose Antonio Gutiérrez Rivera.	2017	Determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna.	Exportación, competitividad y desarrollo económico, gestión de competitividad, productividad.	El modelo de competitividad se relaciona significativamente en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna.	El modelo aplicado para la investigación es no experimental con un tipo explicativa-correlacional.	Cuestionarios	El instrumento utilizado en el trabajo de investigación es la encuesta que se realizó en forma escrita, mediante un formulario con 16 ítems, cuya serie de preguntas está diseñada de acuerdo a las variables definidas para esta investigación; las preguntas son del tipo cerrada las cuales son contestadas por el encuestado y nos permite tener una amplia cobertura del tema de investigación.	La población de estudio consistió en el total de empresas exportadoras de Orégano Seco en la región Tacna que está constituida por 16 empresas.	Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis general se ha obtenido que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.731*, se interpreta como una correlación significativa al nivel de 0,05 y el sigma es de 0,001 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que permite afirmar que la hipótesis general se cumple entonces: El modelo de competitividad se relaciona significativamente en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna.	Domínguez, A. de J., Gutiérrez, J. A. (2017) La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región de Tacna. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2882/1/2017_Dominguez_La-competitividad-y-el-desarrollo-economico.pdf
8	"Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017."	Wilder Oswaldo Cajavilca Lagos.	2018	Determinar si las ventajas competitivas empresariales influyen en la competitividad empresarial de las empresas productoras exportadoras o exportadoras comercializadoras peruanas más representativas con sede en la ciudad de Lima.	Economía, competitividad, mercados competitivos, teorías empresariales, ventaja competitiva	Las ventajas competitivas empresariales se relacionan con la competitividad empresarial de las empresas exportadoras peruanas 2006-2017	Investigación de tipo no experimental cualitativa	Encuestas	Las encuestas se aplicaron a los propietarios, directores, gerentes o administradores de las empresas exportadoras de productos tradicionales y no tradicionales más representativas. Las entrevistas se aplicaron a los directores, gerentes y jefes, con el fin de recabar información sobre la investigación.	406 empresas exportadoras más representativas del Perú con sede en Lima.	Se demostró la relación entre las ventajas competitivas y la competitividad empresarial, que muestra la asociatividad entre las ventajas competitivas empresariales con la competitividad empresarial, que se muestra en los resultados económicos crecimiento de productividad, rentabilidad y crecimiento de las empresas exportadoras peruanas en el periodo investigado.	Cajavilca, W. O. (2018) Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Federico Villarreal] http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2781/CAJAVILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDO-DOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9	"Competitividad de la red de valor de mango ataulfo de Guerrero en el mercado estadounidense."	Efrén Ruíz Díaz	2013	*Caracterizar los actores de la red de valor empleando la metodología de análisis de la red de valor para describir su interacción. * Analizar las características de la red, utilizando elementos sistémicos, con el propósito de determinar el grado de competitividad. * Desarrollar las principales estrategias a implementar, utilizando los factores sistémicos como elementos para	La red de valor, la competitividad, la industria del mango.	*La caracterización de los actores en la red permite describir su grado de interacción. *El limitado grado de interacción de los actores de la red de valor mango ataulfo de la Costa Grande de Guerrero genera un bajo nivel de competitividad. * Existen estrategias viables de implementarse para mejorar la competitividad de la red de valor mango ataulfo en la	Cualitativo-descriptivo	Aplicación de entrevistas y encuestas	La colecta de información se realizó a través de una entrevista abierta utilizando el muestreo bola de nieve.	Los entrevistados fueron productores de mango ataulfo con huertas certificadas como candidatas a exportación para Estados Unidos y publicadas en la página oficial de SENASICA2 en el año 2011, ubicadas en Atoyac de Álvarez o Benito Juárez en el estado de Guerrero.	En el mercado estadounidense, el mango ataulfo es la que más se demanda y se paga al mayor precio debido a su sabor, color, textura, vida de anaquel y condiciones únicas para soportar el manejo postcosecha. Este aspecto es un área de oportunidad para emprender acciones que faciliten elevar la competitividad de la red de valor mango.	Ruiz Díaz, E. (2013) Competitividad de la red de valor mango ataulfo de Guerrero en el mercado estadounidense [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Chapingo] http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/bitstream/handle/20.500.12098/366/meagrdef_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y

				incrementar la competitividad.		Costa Grande de Guerrero.						
10	"Competitividad Internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas"	Joel Bonales Valencia, Oscar Hugo Pedraza Rendón, Iván Paz Prado.	2015	Describir las interrelaciones entre las variables críticas y en que medida definen la competitividad internacional de las empresas del Centro-Occidente de México, que exportan productos cárnicos de cerdo al mercado de la República Popular China.	Competitividad Internacional, Sector Porcícola, Capacidad. la teoría de la ventaja absoluta, la ganancia global y la teoría de la ventaja comparativa, la teoría de la Deuda recíproca; la teoría del equilibrio y el comercio internacional, la teoría de las proporciones de factores en el comercio, la teoría de los rangos de productos traslapados y la demanda representativa, la teoría del ciclo del producto.	Las Empresas Porcícolas de la Región Centro-Occidente de México, incrementarán sus exportaciones al mercado de la República Popular China si elevan su Competitividad Internacional, la cual está determinada por la interrelación del precio, la calidad de sus productos, la tecnología, el capital humano capacitado, los canales de distribución y logística que eligen y la comunicación que utilizan para interactuar con sus clientes.	Cualitativo-descriptivo	Cuestionarios	Para poder medir la Competitividad, se utilizó un cuestionario compuesto por 153 ítems que se aplicaron a 16 empresas exportadoras identificadas del sector. Una vez procesada la información se utilizaron diferentes técnicas estadísticas. Con los resultados obtenidos se identificó el grado de correlación que existe entre las variables, así como el nivel competitivo del sector exportador.	La información que se obtuvo para este estudio fue otorgada por los integrantes de 16 de las 20 empresas del universo de estudio, por ser un número de participantes que nos permite inferir la representatividad de las empresas porcícolas de esta región de México, ya que acorde a las cifras mencionadas por las Asociaciones de Porcicultores locales, las 16 empresas representan aproximadamente el 70% (fueron 23, 7 del Estado de Michoacán, 10 de Guanajuato y 6 de Jalisco) de las empresas de cerdo de la región Centro-Occidente de México.	Se prueba la hipótesis general y se infiere que las variables calidad; tecnología; comunicación y vinculación con la cadena de valor; capacitación de su capital humano; precio y los canales de distribución y logística son las variables críticas que inciden en mayor medida en la competitividad internacional de las empresas exportadoras de este sector porcícola.	Bonales, J., Pedraza, O. H. y Paz, I. (2015). Competitividad Internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas. Investigación administrativa, 44(116). http://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v44n116/2448-7678-ia-44-116-00002.pdf
11	"Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California"	Manuel Alejandro Ibarra Cisneros, Lourdes Alicia González Torres, María del Rosario Demuner Flores.	2017	Determinar el nivel de competitividad a nivel empresarial o micro de las pymes manufactureras de Baja California.	Competitividad, competitividad empresarial, competitividad sistémica.	H1: la planeación estratégica incide sobre la competitividad de las empresas.	Investigación de tipo no experimental -cuantitativa, descriptiva y de corte transversal.	Encuestas	El instrumento fue estructurado en escala de Likert, mediante cinco opciones que van desde "nunca/no se hace/ no se tiene" hasta "siempre/se aplica/se tiene". Una vez codificadas todas las respuestas por pregunta, se establecieron las puntuaciones medias para cada pregunta, posteriormente se realizó el mismo procedimiento para obtener un resultado por dimensión y luego de manera general.	Por cuestiones de acceso a la información se logró encuestar a 195 empresas en Baja California equivalente a casi 80% de la muestra. La aplicación del instrumento se realizó entre noviembre de 2014 y febrero de 2015, se visitó a los dueños o gerentes de las empresas para entrevistarlos y obtener resultados.	Los resultados generados del estudio de competitividad empresarial en las pymes manufactureras de Baja California indican que dichas empresas se pueden dividir en dos niveles de competitividad. Por una parte, un grupo de empresas que presentan un nivel mediano (48%); y por la otra, otro grupo (40%) que son consideradas de bajo nivel.	Ibarra M. A., González L. A. y Demuner M. del R. (2017) Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios fronterizos, 18(35). 107-130. http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf
12	"La Competitividad en la Comercialización de las Empresas Frutícolas del Soconusco, Chiapas."	Leal López, Rubén Hernán Partida Puente, Abel y Carrera Sánchez, María Margarita	2019	Determinar los factores de la comercialización para la competitividad en la industria frutícola de la región Soconusco del estado de Chiapas, concretamente de la cadena productiva del mango	Actividad económica, actividad agrícola, competitividad.	Los factores de la comercialización para la competitividad en la industria frutícola de la región Soconusco del estado de Chiapas, concretamente de la cadena productiva del mango	Cualitativa-descriptiva	Cuestionarios	Los datos obtenidos de la aplicación de cuestionarios se sometieron a análisis utilizando Excel y SPSS para MacOs. Se realizó un análisis estadístico en el cual se basa en: a) distribución de frecuencias, b) medidas de tendencia central y variabilidad, c) coeficiente de correlación producto	Se consultaron diversos directorios y padrones de empresas establecidas en la región Soconusco cuyo giro o actividad fuera la agricultura para poder contar con una representación lo más	De acuerdo a los resultados de la encuesta que se aplicó, indican que en la percepción de quienes dieron respuesta a la misma, sus empresas son buenas competitivamente hablando, el 50% de ellas está por encima de la mediana, ninguna empresa se considera	Leal-Lopez, R. H., Partida-Puente, A. y Carrera-Sánchez, M. M. (2019) La Competitividad en la Comercialización de las Empresas Frutícolas del Soconusco, Chiapas. Latindex. 905-918. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculategica_5_2/A.13%

				ataulfo.		ataulfo son: la calidad del producto, el precio, la gestión de la innovación, el cumplimiento de certificaciones y los canales de distribución			-momento de Pearson y coeficiente de determinación.	significativa posible y de esta manera poder realizar un trabajo más objetivo.	deficiente en cuanto a su competitividad, tres empresas califican a su competitividad como "excelente". Las puntuaciones tienden a ubicarse en valores medios y elevados.	20La%20Competitividad%20en%20la%20Comercializaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20frutícolas%20de%20Soconusco,%20Chiapas.pdf
13	"Un análisis de equilibrio parcial de las exportaciones de mango mexicano a los Estados Unidos."	Daniel Hernández-Soto, F. Javier López-Chanez, Alicia Casique-Guerrero	2018	Representar el mercado de exportación de mango mexicano al mercado estadounidense en un modelo de equilibrio parcial estimando la flexibilidad precio de la demanda con base en un modelo econométrico. -Establecer un escenario en el que se simule un aumento de 20% en la cantidad exportada. - Realizar un análisis del comercio internacional del mango mexicano de exportación a EE. UU. y así determinar la viabilidad para productores y exportadores mexicanos de incentivar el incremento.	Comercio internacional, competitividad, exportación, importación.	Es viable económicamente para los exportadores de mango en México, incrementar la cantidad exportada al mercado de EE. UU. aunque ello contribuya a que el precio de las exportaciones baje.	Descriptiva-corrrelacional - cuantitativa	Modelo económico	Se desarrolló un modelo econométrico que fundamenta la relación estadística entre las variables; el modelo econométrico de ecuaciones simultáneas está conformado por las variables y relaciones que influyen en el funcionamiento del mercado internacional del mango entre México y EE. UU.	Las variables de éste modelo se determinan simultáneamente, y entonces las endógenas se determinan dentro del modelo con base en las relaciones entre las variables que lo conforman. Para la estimación del intercepto y los coeficientes se aplicó el método de mínimos cuadrados tres etapas (MC3E) con el programa SAS versión 9.	Se evaluó el efecto del incremento de 20% en la cantidad importada de mango mexicano en EE. UU. en 2017 sobre su precio unitario 2016. Puede observarse que el valor del incremento en volumen es mayor al valor del decremento en precio, por lo tanto, hay un incremento en el valor total de las importaciones cuando la cantidad Q se incrementa 20%.	Hernández, D., López, F. y Casique, A. (2018) Un análisis de equilibrio parcial de las exportaciones de mango mexicano a los Estados Unidos. Agricultura, Sociedad y Desarrollo, 17. 171-199. https://www.revistasyd.mx/index.php/asyd/article/view/1327/579
14	" Variables e índices de competitividad de las empresas exportadoras, utilizando el PLS."	Joel Bonales Valencia, América Ivonne Zamora Torres, Carlos Francisco Ortiz Paniagua	2015	Comprobar si la calidad, precio, tecnología, canales de distribución y la capacitación de las empresas exportadoras de aguacate en Michoacán tiene mayor impacto en su competitividad.	Competitividad empresarial, modelos de competitividad, teorías del comercio internacional	La variable tecnología tiene el mayor impacto sobre los índices de competitividad a diferencia de la calidad, el precio, la capacitación y los canales de distribución.	Cuantitativo-descriptivo	Cuestionarios	Se elaboró un cuestionario para medir la relación que existe entre los diversos factores y la competitividad de las empresas exportadoras de aguacate. Se aplicó una prueba piloto y los resultados obtenidos se utilizaron para calcular la fiabilidad del instrumento. Está prueba piloto permitió rectificar el instrumento de medición, ajustarlo y mejorarlo, para posteriormente aplicarlo a la muestra.	Empresas exportadoras de aguacate a Estados Unidos de América, ubicadas en el Estado de Michoacán con base en la lista de exportadoras de aguacate de la Asociación de Exportadores y Empacadoras de Aguacate Mexicano, A.C.	Se determinó que las variables independientes (calidad, precio, tecnología y capacitación) afectan fuertemente a la competitividad, ya que existe una vinculación positiva considerable entre las variables independientes y la variable dependiente con excepción de los canales de distribución, en que su efecto es menor al de las variables mencionadas.	Bonales, J., Zamora, A. I. y Ortiz, C. F. (2015) Variables e índices de competitividad de las empresas exportadoras, utilizando el PLS. Revista CIMEXUS, 10 (2), 13-32 https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/222/184
15	"Modelo estructural de la ventaja competitiva en las empresas exportadoras."	Joel Bonales Valencia, América Ivonne Zamora Torres, Carlos Francisco Ortiz Paniagua	2018	Determinar las interrelaciones entre las variables críticas que definen la Ventaja Competitividad Internacional de las empresas que exportan productos agrícolas al mercado de los	Competitividad empresarial, técnica mínimos cuadrados parciales, ventaja competitiva	1-La aplicación de las normas de calidad, la mejora del sistema de control de la calidad y una readecuación del sistema de inspección en las empresas exportadoras de aguacate a los Estados Unidos de	Cuantitativo-descriptivo	Cuestionarios	Se construyó un cuestionario para medir la relación que existe entre los diversos factores y la competitividad de las empresas exportadoras de aguacate. Se aplicó una prueba piloto y los resultados obtenidos se utilizaron para calcular la fiabilidad del instrumento. Está	25 empresas exportadoras de aguacate de la Asociación de Exportadores y Empacadoras de Aguacate Mexicano, A.C	Se dio respuesta al objetivo general mediante la técnica estadística de Correlación de Pearson y la hipótesis general se prueba, porque se demostró que, con los modelos estadísticos aplicados, existe una correlación con las variables independientes propuestas además	Bonales, J., Zamora, A. I. y Ortiz, C. F. (2018) Modelo estructural de la ventaja competitiva en las empresas exportadoras. Red internacional de investigadores en competitividad, 12, 796-813. https://riico.net/i

				Estados Unidos de América, ubicadas en el estado de Michoacán.		América, está positivamente asociada a la ventaja competitiva.			prueba piloto lo que permitió fue rectificar el instrumento de medición, ajustarlo y mejorarlo, para posteriormente aplicarlo a la muestra.		de que el coeficiente de determinación mostró que la calidad, la el precio, la capacitación, la tecnología y los canales de distribución explican la competitividad de las empresas exportadoras.	ndex.php/riico/article/view/1549
16	"El capital humano en la competitividad de las PYMES de la industria de alimentos en el estado de Michoacán."	Mirta A. Aceves-Arce, Dora Aguilasocho-Montoya, Evaristo Galeana-Figueroa	2016	Determinar de qué manera impacta el capital humano en la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos del estado de Michoacán.	Competitividad empresarial, capital humano.	El capital humano contribuye a la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos del estado de Michoacán.	Descriptivo, hipotético-deductivo	Cuestionarios	Aplicación de cuestionarios, escala tipo likert, correlación de variables.	120 pequeñas y medianas empresas de los 113 municipios del estado de Michoacán procesadoras de alimentos o bebidas como actividad principal.	Los resultados demostraron que la variable capital humano presenta una calificación de Regular Competitivo. En relación a los puestos de dirección los resultados indican que aproximadamente en el 70 % de los casos un miembro de la familia ocupa el puesto de director general o gerente de la empresa, las restantes que representa el 32.14% afirmaron que los puestos de dirección no son ocupados por miembros de la familia.	Aveces, M. A., Aguilasocho, D. y Galeana, E. (2016) El capital humano en la competitividad de las PYMES de la industria de alimentos del estado de Michoacán. Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas 2. 435-464
17	"Competitividad de las pequeñas y medianas empresas procesadoras y exportadoras de alimentos del estado de Michoacán"	Mirta Aurora Aceves Arce	2016	Determinar de qué manera impacta la innovación, el financiamiento y el capital humano en la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos exportadoras del estado de Michoacán.	Competitividad empresarial, innovación, capital humano.	La innovación, el financiamiento y el capital humano contribuyen a la competitividad de las pymes procesadoras de alimentos exportadoras del estado de Michoacán.	Cuantitativo. Hipotético-deductivo.	Cuestionarios	Aplicación de cuestionarios, escala tipo likert, correlación de variables.	Pequeñas y medianas empresas procesadoras de alimentos y exportadoras en el Estado de Michoacán	La variable con mayor puntuación es el capital humano, seguida por el financiamiento, y aunque innovación presenta un valor menor que las anteriores variables seleccionadas en esta escala, dentro del cuestionario se le dio un tratamiento como actividad innovadora relacionándolo con el producto y el desarrollo de tecnología, variables que presentan una puntuación mayor. Así como que la variable competitividad se relaciona mas con el precio y el costo de producción.	Aceves Arce, M. A., (2016) Competitividad de las pequeñas y medianas empresas procesadoras y exportadoras de alimentos del Estado de Michoacán. [Tesis de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] https://drive.google.com/file/d/1QzqwCXsqMa7tz4kOp2LFDn9e6tbZqx/view
18	"Factores que afectan la competitividad de las pymes agroalimentarias manufactureras en Michoacán."	Dora Aguilasocho Montoya, Evaristo Galeana Figueroa y Jonatán Guerra Ríos.	2014	Determinar y analizar de qué manera inciden el marketing, la administración de la relación con el cliente (crm), la gestión del conocimiento, la competitividad de la relación con el cliente (crm), la gestión del conocimiento, el capital intelectual, en la competitividad de las pymes agroalimentarias en el estado de Michoacán.	Marketing, administración de la relación con el cliente (CRM), capital intelectual, gestión del conocimiento, competitividad.	El marketing, la administración de la relación con el cliente (crm), La gestión del conocimiento y el capital intelectual contribuyen de manera positiva a la competitividad de las pymes agroalimentarias en el estado de Michoacán.	Descriptiva	Cuestionarios	Aplicación de cuestionarios bajo una escala tipo likert.	Empresarios y/o mandos altos gerenciales responsables de siete pymes agroalimentarias manufactureras del estado de Michoacán.	El marketing, la administración de la relación con el cliente, la gestión del conocimiento y el capital intelectual contribuyen de manera positiva a la competitividad de las pymes agroalimentarias en el estado de Michoacán..	Aguilasocho, D., Galeana E. y Guerra, J. (2014) Factores que afectan la competitividad de las pymes agroalimentarias manufactureras en Michoacán. Mercados y Negocios: Revista de Investigación y Análisis, 15, 2. 45-64. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5811247
19	"Tecnologías de información y comunicación en la toma de decisiones para"	Jorge Luis Gallardo Jacobo	2014	Conocer la incorporación de las distintas TICs en el proceso de TD	Empresas, teorías y principios de organización, negocios internacionales.	La incorporación de TICs en la Dirección Estratégica de	Exploratorio y descriptivo	Cuestionarios	El cuestionario está conformado por un total de 46 preguntas que se desarrollan en una hoja tamaño	119 empresas involucradas en los NI en la ciudad de Morelia	1. En el ámbito de los NI, el país con mayor índice de exportación son los E.U.A.	Gallardo Jacobo, J. L. (2014) Tecnologías de Información y Comunicación en

	la dirección estratégica en los negocios internacionales : caso de las empresas de Morelia"			como parte de una dirección estratégica en los negocios internacionales. Hacer una propuesta de solución al problema identificado.		la empresa u organización fomenta una toma óptima de decisiones por parte de su líder.			carta, dos páginas y diez secciones. Los tipos de respuesta incluidos en el cuestionario son: 1.- Tipo dicotómico; 2.- Escala tipo Likert; 3.- Escala nominal u ordinario; 4.- Pregunta abierta.	Michoacán. Tomando como premisa que por involucradas en NI serán aquellas empresas que importen, exporten o realicen ambas operaciones sobre algún bien o servicio.	2. No existe un equilibrio en operaciones o transacciones de exportación e importación hacia los distintos mercados (primario, secundario, terciario). De todos los indicadores de percepción global derivados de la encuesta es el que menor puntuación tiene en un 58%.	la Toma de Decisiones para la Dirección Estratégica en los Negocios Internacionales: Caso de las empresas de Morelia. [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] https://drive.google.com/file/d/1WVBePxx03vrK3io0Ap3fqmWu1GpZz-WI/view	
20	"Competitividad internacional de las empresas exportadoras de mango en el Valle de Apatzingán, Michoacán"	Monserrat Santoyo Maldonado	2014	Determinar cómo influyen el precio, la calidad, la comercialización, el apoyo gubernamental, la tecnología, la capacitación y la infraestructura en la competitividad de las empresas exportadoras de mango del Valle de Apatzingán.	Competitividad, teorías del comercio internacional, enfoques de competitividad.	Los factores como precio, calidad, que se cuenta con comercialización, apoyo gubernamental, tecnología, capacitación e infraestructura permiten que las empresas exportadoras de mango del Valle de Apatzingán sean competitivas.	Cualitativa-descriptiva	Cuestionarios	El cuestionario está diseñado por 39 preguntas que sirven para determinar las variables independientes en relación con la variable dependiente que es la competitividad, utilizando la escala tipo Likert.	18 empresas exportadoras de mango en la región del Valle de Apatzingán.	Se observa que efectivamente, las variables contribuyen en cierto modo a la competitividad de las empresas exportadoras del Valle de Apatzingán.	Santoyo Maldonado, S. (2014) Competitividad internacional de las empresas exportadoras de mango en el Valle de Apatzingán, Michoacán. [Tesis de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/992/ININ-EE-M-2014-1517.pdf?sequence=1&isAllowed=y	
21	"Competitividad internacional del sector agroindustrial de exportación del Estado de Michoacán"	Odetta Virginia Delfín Ortega	2012	Determinar la manera en que inciden la calidad, el precio, la innovación tecnológica, la gestión ambiental, el mercado y las políticas públicas agroindustriales en la competitividad internacional en el sector agroindustrial del estado de Michoacán.	Competitividad internacional, calidad, producción, innovación, procesos.	La calidad, el precio, la innovación tecnológica, la gestión ambiental, el mercado y las políticas agroindustriales son las principales causas por las que los productos agroindustriales de exportación del estado de Michoacán tienen una mayor competitividad internacional.	Hipotético-deductivo, estudio explicativo	Cuestionarios	El cuestionario está dirigido al personal encargado de tráfico y operaciones, administrativos y puestos gerenciales. Cabe mencionar que los cuestionarios piloto que se aplicaron; hubo empresas que contestaron el cuestionario entre varios departamentos que conforman dicha empresa y solo en los casos donde era el dueño quien lo contestaba, podía realizarlo sin la intervención de los demás departamentos de su empresa.	51 empresas exportadoras del estado de Michoacán.	Se observa en la presente investigación que la variable innovación tecnológica tiene una correlación alta con respecto a la competitividad y en las empresas donde más la implementan, son las que obtuvieron valores más altos de competitividad.	Delfín Ortega, O. V. (2012) Competitividad internacional del sector agroindustrial de exportación del Estado de Michoacán. [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo] https://drive.google.com/file/d/1UjM3anThaaawm2ltR3lfjxj0La4qAdH/view	

Frecuencia de variables en relación con la literatura consultada																					Total		
Variables	Lecturas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Competitividad empresarial		x		x	x																		3
Competitividad			x			x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	14
Potencial exportador							x																1
Dirección estratégica																			x				1
Desarrollo económico								x															1
exportación de mango		x												x									2
Desempeño exportador				x	x									x									3

exportador																				x			1
Dirección estratégica																							1
Desarrollo económico							x																1
exportación de mango		x												x									2
Desempeño exportador			x	x										x									3
Factores de competitividad							x	x															2
Ventaja competitiva empresarial									x														1
Diversificación del mercado					x																	x	2
Gestión de calidad					x																		1
Planeación estratégica					x																		1
Diversificación del producto					x																		1
Precio										x			x	x	x	x					x	x	7
Producción			x																				1
Tipo de cambio							x																1
Innovación											x	x					x					x	4
Capital humano		x									x						x	x	x				5
Comercialización											x										x		2
Red de valor									x														1
distribución									x							x							2
Calidad										x	x	x			x	x					x	x	7
Tecnología		x								x	x				x	x					x		6
capacitación										x					x	x					x		4
Financiamiento		x															x						2
Marketing																				x			1
JIC's																				x	x		2
Administración																				x			1

Anexo 2. Matriz de Congruencia

Matriz de congruencia

Variables	Dimensiones	Indicador	Ítems
Y1- Competitividad empresarial	La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico. (Abdel et al,2004)	<ul style="list-style-type: none"> •Exportaciones •Producción 	1. ¿Cómo considera la demanda del mango michoacano para exportar a otros países? 2. ¿Cuál es el volumen de exportaciones que su empresa genera al año? 3. ¿La producción de mango en la región de Tierra Caliente satisface la demanda de otros países? 4. ¿Considera usted que es competitivo el volumen de producción del mango frente a sus principales competidores? 5. ¿Considera usted que los canales de distribución influyen en la competitividad para exportar de su empresa? 6. ¿La producción de mango en la región de Tierra Caliente abastece la demanda existente en el mercado internacional? 7. ¿Cómo son las ganancias de las exportaciones a Estados Unidos? 8. ¿Cómo considera que son los canales para la distribución del mango producido en la región de Tierra Caliente?
X1-Innovación X2-Capital humano X3-Gestión financiera			
X1-Innovación	De acuerdo con Escorza (1997) citado en Leal et al (2019) la innovación es entendida como los pasos o estrategias que se llevan a cabo para llegar a obtener un resultado.	<ul style="list-style-type: none"> •Tecnología •Maquinaria y equipo •Competencia •Infraestructura 	9. ¿En su empresa se encuentra en constante mantenimiento la maquinaria y equipo utilizada? 10. ¿Su empresa implementa constantemente cambios para innovar? 11. ¿Con que frecuencia se contrata asesorías o consultorías técnicas de prestigiadas empresas nacionales o extranjeras? 12. ¿La infraestructura utilizada en la empresa cumple con los requerimientos necesarios para la distribución y exportación de mango? 13. ¿Su empresa busca nuevos métodos para ser mejor que su competencia? 14. ¿Su empresa tiene marca, slogan, logotipo de sus productos para su imagen y comercialización? 15. ¿Su empresa conoce todos los lineamientos y reglas que se deben seguir para exportar el producto? 16. ¿Su empresa cuenta con servicio de reposición o recuperación de producto en mal estado? 17. ¿Ha realizado algún cambio o mejora en sus procesos o sistemas de gestión en los últimos 2 años?
X2-Capital humano	El capital humano se estructura como el conjunto de competencias, conocimientos y valores que incentivan a la innovación e implementación de procesos y procedimientos corporativos de mayor eficiencia y efectividad. (Archibold et al, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> •Empleados •Eficiencia •Conocimiento 	18. ¿Considera usted que el desarrollo del conocimiento ayuda a su empresa a identificar nuevas oportunidades de distribución? 19. ¿Considera usted que es importante que su empresa cuente con personal calificado para mejorar la competitividad? 20. ¿Su empresa contrata personal eficiente que ayude a reducir costos? 21. ¿Considera usted que los empleados trabajan en óptimas condiciones laborales? 22. ¿Qué tan frecuentes son las capacitaciones a los empleados en su empresa?
X3-Gestión financiera	La función general de las finanzas se concentra en los flujos de efectivo de corto y largo plazo. El rol de la administración financiera es mantener y crear valor económico o riqueza. (Aceves, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> •Inversión •Créditos •Flujo de efectivo •Contabilidad •Apoyos gubernamentales 	23. ¿Su empresa busca financiamiento para inversiones con el fin de mejorar la competitividad? 24. ¿Su empresa lleva un control interno de las finanzas? 25. ¿Su empresa ha adquirido créditos bancarios para seguir con sus operaciones? 26. ¿Su empresa se ha beneficiado con apoyos otorgados por el gobierno? 27. ¿Considera que existe apoyo gubernamental para la promoción de mango michoacano en los mercados internacionales? 28. ¿Su empresa lleva sistemas contables que ayudan a saber con exactitud los costos para ventas nacionales e internacionales? 29. ¿Considera usted que la falta de apoyo gubernamental limita la exportación de mango a nuevos países? 30. ¿Con que frecuencia su empresa adquiere préstamos para cubrir los costos de distribución de las exportaciones?

Anexo 3. Cuestionario



CUESTIONARIO

Cuestionario aplicado a los gerentes y personal de las empresas exportadoras de mango que se encuentran ubicadas en la región de Tierra Caliente en el Estado de Michoacán, México en el año 2021.

NOTA: La naturaleza de este cuestionario es académica y su finalidad es obtener información para el estudio de la competitividad en las empresas exportadoras de mango en la región de Tierra Caliente en el estado Michoacán, México.

La información que se facilita en este cuestionario es de carácter confidencial y los resultados se usaran para los fines académicos solicitados.

Nombre de la empresa:

Dirección:

Ciudad:

Actividad o giro:

Puesto:

INSTRUCCIONES: Marque con una "X" la respuesta a la pregunta que considere correcta de acuerdo con su experiencia y conocimiento en la empresa.

COMPETITIVIDAD

1. **¿Cómo considera la demanda del mango michoacano para exportar a otros países?**

5-Muy bueno () 4-Bueno () 3-Regular () 2-Malo () 1-Muy malo ()

2. **¿Las ventas han sido buenas en los últimos tres años debido a los precios que se ofrecen?**

5-Muy bueno () 4-Bueno () 3-Regular () 2-Malo () 1-Muy malo ()

3. Más del 80% del mango que exporta la empresa, se enfoca al mercado de Estados Unidos de América

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

4. ¿La cercanía de México con Estados Unidos de América genera ventaja para la comercialización de mango?

5- Muy de acuerdo () 4- De acuerdo () 3- Algo de acuerdo () 2- En desacuerdo () 1- Muy en desacuerdo ()

5. ¿La producción de mango en la región de Tierra Caliente satisface la demanda de otros países?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

6. ¿Su empresa realiza estudios de mercado para entrar a nuevos países?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

7. ¿Conoce las normas, características, registros y trámites que debe cubrir el mango para venderse en el país destino?

5- Definitivamente si () 4-Probablemente si () 3-Tal vez () 2-Probablemente no () 1-Definitivamente no ()

8. ¿Considera usted que los canales de distribución influyen en la competitividad para exportar de su empresa?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1- Nunca ()

9. ¿La exportación de mango en la región de Tierra Caliente abastece la demanda existente en el mercado internacional?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

10. ¿Considera usted que los costos de transporte impactan en la competitividad?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

11. ¿La empresa cuenta con algún convenio con empresas que radiquen en el país para el que destina el mango que exporta?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

12. ¿El volumen de exportación de mango de su empresa al año se encuentra entre las 30 mil toneladas o más?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

13. ¿Cómo considera que son los canales para la distribución del mango producido en la región de Tierra Caliente?

5- Muy buenos () 4- Buenos () 3-Regulares () 2-Malos () 1-Muy malo ()

INNOVACIÓN

14. ¿En su empresa se encuentra en constante mantenimiento la maquinaria y equipo utilizada?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

15. ¿Se toma en cuenta las opiniones de sus clientes y proveedores en el desarrollo de innovaciones?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

16. ¿Su empresa implementa constantemente cambios para innovar?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

17. ¿La infraestructura utilizada en la empresa cumple con los requerimientos necesarios para la distribución y exportación de mango?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

18. ¿Con que frecuencia se contrata asesorías o consultorías técnicas de prestigiadas empresas nacionales o extranjeras?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

19. ¿Su empresa conoce todos los lineamientos y reglas que se deben seguir para exportar el producto?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

20. ¿Con que frecuencia invierte en la adquisición de maquinaria y equipo?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

CAPITAL HUMANO

21. ¿Considera usted que el desarrollo del conocimiento ayuda a su empresa a identificar nuevas oportunidades de distribución?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

22. ¿Considera usted que es importante que su empresa cuente con personal calificado para mejorar la competitividad?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

23. ¿Cuenta con un sistema de control de calidad que verifique todos los procesos por los que pasa el mango de exportación?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

24. ¿La empresa tarda 12 meses o más en adaptarse a la nueva forma de consumo o usos del aguacate en los mercados internacionales?

5- Definitivamente si () 4-Probablemente si () 3-Tal vez () 2-Probablemente no () 1-Definitivamente no ()

25. ¿Considera usted que los empleados trabajan en óptimas condiciones laborales?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

GESTIÓN FINANCIERA

26. ¿Su empresa busca financiamiento para inversiones con el fin de mejorar la competitividad?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

27. ¿Su empresa lleva un control interno de las finanzas?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

28. ¿Considera que existe apoyo gubernamental para la promoción de mango michoacano en los mercados internacionales?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

29. ¿Su empresa lleva sistemas contables que ayudan a saber con exactitud los costos para ventas nacionales e internacionales?

5-Siempre () 4-Casi siempre () 3-Regularmente () 2-Casi nunca () 1-Nunca ()

30. ¿Considera usted que la falta de políticas que impulsen la exportación de mango limita la entrada a nuevos países?

5- Definitivamente si () 4-Probablemente si () 3-Tal vez () 2-Probablemente no () 1-Definitivamente no ()