

La influencia del ámbito empresarial en la competitividad de las empresas de Aguascalientes

SALOMÓN GARCÍA MONTEJANO¹
GONZALO MALDONADO GUZMÁN²
RICARDO GARCÍA RAMÍREZ³

RESUMEN

La presente investigación, busca determinar cómo influye el ámbito empresarial en la competitividad de la empresa en Aguascalientes, el presente análisis incluye tanto el ámbito interno como el externo; para ello, se realiza una investigación cuantitativa, transversal no experimental, que contempla los datos recabados de 405 encuestas que son realizadas a empresarios de Aguascalientes, estas son organizadas en tres constructos que se organizan en dimensiones de acuerdo a la información que se maneja; de manera que se tiene uno para el ámbito externo, con cinco dimensiones, otro para el ámbito interno con cuatro dimensiones y otro más para el de competitividad; para verificar el impacto del ámbito empresarial, sobre la competitividad, se utilizaron ecuaciones estructurales con el apoyo estadístico del programa EQS 6.1 y del SPSS 15, resultando que efectivamente existe influencia positiva y significativa, del ámbito, sobre la competitividad de las empresas en Aguascalientes.

Palabras clave: *Ámbito empresarial, Ámbito interno, Ámbito externo, Competitividad.*

ABSTRACT

This research, aid to determine how the business environment, influences the competitiveness of the company in Aguascalientes México. This analysis included both internally and external environment, for this a non-experimental, quantitative and transversal research, which include data collected of 405 surveys were performed, for entrepreneurs in companies of Aguascalientes. The surveys were organized in three constructs and their dimensions for each one; external with and the internally environment with five and four dimensions, but the competitiveness don't have dimensions; they are for verify the relationship between the business environment and the competitiveness. We used structural equations, supported by EQS 6.1 and SPSS 15, result that there is positive and significant influence between this constructs, for the companies of Aguascalientes.

Keywords: *Business environment, internally environment, external environment, competitiveness.*

¹ Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Departamento de Recursos Humanos.

² Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Departamento de Mercadotecnia.

³ Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Departamento de Finanzas.

INTRODUCCION

Mejorar de manera continua las operaciones de las empresas se ha convertido en un tema prioritario para un número importante de organizaciones y un factor clave para que exista, a su vez, un mayor nivel de crecimiento y desarrollo en los países (Davidsson, 2004), por lo cual diversos investigadores han dedicado parte de su tiempo en verificar cuáles son las condiciones necesarias, tanto al interior como al exterior de las empresas, para lograr que estas tengan una posición tal que le permita mejorar y que, además, se refleje de una manera más contundente sobre aquellas empresas que están a su alrededor (Kirby y Kaiser, 2003); máxime que la industria sufre cambios de manera muy rápida, haciendo más difícil la competencia a causa de que los márgenes de utilidad son cada día menores, y los costos generalmente son altos, por lo tanto, las empresas se preocupan por los procesos, el personal y la burocracia tanto dentro como fuera de esta (Dedhia, 1995).

En los 90s, la administración de los negocios se vio fuertemente afectada por los elevados niveles de competencia existente alrededor de estos, por lo cual un número importante de organizaciones se tuvieron que adecuar a las nuevas formas de hacer negocios y a sus respectivos sectores de producción. Sin embargo, una mentalidad de mejora constante fue necesario desarrollar en estas, para lograr ser mejor que sus competidores en el gusto de los clientes, derivado del ofrecimiento visible al cliente, de apoyos reales como costo, calidad, tiempo de entrega, etc., de tal forma que se presentaron ante los clientes de manera diferente a como se lo presentaron otras opciones (McGahan y Porter 2002; López, 2005).

Asimismo, en la literatura de las ciencias empresariales y de la gestión aparecieron una serie de investigaciones en las que se analizaron varias formas de desarrollar la competitividad de las empresas y en las que se revelaron diferentes propuestas para desarrollar esta, en el apoyo de lograr mejoras sustanciales al interior de estas (Montoya y Calonte, 1994; Guan, Yam, Mok y Ma, 2006; Sirikrai y Tang, 2006; Phusavat y Kanchana, 2007). En estos estudios, se puede notar un enfoque completamente financiero, aunque estudios posteriores indican que no únicamente esto es interesante sino que es necesario ver la competitividad desde otros puntos de vista (Krinsky y Jenkins, 1997; Gatignon, Tushman y Anderson 2002).

Por esta razón las teorías empresariales modernas contemplan a la competitividad como el resultado de la aplicación de diferentes capacidades que se generan en la empresa, lo cual marca la diferencia respecto a la competencia derivado de la utilización apropiada de los recursos de que se dispone, de tal forma que estas características, puedan ser utilizadas como una estrategia básica para lograr ser

mejores que los demás (Prahalad y Hamel, 1990; Barney, 1991; Peteraf, 1993; Hamel y Heene, 1994; Mills, Platts y Bourne, 2003; Forcadell, 2007).

Revisión de la Literatura

En este apartado se analizarán los estudios tanto teóricos como empíricos que se han publicada en la actual literatura de los constructos que componen el modelo teórico en dos aspectos esenciales, en primera instancia se analizarán de manera separada y, en segunda instancia, se analizarán de manera conjunta.

Competitividad

Cuando se tienen dos organizaciones con funciones similares, se dice que una tiene mayor ventaja absoluta sobre el otro, por el hecho de ofrecer mejores resultados y mostrar claramente la preferencia de los clientes (Cabrera, López y Ramírez, 2011), esta ventaja se debe principalmente a las características de la organización que la hacen diferente y mejor que las demás; por lo tanto la competitividad se puede entender como el grado en que una organización, que participa de un mercado libre, puede producir bienes y servicios, de tal forma que logre la preferencia de los clientes y le permita por esto, competir con cualquier otra organización y con la posibilidad de salir adelante en esta competencia.

La habilidad para competir puede ser desarrollada a través de la organización, ya que esta se puede lograr de acuerdo a como se aprovechen los recursos que se tiene disponibles y que se manifiestan claramente a través del proceso productivo, al reconocer la competitividad como la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos, tanto al interior como al exterior del país, a pesar de encontrarse inmersa entre la competencia de empresas internacionales, que son consideradas como líderes (Alic, 1987). En este sentido y desde un punto de vista totalmente interno, se dice que la competitividad es el desempeño que se da del producto ofertado, cuando en este, se percibe por parte del cliente, mayor valor agregado que el que logran dar sus competidores (Reinel, 2005), permitiendo que en base estas características, las empresas puedan permanecer en la preferencia de los clientes, dentro de un mercado libre (Valero, 2004).

Del mismo modo, es generalmente reconocido que para desarrollar el sentido de competitividad en las empresas, es indispensable aprovechar todos los medios de que se dispone, como la tecnología y el recurso humano en todas sus dimensiones, así como los efectos positivos que se puedan obtener de la globalización, al aprovechar las bondades por ejemplo del benchmarking, que de hecho

pueden tener fuertes efectos sobre la propia empresa (Puck, Holtbrügge y Mohr, 2006). A este respecto, Porter (1993), hace mención de la necesidad de establecer factores diferenciales entre las organizaciones así como establecer el control de costos, y aunque no lo hace de manera clara, se establece a partir de aquí el desarrollo de ventajas competitivas, que ponen a unas organizaciones sobre otras, reconociendo esta iniciativa la Comisión Nacional de Competitividad, quien marca lineamientos estratégicos para empresarios, gobierno, academia y trabajadores en general, los cuales permiten lograr un mejor nivel de competitividad (Comisión Nacional de Competitividad, 2007).

De igual manera, para que exista el sentido de competitividad en las empresas, es necesario que se cuente con el apoyo exterior a esta, es decir, lo concerniente al gobierno y sus políticas, en tanto que a lo interno, esta se genera básicamente por la disposición del recurso humano hacia determinadas formas de trabajo, las cuales tienen como objetivo principal hacer más competitivas a las empresas y, por supuesto, también por de la acción y la disposición que las propias empresas manifiesten hacia las actividades necesarias que se generan en la búsqueda constante de ser mejores que la competencia. Sin embargo, es notable que en todos los países se presentan diversas manifestaciones de apego al trabajo, por lo tanto son diferentes las causas por las que la competitividad requerida por la industria no alcanza los niveles que se tienen en lugares en los cuales existe una mayor disposición general, así como también los medios para lograrlo (Strohmeier, 2006).

Ámbito Empresarial

A pesar de que las organizaciones quisieran tener total libertad de operación y tener la facultad de acción, para hacer o deshacer lo que se considere correcto, actualmente esto no es posible ya que existen situaciones, tanto al interior como al exterior de la organización, que impactan en los resultados que se tienen en las diversas actividades de operaciones de las empresas (Rajasekaran, 2008). Todas estas situaciones son lo que se conoce como ámbito empresarial (Platzek, Winzker y Pretorius, 2011), por lo que se hace necesario saber y conocer de todo lo que esté ocurriendo alrededor de la organización para tomar las medidas adecuadas para que exista beneficio para la empresa (Shane, 2003).

Cuando la administración general de la empresa cuenta con una visión global del ámbito al que está sujeta, esta le permite realizar el análisis de sí misma de tal manera que la posibilita para identificar las oportunidades y riesgos a los que está sujeta y en base a este conocimiento, tomar las medidas que lo pongan sobre la competencia (Bleicher, 2004), al lograr adaptarse al ámbito empresarial o lograr el beneficio que este le pueda proveer (Hofstede, (2001). Por lo que se recomienda que las

empresas, se preocupen por identificar en lo posible, las oportunidades y riesgos que se manifiestan en el ámbito empresarial, tanto interno como externo, de lo cual se desprenden una gran cantidad de tareas, que apoyan al desarrollo actual de los negocios o a la realización de nuevos negocios (Morris, Kurato y Covin, 2008).

El ámbito empresarial cada vez se vuelve más turbulento y se manifiesta por el dinamismo, la hostilidad y la complejidad con que se desarrolla al interior de la empresa, o al exterior de la organización, ya que cualquier cambio en el ámbito ocasiona directamente cambios también en la empresa y estos pueden ser benéficos o perjudiciales (Serfontein, Basson y Burden, 2009), por lo que algunos investigadores han afirmado que las condiciones que rodean a la empresa, así como las acciones que es esta se realicen son inseparables, por lo que cuando las empresas no son organizacionalmente maduras no son capaces de adaptarse a los cambios existentes en el entorno de la organización (Pettigrew, Woodman y Cameron, 2001), por lo cual se entiende, porqué algunas organizaciones, se desarrollan mejor que otras.

Ambiente Empresarial Externo

En cuanto al ámbito externo, se puede interpretar como un factor que se desarrolla fuera del dominio y autoridad propia de la empresa, pero que sin embargo es necesario considerarlos para interpretar en qué forma se van desarrollando, ya que se incluyen en este renglón, el contexto institucional alrededor de la empresa y que se forma por las diferentes situaciones económicas, políticas y culturales en las cuales operan las empresas (Shane, 2003), ya que los aspectos socioculturales, así como los político institucionales, tienen influencia sobre el medio ambiente empresarial, por lo que motivan que los recursos puedan tener la actividad y fluidez requerida o en su defecto, restringidos por las propias condiciones del ambiente, por lo que facilita o complica el nacimiento de nuevos negocios, así como la permanencia de los actuales (Martielli, 2004).

Se tiene muestras de que el ámbito externo tiene influencia fuerte sobre los resultados de las empresas, por lo que es necesario el desarrollo de investigaciones en este sentido, por lo que en países anteriormente socialistas se utiliza la información inclusive para apoyan en la manera de organizar las instituciones (Aidis, Estrin y Mickiewicz, 2008; Smallbone y Welter, 2009); con el propósito de minimizar el riesgo de los empresarios, puesto que se cómo reducir los costos, por medio de la buena organización de las instituciones (North, 1990). Por lo tanto, solamente un régimen regulatorio de las operaciones de las instituciones que sea eficiente, así como estable y predecible, puede facilitar el desarrollo de empresas productivas a través de la reducción de costos

por la realización de trámites, una economía sólida, una estructura eficiente y un régimen de trato imparcial (Peng, 2003); asimismo una infraestructura legal deficiente, que genera trámites largos y obstaculizados, impide leyes adecuadas a las situación real, no gestiona leyes comerciales idóneas a la situación del país, fomenta la generación de corrupción, así como un medio ambiente adverso para el empresario (Puffer, Mc-Carty y Boisot, 2010).

Ambiente Empresarial Interno

La función de la empresa básicamente consiste en identificar las necesidades de los clientes y hacer lo correspondiente para que estas sean satisfechas, sin perder de vista las características de calidad, costo, tiempo y servicio (Junarsin, 2010), utilizando de manera eficiente la oportunidad de combinar los recursos disponibles para lograrlo (Skinner, 1974); de manera que de acuerdo a cómo se manejen estos, es la oportunidad que tiene la empresa para obtener beneficios. A la forma en que los recursos de que dispone la empresa, son administrados durante la cadena de valor, es a lo que llamaremos ámbito empresarial, de manera más clara, esta parte que tiene que ver directamente con las acciones que generan los resultados en las operaciones, es a lo que llamaremos ambiente empresarial interno; ya que es responsabilidad directamente de los empresarios que este, cuente con las características técnicas, personales y de organización necesarias para promover el desarrollo de la empresa, o en su defecto, lograr que la organización sea absorbida por la competencia.

Resulta que si las empresas se preocupan realmente por mejorar constantemente sus capacidades para producir, derivado de la identificación de las prioridades solicitadas por el mercado, entonces se está en posición de competir y salir adelante, al obtener la excelencia de acuerdo a sus resultados (Martín y Díaz, 2009). Esta serie de capacidades ponen de manifiesto cuales son las habilidades que han desarrollado, así como las oportunidades de mejora de que son sujetos los responsables para administrar eficientemente la cadena de valor. Esta serie de habilidades se muestran en las características que se le dan a los productos, las cuales le dan a la empresa la posibilidad de competir, así como la de lograr los objetivos trazados por la propia organización los cuales fortalecen su razón de ser (Corbertt y Van Wassenhove, 1993; Ward, Duray, Leong y Sum, 1995).

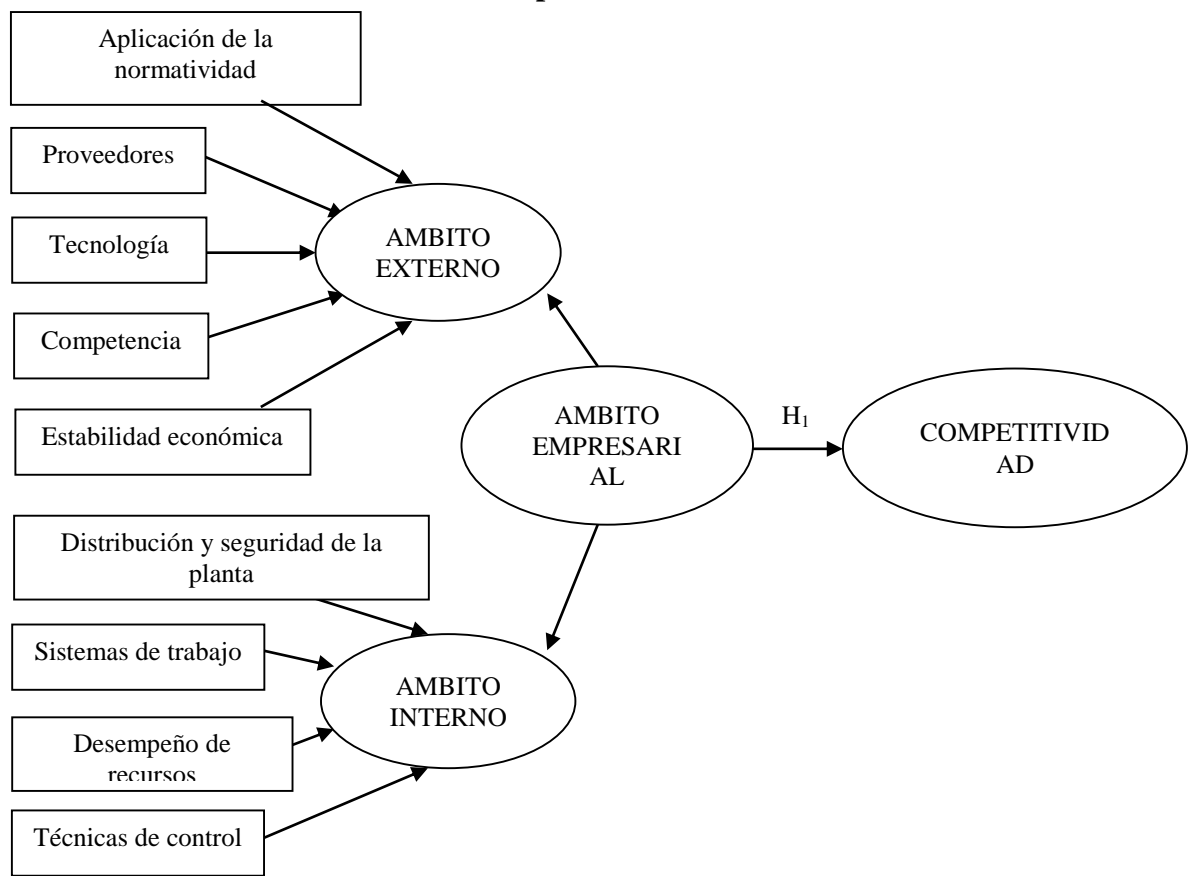
El Ámbito Empresarial y la Competitividad

Las cualidades que las empresas requieren para sobrevivir y triunfar en un mundo tan competitivo como el actual son la capacidad y disponibilidad para mejorar sobre las demás en calidad, costo y tiempo (Karaulova, Shevtshenko, Polyanchikov y Sahnó, 2009), soportados por el ámbito empresarial que apoye a las empresas desde el exterior o que se dirccione al interior hacia lograr el

máximo desempeño de sus operaciones (Salvendy, 2001). Por ello es muy recomendable analizar de manera continua y sistemática el resultado de las operaciones de la empresa para determinar la diferencia entre lo que se esperaba obtener y lo que realmente se ha obtenido, y de esta manera conocer si las estrategias que se aplican al interior de la empresa con el propósito de mejorar el ámbito interno de esta o, en su defecto, para lograr controlar los efectos del ámbito exterior constituyen una diferencia respecto a la competencia (Rue y e Ibrahim, 1998).

Así, es necesario tener en mente y de manera muy clara que la organización se compone de diferentes partes y subsistemas que de manera organizada y continua, trabajan de forma constante para lograr el cumplimiento de diferentes objetivos establecidos en la visión de esta (Osman, Zafar, Madan, Paisal y Anusuya, 2002). Por lo tanto, si se logra establecer que cada una de estas partes, las cuales constituyen el ámbito de la empresa, funcionen adecuadamente y cada una de ellas optimiza su desempeño, efectivamente se logrará un mayor nivel de competitividad de las empresas (Choe, Booth y Hu, 1997). La figura 1 muestra gráficamente el modelo de la investigación en el cual se manifiesta el impacto que puede tener el ámbito empresarial sobre la competitividad de la empresa.

Figura 1.- Modelo teórico que relaciona el ámbito empresarial con la competitividad



Derivado del modelo de investigación anterior se genera la siguiente hipótesis:

H1: El ámbito empresarial impacta positiva y significativamente sobre el nivel de competitividad de las empresas de Aguascalientes.

METODOLOGIA

La presente investigación puede considerarse como transversal y no experimental pero cuantitativa; ya que para su realización se diseñó una encuesta que cuenta con tres bloques, los cuales se organizan de tal manera que uno de ellos, analiza el ámbito empresarial externo, que a su vez se divide en cinco dimensiones con un total de dieciocho preguntas. Asimismo, otro para analizar el ámbito empresarial interno, el cual se divide en cuatro dimensiones con dieciocho preguntas, y un bloque más para analizar la competitividad con cinco preguntas. Esta encuesta se aplicó a 405 empresas en Aguascalientes con el propósito de conocer que opinan sobre la situación del medio

ambiente empresarial, y como conciben la competitividad que se tiene en cada una de ellas. Para su análisis se utilizaron variables estructurales, para determinar el impacto de los ámbitos externo e interno sobre la competitividad; para la realización de los cálculos requeridos, se utilizó el paquete estadístico SPSS-19, en combinación con el EQS.

Las distintas variables utilizadas en la encuesta se midieron mediante una escala tipo Likert de cinco posiciones, esta escala ocupa un espectro para el ámbito empresarial desde negativo hasta excelente, en tanto que la competitividad, se clasifica en un rango que va desde mucho menor a la competencia hasta muy superior a la competencia, de tal manera que nos indicará cual es la idea que tiene cada empresa acerca de la forma en que concibe al medio ambiente externo e interno de su empresa, así como la relación que percibe de su compañía en referencia a la competencia. Asimismo, se realizaron pruebas de fiabilidad y de validez para justificar la aceptación de las variables a utilizar, para el análisis que se quiere realizar por medio de ecuaciones estructurales los resultados de las pruebas de fiabilidad del modelo una vez ajustado, se muestran en la tabla 1.

De igual manera, una de las pruebas que se realizaron a los datos obtenidos es por medio del alpha de Cronbach, la cual nos define la pertinencia en la utilización de las preguntas que se aplicaron a cada factor, este índice es conveniente que sea mayor a 0.7 (Nunally y Bernstein 1994). Asimismo, se realizó la prueba del índice de la varianza extraída en la que tanto el índice de fiabilidad compuesta (IFC), como el índice de variable extraída (IVE) deben ser mayores a 0.5 (Fornell y Larcker, 1981; Ping, 2004).

Tabla 1: Resultados de las pruebas de fiabilidad del modelo ajustado

Constructo	Dimensiones	Alpha de Crombach	IFC	IVE
Ámbito externo	Aplicación de la normatividad	0.784	0.790	0.488
	Proveedores	0.819	0.824	0.541
	Tecnología	0.864	0.865	0.615
	Estabilidad Económica	0.803	0.806	0.675
	Competencia	0.749	0.753	0.506
Ámbito interno	Distribución y seguridad planta	0.824	0.829	0.493
	Sistemas de trabajo	0.845	0.846	0.579
	Desempeño de recursos	0.768	0.748	0.598
	Técnicas de control	0.797	0.795	0.566
Competitividad		0.750	0.757	0.509

Fuente: Elaboración propia

En la información anteriormente mostrada para el modelo, y una vez que han sido eliminadas aquellas variables de cada dimensión que no cumplían con la carga factorial necesaria para ser

consideradas como parte de este; se puede observar que en todas las dimensiones utilizadas, el alpha de Crombach, cumple con el parámetro mínimo de 0.7. Asimismo, en cuanto el IFC cumple con el parámetro mínimo de 0.5, en todas las dimensiones del modelo ajustado, sin embargo, para el IVE, son dos las dimensiones que son inferiores al 0.5, una en cada constructo, sin embargo esta desviación es muy pequeña aunado a que el promedio en el IVE es superior a 0.5, por lo cual se encuentra consistencia en las preguntas utilizadas en la investigación.

Igualmente, para confirmar que el modelo seleccionado tiene la confianza necesaria para su aplicación, se lleva a cabo una prueba convergente de validez, basada en análisis de covarianza de las dimensiones del modelo y de sus constructos, en la cual se verifica que no existan dos dimensiones que estén manejando los mismos resultados y que finalmente midan lo mismo, sino que exista un criterio de responder en cada una de ellas sin influencia o parcialidad en la realización de las encuestas y que por lo tanto tienen la seriedad y confianza necesarias para reconocer sus resultados. La Tabla 2 muestra con mayor detalle los resultados obtenidos de la aplicación de este análisis de validez

Tabla 2: Resultados de las pruebas de validez del modelo ajustado

	Aplicación de la normatividad	Proveedores	Tecnología	Estabilidad Económica	Competencia	Distribución y seguridad planta	Sistemas de trabajo	Desempeño de recursos	Técnicas de control	Competitividad
Aplicación de la normatividad	0.448	0.090	0.218	0.121	0.072	0.127	0.163	0.033	0.208	0.094
Proveedores	0.203 0.399	0.541	0.066	0.092	0.058	0.079	0.058	0.016	0.070	0.058
Tecnología	0.347 0.587	0.174 0.338	0.615	0.122	0.138	0.210	0.291	0.061	0.288	0.142
Estabilidad Económica	0.244 0.452	0.211 0.395	0.243 0.455	0.675	0.182	0.070	0.113	0.017	0.123	0.090
Competencia	0.186 0.35	0.162 0.318	0.277 0.465	0.327 0.527	0.506	0.085	0.133	0.020	0.166	0.140
Distribución y seguridad planta	0.265 0.449	0.205 0.357	0.36 0.556	0.176 0.352	0.212 0.372	0.493	0.201	0.038	0.213	0.092
Sistemas de trabajo	0.298 0.510	0.162 0.318	0.421 0.657	0.236 0.436	0.285 0.445	0.346 0.550	0.579	0.053	0.320	0.170
Desempeño de recursos	0.102 0.262	0.063 0.187	0.163 0.331	0.067 0.195	0.085 0.201	0.117 0.277	0.150 0.310	0.598	0.068	0.027
Técnicas de control	0.350 0.562	0.176 0.352	0.421 0.653	0.246 0.454	0.314 0.502	0.364 0.560	0.454 0.678	0.168 0.352	0.566	0.189
Competitividad	0.195 0.419	0.165 0.317	0.273 0.481	0.208 0.392	0.288 0.460	0.228 0.380	0.318 0.506	0.099 0.227	0.339 0.531	0.509

Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 muestra en la diagonal el valor del IVE y en la parte baja de la diagonal muestra los resultados del valor mínimo de la covarianza entre cada par de dimensiones, en la parte superior de cada celda, entre tanto que en la parte inferior de la celda muestra el valor máximo de esta covarianza; en esta prueba se requiere que el valor de 1, no se encuentre entre el mínimo y el máximo de la covarianza, de manera que esta condición se cumple para el modelo en todas las combinaciones de relación entre dimensiones. En la parte superior de la diagonal, se tiene registrado en la celda, el cuadrado del valor de la covarianza por cada par de dimensiones que forman el modelo, es necesario que este valor sea menor al IVE tanto en sentido vertical como en sentido horizontal, a todos los valores que están en estas líneas; para el modelo todos los valores son menores que los valores de la diagonal, por lo tanto se demuestra la valides del modelo ajustado.

RESULTADOS

En cuanto a los resultados generales se puede observar en la tabla 3 los promedios de las respuestas de los encuestados sobre el ámbito empresarial al que están sujetos; en esta se puede visualizar que este se califica con un valor de es apenas y favorable, de manera que se considera que este apoya de manera muy limitada en el desarrollo de la empresa, en tanto que la competitividad con un valor promedio de 3.63, es igualmente considerada como ligeramente superior a la competencia, por lo que se considera que no es relevante como un resultado apropiado, del esfuerzo que hace la organización.

Tabla 3: Valores medios para cada uno de los factores que conforman los constructos analizados.

	Mínimo	Máximo	Media
Aplicación de la normatividad	1.25	5.00	3.7228
Proveedores	1.25	5.00	3.8951
Tecnología	1.00	5.00	3.5846
Estabilidad Económica	1.00	5.00	3.2753
Competencia	1.00	5.00	3.4872
Distribución y seguridad planta	1.40	5.00	3.7072
Sistemas de trabajo	1.00	5.00	3.6685
Desempeño de recursos	1.33	5.00	3.7556
Técnicas de control	1.00	5.00	3.6938
Competitividad	1.25	5.00	3.6333
Ámbito externo	1.55	5.00	3.5930
Ámbito interno	1.62	5.00	3.7063
Ámbito empresarial	1.58	5.00	3.6496

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al ámbito externo, se califica con 3.59, por lo que el empresario expresa que este se considera como favorable, pero en grado mínimo; siendo la estabilidad económica con calificación de 3.28 la dimensión que más influye negativamente en este resultado, ya que aunque la dimensión estabilidad económica no se considera como desfavorable, tampoco parece existir algún indicio que marque que esta sea favorable para que la organización se desarrolle; en tanto que, la dimensión proveedores se califica con 3.89, siendo la de mayor calificación entre las que componen el ámbito externo, de manera que muestra que es considerada como el aspecto más favorable de entorno a la empresa, muestra entonces cierta disponibilidad del proveedor por dar mayor apoyo a sus clientes que en este es la empresa.

Por otro lado, en lo que respecta al ámbito interno, se califica con un valor promedio de 3.7, el cual aunque es un poco mayor a lo considerado por el externo, se sigue mostrando como mínimamente favorable, por lo que se reconoce que se tiene un área de oportunidad extensa para la mejora, indicando de la misma manera que son los sistemas de trabajo, con una calificación de 3.67 las que se consideran con mayor debilidad al interior de la organización, aunque también las técnicas de control son consideradas con una calificación de 3.69 poseedoras de una gran área de oportunidad para mejorar los resultados de la empresa y con responsabilidad completamente de quienes la dirigen. Se expone a continuación, en la tabla 4, el resumen de opinión del empresario de Aguascalientes respecto a las dimensiones que forman parte del constructo ámbito externo, las cuales sirven para identificar el estado actual que se pervive de estas.

Tabla 4: Resultado de opinión en cuanto al ámbito externo de la empresa

	Aplicación de la normatividad			Proveedores			Tecnología			Estabilidad Económica			Competencia		
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Negativo	2	0.5	.5	1	0.2	0.2	11	2.7	2.7	23	5.7	5.7	4	1	1
Desfavorable	43	10.6	11.1	25	6.2	6.4	54	12.3	16	86	21.2	26.9	32	7.9	8.9
Normal	129	31.9	43.0	116	28.7	35.1	143	35.4	51.4	149	36.8	63.7	167	41.2	50.1
Favorable	171	42.2	85.2	176	43.4	78.5	130	32.1	83.5	121	29.9	93.6	149	39.8	89.9
Excelente	60	14.8	100.	87	21.5	100	67	16.5	100	26	6.4	100	53	10.1	100

Fuente Elaboración propia

En la tabla 4 se hace el resumen de del análisis descriptivo de las respuestas de opinión de los empresarios de Aguascalientes, respecto al ámbito externo que influye en la organización; en esta tabla se puede verificar que para la dimensión aplicación de la normatividad, el 57% de los

empresarios opina que esta se puede considerar en niveles que van desde ligeramente favorable hasta excelente, por lo que se puede pensar que la opinión es en general positiva a este respecto. En lo referente al comportamiento de los proveedores, el 64.6% de los empresarios en Aguascalientes la califica en un rango que varía desde ligeramente hasta excelente, lo que la coloca como bien evaluada; esto indica que el empresario opina que el papel de los proveedores, en este momento es positivo en el desarrollo de las organizaciones.

Asimismo, en lo que se relaciona a la utilización y disposición de tecnología, el 51.4% tiene la idea de que esta dimensión se califica en un rango que varía desde ser considerados negativos hasta ser considerados sin impacto en las operaciones de las empresas, por lo que se manifiesta y reconoce que en este renglón, la necesidad es muy alta en el sentido de apoyar al desarrollo de la empresa local para el mejoramiento de los resultados tanto técnicos como operativos. Por otro lado, la estabilidad económica, la cual juega un papel vital para la empresa, es calificada por el 67.3% de los empresarios en Aguascalientes, en niveles que varían desde ser negativos, hasta ser considerados sin valor en el desarrollo de las empresas, lo cual lo posiciona como la peor calificada de las dimensiones que se relaciona al ámbito externo; por lo que se requieren mejores políticas públicas para lograr que la estabilidad económica impacte de manera favorable en el desarrollo de las empresas de la región así como mayor confianza del empresario.

La última de las dimensiones del ámbito externo que se evaluó, fue la competencia, la cual ha sido evaluada por el 50.1% de los empresarios en Aguascalientes, en niveles que varían desde ser considerada como negativa hasta un punto en la que sitúa como normal, es decir ni beneficia ni perjudica; en este aspecto la competencia como tal se puede considerar como un factor que no se ha visto como generador de negocio, aunque tampoco como inhibidor del mismo por lo que a esta no se le acredita participación en el desarrollo de la empresa.

Asimismo, se hace la presentación de los resultados obtenidos por las dimensiones correspondientes al constructo ámbito interno para analizar la situación de este, en las empresas de Aguascalientes, en la tabla 5.

Tabla 5: Resultado de opinión en cuanto al ámbito interno de la empresa

	Distribución y seguridad planta			Sistemas de trabajo			Desempeño de recursos			Técnicas de control		
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Negativo	1	0.2	0.2	8	2.0	2.0	3	0.7	0.7	5	1.2	1.2
Desfavorable	31	7.7	7.9	42	10.3	12.3	24	6.0	6.7	25	6.2	7.4
Normal	122	30.1	38	126	31.2	43.5	109	26.9	33.6	134	33.1	40.5
Favorable	176	43.5	81.5	172	41.4	85.9	204	50.4	84	166	41.0	81.5
Excelente	75	18.5	100	57	14.1	100	65	16.0	100	75	18.5	100

Fuente: Elaboración propia

Dicha tabla, muestra la información de los resultados para cada una de las dimensiones del ámbito interno de la empresa, en ella se puede observar que opina el empresario sobre la manera en que percibe, se comportan dichas dimensiones, en sus respectivas empresas. De manera que en cuanto a la distribución y la seguridad del equipo y la maquinaria, se puede ver que la opinión del 62 % de los empresarios es que se localiza según ellos, en niveles entre ligeramente favorable hasta lo que se considera como excelente; lo que la caracteriza como una dimensión bien evaluada por los empresarios en Aguascalientes. Para la dimensión sistemas de trabajo, el 56.5% de los empresarios en Aguascalientes, opina respecto a sus empresas que este rubro se puede catalogar que está entre ligeramente favorable hasta excelente, por lo que se deduce que el 43.5% restante reconoce que los sistemas de trabajo se pueden catalogar entre formas de trabajo comunes, hasta ser inclusive negativos; por lo que se manifiesta un área de oportunidad muy alta para mejorar este factor en las empresa en Aguascalientes.

La dimensión desempeño de los recursos en cuanto a la utilización de la maquinaria y la mano de obra, es evaluada por el 66.4% con un rango que va, desde ligeramente favorable hasta ser considerada como excelente; este resultado posiciona a esta dimensión, como la mejor evaluada en esta investigación, por lo que se puede reconocer que lo que se considera como fortaleza al interior de la empresa es el desempeño de sus recursos, aunque también se puede verificar que existe una oportunidad amplia de mejora en lo correspondiente a este renglón. Por último, la dimensión analizada es lo concerniente a las técnicas de control que se tienen en las empresas en Aguascalientes, nos refleja que el 59.5% de los empresarios opina que las técnicas de control se consideran en un rango que va desde ligeramente favorables hasta excelentes, lo que la coloca como la peor evaluada en el ámbito interno, reconociendo que esta variable está totalmente a disposición

de la propia empresa, para mejorar o permanecer en el mismo estado, de acuerdo a la preocupación de la organización por lograr la perfección en sus sistemas de control.

Al resumir los resultados de la percepción del ámbito empresarial en Aguascalientes y expresarlos en la tabla 6, se tiene que existe cierta diferencia entre el ámbito externo y el interno, a pesar de que no hay empresarios que lo califiquen como negativo; de manera que el ámbito externo es evaluado por el 66% en un rango que va desde ligeramente favorable hasta ser considerado como excelente, situación que lo coloca en una posición de mejora muy importante puesto que requiere de ser considerado en esta situación por mayor número de empresarios. En lo referente al ámbito interno se observa cómo el 63.2% de los empresarios en Aguascalientes, opina que este tiene un comportamiento con un rango de entre ligeramente favorable hasta excelente, por lo que se considera que es mejor para lograr resultados positivos en la organización, no obstante lo que se debe mejorar es significativo y responsabilidad completamente de la empresa.

Tabla 6: Resultado de opinión en cuanto al ámbito empresarial.

	Ámbito externo			Ámbito interno		
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Negativo	0	0	0	0	0	0
Desfavorable	20	4.9	4.9	21	5.2	5.2
Normal	156	39.1	44	137	33.6	38.8
Favorable	196	47.9	91.9	205	50.6	89.4
Excelente	33	8.1	100	42	10.6	100

Fuente Elaboración propia

Tabla 7: Resultado de opinión en cuanto a la competitividad de la empresa.

	Competitividad		
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Mucho menor a la competencia	5	1.2	1.2
menor a la competencia	27	6.7	7.9
Igual a la competencia.	174	43.0	50.9
Mayor la competencia	161	37.2	88.1
Mucho mayor la competencia	48	11.9	100

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7 expresa el grado de competitividad considerado por los empresarios en Aguascalientes, el 49.1% de ellos, manifiesta que esta se considera desde ligeramente mayor a la competencia, hasta ser mucho mayor que esta, de manera que se puede visualizar una gran posibilidad de mejora ya que el 50.9% no percibe ni tan solo una ligera superioridad; entendiéndose que la mejora en la competitividad depende de la forma en que la organización opera y del ambiente que la rodea.

En otro orden de ideas, se realizó un análisis de correlación bivariado, entre el ámbito empresarial y la competitividad de las empresas en Aguascalientes, este fue realizado para cada uno de los constructos que forman parte del ámbito empresarial; en la tabla 9 se muestra que el ámbito externo

resultó con un índice de correlación de 0.606, con significancia de cero y una R² de 36.72; por lo cual se considera que efectivamente este tiene una influencia positiva y significativa sobre la competitividad; asimismo, para el ámbito interno, el índice de correlación es de 0.612, con significancia de cero y una R² de 37.45%; por lo tanto de igual manera, se considera que efectivamente existe una influencia positiva y significativa de este sobre la competitividad.

Tabla 8: Resultado de la correlación de la competitividad con el ámbito empresarial

		COMPETITIVIDAD
EXTERNOS	Correlación de Pearson	.606(**)
	Sig. (bilateral)	.000
INTERNOS	Correlación de Pearson	.612(**)
	Sig. (bilateral)	.000

Fuente: Elaboración propia

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Asimismo, se realizó un modelo del comportamiento de los dos constructos que forman parte del ámbito empresarial y su relación con la competitividad de las empresas en Aguascalientes, el cual explica el 97.8% de los resultados en esta relación; por lo tanto.

$$\text{Competitividad} = 0.474 \text{ \u00c1mbito externo} + .777 \text{ \u00c1mbito interno} + .150$$

Por lo tanto el an\u00e1lisis de correlaci\u00f3n como el modelo multivariado, confirman que efectivamente existe influencia del \u00e1mbito empresarial sobre la competitividad de la empresa en Aguascalientes y que de manera independiente o combinada este es positivo y significativo; por lo tanto cuando mejora cualquiera de las condiciones en el \u00e1mbito de la empresa, de manera directa, tambi\u00e9n se mejora la competitividad de la organizaci\u00f3n.

CONCLUSIONES

De manera clara, la investigaci\u00f3n refleja que tanto el \u00e1mbito externo como el interno de la empresa, tiene impacto significativo sobre la competitividad de la empresa; asimismo, hace notar que la responsabilidad de que las empresas est\u00e9n en posici\u00f3n de poder competir con sus similares, m\u00e1xime ahora que llegan a Aguascalientes gran cantidad de empresas extranjeras, es por un lado de quien forma el \u00e1mbito externo como del que forma el \u00e1mbito interno y adem\u00e1s que la empresa es responsable completamente del interno pero del externo solamente puede en dado caso prepararse para que el impacto negativo sea menor o que el positivo sea aprovechado al m\u00e1ximo.

Para el caso del ámbito externo, se detectó que existen dos de las dimensiones que se estudiaron , con evaluaciones menores que el resto; primeramente la peor evaluada es la concerniente a la estabilidad económica, de aquí que surge una gran oportunidad de mejora por parte del Estado en el sentido de generar las condiciones en la economía de tal forma que esta se torne confiable y estable; para ello se puede pensar en las medidas que se direcciones hacia la reducción y control de los costos que ofrecen las instituciones, así como el establecimiento de políticas encaminadas a evitar actos corrupción; en segundo lugar se manifiesta como una necesidad por parte de los empresarios en Aguascalientes, el desarrollo de tecnología, lo que nos lleva a hacer mención de la falta de apoyo a este respecto y pensando en el establecimiento empresas mexicanas bien administradas, en lugar del apoyo a las extranjeras, como una forma de atacar el desempleo.

Por otro lado, también se manifiesta en el ámbito interno, el cual es responsabilidad de quienes dirigen las empresas, que la dimensión que se evaluó con la menor puntuación fue lo referente a sistemas de trabajo, lo cual indica la responsabilidad del empresario por optimizarlos, así como la necesidad de inversión en recursos como a la actualización en técnicas como el análisis de los métodos, los principios de kaisen, mejora continua, lean manufacturing, seis sigma, etc. por supuesto, dirigidos hacia la optimización de los procesos; del mismo modo se hizo notar como una gran oportunidad es el desarrollo de técnicas de control, de lo cual el responsable directo es el propio empresario, el cual tiene la tarea de la actualización y gestión de estas, con el propósito de optimizar al máximo las operaciones de la empresa.

REFERENCIAS

- Aidis, R., Estrin, S. y Mickiewicz, T. (2009). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A Comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656 – 672.
- Alic, J. (1987). *Evaluating industrial competitiveness at the office of technology in society*. New York: Basic Book Inc.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantages. *Journal of Management*, 17, 99 – 120.
- Cabrera Martínez, A. M., López López, P. A. y Ramírez Méndez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá, D. C. Colombia: Ediciones Fundación Universidad Central.
- Comisión Nacional de Competitividad. (2007). *Agenda interna para la productividad y la competitividad. Documentos sectoriales, documentos regionales*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.

- Corbett, C. y Van Wassenhove, L. (1993). Tradeoffs? What tradeoffs? Competence and competitiveness in manufacture strategy. *California Management Review*, 36(summer), 107 -122.
- Choe Kwangseek, B. D. y Hu Michael. (1997). Production competence and its impact on business performance. *Journal of Manufacturing Systems*, 16(6), 409 – 421.
- Davidsson, D. (2004). *Researching entrepreneurship*. New York: Springer.
- Dedhia, N. S. (1995). Survive business challenges with the total quality management approach. *Total Quality Management*, 6(3), 265 – 272.
- Forcadell, F. J. (2007). The corporate growth of the firm: A Resource-based approach. *Journal of American Academy of Business*, 11(2), 151 – 160.
- Gatignon, H., Tushman, M. L., Smith, W. & Anderson, P. C. (2002). A structural approach to assessing innovation: Construct development of innovation focus, type and characteristics. *Management Science*, 48(9), 1103 – 1122.
- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Mok, C. K, & Ma, N. (2006). A study of the relationship between competitiveness and technological innovation capability base on DEA models. *European Journal of Operations Research*, 170, 971 -986.
- Hamel, G. & Henne, A. (1994). *Competence-based Competition*. New York: John Wiley.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks: Sage.
- Junarsin, E. (2010). Issues in the innovation service product process: A managerial perspective. *International Journal of Management*, 27(3), 616 – 627.
- Karaulova, T., Shevtshenko, E., Polyanchikov, I. & Sahnó, J. (2009). Reorganization of production system on SME enterprises. *Annals of DAAAM for 2009 & proceedings of the 20th International DAAAM*, 20(1), 869 - 870.
- Krinsky, R. J. & Jenkins, A. C. (1997). When worlds collide: the uneasy fusion of strategy and innovation, *Strategy & Leadership*, 25(4), 36 – 41.
- Kirby, D. A. & Kaiser, S. (2003). *Joint ventures as an internationalization strategy for SMEs*. New York: Springer.
- Lopez, S. V. (2005). Competitive advantage and strategic formulation: The key role of dynamic capabilities. *Management Decision*, 43(5), 661 – 669.
- McGahan, A. M. & Porter, M. E. (2002). What do we know about variance in accounting profitability?. *Management Science*, 48(7), 834 – 851.
- Martín Peña, M. L. y Díaz Garrido, E. (2009). Posicionamiento estratégico de las empresas industriales en las prioridades competitivas de operaciones: Desarrollo y aplicación de un indicador de medida. *Cuaderno de Economía y Dirección de la empresa*, 39(junio), 59- 94.

- Martinelli, A. (2004). *The social and institutional context of entrepreneurship in Crossroads of entrepreneurship*. New York: Springer.
- Mills, J., Platts, K. & Bourne, M. (2003). Applying resource-based theory: Methods, outcomes and utility for managers. *International Journal of Operations & Production Management*, 23(2), 148 – 166.
- Montoya-Weiss, M. M. & Calonte, R. (1994). Determinants of new product performance: a review and meta-analysis. *Journal of Products Innovation Management*, 11, 397 – 417.
- Morris, M. H., Kurato, D. F. & Covin, J. G. (2008). *Corporate entrepreneurship and innovation: Entrepreneurial development within organizations*. Mason: Thompson South Western.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Osman, M. Z., Ahmed, U., Madan, A., Paisal, A. & Ansuya, Y. (2002). Costume focused management and corporate performance: An international marketing perspective of Malaysian business. *American Business Review*, June, 95–102.
- Peng, M. W. (2003). Institutional transitions and strategies choices. *Academy of Management Review*, 28(2), 275 – 286.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantages: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14, 179 – 191.
- Pettigrew, A. M., Woodman, R. W. & Cameron, K. M. (2001). Studying organizational change and development: Challenges for future research. *The Academy of Management Journal*, 44(4), 696 – 713.
- Phusavat, K. y Kanchana, R. (2007). Competitiveness priorities of manufacturing firms in Thailand. *Industrial Management & Data Systems*, 107(7), 979 -996.
- Platzek, B. P., Winsker, D. & Pretorius, L. (2011). Global business environment: Holistic Entrepreneurship. *SCMS Journal of Indian Management*, January – March, 96 – 114.
- Ping, R. A. (2004). On assuring valid measures for theoretical models using survey data. *Journal of Business Research*, 1(57), 125-141.
- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Prahalad, C. K. & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 66, 79 – 91.
- Puck, J. F., Holtbrügge, D. y Mohr, A. T. (2006). Applicant information and selection strategies in corporate web site recruiting: the role of natural culture. *Proceedings of the First European Academic Workshop on Electronic Human Resource Management, Enscheda, the Netherlands, October 25 –26*.

- Puffer, S. M., McCarthy, D. J. & Boisot, M. (2010). Entrepreneurship in Russia and China: The impact of formal institutional voids. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 441 -467.
- Rajasekaran, B. (2008). Entrepreneurship: A strategic Tool. *SCMS Journal of Indian Management*, 5(2), 1-15.
- Reinel, J. y Bermeo, E. (2005). Las directrices del costo como fuentes de ventajas competitivas. *Revista Estudios Gerenciales*, 81-103.
- Rue, L. W. & Ibrahim, N. A. (1998). The relationship between planning sophistication and the performance in small business. *Journal of Small Business Management*, 36(4), 24 – 32.
- Serfontein, S., Basson, J. B. & Burden, J. (2009). Mapping a transformation from a traditional to an entrepreneurial organization: A South African case. *Original Research*, 7(1), 1 – 14.
- Salvendy, G. (2001). *Handbook of industrial engineering: Technology and operation management*, A Wiley-interscience.
- Skinner, W. (1974). The focused factory. *Harvard Business Review*, 53(3), 113 – 121.
- Smallbone, D. & Welter, F (2009). *Entrepreneurship and small business development in postsocial economies*. London: Rout-ledge.
- Strohmeier, S. (2006). Coping with contradictory consequences of e-HRM. *Proceedings of the First European Academic Workshop on Electronic Human Resource Management, Enscheda, the Netherlands*, October 25 – 26.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual opportunity nexus*. Cheltenham, UK: Eduard Elgar.
- Valero, M. (2004). *Análisis de competitividad al sector del dulce en el área metropolitana de Bucaramanga*. Bogotá: Ascolfa.
- Ward, P., Duray, R., Leong, G. M. & Sum, C. C. (1993). Business environment, operations strategy and performance: An empirical study of Singapore manufacturers. *Journal of Operation Management*, 13(2), 95 -115.