

Determinantes de la competitividad de empresas rurales: el caso de las mezcaleras artesanales en México.

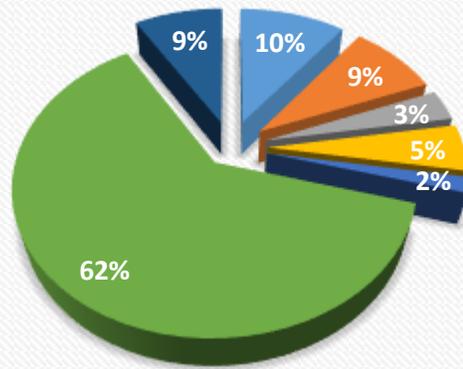
Tesis doctoral

Dr. Juan Antonio Castellanos Cardona

Ja_castellanos@hotmail.com

Anexo 12. Gráficas de resultados

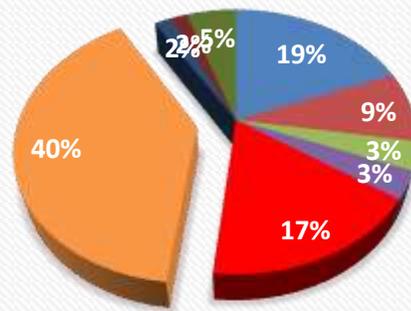
Nivel educativo



■ Preparatoria ■ Preparatoria trunca ■ Primaria ■ Primaria incompleta
■ Secundaria ■ Universidad ■ Universidad trunca

El 62% de los encuestados tienen estudios de universidad, el 10% de preparatoria, el 9% de secundaria, así como otro 9% de preparatoria trunca.

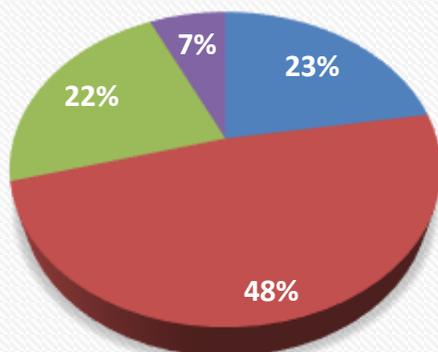
Ocupación principal



■ Agricultor ■ Comerciante
■ Comerciante, Empresario ■ Comerciante, Empresario, Inversionista
■ Empleado ■ Empresario
■ Empresario, Inversionista ■ Ganadero
■ Inversionista

El 40% de los encuestados es empresario, el 19% es agricultor, el 17% es empleado, el 9% es comerciante.

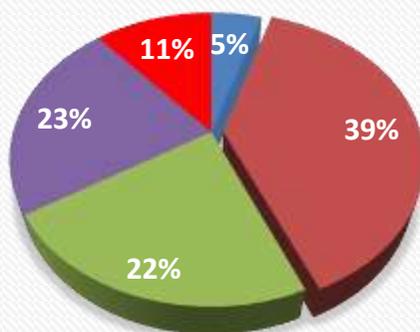
Edad de la persona



■ Jóvenes ■ Adultos jóvenes ■ Adultos ■ Ancianos

El 48% de los encuestados se clasifica como adulto joven (entre 30 a 40 años), el 23% son jóvenes (entre 24 a 29 años), el 22% son adultos (entre 40 a 60 años) y el 7% son ancianos (mayores de 61 años).

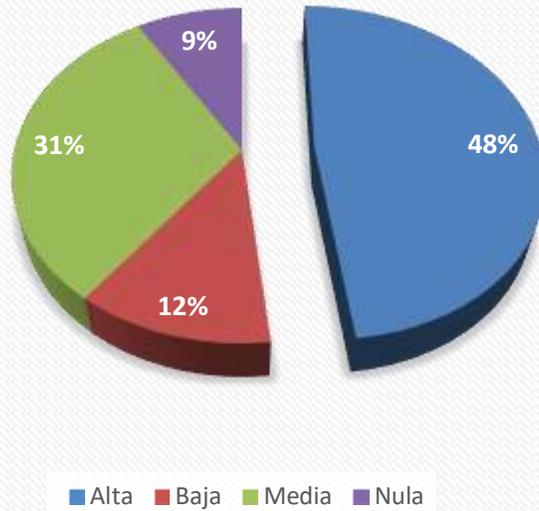
Antigüedad en la producción



■ Sin experiencia ■ Menos de 5 ■ Entre 5 a 10 ■ Entre 10 a 20 ■ Más de 20

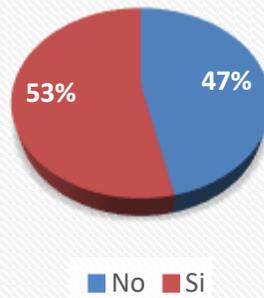
El 39% de los encuestados tiene menos de 5 años de antigüedad en la producción de mezcal, el 23% tiene entre 10 a 20 años, el 22% tiene entre 5 a 10 años, un 11% tiene más de 20 años en la actividad. Solo un 5% expreso que no tiene experiencia en la producción (pudiendo ser comerciante).

¿Cuál es su experiencia en el manejo de maguey, cocinando el maguey y quiotes?



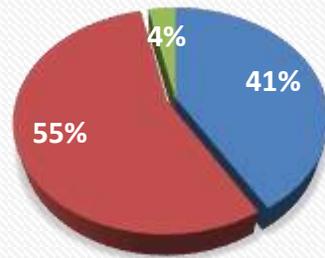
El 48% de los encuestados tiene experiencia alta en el manejo de maguey, el 31% tiene una experiencia media, un 12% tiene baja experiencia y un 9% tiene nula experiencia.

¿Le han comprado magueyes para producir mezcal o tequila?



Al 53% de los encuestados le han comprado magueyes para producir mezcal o tequila.

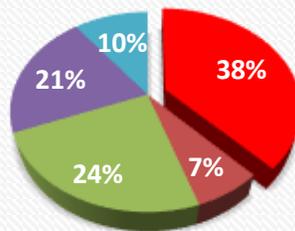
Tipo de empresa



■ microempresa ■ Pequeña empresa ■ Mediana empresa

El 41% de los encuestados se clasificaron como microempresa (menos de 10 empleados), el 55% como pequeña empresa industrial (entre 11 a 50 empleados), y el 4% como mediana empresa (entre 51 y 250 empleados).

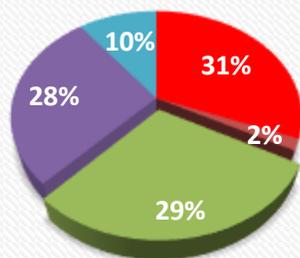
¿Cuál es su experiencia en la organización para el trabajo? [He pertenecido a una organización, sociedad, asociación]



■ Alta ■ Baja ■ Media ■ Muy alta ■ Nula

El 38% de los entrevistados tiene una alta experiencia en la participación en organización, sociedad o asociación. El 24% tiene una mediana y el 21% tiene una muy alta.

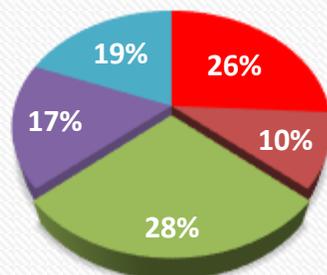
¿Cuál es su experiencia en la organización para el trabajo? [He transformado productos del campo con marca y envase]



■ Alta ■ Baja ■ Media ■ Muy alta ■ Nula

El 31% de los entrevistados tiene una alta experiencia en la transformación de productos del campo con marca y envase, el 29% tiene una mediana y un 28% tiene una muy alta experiencia.

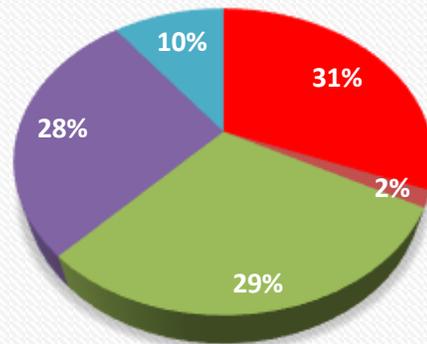
¿Cuál es su experiencia en la organización para el trabajo? [He obtenido financiamiento o subsidio de gobierno en grupo o sociedad]



■ Alta ■ Baja ■ Media ■ Muy alta ■ Nula

El 28% de los entrevistados tiene una mediana experiencia en la obtención de financiamiento o subsidios de gobierno, un 25% tiene alta experiencia y un 17% tiene muy alta.

¿Existen productores de mezcal en su comunidad o cercanía?



■ Alta ■ Baja ■ Media ■ Muy alta ■ Nula

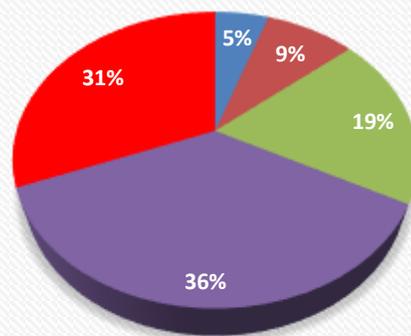
El 31% de los entrevistados tienen una alta presencia de productores de mezcal cercanos, un 29% tiene una mediana presencia y un 28% tiene muy alta presencia.

Gráficas estadísticas

También las estadísticas de las dimensiones principales se graficaron con fines de analizar las principales respuestas (porcentajes superiores a 60% acumulado entre los niveles de “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo”) de las secciones 3, 4 y 5 del instrumento.

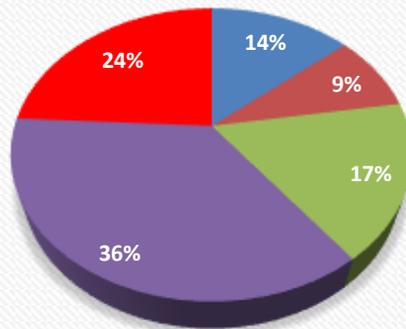
Algunos aspectos importantes son:

7. Tener el uso de la Denominación de Origen contribuye a la diferenciación del producto



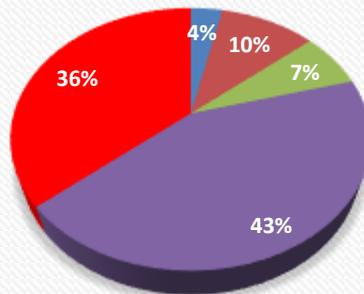
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

8. La Denominación de Origen es una propiedad no tangible resultado de la tradición



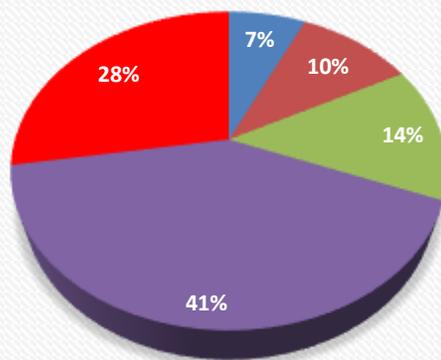
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

9. La Denominación de Origen es una protección que se debe gestionar para ser más competitivos



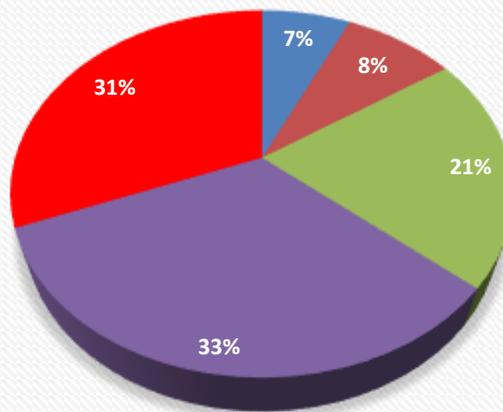
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

10. El uso de la Denominación de Origen proyecta una calidad superior del producto



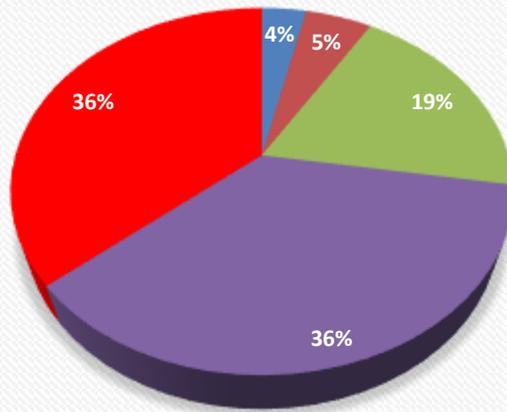
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

11. El dictamen de la certificación de producto (de la Denominación de Origen) es una acción para elevar la calidad



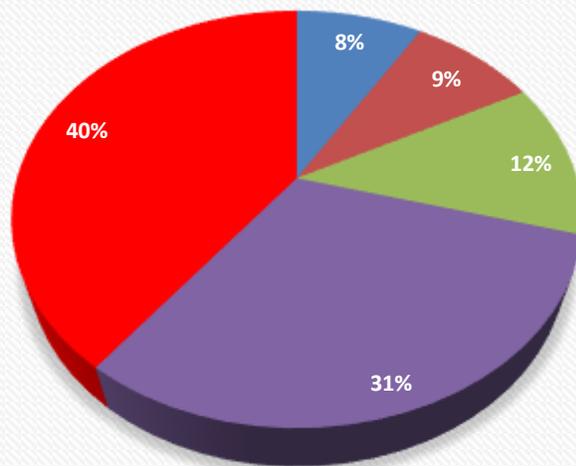
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

12. La Denominación de Origen representa uno de los principales factores a considerar para una empresa competitiva



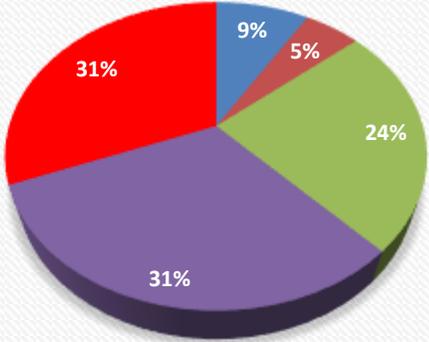
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

13. Mi colaboración en la promoción de la Denominación de Origen es muy activa



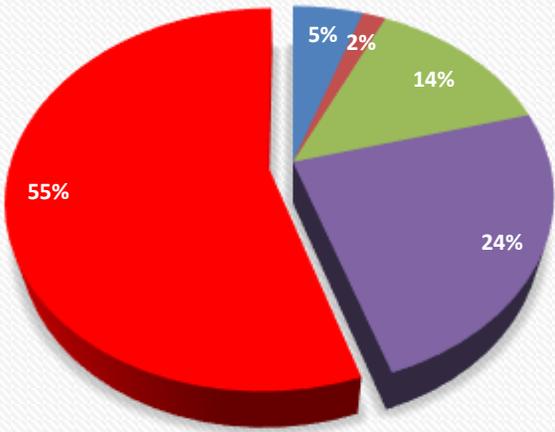
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

15. La norma oficial mexicana (NOM) limita la imitación de productos destilados artesanales y asegura los estándares de calidad



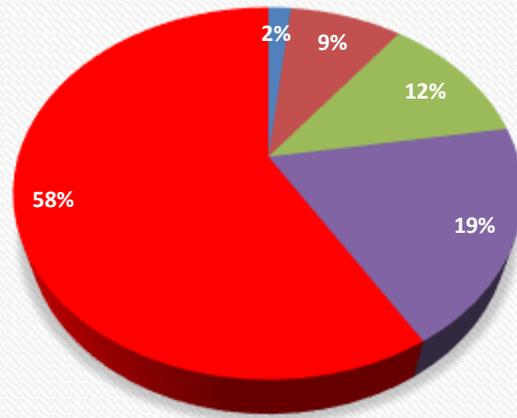
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

16. Las pruebas de laboratorio son un factor importante para la competitividad del mezcal



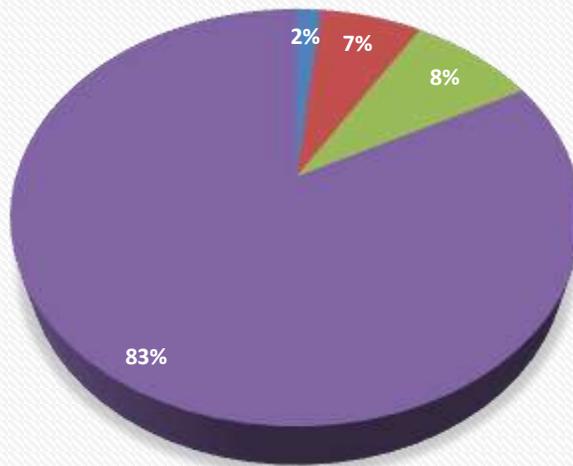
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

20. La marca y etiqueta es un factor importante para la competitividad del mezcal



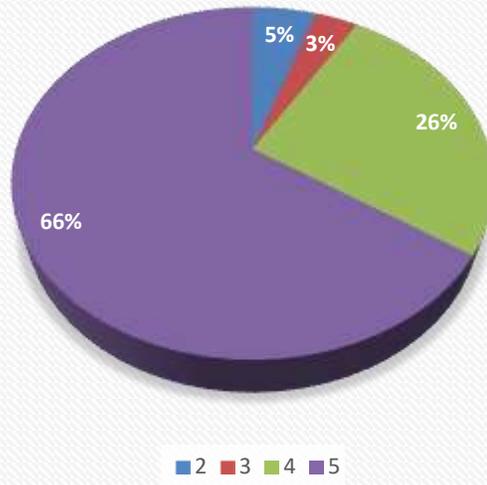
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

22. La producción del mezcal es una tradición y forma parte de nuestra cultura

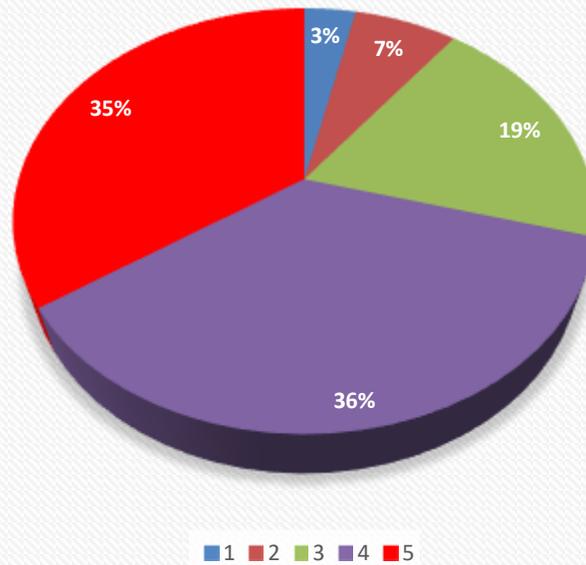


■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

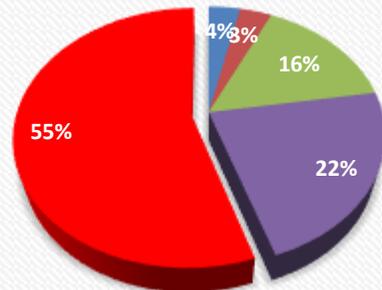
23. Las condiciones del entorno son un factor importante para operar competitivamente



25. El mezcal está vinculado con las particularidades de nuestra sociedad

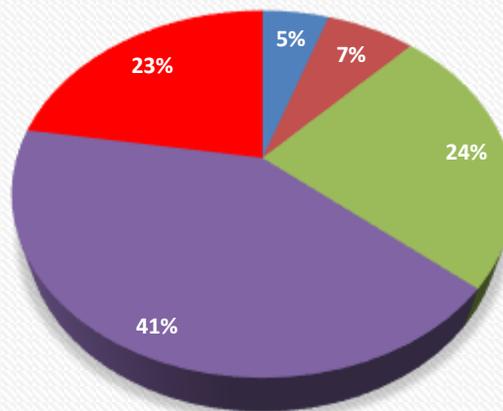


26. Las tradiciones y costumbres favorecen la transmisión de conocimientos sobre la producción y comercialización del mezcal



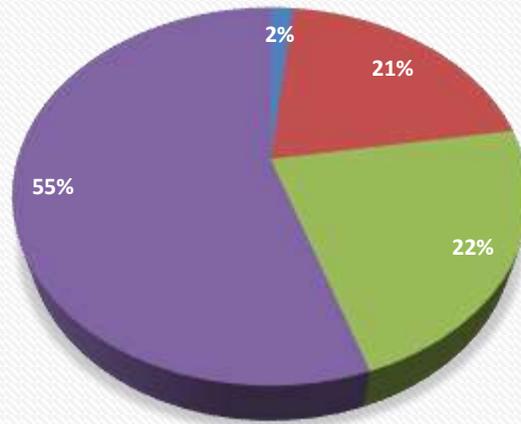
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

27. El mezcal como actividad productiva ha mejorado las condiciones de vida



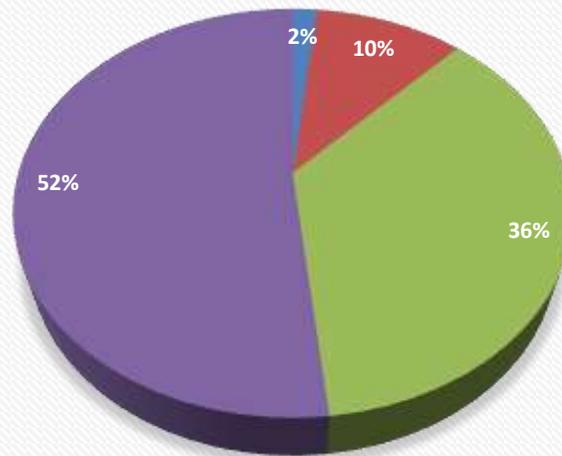
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

28. El proceso artesanal de producción es un factor que impulsa la competitividad



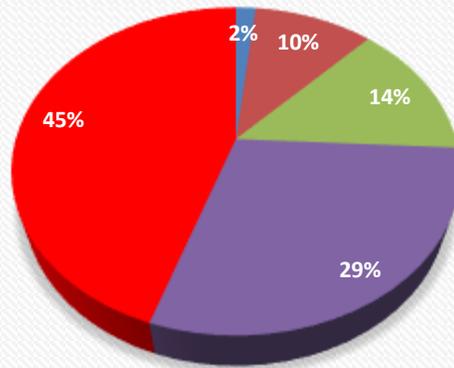
■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

29. La tecnología tradicional o rústica debe mantenerse para conservar el valor del mezcal



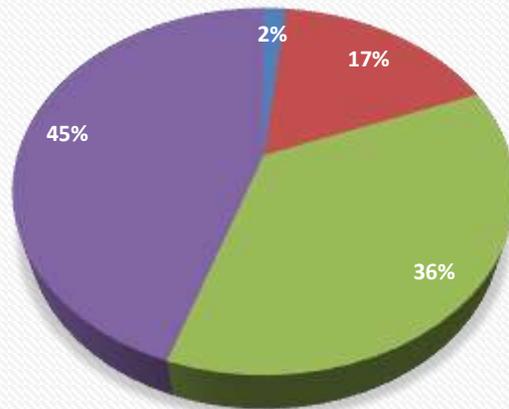
■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

30. Las personas valoran el concepto artesanal y están dispuestos a pagar un sobreprecio por él



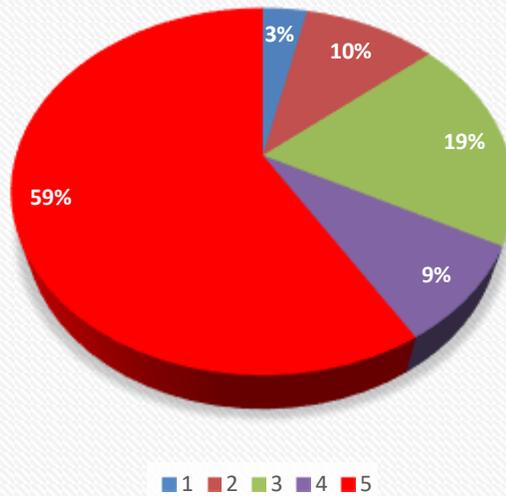
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

31. Las tradiciones y costumbres representan factores favorables en la creación y puesta en marcha de nuevas empresas rurales de mezcal

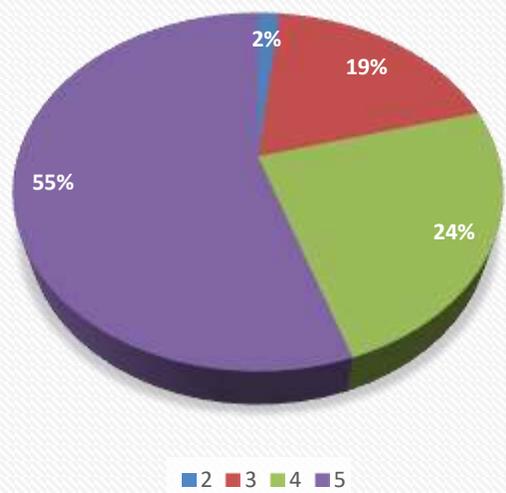


■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

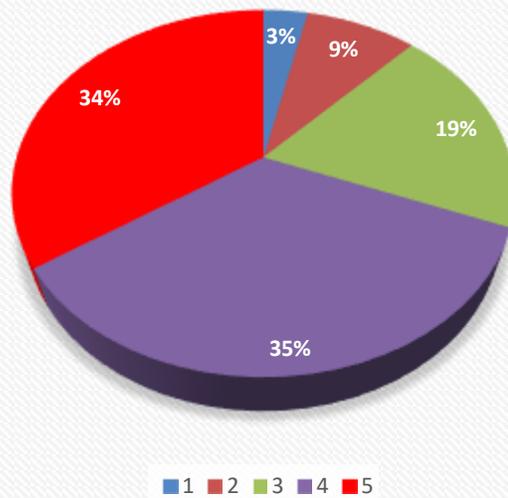
32. El mezcal de olla de barro, orgánico, 100% agave y certificado, representa la opción de mercado con mayor competitividad



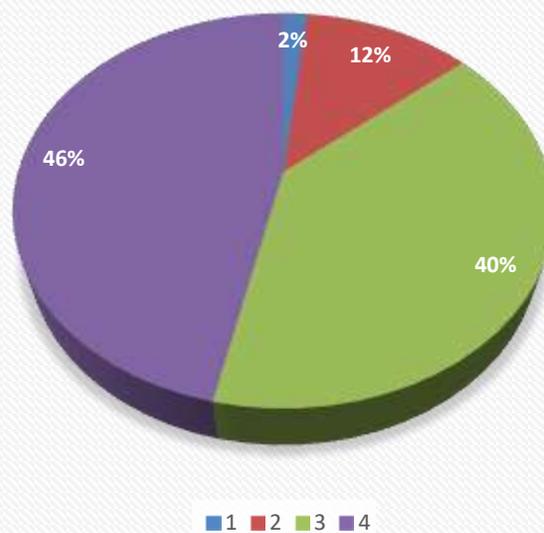
33. El acceso a la información y conocimiento local es un factor favorable para la creación y puesta en marcha de nuevas empresas rurales de mezcal



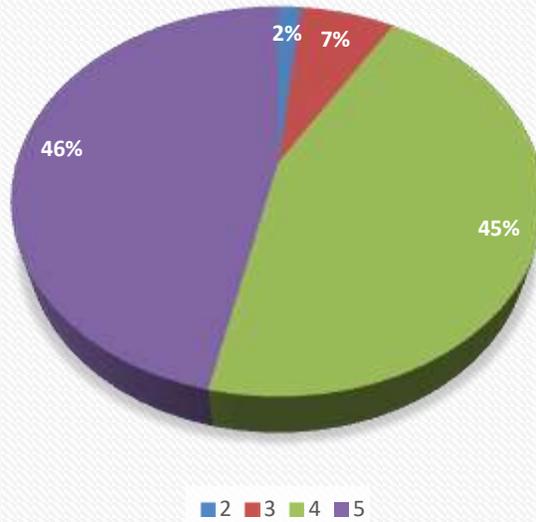
34. El nivel educativo de los miembros de las empresas rurales es un elemento necesario para su competitividad



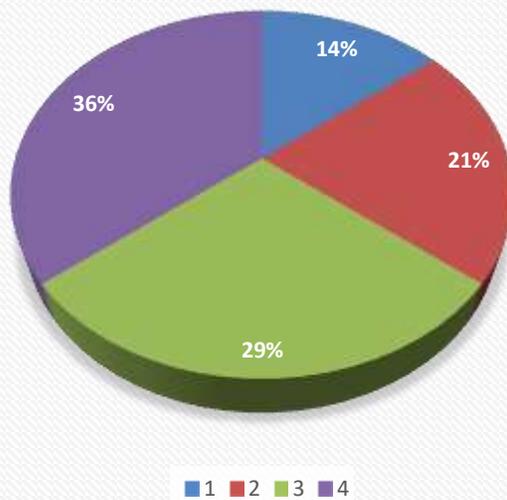
35. La ubicación accesible a los insumos, magueyes, mercado es importante para una empresa rural competitiva



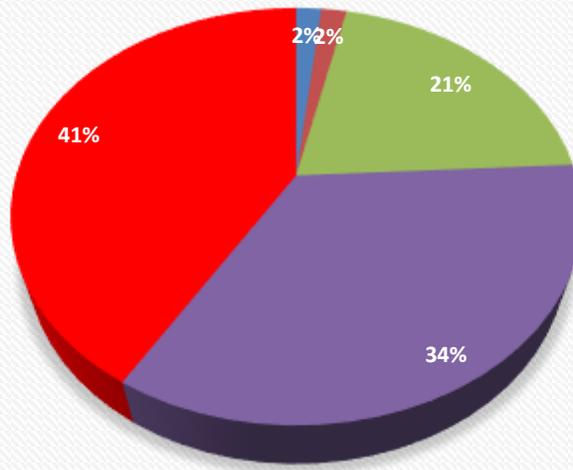
36. La capacitación sobre temas actuales, de los miembros de las empresas rurales, incrementa la competitividad



37. La recepción frecuente de asesoría técnica y empresarial incrementa la competitividad de las empresas rurales

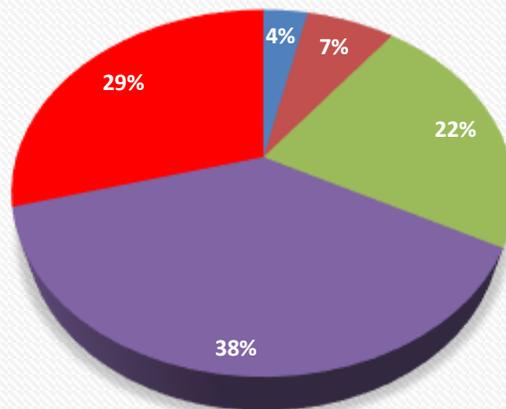


38. La empresa rural que recibe el total apoyo de la familia obtiene mayores resultados



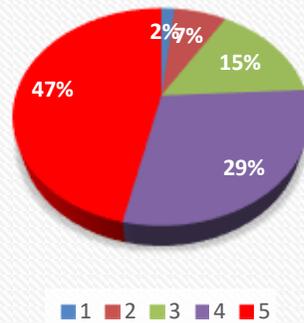
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

39. La integración entre varias empresas rurales incrementa el valor del producto al compartir personal, instalaciones y otros

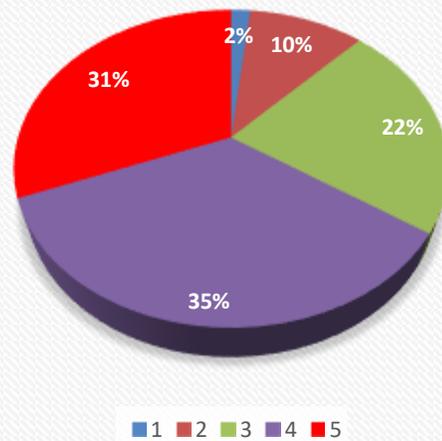


■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

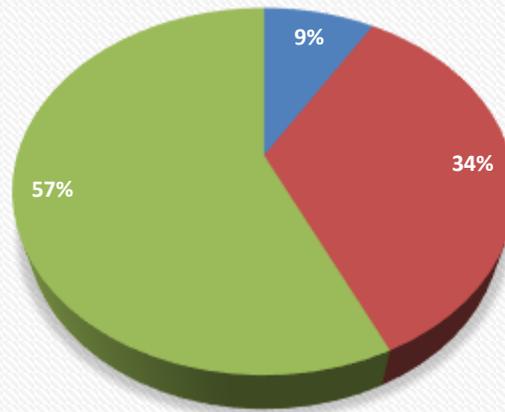
40. La participación de los actores (gobierno, eslabones de la cadena productiva, instituciones educativas, entre otros) es fundamental para una empresa rural competitiva



41. La participación positiva de los proveedores locales se manifiesta con insumos y magueyes de alta calidad y bajos precios

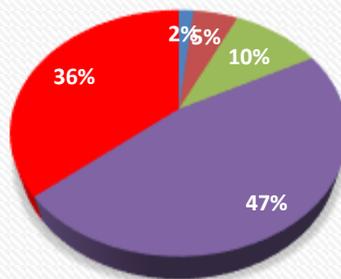


42. El interés, constancia y participación activa de los miembros de la empresa rural incrementa la competitividad



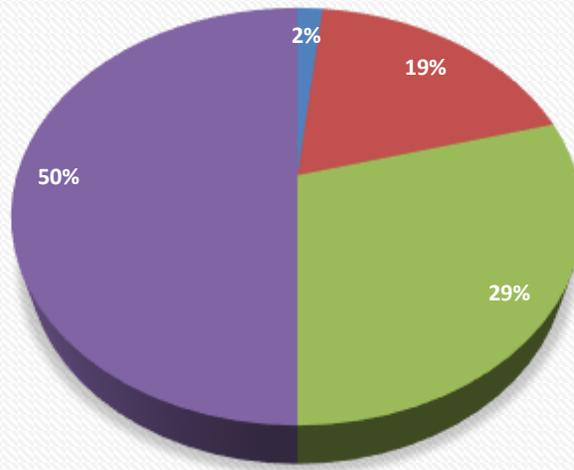
■ 3 ■ 4 ■ 5

45. El desarrollo de una marca atractiva y bajo norma es un atributo para la toma de decisiones de compra del mezcal



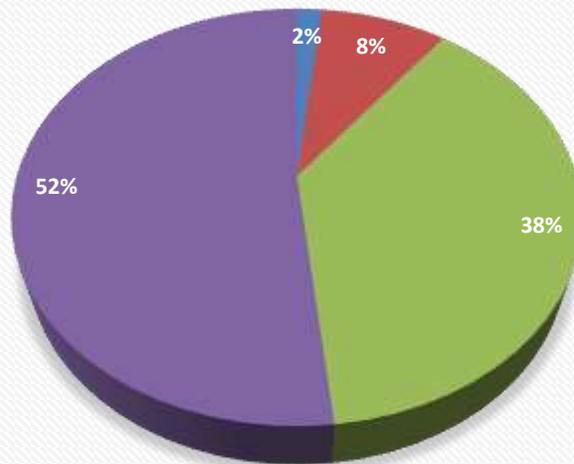
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

46. La confianza del consumidor es lograda por los atributos de calidad del mezcal



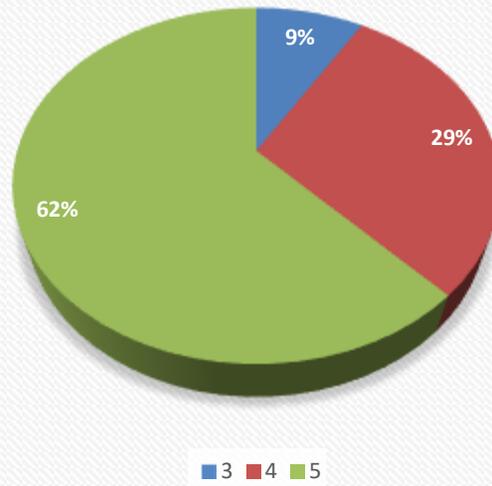
■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

50. La originalidad del producto es un factor importante para mantener clientes cautivos

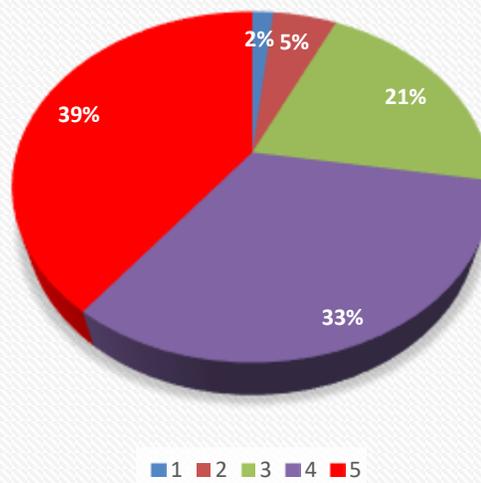


■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

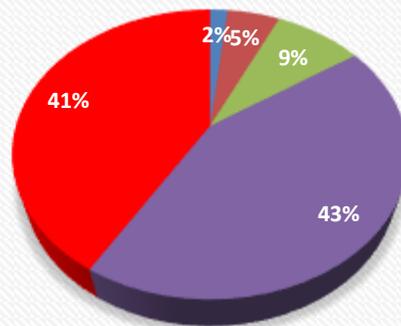
51. La gestión la empresa rural requiere estrategias, capacidades de los líderes y organización



52. El desarrollo de una empresa formal y constituida depende de la capacitación, asesoría y apoyos externos

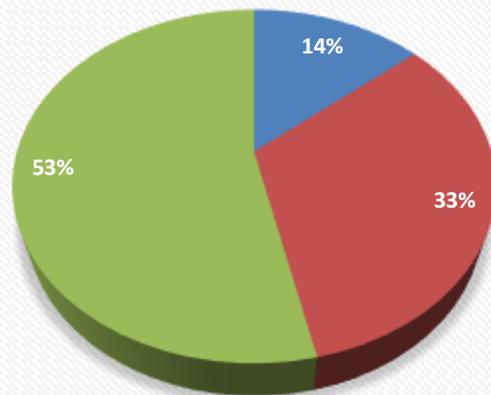


53. El desarrollo de innovación tecnológica en cuanto a productos nuevos, procesos o sistemas incrementa la competitividad de la empresa rural



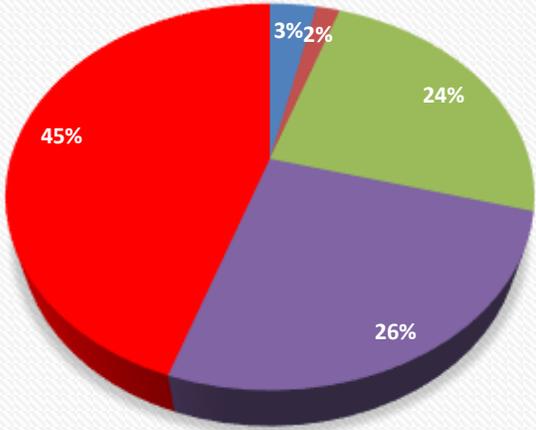
1 2 3 4 5

54. El uso de tecnologías de información y comunicaciones es fundamental para el desarrollo de la empresa rural



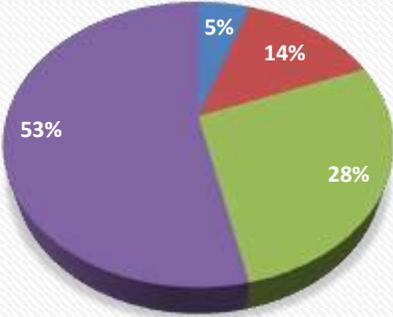
3 4 5

55. La aplicación de tecnologías modernas incrementa el valor de la empresa rural



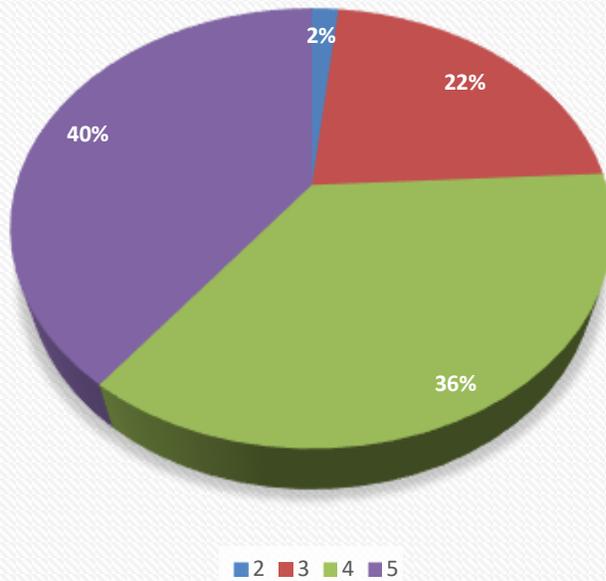
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

59. La elaboración de un presupuesto anual nos permite tener mejor gestión de la empresa rural

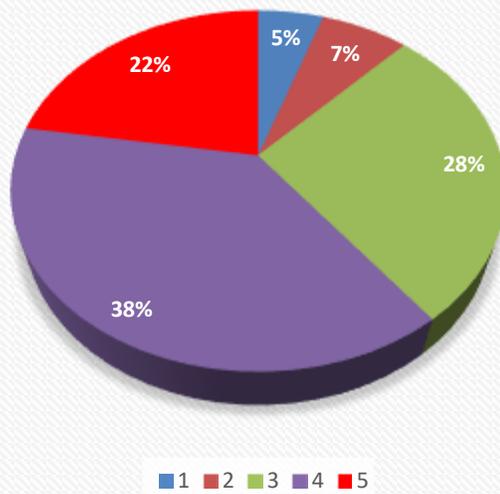


■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

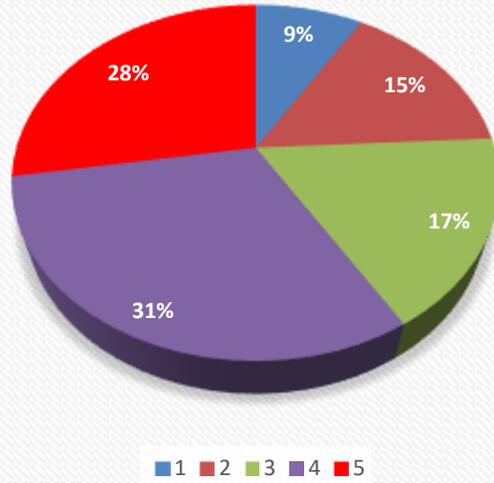
60. La gestión del personal genera mayores niveles de competitividad en la empresa rural



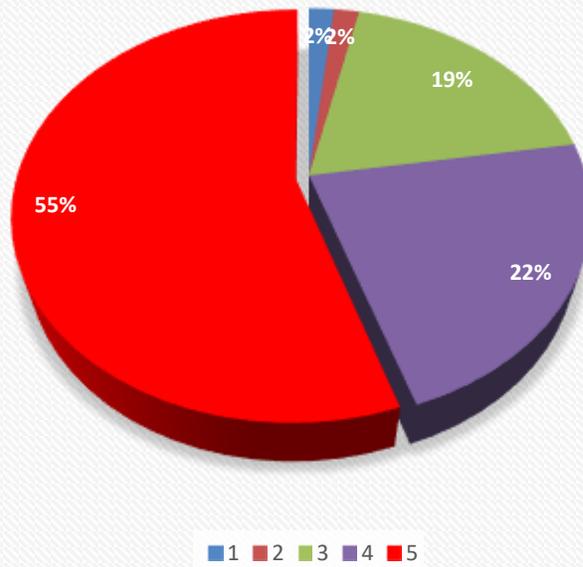
61. La producción tradicional ha recibido mejoras en la productividad para disminuir los costos



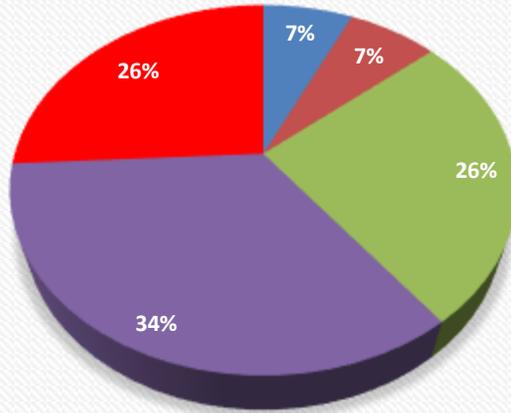
62. La regulación fiscal, trámites y registro nacional de alcoholes incrementa la competitividad de la empresa rural



63. El conocimiento de las obligaciones fiscales es un factor importante para el crecimiento de la empresa rural



64. La situación legal de la empresa rural en cuanto a los socios, capital y clausulas es positiva



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5