

Estudio comparativo de Inteligencia Competitiva. Empresas afiliadas a Coparmex Tampico y empresas de la Educación Media Superior

JAVIER CHÁVEZ MELÉNDEZ¹

JOSÉ DE JESÚS GUERRERO RODRÍGUEZ*

JUAN CARLOS GUZMÁN GARCÍA*

Resumen.

Estudiar las organizaciones de negocios por sectores, de forma comparativa es una tarea retadora, permite establecer problemáticas comunes, semejanzas, y diferencias.

En consideración a lo anterior, se desarrolló una investigación, orientada a estos segmentos empresariales: uno, formado por comercios de COPARMEX y otro segmento, dedicado a la educación media superior.

Investigación exploratoria inicial, posteriormente estudio descriptivo, con enfoque cuantitativo.

Dichos estudios facilitaron el acercamiento y conocimiento de los dos segmentos empresariales y sus principales necesidades

Se evaluaron capacidades competitivas reales, en consideración a 10 modelos de competitividad y un modelo de la Inteligencia Competitiva.

Para muestrear se manejaron 32 empresas de cada segmento, siguiendo un criterio no aleatorio.

Con apoyo del análisis estadístico, se obtuvieron resultados que además de informativos, permitieron estructurar conclusiones y propuestas basadas en la integración de centros de inteligencia empresarial.

Palabras clave: *Inteligencia de Negocios, Competitividad, Empresarios*

Abstract

Study business organizations by sectors, in a comparative trial, is a big challenge, it's possible establish common problems, similarities and differences.

In accordance to this study, an investigation, directed to these business segments, was done: first segment, composed by COPARMEX commercial enterprises and second segment, middle superior education institutions.

To start, an exploratory research and later, a descriptive work, with a quantitative approach.

¹ Universidad Autónoma de Tamaulipas-Facultad de Ingeniería "Arturo Narro Siller"

Such study works made easier knowing very closely these two business segments and knowing too, their main needs.

True competitive abilities were evaluated, according to ten competitiveness models and one competitive intelligence model.

In each of two business segments, 32 enterprises were chosen as a sample, based on a non-random criterion.

Through a statistical analysis, useful results were obtained, not only information; it was possible to make conclusions and proposals based on business intelligence centers.

Keywords: *Business intelligences, competitiveness, business men*

2. Introducción.

Desde una perspectiva socioeconómica, el segmento de las instituciones educativas privadas de nivel medio superior incorporadas a la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) en Tampico, en su conjunto, es un estrato de negocios importante, constituyen una población en esta zona de aproximadamente diez mil estudiantes, dan empleo directo a poco más de un mil seiscientas personas y sus ingresos mensuales brutos rebasan los doce millones de pesos al mes.

Todas las escuelas preparatorias privadas incorporadas a la UAT en la zona sur de Tamaulipas, en su conjunto representan cerca del 40% de todo el personal de la Refinería Francisco I. Madero de PEMEX en Ciudad Madero.

Lo anterior dimensiona la importancia del segmento empresarial en cuestión.

Por otro lado, el crecimiento de la población en edad de estudiar en el nivel medio superior, el cual se puede observar en la tabla 1.1, ha sufrido un crecimiento del 56% en un término de 11 años.

Tabla 1. Resumen Nacional de Matricula del nivel bachillerato de 2000 al 2011.

Nivel Escolar	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2011
BACHILLERATO TOTAL	2,594,242	2,764,224	2,936,101	3,083,814	3,185,089	3,301,555	3,923,822

Fuente: portal SEMS SEP 2000-2005 consultada el 5 de abril del 2011 en http://www.sems.gob.mx/Extranet/asp/Archivos/Estadísticas_SEP_2000-2005.pdf

La matrícula en las escuelas privadas de Tamaulipas y de México va a la baja por diferentes razones, entre ellas la situación económica actual (Sosa, 2012), la inseguridad (Tamaulipas en línea, 2012), entre las más importantes causas.

Ninguna de estas empresas recibe actualmente asesoría o consultoría profesional con la finalidad de desarrollar sus ventajas competitivas o disminuir sus riesgos de quiebra.

El otro segmento de empresas en estudio, el de las Mypes, en México representan cerca del 98% de la totalidad de las empresas del país (Zevallos, 2003), generando el 20% del producto interno bruto, además de que su porcentaje de empleo directo, cercano al 60% es también importante. Estos comercios más bien están orientados al mercado interno.

Estadísticamente del gran número de Mypes mexicanas que se abren por año, el 60% de ellas se cierran por año (Moreno y Sanjinés, 2002), con los consiguientes efectos desfavorables.

Estas empresas Mypes afiliadas a COPARMEX en Tampico, se encuentran inmersas en el ambiente competitivo actual, la mayoría, sin las condiciones necesarias para enfrentar la competencia de empresas internacionales, o empresas nacionales más sólidas.

De igual forma que las escuelas privadas de educación media superior en Tampico, estas empresas de COPARMEX, tienen un gran distanciamiento con y universidades e instituciones de educación superior, perdiéndose con esto la posibilidad de una interacción importante, entre la experiencia y dominio de las tareas y el mercado por parte de las empresas, y el manejo de nuevas teorías, modelos y planteamientos de negocios por parte de los investigadores, que pudieran ser de interés y utilidad para ambos segmentos.

Ante el nivel de exigencia al que están expuestos ambos segmentos de empresas, en contrasentido de las condiciones de baja competitividad y el alejamiento que se observa de las Universidades e Instituciones de Educación Superior, se planteó la problemática de investigación expuesta en el apartado siguiente.

3. Problema de Investigación.

¿Qué diferencias existen en el nivel de competitividad y estrategias relacionadas con la Inteligencia Competitiva empleadas por los empresarios de las instituciones educativas privadas de nivel medio superior de Tampico, incorporadas a la UAT, y los empresarios de Mypes afiliados a la COPARMEX Tampico, con la finalidad de ofrecer un plan de desarrollo de estas empresas que permita el fortalecimiento de sus empresas y su permanencia en el mercado?

4. Objetivos.

Objetivo General. Se plantea como objetivo general del presente estudio el siguiente:

Determinar las diferencias existentes entre la media y la proporción de estrategias de Inteligencia Competitiva empleadas por los empresarios de dos segmentos, los dedicados a las escuelas

privadas de nivel medio superior en Tampico y los dedicados al sector comercial afiliados a la COPARMEX Tampico, que permitan elevar su capacidad de permanencia en el mercado.

Objetivos Específicos. Se establecen los siguientes objetivos específicos:

Objetivo 1. Determinar el perfil de los empresarios o administradores de los dos segmentos de estudio.

Objetivo 2. Relacionar las principales necesidades competitivas de los dos segmentos de empresas en estudio.

Objetivo 3. Definir la situación que guardan de forma comparativa ambos segmentos de empresas en estudio en relación a las estrategias de la inteligencia competitiva.

Objetivo 4. Estructurar las estrategias para los dos segmentos de empresas en estudio, basado en procesos de Inteligencia Competitiva, de forma tal que se pueda elevar la competitividad de las mismas.

5. Metodología.

Etapas Iniciales Exploratorias.

Con la finalidad de lograr un acercamiento a este tipo de empresas y empresarios, se realizó un estudio exploratorio, obteniendo un conocimiento general de los dos segmentos empresariales en estudio.

Etapas Descriptiva-Explicativa.

La etapa descriptiva-explicativa, sirvió para construir las herramientas necesarias para hacer acopio de todos los datos relacionados con las preguntas de investigación.

a) Tipo de estudio.

El proyecto de investigación es un estudio cualitativo, descriptivo, transversal y no experimental.

b) Población, Muestra y Método de Muestreo.

Poblaciones y muestras.

Las poblaciones se integran por las 32 escuelas de nivel privadas de nivel medio superior de Tampico, incorporadas a la UAT y por más de 50 empresas Mypes comerciales afiliadas a COPARMEX Tampico.

La muestra se determinó a juicio del investigador, considerando las facilidades de acceso a estas empresas como factor de inclusión.

De esta forma se incluyeron 10 escuelas privadas en la muestra final y 10 empresas Mypes.

Método de Muestreo.

- La estrategia inicial se estableció como método de muestreo el **aleatorio simple**.

- Sin embargo fue necesario cambiar el método de muestreo por el **muestreo a conveniencia**, lo anterior porque se dificultó el acceso a varias escuelas y por consiguiente a la información.

c) Herramientas para acopio de información y Validación.

Se diseñaron dos cuestionarios utilizando el software estadístico “DYANE” (Santesmases, 2001); y en su diseño, todas las preguntas se desarrollaron orientadas a responder los objetivos de la investigación.

Validación.

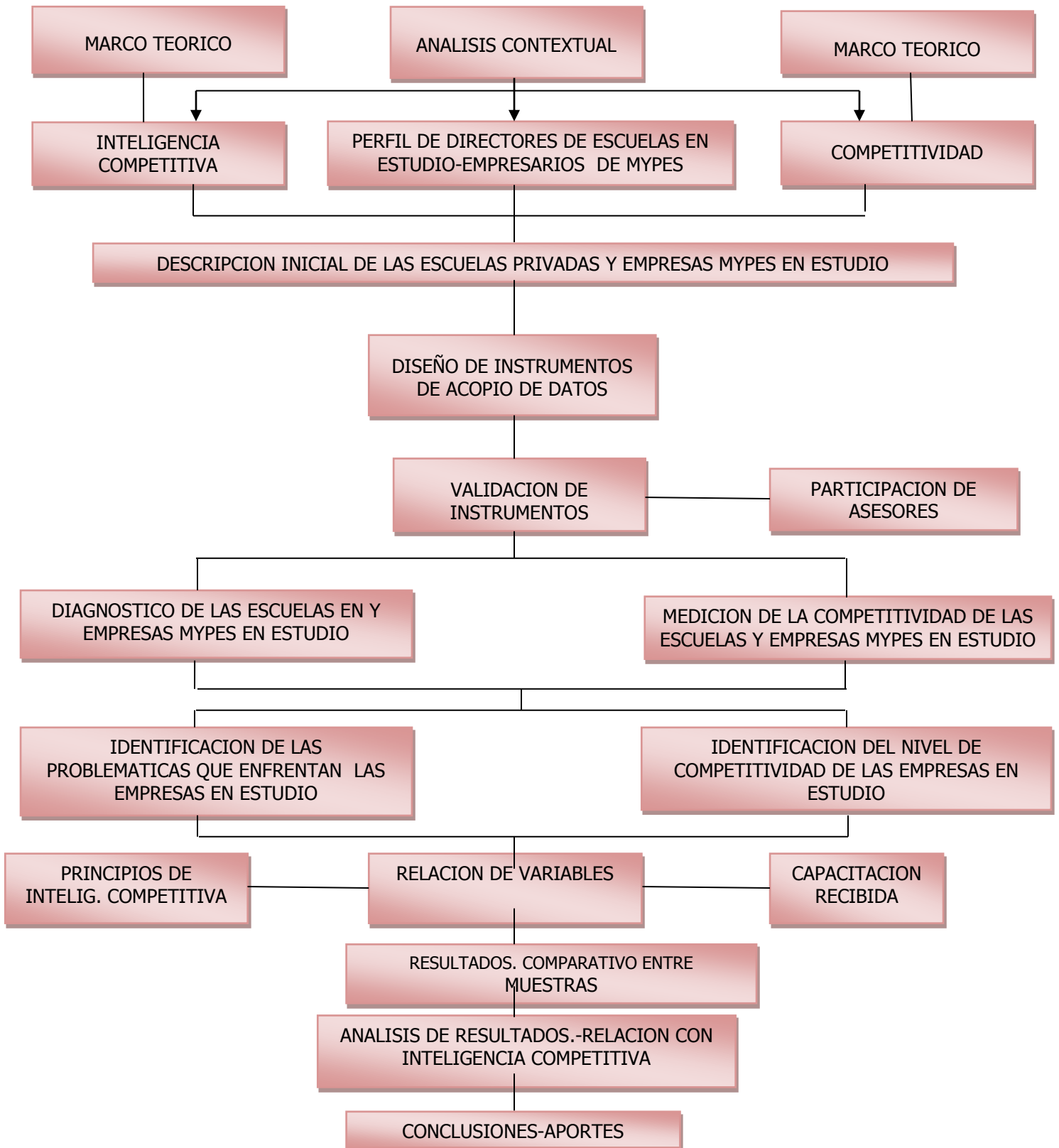
De forma previa a la aplicación de los instrumentos, estos se validaron de la forma siguiente:

- De forma interna, Por riesgos de sesgo, Por validez de constructos, Con prueba piloto y
- Con la prueba Alpha de Cronbach.

Análisis de la Información.

Toda la información obtenida, fue analizada estadísticamente, aplicando el software DYANE de Santesmases (2001) para determinar los parámetros e indicadores pertinentes.

Diagrama 1. Planeación de la Investigación.



6. Variable de Estudio. Competitividad.

En este estudio se analizó solamente el nivel 1 de la competitividad, que es el nivel de la empresa, de acuerdo con Abdel y Romo (2004), dejando a un lado los demás niveles.

En consideración a lo anterior, se revisaron diez modelos teóricos de competitividad, en este nivel 1 (Chávez, Guerrero, Olguín, 2009).

6.1 Modelos Teóricos de competitividad empleados y sus Dimensiones.

No.	Nombre	Autor(es)	Año	Características
1	Modelo Nacional Para Mipymes Competitivas	Instituto Nacional para el Fomento de la Calidad, (2010)	2010	<ul style="list-style-type: none"> ○ Conocimiento del entorno ○ Alianzas ○ Relación con Clientes. ○ Recursos y Actividades clave ○ Propuesta de Valor ○ Estructura de Costos ○ Fuente de Ingresos
2	Modelo de la Competitividad Sistémica	Esser, Wolfgang, Dirk, Meyer_Stamer, (1996)	1996	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad de la Gestión ○ Estrategias Empresariales ○ Gestión de la Innovación ○ Mejores Prácticas Producción ○ Integración Redes Coop. Tecnológicas ○ Logística Empresarial ○ Interacción de Proveedores y Productores
3	Modelo de la Competitividad Integral	López, López y Pérez,(2004)	2004	<ul style="list-style-type: none"> ○ Papel del Gobierno. ○ Acciones de la Empresa.
4	Matriz de Prácticas de Clase Mundial	Arechavala, (1998)	1998	<ul style="list-style-type: none"> ○ Objetivos ○ Toma de Decisiones ○ Conocimiento del Cliente ○ Uso de la Información Financiera
5	Modelo del Análisis de la Competitividad	Ten Kate, citado por Garduño, (2006).	2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ Factores que afectan los Costos, Precios, Rentabilidad, Permanencia y Penetración de Mercados. ○ Factores de Eficiencia de Uso de Insumos. ○ Factores relacionados con Calidad y Diferenciación de Productos o Servicios.
6	Modelo de Competitividad	Hamel y Prahalad, (1990).	1990	<ul style="list-style-type: none"> ○ Posición Relativa en el Mercado. ○ Ventaja Competitiva Sostenible.

				<ul style="list-style-type: none"> ○ Competencias Centrales
7	Modelo de Competitividad en el Comercio Internacional	Lerma, (2000).	2000	<ul style="list-style-type: none"> ○ Producto vendible en el comercio exterior (Diseño, calidad, presentación, tecnología, envase, precio, etc.) ○ Comercialización (Promoción, venta, servicio, condiciones comerciales) ○ Empresa (Organización, Capacidad Tecnológica, Productiva, y Económica, Actitud hacia la Internacionalización)
8	Modelo de Desarrollo y Generación de Competitividad Internacional.	Batres y García, (2006).	2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollo de Cadenas Productivas ○ Capital Humano, Capacitación y Desarrollo.
9	Modelo de las Ventajas Competitivas	Porter, (2002)	2002	<ul style="list-style-type: none"> ○ Composición del Sector ○ Poder e influencia de cada Fuerza. ○ Posición Competitiva. ○ Cadenas de Valor ○ Ventajas Competitivas
10	Modelo de Competitividad	Schuller y Lidbom, (2009).	2009	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desempeño del Mercado ○ Alta eficiencia ○ Factores de éxito clave. ○ Valor agregado
11	Modelo de Competitividad de una Compañía	Vilanova, Lozano y Arenas, (2009).	2009	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad de Innovación ○ Relaciones Internas y Externas. ○ Reputación ○ Recursos Estratégicos

Fuente: Elaboración propia.

7. Variable de Estudio. Inteligencia competitiva.

Estudiar a la inteligencia competitiva es un concepto que data de principios de los años 90's.

Rodríguez y Escorsa (1998), afirman que la inteligencia competitiva es un proceso continuo de transformación de datos, información y conocimiento del entorno para poder obtener un producto inteligente para la acción, lo que ellos llamaron Inteligencia Accionable.

López, Fernández, Manchado y Agustín (1992), citan a Gilad señalando que la inteligencia competitiva es el acceso a tiempo al conocimiento de información relevante en las distintas fases de la toma de una decisión.

Actualmente se sabe que para innovar, es decir para ofrecer productos, servicios, procesos o ideas que puedan ser redituables en el mercado, se requiere información valiosa, información actual, tal como señalan Escorsa, Maspons y Cruz (2006).

Características o atributos de la Inteligencia Competitiva.

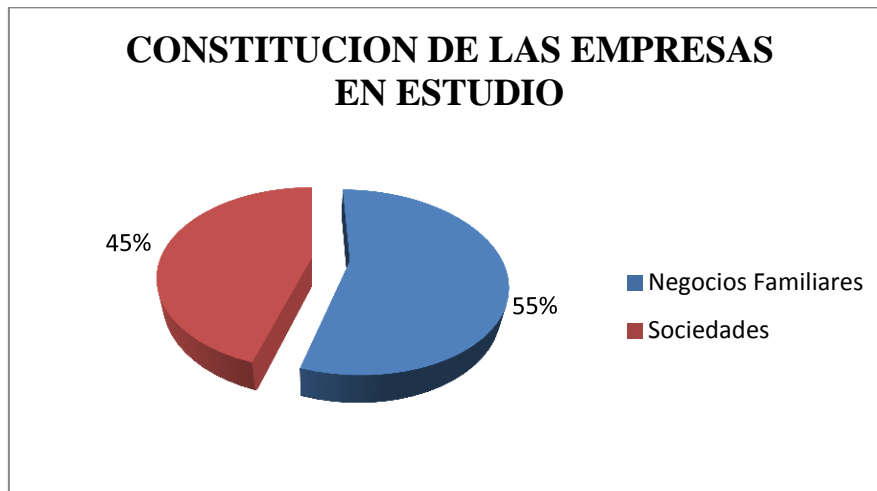
- Hacia el exterior de la empresa. Es de carácter anticipativo. Tiene orientación al futuro.
- Busca detectar oportunidades y amenazas. Alto soporte de la tecnología.
- De acuerdo con Escorsa (2007), tiene cuatro áreas de vigilancia: competitiva (competidor actual y potencial), comercial (clientes, mercados y proveedores), tecnológica (tecnologías actuales y emergentes) y del entorno (políticas, reglamentaciones, ambiente, etc.)

Escorsa, Cruz y Maspons citan a Hauschildt (1992), quien ha propuesto un modelo en el cual se presenta a la innovación, como el elemento medular hacia el cual convergen cuatro elementos que son: mercados, sistema científico (universidades, institutos de investigación), sistema mediador (consultores, incubadoras, eventos industriales y comerciales) y las autoridades públicas (oficinas de patentes, organismos de regulación, promotores financieros).

8. Resultados.

Entre los principales resultados se encuentran los siguientes:

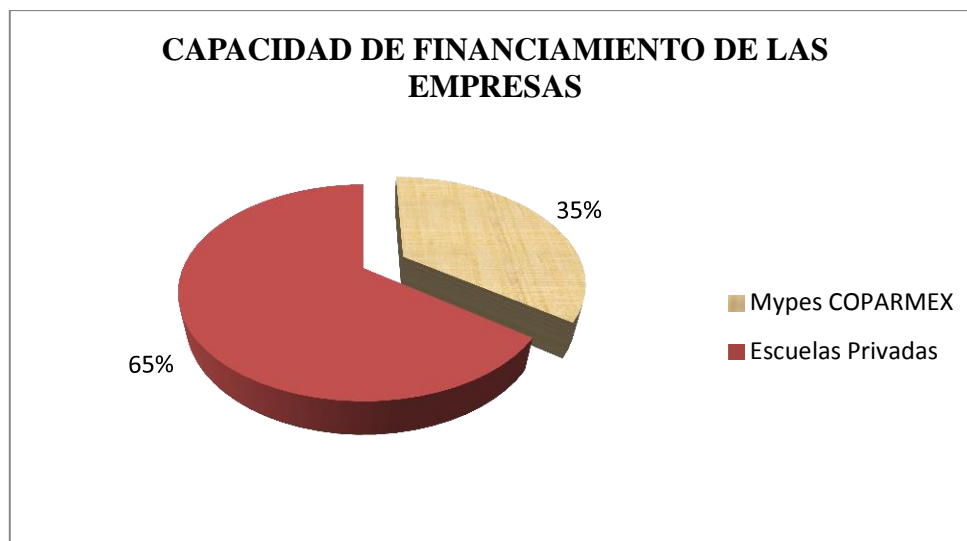
Gráfico 8.1. Constitución de las dos muestras de empresas en estudio.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la constitución no existen diferencias significativas entre ambos segmentos de empresas estudiadas.

Gráfico 8.2 Capacidad de Acceso al Financiamiento.



Fuente: Elaboración propia

En el acceso al financiamiento se observa que es mayor la proporción de escuelas privadas que tienen capacidad de acceso a financiamiento (65%) en relación a las empresas Mypes (35%)

Tabla 1. Perfil de los empresarios y/o directores de las empresas en estudio.

De esta forma se presentan cada rasgo del perfil con tres niveles, que son: el nivel más bajo encontrado, el nivel más alto y el nivel promedio del rasgo evaluado.

No se obtuvieron diferencias significativas entre ambos segmentos de empresas estudiadas.

Tabla 1. Perfil de los empresarios y/o administradores de las muestras de empresas en estudio. (Tamaño de la muestra igual a 30 empresas en total).

No.	Rasgo	Límite Inferior de la Muestra	Límite Superior de la Muestra	Predominan
1	Edad	28 años	65 años	Entre 35 y 45 años
2	Nivel de estudios	Carrera Trunca.	Posgrado (Maestría)	Licenciatura
3	Situación empresarial del administrador/empresario.	Empleado	Dueño de la empresa.	Dueño de la empresa, junto con otros asociados.
4	Sexo (género)	No aplica	No aplica.	Predominan los directores varones. 60-40% Predominan los gerentes varones 75-25%

5	Experiencia en el giro	4 años	Más de 40 años.	Entre 8 y 15 años en el giro.
6.	Solvencia económica	Muy limitada, en ocasiones no tienen para pagar nóminas.	Muy alta, con capacidad de reinvertir en infraestructura.	Solvencia económica limitada, dificultades para reinvertir en ambos segmentos.
7.	Manejo de tecnología.	No saben usar la computadora personal.	Experto en sistemas computacionales.	No sabe usar la computadora personal, El sector de escuelas de educación media es más alto el nivel de manejo de la tecnología.
8.	Capacitación recibida.	Nunca reciben capacitación, ni asesoría alguna.	Bastante actualizados y con buena capacitación.	Capacitación casi nula en ambos segmentos.
9.	Visión del negocio.	Anticuada, no creen en la tecnología, ni en modernización, alianzas, nuevos enfoques del negocio, etc.	Moderna, capacitados, con tecnología actual, buscando alianzas con proveedores, con nuevos enfoques del negocio.	Tendencia a una visión tradicional de negocios. Las escuelas buscan más el apoyo de Internet.
10.	Toma de decisiones.	Baja, sólo son empleados que reportan diariamente a los accionistas.	Muy amplia son dueños únicos.	Media, son miembros de una sociedad de accionistas.
11.	Nivel socioeconómico al que pertenecen.	Bajo, familias de escasos recursos que con el tiempo han creado una pequeña empresa.	Alta, dueños varias empresas.	Media en ambos segmentos.
12.	Uso de instrumentos financieros	Bajo, casi ni los conocen.	Muy alto, son expertos financieros.	Medio, usan los estados financieros y ciertos indicadores de negocio.
13.	Manejo de Mercadotecnia.	Solo conocen el producto.	Medio, saben tratar al cliente, manejan algunas variables.	Bajo, sólo saben de precio, distribución y un poco de promoción.
14.	Conocimiento de Recursos Humanos.	Bajo en ambos segmentos, desconocen la mayoría de los procesos.	Alta, conocen la mayoría de los procesos de recursos humanos.	Media, sólo conocen de algunos procesos, no recurren al outsourcing.

15.	Pensamiento cuantitativo.	Muy bajo, no hacen análisis numéricos para ninguna decisión.	Alta, con buenas bases cuantitativas, basan en costo-beneficio sus decisiones	Media, solo en algunas decisiones son analíticas.
16.	Estilo de liderazgo.	Muy pobre, totalmente dictatoriales.	Participativo, alto nivel de participación del personal.	Tendencia a ser dictatoriales en su mayoría, en los dos segmentos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Principales problemas Operativos de las muestras de empresas en estudio.

En la tabla.2 es factible visualizar los diez principales problemas operativos que se encontraron en las dos muestras de empresas estudiadas.

No.	Tipo de Problema	% de Empresas con el problema Muestra 1 (Escuelas)	% de Empresas con el problema Muestra 2 (Mypes)	Principales causas	Análisis de las causas.
1	Pago de impuestos	45%	60%	Capital de Trabajo	Acceso a financiamientos blandos.
2	Pago de sueldos	40%	50%	Capital de Trabajo	Acceso a financiamientos blandos.
3	Pago a proveedores	30%	45%	Recuperación de cartera. (Cobro de colegiaturas).	Falta asesoría o capacitación, no se ha recibido o la recibida no ha sido efectiva.
4	Manejo financiero	50%	40%	Falta asesoría financiera	Falta asesoría o capacitación, no se ha recibido o la recibida no ha sido efectiva.
5	Pérdida de dinero en la cobranza	25%	35%	Mala gestión, clientes difíciles. Falta asesoría o capacitación.	Falta asesoría o capacitación, no se ha recibido o la recibida no ha sido efectiva.
6	Promoción y captación de nuevos clientes/alumnos	30%	35%	Excesiva competencia. Falta asesoría.	Falta asesoría o capacitación, no se ha recibido o la recibida no ha sido efectiva.
7	Bajas utilidades	30%	25%	Excesiva competencia.	Faltan beneficios fiscales en ambos segmentos.
8	Consumo -Precio de la Energía	65%	50%	Políticas oficiales.	Situación a nivel de gobierno federal.

	eléctrica.			Mucho calor en la zona.	Faltan estímulos a este tipo de empresas.
10	Capacitación del personal	70%	80%	Limitación de recursos, no hay apoyos oficiales.	Falta asesoría o capacitación en diversos tópicos, no se ha recibido o la recibida no ha sido efectiva.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Principales problemas estructurales en las muestras en estudio.

No.	Tipo de Problema	% de Empresas con el problema Muestra 1 (Escuelas)	% de Empresas con el problema Muestra 2 (Mypes)	Principales causas	Análisis de las causas
1	Existencia de Manual de Organización.	60%	75%	Desconocimiento	Falta asesoría o Capacitación
2	Existencia de descripción de puestos.	75%	80%	Desconocimiento	Falta asesoría o Capacitación
3	Existencia de al menos lista de funciones del personal	30%	40%	Desconocimiento de beneficios.	Falta asesoría o Capacitación
4	Existencia de un proceso formal de selección de personal y en general de R.H.	65%	60%	Desconocimiento.	Falta asesoría o Capacitación
5	Alineamiento de sueldos con la productividad.	85%	65% (Bonos)	Desconocimiento.	Falta asesoría o Capacitación
6	Manejo de prestaciones de ley.	55%	70%	Desconocimiento.	Falta asesoría o Capacitación
7	Existencia de Reglamentos.	45%	60%	Desconocimiento.	Falta asesoría o Capacitación
8	Existencia de planes de trabajo.	60%	70%	Desconocen sus beneficios.	Falta asesoría o Capacitación

9	Procesos bien definidos.	70%	80%	Desconocen sus beneficios.	Falta asesoría o Capacitación
10	Evaluación del desempeño.	65%	50% (Ventas)	Desconocen sus beneficios.	Falta asesoría o Capacitación

Fuente: Elaboración propia.

9. Propuestas.

A continuación se plantean las propuestas específicas:

Diag. 4. Explicación de las propuestas y los resultados.



Fuente: Elaboración propia

a) Propuesta de desarrollo gerencial de los empresarios de los dos segmentos de muestras estudiadas.

Objetivo de la Propuesta:

Estructurar un programa de capacitación y desarrollo para empresarios de las dos muestras investigadas, apoyados en Universidades con conocimientos de vanguardia, con la finalidad de prepararlos en las dimensiones de competitividad estudiadas, y que puedan llevar a la práctica las estrategias de la inteligencia competitiva.

El programa estará basado en las dimensiones de competitividad que resultaron deficientes y en los procesos de inteligencia competitiva.

a) Propuesta de creación de un Centro de Inteligencia Competitiva para Instituciones educativas privadas (CIC).

Objetivo de la Propuesta:

La propuesta se basa en la estructuración de organismos denominados Centros de Inteligencia Empresarial (CIE) para cada uno de los dos segmentos en estudio, como punto de referencia para estas empresas, en su calidad de difusores de la cultura tecnológica y de la mejora en la productividad.²

Estos centros de servicios en inteligencia empresarial apoyan a las empresas en:

- La mejoría de sus procesos de planeación y control.
- Detección y conocimiento de la evolución de los mercados, productos y servicios.
- Identificación de factores críticos de éxito.
- Potenciación de los procesos de calidad y mejora continua.
- Estimulación de la capacidad negociadora.
- Promoción de ventajas tecnológicas y mejora competitiva.
- Desarrollo de una mejor formación empresarial para sus administradores y empresarios, a través de la capacitación y asesoría.

10. Conclusiones.

Conclusiones generales de la Investigación.

En este apartado sólo se relacionan estas propuestas de manera enunciativa, el detalle de las mismas se encuentra en el documento completo de la investigación, las propuestas son:

Propuesta 1. Desarrollo gerencial de los administradores, profesionalizar a los directivos de ambos segmentos de empresas estudiados, considerar las dimensiones de competitividad estudiadas. Vinculación con Universidades, Consultores e Institutos de Educación Superior

Propuestas 2. Capacitación de administradores de las empresas en estudio en aspectos de desarrollo personal, considerar las dimensiones de competitividad estudiadas. Participación de Universidades y Consultores Externos.

² Parte de estas premisas fueron puestas a juicio en artículo presentado en el IX Congreso Internacional de ACACIA, Guadalajara, Jalisco, Mayo 2007.

Propuesta 3. Propuesta de desarrollo de Centro de Inteligencia Competitiva, de manera inicial como apoyo a estos segmento. De forma tripartita gobierno y autoridades, Universidades y Consultores Externos.

Todo lo anterior forma parte de un plan de desarrollo específico, para que las empresas de las muestras estudiadas pueden alcanzar las competencias que requieren, para elevar su competitividad.

10.2 Conclusiones adicionales.

a) A pesar de ser segmentos de negocios diferentes, las problemáticas de competitividad de las muestras no presentan diferencias significativas, las diferencias más notables se encontraron en los perfiles de los directivos o administradores.

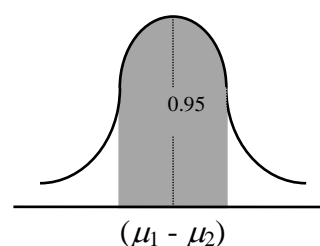
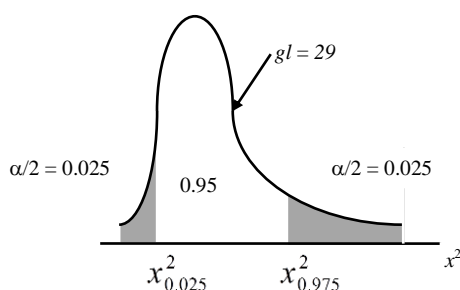
b) Se detecta la necesidad reconstruir las relaciones entre las empresas, generadoras de la actividad productiva del país y las universidades e instituciones de educación superior, para que por medio de la transferencia de información, conocimientos, prácticas y tecnología, se logren los diseños y las propuestas que fortalezcan a este tipo de empresas, principalmente en lo relacionado a la Inteligencia de Negocios y Competitividad, por consiguiente.

En las Universidades e instituciones de educación superior del país se tienen las siguientes ventajas:

- Formación de docentes en conocimiento empresarial de alto nivel.
- Formación de docentes en conocimiento de desarrollo humano de alto nivel.
- Bajo costo de asesoría.
- Posibilidad de establecimiento de convenios o alianzas con empresarios.
- Disponibilidad de tecnología, bibliografía, bases de datos y software.
- Posibilidad de investigación de problemáticas empresariales no resueltas.

Todas las conclusiones presentadas fueron sometidas a pruebas estadísticas, como la Prueba de la media para 2 muestras igual, prueba de la proporción para 2 muestras iguales y prueba de la desviación estándar para 2 muestras iguales..

Se consideraron muestras de 30 elementos, con una distribución normal para las medias y proporciones, y con distribución Ji cuadrada para las desviaciones estándar, y un intervalo de confianza del 90%.



Referencias

- Abdel, G., Romo, D. (2004). *Documentos de Trabajo en Estudios de Competitividad*. Centro de Estudios de Competitividad. México: ITAM..
- Arechavala, R. (1998). Formas de Operación de las Pequeñas Empresas del Occidente de México: Los Retos de la Competitividad en Mercados Abiertos. *Revista Contaduría y Administración*, No. 189.
- Batres, R., García-Calderón, L. (2006). *Competitividad y desarrollo Internacional. Cómo lograrlo en México*. México: Mc Graw Hill.
- Chávez, J., Guerrero, J., Olguín, A. (2006). *Análisis de la mezcla empresarial CANACO, COPARMEX en Tampico*. Ponencia III Congreso Multidisciplinario, Facultad de Comercio y Administración. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México.
- Chávez, J., Guerrero, J., Olguín, A. (2009). *Inteligencia competitiva, capacitación y competitividad: Caso industria del camarón café en Tampico*. Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de Sistemas de Innovación para la Competitividad. Gobierno de Guanajuato. León, Guanajuato, México.
- Escorsa, P.; Maspons, R.; Cruz, E.(s.f.). *Inteligencia Competitiva y Transferencia de Tecnologías: Reflexiones para el desarrollo de la relación Universidad-Empresa*. Universidad de Cataluña. España. Consultada el 28 de Enero del 2001 en: <http://www.oei.es/salactsi/pere2.pdf>.
- Escorsa, P. (2007). *¿Qué es la Inteligencia Competitiva?*. Conferencia Internacional sobre Inteligencia Competitiva. Universidad Carlos III. Madrid. Consultada el 23 de Marzo del 2011 en: http://www.madrimasd.org/informacionidi/agenda/inteligencia-competitiva/documentos/pere_escorsa.pdf
- Esser K., Wolfgang H., Dirk M., Jörg M. (1996), *Systemic Competitiveness, New Governance Patterns for Industrial Development*, Londres, DIE.

Garduño, S., Castro, M., Rojas, J. (2006). *Redes Organizacionales de la Industria Chocolatera del Distrito Federal y Área Metropolitana de la Ciudad de México y la Competitividad de sus Empresas*. Ponencia. X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas. San Luis Potosí, México.

Hauschildt, J. (1992), External acquisition of knowledge for innovations a research agenda, *R&D Management*..

Lerma, A. (2000). *Comercio Internacional. Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial*. México. ECAFSA.182-212.

López, I.; Fernández, A.; Machado, E.; Agustín, L. (s.f). *La inteligencia competitiva como herramienta de innovación*. Universidad de Zaragoza. España. Consultada el 10 de Febrero del 2011 en <http://www.ingegraf.es/XVIII/PDF/Comunicacion17012.pdf>

Moreno, G., Sanjinés, E. (2002). *Actitudes y Valores de 2 pequeños empresarios en Celaya y su relación con el éxito de sus empresas*. (Ponencia). Instituto Tecnológico de Celaya. Celaya, Guanajuato.

Rodríguez, M.; Escorsa, P. (1998). *Transformación de la información a la Inteligencia tecnológica en la organización Empresarial: Instrumento para la Toma de decisiones estratégicas*". RECITEC-RECIFE: Brasil.

Santesmases, M. (2001). *Dyane, Versión 2. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Pirámide: Madrid.

Sosa, S. (2012). Cierran colegios privados por falta de matrícula escolar. *Milenio*. (En Red) Consultada el 01 de Agosto del 2012 en: <http://tamaulipas.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/b15d756991f6980df69b8924b068c0cc>

Tamaulipas en Línea. (2012). La inseguridad provocó la caída de un 20% de la matrícula en escuelas privadas de Tampico. *Tamaulipas en Línea*. (En Red)

Consultada el Jueves 07 de Junio del 2012 en: <http://tamaulipasenlinea.mx/zona-sur/inseguridad-provoco-la-caida-de-un-20-en-la-matricula-de-universidades-privadas-tampico/>

UNESCO. (1996). Situación educativa de América Latina y el Caribe. 1980-1994, Santiago de Chile.

Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista CEPAL*. Abril 2003.