

Análisis de la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes

Navarro Gutiérrez, María Guadalupe; Castillo Corral, Daniel; Silva Olvera, María de los Ángeles
Análisis de la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes
Conciencia Tecnológica, núm. 64, 2022
Instituto Tecnológico de Aguascalientes, México
Disponible en: <https://127.0.0.1:8080/articulo.oa?id=94474222003>

Análisis de la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes

Analysis of the consolidation of beer trading microenterprises in Aguascalientes

*María Guadalupe Navarro Gutiérrez*¹
Tecnológico Nacional de México, México
mariang1@aguascalientes.tecnm.mx

Redalyc: <https://127.0.0.1:8080/articulo.oa?id=94474222003>

*Daniel Castillo Corral*²
Tecnológico Nacional de México, México
daniel.cc@aguascalientes.tecnm.mx

*María de los Ángeles Silva Olvera*²
Tecnológico Nacional de México, México
maria.so@aguascalientes.tecnm.mx

Recepción: 16 Diciembre 2021
Aprobación: 23 Octubre 2022

RESUMEN:

La investigación da a conocer las causas que han permitido a algunas microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes, permanecer en el mercado por 3 años o más, y compararlas con otras de este giro que no tienen dicho grado de consolidación. El instrumento cuenta con escala Likert. El estudio tiene un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, no experimental, y es transversal-exploratorio. Durante el año 2022, se detectaron 1708 establecimientos económicos dedicados al comercio al por menor de abarrotes, alimentos, cerveza, hielo y tabaco, de los cuales se realizó un censo a 148 microempresas, extraídas del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas; La confiabilidad fue a través del Alpha de Cronbach, obteniendo .86 como valor general. Los resultados fueron analizados a través de comparación de grupos con la t de Student de las microempresas consolidadas, de las no consolidadas. Se concluye que la consolidación está ligada a las empresas con 3 o más años de operación siendo 61, y las de rango inferior, 82 empresas de nueva creación. Asimismo, se encontraron diferencias en los grupos de edad, nivel de estudios y plan de viabilidad según el criterio clasificatorio de microempresas de nueva creación y consolidadas. Algunos análisis descriptivos arrojaron que, el 32.2%, consideran un 70%-80% de crecimiento con base a la inversión inicial y el 54.5%, la posición en el mercado la considera sostenible.

PALABRAS CLAVE: Años de operación, consolidación, microempresas comercializadoras de cerveza, plan de viabilidad, porcentaje de crecimiento y posición en el mercado.

ABSTRACT:

The investigation reveals the causes that have allowed some micro-companies that sell beer in Aguascalientes to remain in the market for 3 years or more and compare them with others in this line of business that do not have such a degree of consolidation. The instrument has a Likert scale. The study has a quantitative approach with a descriptive, non-experimental scope, and is cross-exploratory. During the year 2022, 1708 economic establishments dedicated to the retail trade of groceries, food, beer, ice and tobacco were detected, of which a census was carried out on 148 micro-enterprises, extracted from the National Statistical

NOTAS DE AUTOR

- 1 Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Aguascalientes, alumna en Maestría en Gestión Administrativa, División de Estudios de Posgrado e Investigación
- 2 Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Aguascalientes, docentes investigadores de la Maestría en Gestión Administrativa. Ave. Adolfo López Mateos núm. 1801, Ote., Fracc. Bona Gens, C.P. 20256, Aguascalientes, Ags., México. +52 449 9105002, ext. 127
- 2 Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Aguascalientes, docentes investigadores de la Maestría en Gestión Administrativa. Ave. Adolfo López Mateos núm. 1801, Ote., Fracc. Bona Gens, C.P. 20256, Aguascalientes, Ags., México. +52 449 9105002, ext. 127

Directory of Economic Units; Reliability was through Cronbach's Alpha, obtaining .86 as a general value. The results were analyzed by comparing groups with the student's t test of the consolidated microenterprises, of the unconsolidated ones.

The companies with 3 or more years of operation being 61, and those with a lower rank, 82 newly created companies. Likewise, differences were found in age groups, educational level and viability plan according to the classification criteria of newly created and consolidated micro-enterprises.

Some descriptive analyzes showed that 32.2% consider a 70% -80% growth based on the initial investment and 54.5% consider the position in the market to be sustainable.

KEYWORDS: years of operation consolidation, beer marketing microenterprises, viability plan, growth percentage and market position.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, el número de emprendimientos de microempresas en México ha ido en aumento y ha ocasionado el interés en su estudio. El objetivo es analizar la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes, es decir, describir el perfil del microempresario, el de la microempresas y el porcentaje y la valoración del crecimiento, lo que determina la permanencia en el mercado. Dicha permanencia se puede corroborar con Segarra y Callejón [1], quienes afirman que “la variable más representativa del éxito y desempeño eficiente de una empresa sea su supervivencia”.

Lo anterior, está relacionado con los factores del entorno que favorecen a la microempresa para identificar elementos que impulsen o retrasen la consolidación, hablando de factores, según Álvarez Herranz, Valencia de Lara y Martínez Ruiz (2011) [2], “ha permitido identificar los factores motivacionales del emprendedor, referidos fundamentalmente a características del propio emprendedor y de su entorno que determinan de manera significativa la consolidación empresarial en una muestra”.

“En México 4.1 millones de empresas son micro, pequeñas, o medianas que generan el 15% del Producto Interno Bruto (PIB)” INEGI [3], por lo anterior, la estructura empresarial, está asociada a la creación de numerosos emprendimientos que influyen en la dinámica social como mecanismo de estímulo de empleo y combate a la pobreza. El fomento de las capacidades emprendedoras para crear y desarrollar microempresas que han perdurado los tres primeros años de vida se ha convertido en aspecto clave para la economía regional y estatal de varios países.

A lo largo de la República Mexicana existen más de 10 mil establecimientos que comercializan cerveza, en Aguascalientes, existen 1708 comercializan abarrotes, alimentos, cerveza, y tabaco, de las cuales 148 son microempresas pertenecientes a una empresa en transnacional específica.

La Fundación INCYDE [4], se centra en variables económicas de las microempresas (crecimiento económico y/utilidades), y en los planes de viabilidad de estas. Es por ello que en las hipótesis establecidas se buscan las diferencias de cada una de estas variables económicas con respecto al criterio clasificatorio que fue el de la antigüedad.

Para Arango, [5] ante estas premisas, resulta oportuno examinar las características de la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza como un sector vulnerable, con dificultades para sobrevivir en el mercado. Arce [6] afirma que existen seis factores de supervivencia para que la actividad microempresarial perdure por más de tres años: mercado, producto, competencia, personal, capital y tecnología. Ello, debido a la teoría de la empresarialidad planteada por Taxis [7] que señala que el origen de los emprendimientos, junto con diversos factores involucrados en la etapa inicial de la empresa, es determinante en la trayectoria y posicionamiento en el mercado. De igual manera, según carta Sánchez, y Salcedo Delgado, [8], se busca realizar un acompañamiento y direccionamiento, que permita desarrollar todo el proceso para la organización de las áreas de la empresa, como así tener un mayor posicionamiento de su portafolio en el mercado. Es así, que, estos elementos mencionados, y como refieren Barrón, Arias, y Camarena [19] “las microempresas deben apoyarse en la administración estratégica no solo para sobrevivir, sino para permanecer en el mercado y ser exitosas”.

Es por lo anterior que, en este trabajo se identifican y describen los principales factores que influyen en la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes, así como las características de los microempresarios, ya que Varela [9], afirma que “los emprendedores revelan que aquellos que alcanzan el éxito tienen un conjunto de atributos en común. En su mayoría, estos atributos encajan dentro de nuestro marco general de competencias para la administración, adaptados a algunas características singulares de los emprendedores”. Estos factores coinciden con los estudios que expone Hellriegel [10], y que forman parte del emprendedor y/o del nuevo empresario.

MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación utiliza el enfoque cuantitativo y su diseño es no experimental; su división temporal es el que corresponde al transversal ya que el levantamiento de datos se realizó en el municipio de Aguascalientes, en los meses de abril a junio del año 2021; su alcance es descriptivo. El estudio fue dirigido exclusivamente a las 148 microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes. Dichas microempresas forman parte de una cadena de establecimientos a lo largo de la república mexicana, mismas que forman parte de una empresa transnacional.

Dicha transnacional objeto del estudio, que solicitó anonimato para esta investigación, es la responsable de la estructuración de las microempresas, los productos, la localización y las comisiones, y el microempresario es el encargado de su operación. Entre las principales actividades que realiza el microempresario, está la apertura puntual diaria del establecimiento los 356 días del año, administrar los recursos personales y financieros de la microempresa, establecer metas y objetivos mensuales y cumplirlas, contar con un inventario organizado que permita identificar oportunamente las deficiencias de los productos, por mencionar algunas.

El instrumento de la presente investigación está basado en Franco [11] y fue modificado para efectos de esta investigación. Por lo anterior, se estudió y evaluó la consolidación de las microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes; La primera parte del instrumento donde se solicita información demográfica a través de preguntas de medición nominal y algunas abiertas, corresponde a la variable de “perfil del microempresario comercializador de cerveza” y “perfil de la microempresa” donde a través de los 31 ítems, se solicitó información general como, edad, estado civil, escolaridad y de experiencia previa laboral del propietario de la microempresa.

La variable Consolidación de Microempresas tiene una escala de medición Likert (que para efectos del presente trabajo se clasifican como ordinal); dicha variable incluye las dimensiones siguientes: Razones para crear la empresa (32-35), Problemas al crear la microempresa (36-39), Beneficio para crear la empresa (40-42), Estrategias para desarrollar la microempresa (43-50), Factores del entorno que favorecen a la microempresa (51-54), Valoración del éxito de la microempresa (55-60), Fuentes de financiamiento (61-63) y planes de la empresa (64-66). La escala Likert utilizada estuvo descrita como 1=Nada importante, 2=Poco importante, 3=Importante, 4=Bastante importante y 5= Muy importante.

Los actores de la población que intervinieron en el estudio fueron 148 microempresarios, de los cuales se analizaron las respuestas de 143, al haber detectado inconsistencias en 5 cuestionarios respondidos, la población que se analizó fue tomada del DENUÉ [10]. Para la aplicación de cuestionarios en la recolección de datos, se utilizó la técnica del censo.

Aunque originalmente el instrumento iba a ser aplicado por entrevista personal, se realizó a través de la herramienta de Google Forms de forma digital, debido a la contingencia nacional de aislamiento social por la pandemia SARS-COV-2 mejor conocida como COVID-19 que se generó a nivel mundial.

Una vez obtenida la información de los cuestionarios, se procedió al vaciado, concentrado y almacenamiento de datos en el programa Microsoft Excel versión 2013, de donde se extrajeron posteriormente para su tratamiento en el programa estadístico Statistical Package Social Sciences (SPSS) Versión 25.

Con dicho programa se analizó la confiabilidad de los reactivos del instrumento pudiendo comprobar el nivel de significancia que existen entre las dimensiones, obteniendo como el resultado más bajo .740 y el más alto .932, siendo ambos aceptables según el Alpha de Cronbach. (Véase Tabla 1)

Posteriormente se realizaron los análisis estadísticos relativos a la comparación de grupos mediante la prueba t de Student. Aunque el estudio aborda el análisis descriptivo de una sola variable, se realizaron los supuestos hipotéticos de diferencias en la comparación de grupos de las dimensiones que se abordan como parte de los objetivos de la presente investigación.

Las empresas categorizadas como nuevas fueron consideradas con una antigüedad de tres meses a dos años 11 meses; y las empresas categorizadas como consolidadas de tres años en adelante. Por lo anterior, el criterio clasificatorio para encontrar diferencias entre posición en el mercado, porcentaje de las utilidades, nivel de escolaridad, edad del emprendedor y plan de viabilidad de microempresarios entre las microempresas nuevas y las consolidadas, fue la antigüedad.

Como se van a comparar grupos, se realiza la prueba estadística t de Student, que es la técnica para conocer la diferencia entre grupos.

Se utilizó el SPSS con el análisis de comparación de medias para la prueba t de Student en muestras independientes, y con un nivel de significancia o “p” valor del 5% = 0.05, se obtuvieron los resultados de la investigación.

RESULTADOS

Acorde con lo que explica Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio [14] con respecto a que la confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales, en la tabla 1 se muestra la confiabilidad con el coeficiente Alpha de Cronbach, en la dimensión “Supervivencia”, su valor fue de 0.810 analizando 7 reactivos; y un valor mínimo de 0.740 en la dimensión “Actuación empresarial”. De acuerdo con varios autores, se acepta que hay una confiabilidad alta, por lo que no se tuvo que eliminar ningún ítem para aumentar dicho resultado.

La siguiente dimensión corresponde a “Nivel de ventas en efectivo” constituido por 5 ítems y arrojó un Alpha de Cronbach de .829, mientras que para la dimensión de “Resultados financieros” se obtuvo .920 analizando 9 preguntas. El valor obtenido en la dimensión de “Factores del entorno que favorecen a la empresa”, fue de .932 con 8 elementos analizados. Para la dimensión “Valoración del éxito” y “Porcentaje de crecimiento” se analizaron 7 reactivos en cada uno, y el valor fue de .912 y .913 respectivamente. (Véase tabla 1)

TABLA 1.
Confiabilidad de la variable: consolidación de microempresas.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Lo anterior nos determina que el instrumento aplicado tiene una consistencia interna mayormente alta con lo que es suficientemente confiable. De acuerdo con Cronbach en Campo [15] y Nunnally [16] en Morales [17]; se puede aseverar que existe una consistencia alta en las siete dimensiones ya que los valores son mayores a 0.700.

El análisis descriptivo de los datos de las variables está basado en la distribución de frecuencias y las medidas de tendencia central, ya que según Sampieri [10] “la primera tarea de la estadística descriptiva para cada variable es describir los valores o las puntuaciones obtenidas para cada variable”, por lo cual se presentan los datos del perfil del microempresario.

El total de la población censada fue de 143 (ya que, de las 148 iniciales, se detectaron inconsistencias en las respuestas de 5 cuestionarios); 97 son del género masculino (67.8%) y 46 son del género femenino (32.2%) como se muestra en tabla 2. Género. De los cuales 114 son solteros (79.7%), 23 son viudos (16.1%), 1 es casado (.7 %) y 5 viven en unión libre (3.5%). Ver tabla 3. Estado civil.

TABLA 2.
Género

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

TABLA 3.
Estado civil

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

Del total de la población el 65% (93 participantes) tienen entre 18 y 24 años, el 12.6% (18 participantes) tienen entre 25 y 35 años, el 11.9% (17 participantes) tienen entre 36 y 45 años, y el 10.5% (15 participantes) tiene 46 años o más. Véase tabla 4. Edad de los microempresarios.

TABLA 4.
Edad de los microempresarios

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

FIGURA 1.
Gráfica edad de los microempresarios.
Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

Del total de participantes, 6 estudiaron la secundaria (4.2%), 38 el bachillerato (26.6%), 36 carrera técnica (25.2%), 53 Nivel licenciatura (37.1%), 5 maestría (3.5%), 2 doctorado (1.4%), 3 otros (2.1%). Véase tabla 5. Escolaridad.

Las medidas de tendencia central que fueron evaluadas son: media, mediana, moda, desviación típica y varianza.

TABLA 5.
Escolaridad.

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

FIGURA 2.
Gráfica de escolaridad
Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

Para los datos descriptivos, la moda de la dimensión de “género” fue el valor 1 que apareció con mayor frecuencia en el conjunto de datos correspondiendo a 97 hombres que participaron y de 114 para el caso de la dimensión de estado civil “soltero”; en la dimensión de “años” la media fue de 1.68 y en la de “escolaridad” 4.22, lo que significa que de las 4 opciones de respuesta para ambas dimensiones, tuvo mayor peso la primera correspondiendo a 18 a 24 años y a la del nivel bachillerato respectivamente. La desviación típica en la dimensión de género fue de .469, estado civil .654, años 1.045 y escolaridad 1.170. La varianza en la dimensión

de género fue de .220, estado civil .428, años 1.093 y escolaridad 1.368. Ver tabla 6. Medidas de tendencia central género, estado civil, años y escolaridad.

TABLA 6.
Medidas de tendencia central género, estado civil, años y escolaridad.

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

De los participantes, el 32.2% (46 participantes), llevan 1 año de operación en el mercado; el 25.2% (36 participantes), 2 años; el 24.5% (35 participantes), 3 años; el 7.7% (11 participantes), 4 años; el 8.4% (12 participantes), 5 años; el 1.4% (2 participantes), 15 años y el .7% (1 participante) 20 años. Con estos resultados se destaca que 61 de las 143 microempresas, son las que están consolidadas por tener 3 o más años de operación. Véase Tabla 7. Años de operación en el mercado y Figura 3. Gráfica años de operación en el mercado.

TABLA 7.
Años de operación en el mercado

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

FIGURA 3.
Gráfica Años de operación en el mercado

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2021)

Del total de la población encuestada, 112 microempresarios (78.3%), realizaron un plan de viabilidad, y sólo 31 microempresarios (21.7%), no lo realizaron. Véase tabla 8. Plan de viabilidad y Figura 4. Gráfica Plan de viabilidad.

TABLA 8.
Plan de viabilidad

FIGURA 4.
Gráfica Plan de Viabilidad

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

Con base en los resultados, 78 microempresarios (54.5%), consideran su posición en el mercado como sostenible; 51 microempresarios (35.7%), como fuerte; 8 microempresarios (5.6%), como débil; mientras que solo 6 microempresarios (4.2%) como dominante. Véase Tabla 9. Posición en el Mercado y Figura 5. Gráfica Posición en el mercado.

TABLA 9.
Posición en el Mercado

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

FIGURA 5.

Gráfica Posición en el mercado

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

De acuerdo a los resultados estadísticos obtenidos para la variable de consolidación empresarial, respecto a la dimensión de porcentaje de crecimiento económico, 46 microempresarios, (32.2%) consideran su crecimiento entre 70% y 80%; 28 microempresarios, (19.6%) considera su crecimiento entre 90% y 100%; 23 microempresarios, (16.1%) considera su crecimiento entre 50% y 60%; 18 microempresarios, (12.6%) considera su crecimiento entre 30% y 40%; 14 microempresarios, (9.8%) lo considera más del 100%; 12 microempresarios, (8.4%) lo considera entre el 10% y 20%; mientras que solo 2 microempresarios, (1.4%) lo consideró con otro porcentaje. Ver tabla 10. Porcentaje de crecimiento económico y figura 6. Gráfica porcentaje de crecimiento.

Se da como resultado que la población encuestada, son hombres (67.8%), que la mayoría esta soltera (79.7%), poco más de la mitad tiene de 18 a 24 años (65%) y el 37.1% estudió una licenciatura y sólo un 4.2% la secundaria. Estos resultados indican que la población joven tiene la consolidación necesaria para seguir en operaciones en el mercado y que el nivel de estudios en gran medida aporta beneficios y estrategias que ayudan a elevar dicha consolidación.

TABLA 10.

Porcentaje de crecimiento económico

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

FIGURA 6.

Gráfica Porcentaje de crecimiento

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

De las microempresas nuevas que se categorizaron de tres meses a dos años 11 meses, el promedio en el rubro de edad del emprendedor fue de 19.70, y para las microempresas categorizadas como consolidadas, el promedio fue de 25.75.

Para saber si esta diferencia es significativa, se hizo la prueba t de Student para muestras independientes como se muestra en la tabla 11. En el valor de "t" que resultó de -3.987, el p valor o significancia bilateral (que es la magnitud del error) fue de .000 en varianzas iguales y de .000 en la asunción de que no hay varianzas iguales. Si se estableció que el nivel de significancia fue del 5% (0.05), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto a la edad del emprendedor al inicio.

De las microempresas nuevas que se categorizaron de tres meses a dos años 11 meses, el promedio en el rubro de escolaridad fue de 4.02, y para las microempresas categorizadas como consolidadas, el promedio fue de 4.48.

TABLA 11.

Prueba de muestras independientes (edad)

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

Para saber si esta diferencia es significativa, se hizo la misma prueba correspondiente a dicho rubro según se aprecia en la tabla 12. En donde el valor de "t" resultó de -2.315, el "p" valor o significancia bilateral (que es la magnitud del error) fue de .022 en varianzas iguales y de .024 en la asunción de que no hay varianzas

iguales. Si se estableció que el nivel de significancia fue del 5% (0.05), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto al nivel de escolaridad de sus dueños.

TABLA 12.
Prueba de muestras independientes (escolaridad).

De las microempresas nuevas, el promedio en el rubro de plan de viabilidad del microempresario fue de 1.15. Para saber si esta diferencia es significativa, se hizo la prueba t de Student para muestras independientes como se muestra en la tabla 13. Prueba de muestras independientes (plan de viabilidad).

En el valor de “t” que resultó de -2.401, el p valor o significancia bilateral (que es la magnitud del error) fue de .018 en varianzas iguales y de .023 en la asunción de que no hay varianzas iguales. Si se estableció que el nivel de significancia fue del 5% (0.05), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto al plan de viabilidad del microempresario.

TABLA 13.
Prueba de muestras independientes (plan de viabilidad).

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

En cuanto a la posición en el mercado de las microempresas nuevas, el promedio en el rubro de fue de 2.29, y para las microempresas categorizadas como consolidadas, de 2.51. Para saber si esta diferencia es significativa, se hizo la prueba t de Student para muestras independientes como se muestra en la tabla 14. Prueba de muestras independientes (posición en el mercado). En el valor de “t” que resultó de -1.950, el “p” valor o significancia bilateral (que es la magnitud del error) fue de .053 en varianzas iguales y de .058 en la asunción de que no hay varianzas iguales. Si se estableció que el nivel de significancia fue del 5% (0.05), indica que nuevamente no hay diferencias.

Finalmente, el promedio de las microempresas nuevas con respecto al porcentaje de crecimiento económico fue de 3.59, y para las microempresas categorizadas como consolidadas, resultó de 4.02. Para saber si esta diferencia es significativa, se hizo la prueba t de Student para muestras independientes como se muestra en la tabla 15.

TABLA 14.
Prueba de muestras independientes (posición en el mercado).

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

Prueba de muestras independientes (porcentaje de crecimiento, utilidades). En el valor de “t” que resultó de -1.775, el p valor o significancia bilateral (que es la magnitud del error) fue de .078. Si se estableció que el nivel de significancia fue del 5% (0.05), indica que no hay diferencias.

TABLA 15
Prueba de muestras independientes (porcentaje de crecimiento, utilidades).

Fuente: IBM® SPSS® Statistics, versión 25 (2020)

CONCLUSIONES

Para emprender una microempresa comercializadora de cerveza en Aguascalientes, primero que nada, se debe pensar en las necesidades sociales y del microempresario, poseer una idea clara de la misma, y un plan bien estructurado; debe haber analizado las oportunidades, sobre todo, capacidades personales con las que cuenta para emprender y convertirse en un microempresario consolidado; además, y como refiere Geraldo-Campos [18], se deben considerar los factores internos y externos en los sistemas de medición que se hagan en investigaciones que incidan en la perdurabilidad de una pequeña empresa.

Con base en lo anterior, el 32.2%, consideran que el porcentaje de crecimiento ha sido de 70-80% con base a la inversión inicial; el 40.6%, valoran como favorable el crecimiento de su microempresa; el 54.5%, la posición en el mercado la considera sostenible; y 35.7%, como fuerte. Los resultados presentan que los microempresarios en su mayoría son hombres (67.8%) y tienen entre 18 y 24 años (65%) con estudios de licenciatura (37.1%). En su mayoría los microempresarios son jóvenes con estudios de licenciatura, mismos conocimientos que permiten y demuestran ser explotados al máximo para lograr la consolidación empresarial.

Por otra parte, los resultados que fueron analizados a través de comparación de grupos con la *t* de Student de las microempresas consolidadas, de las no consolidadas, se infiere que la consolidación está ligada a los años de operación, ya que 61 microempresarios tienen 3 o más años, y los 82 restantes son las microempresas de nueva creación, las cuales, son las que están en competencia constante para permanecer o no en el mercado.

De ahí que, al comprobar la H1 donde la variable para contrastar la edad del microempresario, contra la variable de agrupación (según el criterio clasificatorio establecido), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto a la edad del emprendedor. Ya que se aprecia que de las 61 microempresas consolidadas en su mayoría son manejadas por jóvenes.

Al analizar la H2 donde la variable para contrastar correspondiente al nivel de escolaridad del microempresario, contra la variable de agrupación (según el criterio clasificatorio establecido), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto al nivel de escolaridad de sus dueños. Al tener mayores estudios por parte de los microempresarios, pueden desarrollarse con mayor certeza todas las habilidades y destrezas que adquirió a través de los planes de estudio de las instituciones a las que acudió, por ello el atributo de la consolidación a su microempresa.

Los resultados para el análisis de la H3 donde la variable para contrastar corresponde al plan de viabilidad de microempresarios, con respecto a la variable de agrupación (según el criterio clasificatorio establecido), indica que sí hay diferencias entre las microempresas nuevas y las consolidadas con respecto al plan de viabilidad del microempresario. Puede afirmarse que los microempresarios que, desde un comienzo realizaron el desarrollo de objetivos, planes, metas, y visualizaron cómo y cuándo lograrlas, obtuvieron los beneficios de la consolidación.

Para los resultados del análisis de la H4 y la H5, donde las variables para contrastar entre la posición en el mercado y el porcentaje de crecimiento de las utilidades, contra la variable de agrupación (según el criterio clasificatorio establecido), indica que no hay diferencias para ambas. Esto señala que, aunque los indicadores de posición en el mercado y del crecimiento económico, son menores al impacto que le genera el plan de viabilidad; es decir, planear los objetivos y los indicadores financieros, son más relevantes para tener un lugar sostenible en el mercado y obtener un crecimiento económico óptimo y favorable.

Con base en los análisis realizados y los resultados obtenidos sobre la variable consolidación empresarial, las dimensiones de los años de los microempresarios, la escolaridad y el plan de viabilidad realizados, sí marcan la diferencia para lograr la consolidación de las microempresas. Mientras que la posición en el mercado y el crecimiento de las utilidades (crecimiento económico), no marcan diferencia alguna en la consolidación.

IMPLICACIONES

El emprendedor, debe considerar también su entorno y pensar en la importancia de su empresa en la economía, local, y con más visión en la economía nacional, buscar programas gubernamentales para incrementar el capital de trabajo y así poder crecer y/o crear nuevas microempresas. También debe identificar quién es su principal competencia y buscar ser competitivo, e implementar el uso de la tecnología.

En una consolidación real y trascendental, debe tomarse en cuenta la calidad del servicio que se presta y la productividad de la microempresa, y el cumplimiento de los objetivos; tener clara la diferencia entre eficiencia y eficacia; y sobre todo lograr una integración y buena relación entre otros microempresarios de su ramo; debe realizarse un estudio de mercado, y analizar la zona; dónde estará ubicado el negocio y realizar lecturas o sondeos sobre los salarios, si es que se va a contratar personal. Mismas actividades que deberá llevar y analizar el microempresario, para hacer funcionar la microempresa y aplicar técnicas de control.

Por lo anterior, si no se cuenta con dichas estrategias, desafortunadamente en muchos de los casos terminarán por cerrar las microempresas y dejar de formar parte de las estadísticas de consolidación de microempresas comercializadoras de cerveza en Aguascalientes.

Cabe mencionar que las microempresas estudiadas, se asemejan a un modelo similar de franquicias nacionales, y esto, en gran medida limita la operación de las microempresas y el alcance en la toma de decisiones de estas.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Segarra, A. y Callejón, M. (2002). New firms' survival and market turbulence: New evidence from Spain. *Review of Industrial Organization*, 20(1), 1–14
- [2] Álvarez Herranz, A, Valencia De Lara, P. y Martínez- Ruiz, M. P. (2011). “Aspectos que influyen en la Consolidación de Empresas: evidencias obtenidas en 14 países” *Ingeniare Revista Chilena de Ingeniería* . Vol. 19 N°2
- [3] Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2022
- [4] Fundación INCYDE. Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa. Servicio de estudios. Cámaras de comercio, industria y navegación de España. (2001). *Factores para Consolidar una empresa*. Madrid, España.
- [5] Arango, Benjumea, J. Factores determinantes de la consolidación. *Contaduría y Administración*, 2022, Vol. 67 Issue 2, p91-117, 27p. Publisher: Facultad de Contaduría y Administración-Universidad Nacional Autónoma de México., Base de datos: Supplemental Index.
- [6] Arce Burgoa, L. G. (2007) “La supervivencia como arma estratégica en mercados turbulentos perspectivas” núm. 19, enero-junio, 2007 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia.
- [7] Taxis Flores, M.- Ramírez Urquidy, M. y Aguilar Barceló, J.G. (2016) *Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia*. Universidad Autónoma de Baja California, México.
- [8] Zarta Sánchez, M. C. y Salcedo Delgado, I. L. (2022) *Orientación y recomendaciones para la consolidación empresarial a la fundación por la dignidad de los héroes de Colombia Fundiheco*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repositorio.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/45351>
- [9] Varela V., R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá - Colombia.: Pearson. Tercera Edición
- [10] Hellriegel, Jackson, S. y Slocum, J. W. Jr. (2009) *Administración: Un enfoque basado en competencias*. 11ª. Edición, México
- [11] Franco Andrade, Paulina (2016) *Las Competencias Emprendedoras y su relación con la Consolidación Empresarial de las MiPYMES de bares y restaurantes en Aguascalientes*. Aguascalientes, México.
- [13] Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) 2022, México.

- [14] Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010), Metodología de la Investigación, Quinta edición, Editorial McGraw-Hill Educación (México).
- [15] Campo-Arias, A. (2006). Uso del coeficiente Alfa de Cronbach. Colombia: Revista Biomédica. Volumen 26 (no.4). Pág. 585-588.
- [16] Nunnally, J. (1995). Teoría psicométrica (3 Ed). México: McGraw-Hill.
- [17] Morales, P. (2000). Mediciones de actitudes en psicología y educación. San Sebastián: Trátalo S. A., en colaboración con la Universidad de Comillas.
- [18] Geraldo-Campos, L. A., Moreno-Estelle, S.P., Palacios-Pizarro, C. S. y Tito-Huamaní, P. L. (2022). Diseño y validación de escalas de perdurabilidad en emprendimiento empresarial. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 12(24), pp. 350-366. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.09>
- [19] Barrón, L., Arias, O. y Camarena, S. (2020). Factores de permanencia empresarial de las microempresas del sector comercio, en el Estado de Nayarit. Revista Visión Contable, 22, 78 –91. <https://doi.org/10.24142/rvc.n22a4>