



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 15 de abril de 2016.

Dictamen favorable el 2 diciembre de 2016.

Resultados preliminares de un estudio sobre competitividad en la industria restaurantera: actividad innovadora y algunas barreras

Angélica María Rascón Larios¹
Beatriz Llamas Aréchiga²
Francisca Elena Rochín Wong³
Georgina Castro Burboa⁴

Resumen

Este artículo presenta los resultados parciales y preliminares de un estudio realizado sobre competitividad e innovación; a un conjunto de restaurantes de tipo familiar con más de 5 empleados localizados en los Municipios de Navojoa y de Álamos Sonora. El instrumento de recolección se replicó de la investigación desarrollada por el Cuerpo Académico “Mercadotecnia y Negocios Internacionales” de la Universidad de Colima, (con quien se trabaja en red). Hace referencia especialmente a la innovación y sus barreras desde la percepción del empresario encuestado. La investigación fue exploratoria para efectos de aclarar el panorama del estudio, revisando fuentes de datos secundarias para precisar el problema de investigación; se trabajó con el programa Statistical Package For de Social Sciences (SPSS) en donde se procesaron los resultados usando la estadística descriptiva. Entre los hallazgos se detectó que los restaurantes han hecho algunas innovaciones en los dos últimos años en cuanto a nuevos productos/servicios y formas de comercializarlos; sin embargo señalan importancia a barreras como los riesgos excesivos a la innovación, costos y la resistencia al cambio de directivos y empleados.

Palabras clave: Competitividad, innovación, Restaurantes, Microempresas

¹ Dra. en Administración Educativa por el Instituto Pedagógico de Posgrados de Sonora, MTC en la Universidad de Sonora, Unidad Regional Sur, con perfil PRODEP, certificada por ANFECA, Coordinador Prácticas Profesionales, maqueka@navojoa.uson.mx Lázaro Cárdenas #100, Navojoa, Sonora.

² Dra. en Dirección y Mercadotecnia por la UPAEP, MTC Universidad de Sonora, con perfil PRODEP, certificada por ANFECA, Presidenta de Academia de Mercadotecnia, bllamas@pitic.uson.mx Lázaro Cárdenas #100, Navojoa, Sonora.

³ Dra. en Administración Educativa por el Instituto Pedagógico de Posgrados de Sonora, MTC en la Universidad de Sonora, Unidad Regional Sur, con perfil PRODEP, certificada por ANFECA, frochinamas@navojoa.uson.mx Lázaro Cárdenas #100, Navojoa, Sonora.

⁴ Dra. en Administración Educativa por el Instituto Pedagógico de Posgrados de Sonora, MTC en la Universidad de Sonora, Unidad Regional Sur, con perfil PRODEP, certificada por ANFECA, gcastro@navojoa.uson.mx Lázaro Cárdenas #100, Navojoa, Sonora.



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Introducción

En los últimos tiempos, la competitividad es un tema que ha tomado mayor relevancia en los diversos sectores, debido a los cambios enfrentados por el país al abrir sus fronteras y establecer convenios de colaboración a nivel internacional. Esta expresión; si se orienta al nivel empresa, se relaciona con la capacidad que tiene para posicionarse ventajosamente en un mercado con sus bienes y/o servicios.

“La competitividad es un término relativo. Quien es competitivo el día de hoy, tal vez mañana ya no lo sea, y viceversa. La competitividad, implica mantenerse despierto y siempre activo” (León, 2004, pág. 2). Así, para que toda organización siga con vida y en crecimiento, será necesario asegurar su competitividad. La competitividad es el resultado de construir las condiciones para poder adquirir mercados o participación importante en los mismo en cualquier lugar del mundo (Rojas, 2001, pág. 7).

Para el caso de las empresas familiares también es una condición necesaria para su futuro y supervivencia; este tipo de entidades deberán estar atentas a los cambios en su entorno y en términos de competitividad.

Entre los tipos de empresa familiar que comúnmente se localizan en cualquier lugar son las que pertenecen al sector restaurantero el que ha tenido en los últimos años mayor crecimiento; condición que se registró en el municipio de Navojoa y Álamos cuyo incremento se dio en aquellos restaurantes que expenden comida japonesa en dónde se degusta el famoso sushi y es en la ciudad de Navojoa en dónde se localizan las empresas de esta clase, las de comida rápida, comida china, cocina económica y de antojitos mexicanos principalmente.

Los dueños restauranteros de estos negocios deben ofrecer no solo un servicio de calidad sino también cuidar todos aquellos aspectos que les generen una ventaja competitiva sobre sus competidores y que tienen que ver con la capacidad del dueño gerente o “encargado” (como le les conoce en ocasiones) para establecer estrategias empresariales de innovación,



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

aplicación de las mejores prácticas que le agreguen valor a sus productos o servicios, logística, promoción y todo aquello que favorezca su competitividad.

Este artículo intenta apoyar a este tipo de entidades para que identifiquen sus debilidades y fortalezas en relación a su competitividad y capacidad de innovar y sugerir medidas de mejora (en caso de requerirlas) sin que se vean afectadas las finanzas del empresario, manteniendo un sano rendimiento, optimizando los recursos y aplicando estrategias asertivas, sin descuidar la calidad del servicio y la imagen de esta (Cortez, 2010).

Este tipo de negocio que comúnmente es familiar es importante para el país razón por lo que dio sustento a la necesidad del estudio en primer lugar se parte del hecho de que la empresa familiar es un generador de riqueza y empleo para su entorno y que en nuestro país más de 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) tienen una clara representación familiar en el capital y en el control (KPMG cutting through complexity, 2016); por otro lado; se sabe que como cualquier tipo de negocio; estos organismos enfrentan un ciclo de vida en donde cada etapa les plantea retos que la familia deberá de resolver como condición para su supervivencia y que en caso de no hacerlo su destino la llevará a la irrevocable desaparición.

Se estima que el trabajo permitió identificar áreas de oportunidad en los diferentes elementos que dimensionan la competitividad; además de emitir recomendaciones estratégicas que promuevan en el empresario una evolución en sus prácticas con la intención de generar un modelo de empresa familiar más formalizado y con una cultura atenta a las oportunidades y amenazas

La competitividad ha sido descrita por un gran número de autores, la mayoría coinciden en destacar la capacidad que tiene una empresa para generar ventajas competitivas de forma sustentable para producir bienes o servicios, siendo así capaz de actuar ante la rivalidad suscitada al relacionarse con otra empresa (Viedma, 1992; Álvarez y García, 1996). La teoría



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

de recursos y capacidades, de acuerdo con Grant (1996), es consistente con el enfoque propuesto en los trabajos de Roquebert, Phillips, Wesfall, (1996) y Camisón (2001); en donde se afirma que una empresa obtendrá éxito en los mercados al depender fundamentalmente de sus recursos y la forma en cómo los gestiona. De esta manera, es posible proponer que las ventajas competitivas de las empresas se basan en la gestión de sus recursos, sean estos tangibles, intangibles y humanos. Los recursos tangibles están definidos por una adecuada gestión financiera (Álvarez y García, 1996). Además los recursos intangibles agrupan: recursos tecnológicos (Álvarez y García, 1996); innovación (Viedma, 1992; Donrrosoro et al., 2001); capacidades de marketing (Álvarez y García, 1996; Donrrosoro et al., 2001) y calidad (Camelo et al., 1999). En cuanto a los recursos humanos, estos se pueden agrupar en: políticas y procesos de dirección de recursos humanos (Yusuf, 1995; Camelo et al., 1999; Donrrosoro et al., 2001); capacidades directivas (Puig, 1996; Donrrosoro et al., 2001) y sistemas de información (Viedma, 1992; Donrrosoro et al., 2001). Según Rivas (1999), la competitividad se enfoca, no sólo en la producción y comercialización, sino que se centra en los aspectos conexos a ellas.

Para detectar los factores que determinan la competitividad Porter (2009), señala que habría que hacerlo directamente en la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que influyen para que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo. Pues las medidas a instaurar son aquellos factores que conduzcan al logro del objetivo “ser competitivos”, son diferente, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad (Dávila, 2010).

La innovación es uno de los elementos clave que explica la competitividad; Porter (1990) (Martinez, 2006, pág. 6) “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; así también Martínez (2006) plantea tres características de la innovación en relación a la competitividad:



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

La innovación no se limita a la creación de nuevos productos: Implica también nuevos servicios, forma de venderse o distribuirse el producto o servicio.

La Innovación no se limita al desarrollo tecnológico: Debe obtenerse a través de diversas estructuras organizativas.

La innovación no se limita a ideas revolucionarias: Se refiere más bien a una serie de pequeñas innovaciones

Entonces la innovación es la explotación con éxito de nuevas idea; para Piatier (1987) la innovación es una idea transformada en algo vendido o usado (Escorsa & Valls, 2003, pág. 20)

Materiales y métodos

Se inicia con una investigación exploratoria para efectos de aclarar el panorama del estudio, revisando fuentes de datos secundarias para precisar el problema de investigación, así como para clasificar las variables claves del estudio, según lo que sugiere Malhotra (2008).

El instrumento de recolección se replicó de la investigación desarrollada por el Cuerpo Académico 59 “Mercadotecnia y Negocios Internacionales” de la Universidad de Colima (con quién se trabaja en red). Considerando para ello el instrumento aplicado en el Análisis Estratégico de las Pymes en el estado de Colima ajustándose al sector restaurantero y validándolo a través de la aplicación en una muestra piloto de 5 restaurantes.

La encuesta se conformó de cuatro bloques, tal como se explica a continuación:

El primero denominado “Datos generales de la empresa” conformado de 8 ítems, dónde se abordaron aspectos relacionados con la antigüedad del negocio, edad y nivel de estudios del gerente o dueño; número de empleados, así como cuestiones con la dirección del negocio



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

familiar. El tipo de formato de respuesta fue variado: abierto, dicotómico y de opción múltiple.

El segundo grupo de preguntas se intituló “Actividad Innovadora” plantea dos preguntas, cuyo propósito fue la identificación de barreras a la innovación e introducción de cambios en los dos últimos años. La conformación de las respuestas a la primera pregunta fue dicotómica además de evaluar el grado de importancia dado, a través de un formato de tipología Likert con 5 opciones que va de lo “Poco importante” a “Muy importante”; este último estilo se usó también para la segunda pregunta.

La tercera parte del instrumento se nombró “Posicionamiento estratégico” y tiene como objetivo que el restaurantero identifique el grado de estabilidad o de cambio en el que se ubica la organización en los dos últimos años de actividad; identificándose en una de las 4 opciones de propuestas, siendo aquella que tiene mayor relación con la condición del negocio.

Finalmente, el último bloque distinguido como de “Competitividad”, consideró tres cuestionamientos y evalúa factores englobados en este concepto y que se relaciona en comparativa con el promedio en este sector, en rubros como por ejemplo: retorno de la inversión, ventas, financiamiento, deudas utilidades, costos, desarrollo de servicio; por citar algunos. El formato de respuesta también como en el segundo bloque es de tipología Likert con 5 opciones que va de lo “Poco importante” a “Muy importante”.

Para el caso del artículo que aquí se presenta solo se abordan algunos resultados relativos a la actividad innovadora de las microempresas.

Para el caso de las encuestas aplicadas y con la finalidad de facilitar el procesamiento de la información recabada y obtener datos que permitan fundamentar los análisis, conclusiones y recomendaciones, se utilizó el programa *Statistical Package For de Social Sciences* (SPSS).

Discusión

Tabla 1. Municipio al que pertenecen las empresas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Navojoa	11	64.7	64.7	64.7
Álamos	6	35.3	35.3	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 65% de las empresas participantes pertenece al municipio de Navojoa y el resto al de Álamos Sonora.

Tabla 2. El control mayoritario de su empresa es familiar (un grupo familiar tiene más del 50% del capital y el gerente es familiar)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	8	47.1	47.1	47.1
SI	9	52.9	52.9	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 53% del capital pertenece a la familia y el 47% no lo es.

Tabla 3. Los puestos de dirección están ocupados mayoritariamente por miembros de la familia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	9	52.9	52.9	52.9
SI	8	47.1	47.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

El 52% de la dirección de las empresas en estudio no pertenece a la familia; es decir está descentralizado a otra persona; el 47% sí las dirige un familiar.

Tabla 4. Cuál es el nivel de formación del director general/gerente de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Educación Básica	3	17.6	17.6	17.6
Bachillerato	5	29.4	29.4	47.1
Carrera Técnica o Comercial	1	5.9	5.9	52.9
Licenciatura o Ingeniería	7	41.2	41.2	94.1
Doctorado	1	5.9	5.9	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El nivel de preparación del director es variable; siendo en su mayoría licenciados/ingenieros con un 42%; siguiendo con un 29% estudios de bachillerato; con nivel primaria un 18% y en menor proporción con carrera técnica o comercial y doctorado.

Actividad de innovación:

Tabla 5. Ha realizado algún cambio o mejora en sus productos/servicios existentes en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	4	23.5	23.5	23.5
SI	13	76.5	76.5	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

En el 77% de los restaurantes se han realizado cambios o mejoras en sus productos o servicios ofrecidos y el 24% no lo ha hecho en los dos últimos años.



<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Tabla 6. Ha realizado algún cambio o mejora en la comercialización de nuevos productos/servicios en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	5	29.4	29.4	29.4
SI	12	70.6	70.6	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 71% dice haber mejorado su comercialización en nuevos productos o servicios en los dos últimos años; el 29% no lo hizo.

Tabla 7. Ha realizado algún cambio o mejora en los procesos de producción de sus productos/servicios en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	3	17.6	17.6	17.6
SI	14	82.4	82.4	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 82% a cambiado o mejorado su proceso de producción y el 17% no, en los dos últimos años.

Tabla 8. Ha realizado alguna adquisición de nuevos bienes de equipos en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	2	11.8	11.8	11.8
SI	15	88.2	88.2	100.0
Total	17	100.0	100.0	

El 88% a realizado en los dos últimos años la adquisición de nuevos bienes de equipo y 21 12% no.



<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Tabla 9. Ha realizado algún cambio o mejora en la dirección y gestión de la empresa en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	6	35.3	35.3	35.3
SI	11	64.7	64.7	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 35% no presenta cambios o mejoras en la dirección y gestión de la empresa en los dos últimos años; el 65% si lo manifestó.

Tabla 10. Ha realizado algún cambio o mejora en las compras y aprovisionamientos de la empresa en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	9	52.9	52.9	52.9
SI	8	47.1	47.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

Con referencia a alguna modificación en la forma de comprar o aprovisionar, el 53% no lo registro y el 47% si.

Tabla 11. Ha realizado algún cambio o mejora en la comercialización/ventas de la empresa en los dos últimos años

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	10	58.8	58.8	58.8
SI	7	41.2	41.2	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

De los restaurantes participantes, el 59% no mejoró en los dos últimos años la comercialización/venta de la empresa; el 41% sí.

Barreras a la innovación:

Tabla 12. Excesivo riesgo percibido en la innovación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	17.6	17.6	17.6
Poco Importante	1	5.9	5.9	23.5
Neutral	2	11.8	11.8	35.3
Importante	2	11.8	11.8	47.1
Muy Importante	9	52.9	52.9	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 53% percibe como muy importante el riesgo al innovar 17% no le da importancia el 12% tuvo una posición neutral; así también para otro 12% es importante y el 5% es poco importante este riesgo.

Tabla 13. Altos costos de la innovación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco Importante	1	5.9	5.9	5.9
Neutral	2	11.8	11.8	17.6
Importante	1	5.9	5.9	23.5
Muy Importante	13	76.5	76.5	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

El 76% percibe muy importante los altos costos de la innovación, 12% mostró indiferencia; 6% cree que es importante el riesgo y otro 6% lo calificó como poco importante.

Tabla 14. Costos de la innovación difíciles de controlar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	2	11.8	11.8	11.8
Importante	4	23.5	23.5	35.3
Muy Importante	11	64.7	64.7	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 65% manifestó muy importante lo difícil de controlar los costos de la innovación; 24% lo considera importante y un 12% son imparciales a esto.

Tabla 15. Dificultades para la obtención de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	2	11.8	11.8	11.8
Neutral	2	11.8	11.8	23.5
Importante	5	29.4	29.4	52.9
Muy Importante	8	47.1	47.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 47% percibe muy importante las dificultades en la obtención de financiamiento, 29% le ve como importante; 12% no le da importancia y otro 12% es neutral ante esto.

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Tabla 16. Miedo a ser el primero en innovar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	6	35.3	35.3	35.3
Poco Importante	2	11.8	11.8	47.1
Neutral	3	17.6	17.6	64.7
Importante	3	17.6	17.6	82.4
Muy Importante	3	17.6	17.6	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El 35% mostro nada de importancia a la barrera del miedo a ser el primero a innovar, 17% le da importancia, 17% mucha importancia, otro 17% es imparcial y el 12% lo cree de poca importancia.

Tabla 17. Insuficiente apoyo gubernamental

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	17.6	17.6	17.6
Poco Importante	1	5.9	5.9	23.5
Neutral	4	23.5	23.5	47.1
Importante	3	17.6	17.6	64.7
Muy Importante	6	35.3	35.3	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

Haciendo alusión al apoyo gubernamental, 35% lo considera de mucha importancia; 24% fue neutral; 18% dijo importante contra otro 17% que no piensa es importante esta barrera y un 6% lo califica como poco relevante.

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Tabla 18. Resistencia al cambio de los directivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	17.6	17.6	17.6
Poco Importante	3	17.6	17.6	35.3
Neutral	2	11.8	11.8	47.1
Importante	3	17.6	17.6	64.7
Muy Importante	6	35.3	35.3	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

La resistencia al cambio de los directivos como barrera a la innovación fue percibida en un 35% como importante, habiendo parcialidad similar en las respuestas pues un 18% dijo no era importante, otro 18% poco, 18% si lo consideró importante y el 12% fueron indiferentes.

Tabla 19. Resistencia al cambio de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	2	11.8	11.8	11.8
Poco Importante	4	23.5	23.5	35.3
Neutral	2	11.8	11.8	47.1
Importante	3	17.6	17.6	64.7
Muy Importante	6	35.3	35.3	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

La resistencia al cambio de los empleados como barrera también se percibió muy diversamente: el 35% lo cree importante, 23% poco importante, 18% importante, 12% sin importancia y 12% fueron neutrales.

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Tabla 20. Falta de personal especializado y calificado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	1	5.9	5.9	5.9
Poco Importante	1	5.9	5.9	11.8
Neutral	5	29.4	29.4	41.2
Importante	2	11.8	11.8	52.9
Muy Importante	8	47.1	47.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

La falta de personal especializado y calificado fue otro obstáculo calificado por el 47% como muy importante, 29% fueron imparciales, 12% creen que es importante y 5.9% poco o nada importante respectivamente.

Tabla 21. Problemas para mantener personal calificado en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada Importante	1	5.9	5.9	5.9
Neutral	5	29.4	29.4	35.3
Importante	3	17.6	17.6	52.9
Muy Importante	8	47.1	47.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Elaboración propia

El problema para mantener personal calificado en la empresa fue una barrera percibida por el 47% como muy importante, 29% fueron neutrales, 18% consideran que es importante y el 6% no lo consideran así.

Conclusiones

Después de realizar un análisis genérico a las apreciaciones de los restauranteros participantes, se llegó a las siguientes consideraciones:



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

El Municipio al que pertenecen las empresas involucradas fueron en mayor proporción de Navojoa y menormente de Álamos.

El grupo familiar es el que tiene más del 50% del capital en más de la mitad de las microempresas.

Los puestos de dirección no están ocupados mayoritariamente por miembros de la familia

El nivel de formación del director general/gerente de la microempresa es variado pero principalmente cursaron una licenciatura.

Con respecto a su actividad de innovación en los dos últimos años se encontró que en la mayoría de los restaurantes han realizado

- a) Algún cambio o mejora en sus productos/servicios existentes
- b) Algún cambio o mejora en la comercialización de nuevos productos/servicios
- c) Algún cambio o mejora en los procesos de producción de
- d) Alguna adquisición de nuevos bienes de equipos
- e) Algún cambio o mejora en la dirección y gestión de la empresa

En lo que no se manifestaron tantos cambios o mejoras fue

- f) En las compras y aprovisionamientos de la empresa
- g) En la comercialización/ventas de la empresa

Con referencias a las barreras analizadas a la innovación se descubrió que aquellas que perciben como muy importantes por su mayor tendencia fueron:

- a) Excesivo riesgo percibido en la innovación
- b) Altos costos de la innovación
- c) Costos de la innovación difíciles de controlar
- d) Dificultades para la obtención de financiamiento
- e) Insuficiente apoyo gubernamental
- f) Resistencia al cambio de los directivos
- g) Resistencia al cambio de los empleados



Año 9. Núm. 23 (Julio- diciembre 2016)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

- h) Falta de personal especializado y calificado
- i) Problemas para mantener personal calificado en la empresa

Al miedo a ser el primero en innovar no se le prestó tanta importancia.

Referencias

- KPMG cutting through complexity. (2016). *KPMG México*. Obtenido de Empresas faminiars en México: El desafío de crecer, madurar y permanecer:
http://www.kpmg.com/MX/es/PublishingImages/E-mails-externos/2013/CONFERENCIA_DE_PRENSA/EMPRESAS_FAMILIARES/Empras%20familiares_130913.pdf
- Cortez, M. (2010). *Factores de Competitividad en la Gestion Financiera y rendimiento, de las MIPYMES en el Sector Restaurantero del Puerto de Manzanillo, Colima*. Colima: Universidad de Colima.
- Dávila, N. L. (2010). *www.eumed.net*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/factores_competitividad.html
- Escorsa, P., & Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Edicions UPC.
- León, J. (2004). *Modelo de competitividad global de la industria de pile de cocodrilo Moreletil*. Culiacan: Eumed.net.
- Martinez, L. (2006). *Gestión del cambio y la innovación en la empresa, un modelopara la innovación empresarial*. España: Ideaspropias.
- Rojas, C. (2001). *Empresas competitivas -Como lograrlas-*. Colombia: RAM Ediciones digitales.