



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

Carrera de Economía

***PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA***

**“Determinación de la competitividad de la Cámara de la Pequeña Industria
de Chimborazo, período 2021”**

Autora:

Margarita Valeria Romero Guaraca

Tutora:

Econ. María Gabriela González Bautista

Año

2021

INFORME DEL TUTOR

Yo, Econ. María Gabriela González Bautista, en mi calidad de tutora de la investigación titulada: **“DETERMINACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2021”**, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por la Srta. Margarita Valeria Romero Guaraca con C.C 060523862-5, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado por la Comisión.



Firmado electrónicamente por:
**MARIA GABRIELA
GONZALEZ
BAUTISTA**




Mgs. María Gabriela González

TUTORA

C.C. 060429287-0

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE TITULACIÓN

Los abajo firmantes, miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación titulado: **“DETERMINACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2021”**, presentado por la Srta. Margarita Valeria Romero Guaraca y dirigida por la Mgs. María Gabriela González Bautista; habiendo revisado el proyecto de investigación con fines de graduación, mismo que consta el cumplimiento de las observaciones realizadas, procedemos a la calificación de la investigación. Para constancia de lo expuesto firman:

Mgs. Gabriela González TUTORA	10	 Firmado electrónicamente por: MARIA GABRIELA GONZALEZ BAUTISTA
Econ. Diana Duque MIEMBRO 1 DEL TRIBUNAL	9	 Firmado electrónicamente por: DIANA VANESSA DUQUE TORRES
Econ. Fausto Erazo MIEMBRO 2 DEL TRIBUNAL	10	 Firmado electrónicamente por: FAUSTO DANILO ERAZO GUIJARRO

NOTA 9,67 (Sobre 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Margarita Valeria Romero Guaraca, declaro ser responsable de las ideas, desarrollo, resultados y propuestas en la presente investigación y las propuestas expuestas en la presente investigación, y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valeria Romero', enclosed within a circular scribble.

Margarita Valeria Romero Guaraca

AUTORA

C.C. 060523862-5

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico a mi familia, de manera particular a mamá Rosita mi madre por el esfuerzo, confianza y total apoyo en todos estos años de estudio, pues su ejemplo y constancia ante las adversidades han sido mi inspiración y motor para seguir adelante.

Con cariño

Vale.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarme con la sabiduría suficiente ante las experiencias presentadas durante mi etapa universitaria.

A mi madre por el apoyo brindando durante toda mi carrera estudiantil a pesar de las dificultades. A mi hermano por demostrarme su cariño a pesar de la distancia. A Dani y Joss por los momentos compartidos y contar con ellas en cada etapa de mi vida personal y académica.

A mi tutora Econ. Gabriela González por su guía y consejos para terminar con éxito este proyecto de investigación. A la Ing. Lucy Freire presidenta de la CAPICH, por la apertura para llevar a cabo esta investigación.

Infinitamente agradecida, con cariño

Vale.

ÍNDICE GENERAL

INFORME DEL TUTOR	2
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE TITULACIÓN	3
DERECHOS DE AUTOR	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE ANEXOS	11
ABSTRACT.....	13
1.- INTRODUCCIÓN.....	14
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
3. OBJETIVOS	18
3.1. Objetivo General	18
3.2. Objetivos Específicos.....	18
CAPÍTULO I	19
4. ESTADO DEL ARTE.....	19
4.1. Antecedentes	19
4.2. Definición y clasificación de las Mipymes	21
4.3. Competitividad.....	22
4.4. Importancia de la competitividad.....	23
4.5. Factores de competitividad según la CEPAL y OCDE.....	24
4.7. Fuerzas competitivas del mercado Bueno -Campos.	26
4.8. Teoría de Treacy y Wiersema	27
4.9. Estrategia del océano azul	27

4.10. Teoría de la competitividad sistémica.....	28
4.11. Mapa de Competitividad del BID	29
CAPÍTULO II.....	32
5. METODOLOGÍA.....	32
5.1. Análisis de fiabilidad y consistencia interna	32
5.2. Validación del instrumento	32
5.2.1. Análisis factorial exploratorio.....	32
5.2.2. Análisis factorial confirmatorio	33
5.3. Estimación del modelo econométrico	35
CAPÍTULO III.....	36
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36
6.1. Discusión.....	43
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	45
7.1. Conclusiones	45
7.2. Recomendaciones.....	46
8. REFERENCIAS.....	47
9. ANEXOS	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diamante de Porter.....	25
Figura 2. Fuerzas competitivas del mercado.....	26
Figura 3. Las disciplinas de valor.....	27
Figura 4. Competitividad sistémica.....	29
Figura 5. Dimensiones estratégicas.....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Mapa de competitividad del BID.....	31
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad.....	32
Tabla 3. Matriz de componente rotado	33
Tabla 4. AFC 2 Modelos.....	34
Tabla 5. Ponderaciones de competitividad por sector económico	34
Tabla 6. Rangos de competitividad.....	35
Tabla 7. Generalidades de las Mipymes encuestadas	36
Tabla 8. Nivel de competitividad del sector Industria	37
Tabla 9. Nivel de competitividad sector Comercio.....	38
Tabla 10. Nivel de competitividad sector Servicios	39
Tabla 11. Coeficientes correlación de Pearson	40
Tabla 12. Resumen del modelo.....	41
Tabla 13. Estadísticas del modelo.....	41
Tabla 14. Análisis de regresión múltiple	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Comunalidades.....	52
Anexo 2. Matriz de componentes rotado	53
Anexo 3. AFE modelo con 8 y 5 factores.....	55
Anexo 4. Encuesta aplicada a las Mipymes adscritas a la CAPICH	56
Anexo 5. Lista de socios adscritos a la CAPICH	60

RESUMEN

El presente trabajo de investigación determina el nivel de competitividad de las empresas que integran la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo, período 2021, cuyo propósito es explicar el nivel de competitividad por sector económico con base en el mapa de competitividad del BID, asimismo establecer la relación entre las dimensiones estratégicas y el nivel de competitividad. El mapa de competitividad del BID es una herramienta que permite conocer su estado inicial frente a la competitividad, por ende, determina áreas a perfeccionar. De modo que se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó 102 encuestas a gerentes de las Mipymes adscritas a la CAPICH. Se realizó la validación del instrumento mediante un análisis factorial exploratorio y análisis factorial confirmatorio. Mientras que en el análisis de fiabilidad y consistencia interna obtuvo un alfa de Cronbach de 0,987.

Entre los principales hallazgos se muestra que las Mipymes poseen un nivel de competitividad media a nivel general. El análisis econométrico basado en un modelo de regresión lineal múltiple en donde se utilizaron como variable dependiente el nivel de competitividad y como variables independientes a recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental, producción y operaciones, planeación estratégica, contabilidad y finanzas y comercialización, concluyó que las dimensiones con una correlación significativa y positiva en mayor medida son 0,470 contabilidad y finanzas, 0,245 producción y operaciones, 0,200 planeación estratégica, 0,207 recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental.

Palabras clave: Comercialización, Gestión ambiental, Planeación estratégica, Recursos humanos, Sistema de información.

ABSTRACT

This research determines the companies that integrate the Cámara de la Pequeña Industria of Chimborazo competitiveness level, period 2021, to explain the economic level competitiveness based on the IDB competitiveness map, also to establish the relationship between the strategic dimensions and the level of competitiveness. The IDB competitiveness map is a tool that let us know the competitiveness initial state and determines the areas to be perfected. A systemic competitiveness model was developed at a micro scale and 102 surveys were applied to managers of the MSMEs attached to the CAPICH. The instrument was validated by means of an exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. While in the analysis of reliability and internal consistency, obtained a Cronbach's alpha of 0.987. Among the main findings, it is shown that MSMEs have a medium level of competitiveness in general. According to the econometric analysis based on a multiple linear regression model the level of competitiveness was used as a dependent variable and human resources information systems and environmental management, production and operations, strategic planning, accounting and finance and marketing were used as independent variables. It concludes that the dimensions with a significant and positive correlation to a greater extent are 0.470 accounting and finance, 0.245 production and operations, 0.200 strategic planning, 0.207 human resources, information systems and environmental management.

Keywords: Marketing, Environmental management, Strategic planning, Human resources, Information system.

Reviewed by:
MsC. Edison Damian Escudero
ENGLISH PROFESSOR
C.C.0601890593

1.- INTRODUCCIÓN

La competitividad es referida como un componente diferenciador entre las naciones a través de sus empresas. Ciertamente su definición depende de la perspectiva de análisis, sea este el sector o empresa, así como del tipo de producto o servicio que se oferta, donde se debe destacar la aptitud de los países para mantener su participación en mercados internacionales, lo que evidenciaría un incremento en el nivel de vida de sus habitantes (Piñeiro, Jaffé y Muller, 1993).

De acuerdo con Saavedra (2012), la competitividad de las empresas alcanza mayor trascendencia en el ámbito empresarial, lo cual se deriva de las exigencias del actual marco económico enmarcado en el proceso de globalización. Así también lo señalan Saavedra, Milla y Tapia (2013), como un término multidimensional que no posee una definición específica, debido a los diferentes niveles y factores cualitativos y cuantitativos que intervienen en su determinación, asimismo comprende la existencia de diversos enfoques de análisis e indicadores para su medición.

La competitividad empresarial se define como la capacidad de una empresa para alcanzar una posición competitiva favorable que permita la obtención de un desempeño superior a las empresas de la competencia (Rubio y Aragón, 2006). Diversos autores como Barbero (2006), Mora, Vera y Melgarejo (2015) coinciden que es primordial en aquellas empresas que aspiren crecer y ser más competitivas en el mercado en el que se desarrollan esto implica nuevos productos, captación de nuevos nichos de mercado y por ende un cambio en el interior de la organización. De modo que, es importante que los empresarios cuenten con herramientas que no solo permitan definir, sino que dirijan sus acciones a un óptimo cumplimiento.

El avance del sector privado y en específico de las pequeñas y medianas empresas (pymes), toma relevancia, ya que, acorde con (Listerri, Angelelli, Painter, Chrisney, Nieder, Mico y Wilson, 2002), las capacidades de estos agentes económicos de relacionar conocimientos y tecnología, producir, cooperar y competir en los mercados resultan decisivos para que los países realicen un uso eficiente de sus recursos y logren elevados niveles de competitividad.

A nivel país de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para el año 2018 existen 899.208 empresas o establecimientos de los cuales 816.553 son microempresas, 64.117 son pequeñas empresas y 14.278 son medianas empresas (INEC, 2019).

La competitividad para Saavedra (2012) es medida con base en el mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), este instrumento de valoración se aplica a las empresas el cual permite comprender la competitividad e identificar las dimensiones internas en las que presentan fortalezas y determinar si es competitiva o no (Cordero y Bermeo, 2017). Dicho instrumento está constituido por ocho dimensiones claves de la empresa y cada área está conformada por subáreas en la cual se mide la competitividad por áreas de gestión (Saavedra, 2012).

Por tanto, el objeto de esta investigación consiste en determinar el nivel de competitividad de las empresas que integran la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo a través del mapa de competitividad del BID.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) es fundamental, para el caso ecuatoriano las Mipymes son responsables del crecimiento, producción, generación de plazas de empleo y el dinamismo productivo del país (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018). De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2019) señala que para el año 2018 las Mipymes representan aproximadamente el 99,5% del total de empresas registradas en el Ecuador, de las cuales el 90,8% representan microempresas, el 7,13% las pequeñas y el 1,60% a las medianas empresas.

Por tanto, en el país durante el período 2013-2017 aproximadamente el 63% del total de empleo provino de las Mipymes siendo los sectores de: comercio, industrias manufactureras, agricultura, ganadería y pesca, servicios administrativos y de apoyo, y actividades de transporte y almacenamiento los cuales generaron mayor protagonismo (SUPERCIAS, 2018). De este modo, González (2013) explica que las pequeñas y medianas empresas tienen algunas ventajas competitivas enmarcadas por su categoría, así como por su manera de adaptarse a los cambios de globales dentro de una economía y a los patrones en la demanda de productos.

La misma situación se replica en la provincia de Chimborazo donde las unidades productivas que prevalecen son las Mipymes. De acuerdo al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2019) indicó que para el año 2018 en su Boletín de Inteligencia Comercial nacional la provincia de Chimborazo ha obtenido un nivel bajo de competitividad (39,2%) a nivel

nacional como lo muestra en el Índice Único de Competitividad Provincial, a causa de algunas variaciones en pilares que se consideraron como: leve incremento en habilitante de innovación, ciencia y tecnología, bajo nivel de salud, caídas abruptas en el mercado laboral, y un bajo nivel de habilidades educativas es decir bajas tasas de asistencia bruta escolar y alfabetismo.

Es así como, el estudio se enfoca en la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo, institución de carácter privado, que está integrada por 113 empresas. La pequeña industria pertenece al sector secundario del país el cual se identifica como aquellas industrias que transforman las materias en bienes que llegan a satisfacer las necesidades humanas (GADMR, 2015).

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial de Riobamba (PDOT) 2015-2030 las pequeñas y medianas industrias en su mayoría están localizadas en los subsectores de textiles, cuero, madera, calzado, metalmecánica, alimentos, actividades de edición e impresión y de reproducción de grabaciones, fabricación de maquinaria y equipo, fabricación de otros productos minerales no metálicos (GADMR, 2015).

Estudios en la zona de planificación 3 (Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua) han determinado que las causas que han obligado a que las empresas tengan un nivel de competitividad bajo son: en dimensiones internas la deficiente gestión en procesos tecnológicos y de innovación, esto debido a que un 25% del total de pymes usan herramientas tecnológicas para su producción a causa del bajo rendimiento económico que tiene para la compra de nuevas tecnologías que les permita mejorar sus procesos (Gavilanes, Arias y Colcha, 2017). De la misma manera, factores como la falta de capacitación especializada para el capital humano, carencia de incentivos a la inversión privada, asociado a la baja capacidad de exportación de las empresas, trabas burocráticas, impuestos y aranceles influyen en los bajos niveles de competitividad (Quezada *et al.*, 2018).

Del mismo modo, la provincia de Chimborazo no es indiferente a los precedentes mencionados es así que, sumado a la existencia de políticas laborales demasiado rígidas para el empleador, el no contar con una visión de crecimiento y poseer elevados costos de producción. Han obligado a que las empresas tengan baja productividad, baja inversión, no generen empleo a nivel provincial, de tal forma que se afecta el nivel de rentabilidad y en consecuencia no alcanzan un crecimiento sostenido, lo que promueve la mortalidad empresarial.

El aporte de la investigación con base en el mapa de competitividad del BID el cual incluye áreas internas de la empresa como: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información tienen injerencia directa, se considera que el nivel de competitividad depende de estos factores (Saavedra, 2014). Se determinará el nivel de competitividad, para que se utilice como herramienta permanente de referencia a los miembros de la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo, con la finalidad de que este documento sirva para la correcta toma de decisiones y puedan plantearse estrategias a mediano y largo plazo que permitan mejorar sus niveles de competitividad.

Lo antes expuesto conduce a formular la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el nivel de competitividad de la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo? Y bajo este planteamiento se presenta los siguientes objetivos.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Determinar el nivel de competitividad de las empresas que integran la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo para el año 2021.

3.2. Objetivos Específicos

- Analizar los elementos teóricos de la competitividad de las Mipymes.
- Explicar el nivel de competitividad de las Mipymes adscritas a la CAPICH mediante el mapa de competitividad de BID.
- Establecer la relación entre las dimensiones y la competitividad mediante un modelo econométrico.

CAPÍTULO I

4. ESTADO DEL ARTE

4.1. Antecedentes

Al indagar temas relacionados con esta investigación, se encontraron las siguientes evidencias empíricas que coadyuvarán a fundamentar el tema en referencia.

En este sentido, para determinar el nivel competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa del Distrito Federal de México, se evaluaron aspectos internos utilizando la metodología del mapa de competitividad del BID. Recopilando datos con una muestra de 400 empresas. Entre las principales conclusiones destacan que las microempresas no son competitivas mientras que las pequeñas y medianas empresas son altamente competitivas, lo cual implica que la competitividad está relacionada con el tamaño. Así también, que la PYME industrial es más competitiva que la de los sectores del comercio y servicios, por lo que la competitividad también dependería del sector. Por último, el análisis bivariado permitió determinar que el nivel de competitividad se encuentra relacionado con el nivel de estudios del empresario (Saavedra, Milla y Tapia, 2013).

Así también determinaron el nivel de competitividad de las pymes manufactureras de Baja California e identificaron las dimensiones estratégicas que influyen en la competitividad. La metodología involucró un análisis descriptivo y correlacional, en el cual desarrollaron a escala micro un modelo de competitividad sistémica y se aplicó una encuesta con 64 preguntas cerradas a 195 empresas. Además, utilizaron regresiones lineales múltiples para la comprobación de hipótesis. Los principales resultados recalcan que las pymes no muestran relación entre tamaño de las unidades productivas y su nivel competitivo y se ubican en un nivel medio bajo de competitividad (Ibarra, González y Demuner, 2017).

De igual forma, al analizar las Mipymes de Querétaro en México en los sectores industria, comercio y servicios con la finalidad de conocer los factores en el nivel micro que inciden en la competitividad como un primer paso para aplicar el enfoque sistémico. Se utilizó la herramienta del mapa de competitividad del BID, mediante un cuestionario estructurado con preguntas cerradas organizado en ocho áreas de la empresa, la medición se realizó a través de una escala de Likert y se encuentra conformado por un software que permite obtener los resultados de la medición a través de una matriz de calificación. En consecuencia, los principales hallazgos se centran en que

el: 80% de las empresas encuestadas no son competitivas, apenas un 7% son de alta competitividad. El sector de la industria, indica mejores resultados debido a que el 40% de las empresas que la conforman son de alta competitividad. De acuerdo con el tamaño de la empresa el 85% de las microempresas no son competitivas, en tanto que las pequeñas y medianas son de alta competitividad (Saavedra y Milla, 2017).

Por otro lado, al realizar un estudio entre la competitividad empresarial y los factores asertivos intrínsecos (capital humano y estrategias innovadoras) en empresas recicladoras de plásticos de la costa caribe colombiana en el año 2016, utilizando como instrumento el mapa de competitividad del BID aplicado a una muestra de 58 empresas. La comprobación de la hipótesis planteada se la realizó mediante Chi cuadrado para determinar el grado de asociación estadística. Encontrando una relación altamente significativa entre la competitividad y el capital humano con un nivel de confianza del 95%. Debido a las capacidades que posee el capital humano en el sector, y las empresas están contratando, formando y conservando los mejores recursos humanos. De acuerdo con Porter (1980) las empresas poseen un enfoque sistémico y estratégico proactivo enfocado en la satisfacción del cliente (Vanegas, Sánchez y Pitre, 2018).

Así mismo, al analizar la competitividad y factores exógenos (comercialización y gestión ambiental) en empresas recicladoras de la región del Caribe. Utilizando como instrumento de recolección de información el mapa de competitividad del BID utilizando una escala de Likert. Encontrando resultados tales como: alto nivel de significancia entre la competitividad y la comercialización dado que las empresas utilizan eficientemente sus sistemas de comercialización llegando al cliente con productos innovadores de forma ágil y dinámica (Fong, Pitre y Chiquillo, 2018).

De igual manera, al analizar la competitividad de la agroindustria alimentaria en el departamento de Boyacá, utilizando el instrumento del mapa de competitividad del BID. Mediante un estudio empírico-descriptivo con la finalidad de percibir las relaciones se hizo la comprobación de las hipótesis mediante Chi cuadrado de Pearson con alfa de 0,05 frente a todos los ítems planteados. Obteniendo de forma global un grado medio de competitividad. En cuanto a las áreas de desempeño de planeación estratégica, contable y financiera, y producción se encontraron en grado medio alto, además el talento humano, mercados, calidad y tecnología de la información en grado

medio y áreas como innovación y gestión ambiental en grado bajo (Melo, Sánchez y Corbelle, 2020).

Del mismo modo, con base en el mapa de competitividad del BID se realizó un estudio de la situación de los factores internos de la competitividad empresarial de las Mipymes de los sectores comercio, servicio y agropecuario ubicados en la provincia del Oro, tratando de conocer sus limitantes, dificultades y potencialidades y así proponer mejoras en la competitividad de las empresas. Para ello se utilizó un sistema de indicadores propuestos por el BID, con una muestra de 172 empresas. De esta manera evidenciaron la falencia dentro del proceso de planificación estratégica y específicamente el no considerar el uso de sus capacidades instaladas como una ventaja competitiva. De modo que los limitantes, dificultades y potencialidades muestran poca integración de la planificación estratégica (Barreiro, 2019).

Finalmente, al estudiar la correlación entre una de las dimensiones estratégicas (planificación) y la competitividad de las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Los autores se enmarcan en las condiciones del sector y evalúan su nivel de competitividad con base en el mapa de competitividad del BID. El análisis econométrico lo realizan mediante pruebas de correlación directa y parcial utilizando el software SPSS, encontrando que la planificación estratégica tiene un impacto significativo respecto del manejo de otras dimensiones de la gestión organizacional como aprovisionamiento y comercialización de la Mipymes y su competitividad (Mora, Vera y Melgarejo, 2015).

4.2. Definición y clasificación de las Mipymes

De acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) define a la Micro, Pequeña y Mediana empresa como toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría. El valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Es así como se denomina:

Microempresa: entre 1 a 9 trabajadores, ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores a \$100000,00

Pequeña empresa: entre 10 a 49 trabajadores, ventas o ingresos brutos anuales entre 100001,00 y \$ 1000000,00

Mediana empresa: entre 50 a 199 trabajadores, ventas o ingresos brutos anuales entre 1000001,00 y \$5000000,00

De acuerdo con datos del año 2018 las Mipymes representan el 99,8% del tejido empresarial en el Ecuador, ya que de cada 100 empresas 99 se encuentran bajo la denominación de Mipymes. Integrando actividades de comercio al por mayor y menor, industria manufacturera, construcción, agricultura, acuicultura y pesca y comunicaciones. Por consiguiente, la base del desarrollo social del país lo integra la producción de bienes y servicios tanto de oferta y demanda de productos con valor agregado constituyéndose así en un pilar fundamental de las Mipymes para la generación de riqueza y empleo (INEC, 2019).

Es así como el aporte significativo en la generación de empleo de cada 4 puestos de trabajo 3 son generados por las Mipymes. De los cuales de cada 100 empleos existentes 44 los generan las microempresas, 17 las pequeñas y 14 las medianas empresas. En cuanto a la generación de ingresos vía venta de bienes y servicios de cada 100 dólares en ventas 39 dólares se generan en las Mipymes. De este modo, se garantiza el mercado laboral mediante la descentralización de la mano de obra, además permiten la concentración de la renta y capacidad productiva desde un menor número de empresas hacia un mayor número (CENEC, 2010).

4.3. Competitividad

La competitividad es un concepto multidimensional se lo puede mirar desde tres niveles distintos: país, industria y a nivel de empresa (Ambastha y Momaya, 2010). No existiendo así un concepto universal de la competitividad, este resulta complejo y amplio.

La competitividad a nivel de industria y país representa un trabajo colectivo en el cual convergen proveedores o industrias conexas, y cadenas de valor, prevaleciendo una buena circulación de la información entre sus actores (Gracia, 2008).

En cuanto a nivel de industria, el concepto de competitividad sigue estando vinculado a la capacidad, se enfoca desde un punto de vista macro ya que se considera es el tejido empresarial, el cual, se encuentra cohesionado alrededor de cierto tipo de actividades, bienes y/o servicios (Pérez y Pizarro, 2016).

Desde un enfoque empresarial Alic (1987) la define como la capacidad que tienen las firmas de diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos en competencia con las firmas de otros países.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (1990) introduce el concepto de competitividad auténtica de un país y la define como la capacidad de incrementar o mantener la participación en los mercados internacionales a la par con el incremento del nivel de vida de la población.

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico define a la competitividad como la habilidad que poseen las naciones e industrias haciendo referencia a los sectores económicos, para generar altos factores de ingresos relativos y adecuados niveles de empleo mientras se encuentran expuestas a la competencia internacional. Del mismo modo, bajo el concepto de competitividad estructural propuesto por la OCDE se entiende como el resultado de la gestión exitosa de las empresas de acuerdo con las estrategias que implementen, tomando en cuenta la fortaleza y eficiencia de la estructura productiva nacional, tendencias a largo plazo en la tasa y estructura de la inversión, estructura técnica y demás factores de las externalidades en las cuales se apoyan las empresas (Suñol, 2006).

4.4. Importancia de la competitividad

La importancia de la competitividad radica en la relación positiva con el crecimiento económico de un país en el largo plazo. Considerándose competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias y de esta manera incrementar la producción de las empresas, por ende, mejora la calidad de vida de su población. De acuerdo con Enright, *et al* (1994) para las empresas de una nación la competitividad resulta importante para que puedan protegerse en contra de las amenazas de la economía internacional. Así también, las unidades productivas de una nación deben saber cómo administrar los recursos que poseen, de modo que puedan elevar su productividad y estar a la vanguardia de los requerimientos del mercado en el cual se desempeñan.

Dado el entorno globalizado de la economía en la cual los mercados son altamente competitivos, es de vital importancia mejorar la competitividad de acuerdo con los cambios que se van generando en una economía. Es así como la competitividad a nivel empresarial se ha incrementado sustancialmente. A fin de garantizar la supervivencia y éxito de las unidades productivas, por consiguiente, es indispensable conocer los factores que coadyuvan a mejorar los niveles de competitividad de las empresas. Por ende, una competitividad bien desarrollada es pieza clave para

llevar a cabo estrategias y campañas efectivas, además permite alcanzar las metas de crecimiento que se plantean (Collins, Rosales y Villao, 2017).

En consecuencia, la competitividad es parte fundamental en la toma de decisiones del gerente de la empresa en la medida en la que se relaciona la eficiencia y eficacia interna de una organización. Reconocer a tiempo las ventajas competitivas que poseen las empresas permite obtener mejores rendimientos en los aspectos en que es más fuerte en comparación a sus rivales dentro del sector y de este modo corregir carencia que pueda afectar la estabilidad en el mediano y largo plazo (Coulter y Robbins, 2010).

4.5. Factores de competitividad según la CEPAL y OCDE

Estudios realizados por la CEPAL para los países en desarrollo concluyen que los factores que determinan la competitividad considerando a la empresa como el elemento central sin dejar de lado la estructura y sistema económico son: la capacidad innovadora y la sofisticación del ambiente de negocios con respecto a la empresa es decir las empresas deberán proponer políticas de modernización en tecnología y equipo. Del mismo modo factores como el mercado, capacitación de la mano de obra, ambiente macroeconómico van en conjunto para que una empresa logre incrementar su nivel de competitividad (Medeiros, Goncalves y Camargos, 2019).

La OCDE distingue tres factores tales como: la innovación como elemento constitutivo central del desarrollo económico, la capacidad de innovación de una organización industrial situada fuera de las teorías tayloristas para desarrollar capacidades propias de aprendizaje y el papel de las redes de colaboración orientadas a la innovación y apoyadas por diferentes instituciones para fomentar las capacidades de innovación (Hernández, 2001).

Es decir, el resultado de una eficiente gestión de las unidades de producción, sin dejar de lado su estructura y fortaleza dentro del sector al que pertenezcan, así como las tendencias a largo plazo en la tasa y estructura de la inversión, infraestructura técnica y demás externalidades que surgen como factores determinantes (Suñol, 2006).

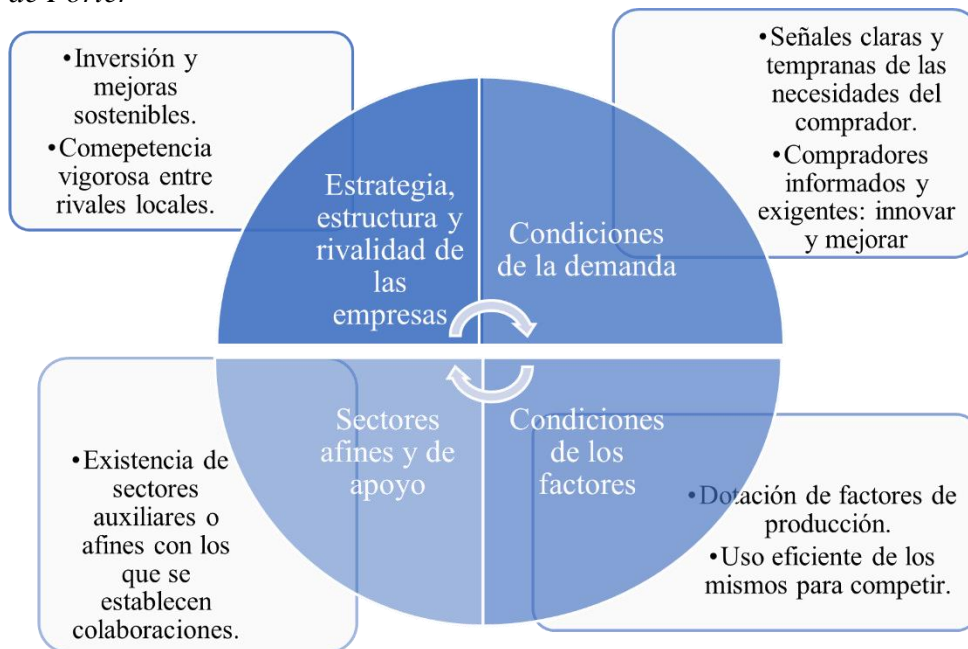
4.6. Fuentes de la competitividad según Porter

Porter (1990) parte de la teoría de la ventaja competitiva que se había estudiado hasta entonces referido solo a empresas, es así que lo aplica a las industrias de un país y por ende a las naciones abriendo camino a estudios posteriores de manera que se refiere a competitividad como la

capacidad para mantener y elevar su injerencia en mercados internacionales, con un incremento a la par del nivel de vida de los habitantes de una población y considera que el incremento de la productividad es el único camino para conseguirlo. Haciendo referencia a que son las empresas mas no los países los que compiten en estos mercados. Parte también de que la meta de la estrategia competitiva que llevan a cabo las empresas es encontrar una posición en el sector al que pertenecen y así poder defenderse de las fuerzas competitivas del mercado y ponerlas a su favor.

Los principales determinantes de competitividad que se enuncian en el diamante de Porter, considerado un sistema vinculado mutuamente el cual diagnostica la situación competitiva de un país o región son: condiciones de demanda, condiciones de factores, estrategias, estructura y rivalidad; y sectores afines y de apoyo. A esto elementos como la casualidad y el papel del estado contribuyen a mejorar el diamante de la competitividad. Sin embargo, en sus últimos estudios surgen factores como el conocimiento y la pericia los cuales se crean mas no se heredan como factores importantes para determinar las ventajas competitivas de las empresas (Porter, 1990).

Figura 1
Diamante de Porter



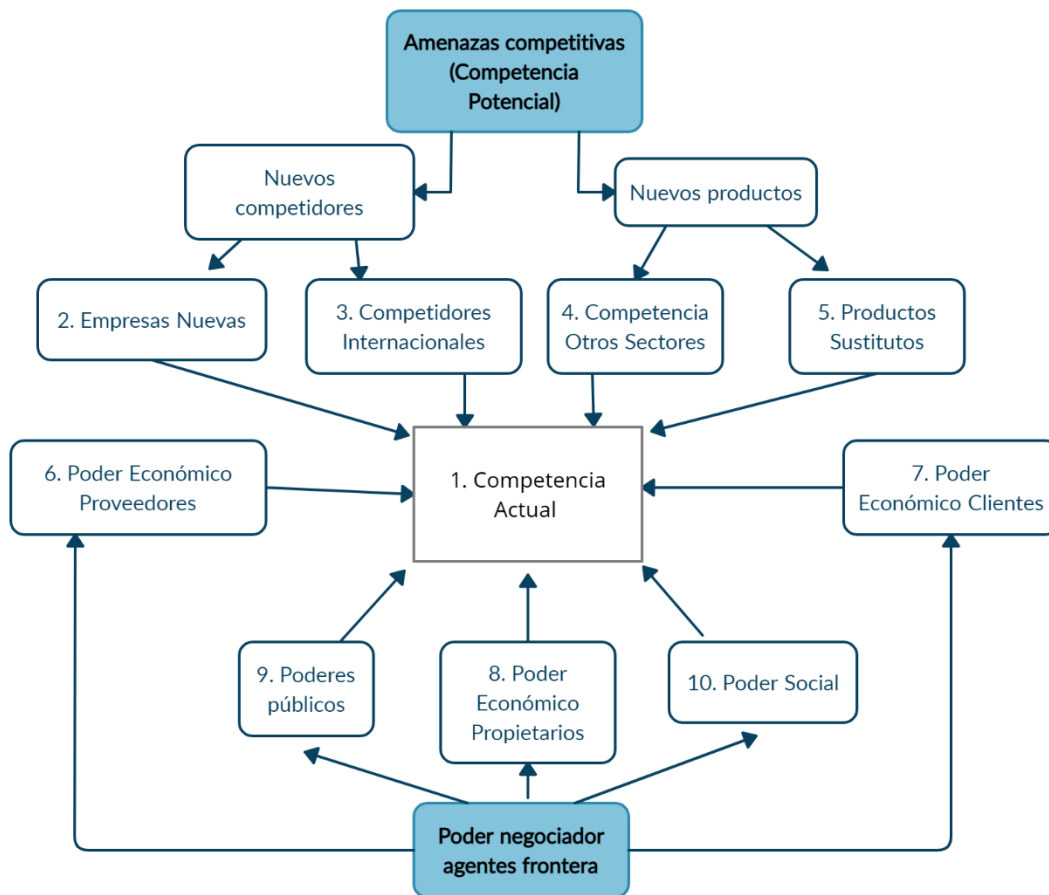
Fuente: Gracia (2008) y Marín (2015).

Elaboración: Valeria Romero

4.7. Fuerzas competitivas del mercado Bueno -Campos.

Tras el reagrupamiento de las fuerzas de Porter y de incluir aspectos ignorados anteriormente. La nueva propuesta que realiza el autor se lo clasifica en tres categorías: competencia actual, competencia potencial y poder negociador de los agentes frontera. Estos últimos denominados agentes frontera por Bueno Campos hacen referencia al conjunto de los agentes económicos y sociales que integran el entorno competitivo de la empresa (Bueno, 1996).

Figura 2
Fuerzas competitivas del mercado



Fuente: Bueno (1996).

Elaboración: Valeria Romero.

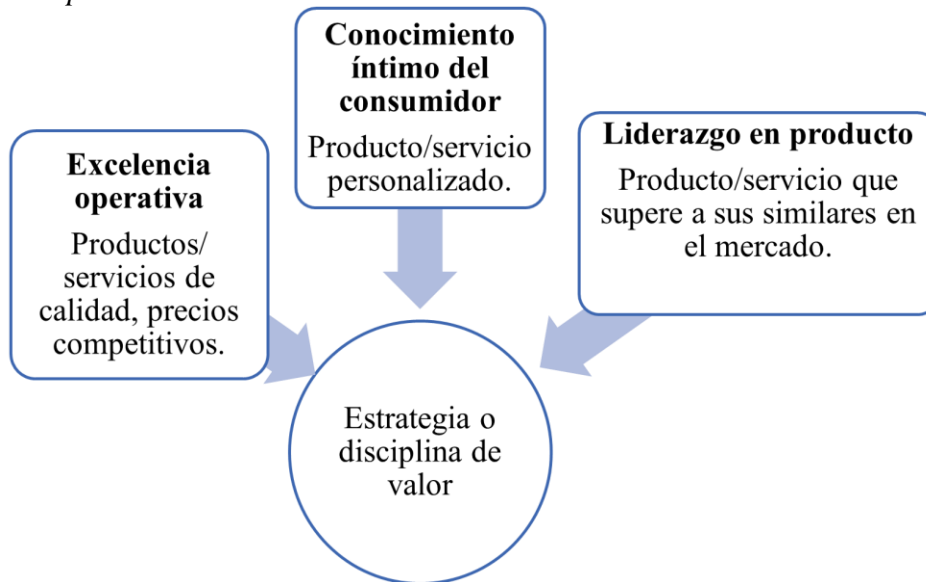
4.8. Teoría de Treacy y Wiersema

De acuerdo con Treacy y Wiersema (1993) se incluyen tres nuevos enfoques que harán que las empresas sean más efectivas si adoptan una de ellas. Estas surgen a raíz del auge tecnológico y crecimiento de pequeños partícipes en sectores productivos de la economía nacional y mundial. Dando así una metodología para la segmentación y diferenciación a lo planteado por Porter. De igual forma la utilización de nuevas herramientas informáticas permitió a las empresas mejorar su gestión competitiva ya que al manejar una mayor cantidad de información se dio paso a modificar las técnicas productivas logrando así la introducción a la robótica que venía ya precedida por la programación de las máquinas industriales.

Se detalla a continuación en la figura 3 las disciplinas de valor denominadas así por ser alternativas para aportar valor al cliente y son tres:

Figura 3.

Las disciplinas de valor



Fuente: Treacy y Wiersema (1993).

Elaboración: Valeria Romero.

4.9. Estrategia del océano azul

Cham Kim y Mauborgne (2005) en su libro Estrategia del Océano Azul trata de estimular la competitividad y la diferenciación en las empresas, como parte fundamental para el éxito o fracaso de estas. Dejando de lado la competencia destructiva si se pretende alcanzar una competitividad en el largo plazo, se propone ampliar los horizontes del mercado en el que se desarrollan las

empresas e innovar para generar valor. A diferencia de Porter que orienta sus estrategias en la competitividad en un sector industrial donde las empresas operan de manera tradicional.

De modo que el origen de esta propuesta nace en la escuela económica emergente denominada crecimiento endógeno la cual menciona que las acciones e ideas de las unidades productivas pueden variar el panorama económico y sectorial.

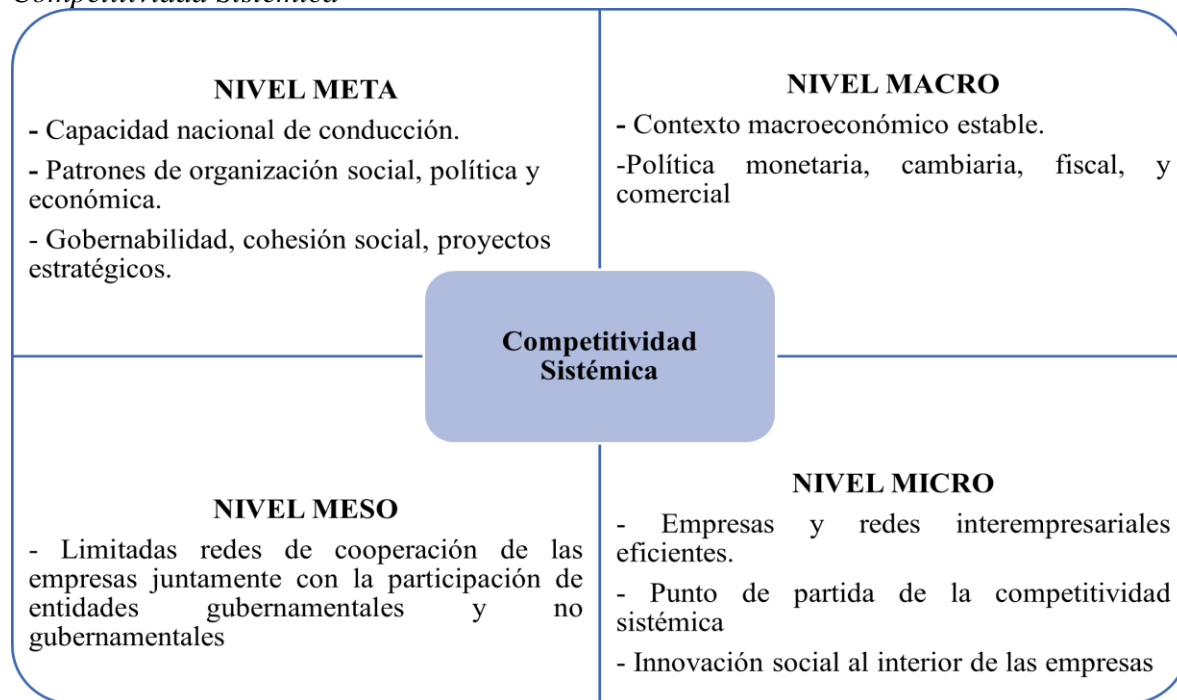
La teoría parte de dos figuras denominadas océano rojo y océano azul. Entendiendo por océano rojo en donde la mayoría de las empresas tradicionales compiten con productos o servicios ya existentes haciendo la competencia más fuerte, donde las reglas del juego y límites son totalmente aceptados y conocidos por todos (Benítez, 2015).

Mientras que en el océano azul se crean mercados que no son explotados, donde la competencia es irrelevante. Es así como la propuesta es que en vez de dejar que el sector defina las estrategias a llevar a cabo, las empresas deben elaborar una que defina su entorno y para esto se basan en cuatro principios que son: centrarse en la idea central mas no en los números, crear nuevos espacios de consumo, ir más allá de la demanda existente y asegurar la viabilidad comercial del océano azul. Sin dejar de lado la idea de que para conseguir el éxito deseado se deberá elegir una de las tres propuestas estratégicas planteadas a continuación: propuesta de valor que atraiga clientes, propuesta de utilidades que permita a la empresa generar utilidades con su propuesta de valor y una propuesta a las personas que motive a sus empleados a trabajar y ejecutar la estrategia (Cham Kim y Mauborgne, 2005).

4.10. Teoría de la competitividad sistémica

La competitividad sistémica indica que la ventaja competitiva surge tras una eficaz articulación entre el Estado, empresas, instituciones intermedias y destrezas organizativas de una sociedad. Considera la competitividad desde cuatro niveles relacionados entre sí: el meta, macro, meso y micro como se detalla en la figura 4, de igual forma es pertinente la interacción, y adecuada elaboración de políticas que beneficien a todos los agentes involucrados. Bajo el supuesto de integrar a los actores como un todo, se plantea reformas económicas y cambio de paradigma en la sociedad, propiciando que los estándares internacionales sean cada vez más exigentes a las empresas locales. (Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1996).

Figura 4
Competitividad Sistémica



Fuente: Hernández (2001), Esser, et al (1996); Labarca (2007); Eissa y Ferro (2001).

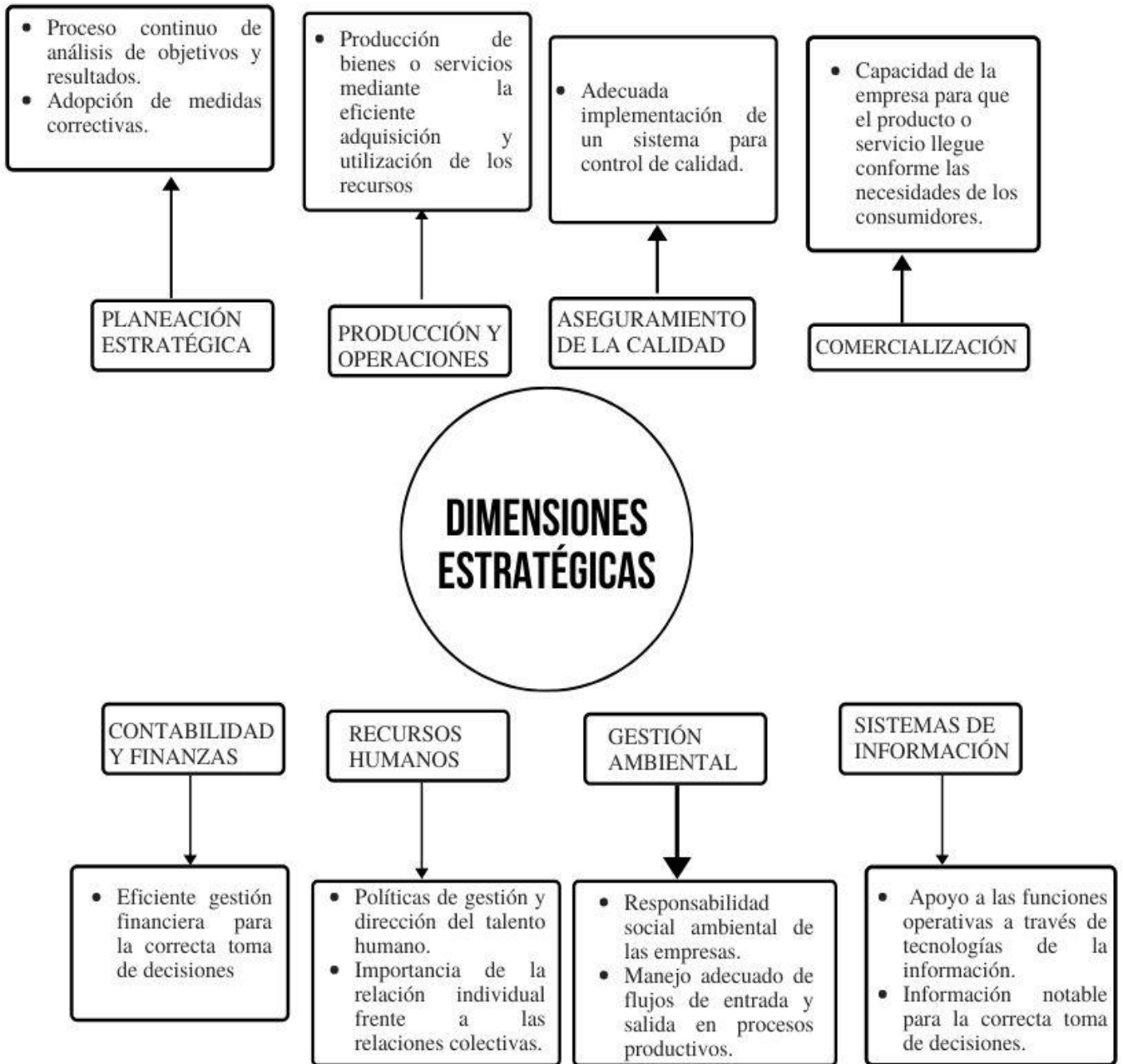
Elaboración: Valeria Romero.

4.11. Mapa de Competitividad del BID

El mapa de competitividad fue desarrollado con el auspicio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (CDEE) y modificado por Saavedra (2014), el mapa sirve para identificar de manera preliminar las fortalezas y debilidades de las dimensiones estratégicas de la empresa, las cuales obtienen un porcentaje en cada área de la empresa. Incluye aspectos internos como se detalla en la Tabla 1, que supervisan los ejecutivos de las Mipymes, por consiguiente, que el nivel competitivo de cada empresa depende de los factores mencionados (Cabrera, López y Ramírez, 2011).

De esta manera, para la medición por dimensión estratégica se considera particularidades de la población en estudio ya que de esto dependerá el número de preguntas que contenga el instrumento. Obteniendo una calificación por dimensión la cual se pondera revelando su desempeño competitivo y el promedio de todas permitirá determinar el nivel de competitividad (Mora, 2013).

Figura 5
Dimensiones estratégicas



Fuente: Anaya (1998); Estrada (2010); Katz y Hilbert (2003); Martínez y Álvarez (2006); Martínez *et al* (2009) Rubio y Aragón (2002); Saavedra, *et al* (2007).

Elaboración: Valeria Romero.

Tabla 1
Mapa de competitividad del BID

Dimensiones	Sub dimensiones
Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de planificación estratégica - Implementación de la estrategia
Producción y operaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación y proceso de producción. - Capacidad de producción. - Mantenimiento. - Investigación y desarrollo - Aprovechamiento - Manejo de inventarios. - Ubicación e infraestructura.
Aseguramiento de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales de la calidad. - Sistema de calidad.
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Mercadeo nacional: mercadeo y ventas. - Mercadeo nacional: servicios. - Mercadeo nacional: distribución - Mercadeo exportación: plan exportador. - Mercadeo exportación: producto - Mercadeo exportación: competencia y mercadeo. - Mercadeo exportación: distribución física internacional. - Mercadeo exportación: aspectos de negociación. - Mercadeo exportación: participación en misiones y ferias.
Contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo de costos y contabilidad. - Administración financiera. - Normas legales y tributarias.
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales. - Capacitación y promoción del personal. - Cultura organizacional. - Salud y seguridad industrial.
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Política ambiental de la empresa. - Estrategia para proteger el medio ambiente. - Concientización y capacitación del personal en temas ambientales. - Administración del desperdicio.
Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> - Planeación del sistema. - Entradas. - Procesos. - Salidas.

Fuente: Martínez y Álvarez (2006).

Elaboración: Valeria Romero.

CAPÍTULO II

5. METODOLOGÍA

La presente investigación es descriptiva, no experimental de corte transversal, la población son los socios de la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo que actualmente la conforman 113 empresas. Debido a condiciones geográficas y de comunicaciones fue posible encuestar a 102 Mipymes.

Se recopilaron datos para determinar el nivel de competitividad de las empresas que integran la CAPICH, mediante una encuesta compuesta por 47 preguntas, el cuestionario estructurado con preguntas cerradas, organizado en ocho dimensiones de la empresa 6 de planeación estratégica, 11 de producción y operaciones, 5 de aseguramiento de la calidad, 7 de comercialización, 6 de contabilidad y finanzas, 6 de recursos humanos, 3 de gestión ambiental y 3 de sistemas de información, adaptado por Saavedra (2014) la cual fue aplicada a los gerentes o dueños de las empresas, y la medición se realizó a través de una escala de Likert con opciones que van desde 1 nunca, 2 casi nunca, 3 a veces, 4 casi siempre, 5 siempre.

5.1. Análisis de fiabilidad y consistencia interna

Ahora bien, aun cuando el instrumento ha sido validado en otros casos de estudio, se realizó una prueba de fiabilidad interna utilizando Alfa de Cronbach ya que expresa la consistencia interna a partir de la covariación entre los ítems del cuestionario, es así, que cuanto mayor sea la covariación, existirá mayor puntuación alfa de Cronbach y una mayor fiabilidad (Barrios y Cosculluela, 2013). El resultado de la prueba de fiabilidad del instrumento es de 0,987 como se muestra en la tabla 2, por tanto, es de alta confiabilidad.

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,987	47

Fuente: Elaboración propia

5.2. Validación del instrumento

5.2.1. Análisis factorial exploratorio

Así también se validó el constructo con análisis factorial exploratorio (AFE) y posterior análisis factorial confirmatorio (AFC). Teniendo en cuenta que el AFE trata de identificar el menor

número de factores con mejor relación, identificando comunalidades, para finalmente encontrar la mejor combinación. De acuerdo con diferentes autores como Lloret, *et al* (2014), López y Gutiérrez (2019) coinciden en que toda técnica necesita un análisis previo antes de dar su respuesta final, es así como para la población en estudio, el análisis factorial exploratorio arrojó un valor de adecuación de la muestra categorizado en bueno (KMO=0.818) donde las pruebas de esfericidad de Bartlett mostraron la existencia de diferentes factores ($X^2=10180.03$, $p<0.001$) evaluando consistencia interna mediante la adecuación de los ítems a formar constructos. Así también los análisis de comunalidades muestran cómo se distribuyeron los valores (ver anexo 1).

El análisis de varianza total explicada mostró la existencia de 6 componentes que presentaban autovalores mayores a 1. Sólo 6 de los 47 componentes que arrojó, superaron este valor. En cuanto a la rotación ortogonal varimax hace referencia a la relación entre las posibles variables latentes a utilizar, indicando así la existencia de 6 factores en donde los ítems se distribuyeron en las variables latentes que se muestran en la tabla 3. Los ítems 18, 21, 22 y 28 no tuvieron un valor adecuado (cargas factoriales $>.5$) para ubicarlos en alguno de los factores arrojados por el análisis y de este modo se busca eliminar cargas factoriales muy bajas que para la población en estudio no evalúa (ver anexo 2).

Tabla 3

Matriz de componente rotado

F1	F2	F3	F4	F5	F6
Ítem 36	Ítem 7	Ítem 1	Ítem 30	Ítem 23	Ítem 19
ítem 37	Ítem 8	Ítem 2	Ítem 31	Ítem 24	Ítem 20
Ítem 38	Ítem 9	Ítem 3	Ítem 32	Ítem 25	
Ítem 39	Ítem 10	Ítem 4	Ítem 33	Ítem 26	
Ítem 40	Ítem 11	Ítem 5	Ítem 34	Ítem 27	
Ítem 41	Ítem 12	Ítem 6	Ítem 35	Ítem 29	
Ítem 42	Ítem 13				
Ítem 43	Ítem 14				
Ítem 44	Ítem 15				
Ítem 45	Ítem 16				
Ítem 46	Ítem 17				
Ítem 47					

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Análisis factorial confirmatorio

A partir del AFE se probó mediante un AFC dos modelos: uno con ocho factores que corresponde al estudio original y el otro solo con cinco factores los cuales cumplen los parámetros establecidos

de al menos 3 ítems por factor que corresponde al análisis obtenido mediante AFE en este estudio (ver anexo 3). Para el modelo con 8 factores del estudio original los valores del análisis no se ajustaron a las variables propuestas, mientras que el modelo de 5 factores explicó de mejor manera la validez del instrumento como se muestra a continuación en la tabla 4.

Tabla 4
AFC 2 Modelos

Modelo	X^2	p	df	RMSEA	CFI	AIC
Modelo de 8 factores	5705.09	<.001	5,517	0.211	0.579	5893.09
Modelo de 5 factores	3 978.65	<.001	5,107	0.202	0.647	4142, 65

Fuente: Elaboración propia

Nota: X^2 : Chi-cuadrado; RMSEA: Error cuadrático medio de aproximación; CFI: Índice de ajuste comparativo; AIC: criterio de información de Akaiken.

Por otra parte, una vez recopiladas todas las respuestas se establecieron promedios simples para cada pregunta, a continuación, se lo realizó para cada dimensión y luego de manera general. Los resultados se ubicaron de acuerdo con los niveles de competitividad. Posteriormente se pondera de forma diferente las dimensiones dependiendo del sector al que pertenezcan las empresas como se presentan en la tabla 5 y de esta manera evaluar su nivel de competitividad:

Tabla 5
Ponderaciones de competitividad por sector económico

Dimensión Estratégica	Comercial	Industrial	Servicios
Dimensión 1:			
Recursos humanos	13%	15%	22%
Sistemas de Información	11%	9%	15%
Gestión Ambiental	10%	7%	8%
Dimensión 2:			
Producción y Operaciones	16%	20%	11%
Dimensión 3:			
Planeación Estratégica	15%	16%	17%
Dimensión 4:			
Contabilidad y Finanzas	12%	12%	11%
Dimensión 5:			
Comercialización	23%	21%	16%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los Mapas de competitividad del BID.

Finalmente, el desempeño de cada dimensión es medido en una escala de 0 a 100 como se detalla en la tabla 6:

Tabla 6*Rangos de competitividad*

Rango	Porcentaje
Muy alta	81 – 100
Alta	61 – 80
Media	41 – 60
Baja	21- 40
Muy baja	0 - 20

Fuente: Saavedra (2014).**Elaboración:** Valeria Romero.**5.3. Estimación del modelo econométrico**

Posteriormente para determinar la relación entre la competitividad y las dimensiones, se utilizó la técnica de análisis de regresión lineal múltiple el cual permitirá establecer las dimensiones que tengan mayor incidencia en el nivel de competitividad. Tomando en cuenta que:

$$Y_i = B_0 + B_1X_{1i} + B_2X_{2i} + B_3X_{3i} + B_4X_{4i} + B_5X_{5i} \quad (\text{Ecuación 1})$$

Donde:

Y_1 = Competitividad (Índice de competitividad por empresa).

X_{1i} = Recursos humanos, Sistemas de información y Gestión ambiental (Promedio ponderado de la dimensión por empresa).

X_{2i} = Producción y operaciones (Promedio ponderado de la dimensión por empresa).

X_{3i} = Planeación estratégica (Promedio ponderado de la dimensión por empresa).

X_{4i} = Contabilidad y finanzas (Promedio ponderado de la dimensión por empresa).

X_{5i} = Comercialización (Promedio ponderado de la dimensión por empresa).

CAPÍTULO III

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La aplicación del instrumento validado en las empresas que integran la CAPICH, período 2021 ha permitido obtener los siguientes resultados:

Tabla 7

Generalidades de las Mipymes encuestadas

Preguntas	Industria	Servicios	Comercio	Total	Participación
Género					
Femenino	19	7	17	43	42%
Masculino	23	15	21	59	58%
Nivel de estudio gerente/dueño					
Primaria	0	4	3	7	7%
Secundaria	9	10	12	31	30%
Superior pregrado	14	4	10	28	27%
Superior posgrado	19	4	13	36	35%
Tamaño de la empresa					
Micro	11	7	10	28	27%
Pequeña	19	13	20	52	51%
Mediana	12	2	8	22	22%
Años de funcionamiento					
De 1 a 3 años	2	0	4	6	6%
De 4 a 6 años	8	6	8	22	22%
De 7 a 9 años	10	4	6	20	20%
De 10 a 12 años	6	6	8	30	29%
De 13 a 15 años	4	2	0	6	6%
De 16 en Adelante	12	4	12	28	27%
Total Mipymes	42	22	38	102	

Fuente: Encuestas CAPICH 2021

Elaboración: Propia.

De los 102 socios encuestados, 42 empresas corresponden al sector industria, 38 al sector comercio y 22 al sector servicios. Dentro de los tres sectores económicos el 58% de las empresas están dirigidas por hombres, mientras que el 42% por mujeres.

De las 42 empresas que pertenecen al sector industria, 19 empresas es decir el 45% corresponden a la pequeña empresa, el 29% a la mediana y el 26% a la micro. El 45% (19) de los dueños o gerentes que lideran en el sector cuentan con un nivel de estudios de posgrado, el 33% (14) con estudios de pregrado y el 21% (9) estudios secundarios. Lo que ha permitido su permanencia en

el mercado ya que el 29% (12) de las empresas se encuentran activas con más de 16 años en el mercado. Seguido del 24% (10) de empresas que llevan de 7 a 9 años en el mercado.

En cuanto al sector servicios, el 59% (13) de los encuestados se encuentran bajo la denominación de pequeña empresa, el 29% (7) mediana y el 26% (2) microempresa. De los cuales el 45% de las empresas están dirigidas por personas con estudios secundarios, así también con estudios de posgrado, pregrado y primarios con el 18% cada uno. Permitiendo así contar con empresarios que cuentan con experiencia ya que el 73% de las empresas en el sector cuentan con 10 a 12 años de funcionamiento.

Del mismo modo el sector comercio se encuentra liderado por el género masculino en un 55% (21), mientras que el 45% (17) por el género femenino. De manera que el 53% son pequeñas empresas (20), el 26% micro (10) y el 21% mediana empresa (8). En cuanto al nivel de instrucción del gerente o dueño de la empresa el 34% cuentan con estudios de posgrado (13), el 32% secundaria (12), 26% estudios de pregrado (10) y el 8% estudios primarios (3). Así también el 32% de las empresas cuentan con más de 16 años de funcionamiento en el mercado y apenas un 11% empresas (4) con 1 a 3 años de experiencia en el mercado.

Sector Industria

Tabla 8

Nivel de competitividad del sector Industria

Dimensión estratégica	Nivel de Competitividad	Rango de Competitividad
Recursos humanos, Sistemas de información y Gestión ambiental	35%	Baja
Producción y Operaciones	77%	Alta
Planeación Estratégica	62%	Alta
Contabilidad y Finanzas	43%	Media
Comercialización	75%	Alta
Nivel de competitividad del Sector	58%	Media

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la metodología con base en el mapa de competitividad del BID, el nivel de competitividad para el sector es del 58% correspondiente a un nivel medio de competitividad. Considerando el análisis por dimensiones: producción y operaciones, comercialización y

planeación estratégica se ubican en un rango alto de competitividad con 77%, 75% y 62% respectivamente. Dado que las empresas disponen de información básica de sus competidores (calidad, reputación, precios y fuerza de ventas), así como las unidades productivas tienen claramente definido su mercado objetivo y estrategias de corto plazo en cuanto a posicionamiento y comercialización. Así también se ha identificado que gran parte de las empresas planean su producción con base en pronósticos de ventas y existen medidas para el control del flujo de producción, y cuentan con planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción en caso de que su demanda se incremente (Anaya, 1998).

Por otra parte, existen falencias en la subárea de sistemas de información obteniendo un nivel de competitividad del 35% (baja), como consecuencia al no utilizar una correcta política para sistematizar el respaldo de los archivos más importantes, así como procesos de contingencia en caso de fallas en los equipos de proceso de información.

Sector Comercio

Tabla 9

Nivel de competitividad sector Comercio

Dimensión estratégica	Nivel de Competitividad	Rango de Competitividad
Recursos humanos, Sistemas de información y Gestión ambiental	40%	Baja
Producción y Operaciones	55%	Media
Planeación Estratégica	57%	Media
Contabilidad y Finanzas	43%	Media
Comercialización	82%	Muy alta
Nivel de competitividad del Sector	55%	Media

Fuente: Elaboración propia.

Existe un nivel de competitividad medio (55%) en 14 de las 22 empresas que integran el sector comercio. Respecto al análisis realizado por dimensiones estratégicas, la comercialización obtuvo el 82% (muy alta) dado que el 32% de las Mipymes tienen más de 16 años de experiencia en el mercado por lo cual tienen claramente definido su mercado objetivo de modo que funcionan las estrategias que llevan a cabo al comercializar y posicionar sus productos. Así como disponen de información de sus competidores respecto a la reputación, precio y calidad.

Así también hace que el talento humano de las Mipymes se involucre activamente en el logro de

objetivos de las empresas y que éstas apliquen una estrategia de negocios básica conocida por todos aquellos que deben ejecutarla, de modo que consideran apto su proceso productivo y de esta manera ofertar productos con precios competitivos y de calidad (Martínez y Álvarez, 2006). Esto se ve reflejado en sus dimensiones de planeación estratégica, producción y operaciones; contabilidad y finanzas se encuentran en el rango medio de competitividad con 57%, 55% y 43 respectivamente

En tanto la subárea de gestión ambiental alcanzó un 24% de competitividad ya que las empresas no emplean políticas de responsabilidad social respecto al cuidado del medio ambiente, puesto que tampoco utilizan nuevas tecnologías amigables con el medio ambiente ya que consideran un gasto para la empresa.

Sector Servicios

Tabla 10

Nivel de competitividad sector Servicios

Dimensión estratégica	Nivel de Competitividad	Rango de Competitividad
Recursos humanos, Sistemas de información y Gestión ambiental	47%	Media
Producción y Operaciones	32%	Baja
Planeación Estratégica	58%	Media
Contabilidad y Finanzas	34%	Baja
Comercialización	46%	Media
Nivel de competitividad del Sector	43%	Media

Fuente: Elaboración propia

Existe un nivel de competitividad medio (43%) para el sector servicios. De acuerdo con el análisis realizado por dimensiones estratégicas se ubican en el rango de competitividad media las áreas de planeación estratégica, recursos humanos y comercialización con el 58%, 47% y 46% respectivamente debido a que existe una buena comunicación en los diferentes niveles de las Mipymes, las responsabilidades de cada uno de los colaboradores de la empresa están detalladas. Así como el talento humano de las Mipymes están activamente involucrados para alcanzar los objetivos propuestos.

En tanto con una competitividad baja se halla producción y operaciones con el 32%, dado las condiciones de las empresas del sector y contabilidad y finanzas con un 34% evidenciando

falencias ya que las empresas no poseen un sistema de contabilidad establecido y eficiente que permita proporcionar información confiable para la correcta toma de decisiones (Martínez y Álvarez, 2006).

Para la segunda parte del estudio, en el análisis econométrico se considera a los tres sectores económicos y para comprobar las relaciones existentes se mide la correlación de Pearson de cada una de las dimensiones estratégicas en relación con el nivel de competitividad, obteniendo una correlación significativa y positiva entre todas las dimensiones como se muestra en la tabla 11:

Tabla 11
Coefficientes correlación de Pearson

	NC	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3	Dimensión 4	Dimensión 5
NC	1,000	,477	,815	,774	,884	,891
Dimensión 1	,477	1,000	,046	,468	,499	,355
Dimensión 2	,815	,046	1,000	,528	,606	,638
Dimensión 3	,774	,468	,528	1,000	,616	,539
Dimensión 4	,884	,499	,606	,616	1,000	,812
Dimensión 5	,891	,355	,638	,539	,812	1,000

Fuente: Elaboración propia.

Nota: NC: Nivel de competitividad; Dimensión 1: Recursos humanos, Sistemas de información y Gestión ambiental; Dimensión 2: Producción y operaciones; Dimensión 3: Planeación estratégica; Dimensión 4: Contabilidad y finanzas; Dimensión 5: Comercialización.

Para contrastar, se formuló un modelo de regresión lineal múltiple mediante el método por pasos hacia atrás, y así se determinó que solo cuatro de las cinco variables independientes utilizadas en el modelo permiten explicar mejor la variable dependiente y ver que tanto influyen en el nivel de competitividad. Para lo cual se utilizó el programa SPSS.

El valor obtenido de R cuadrado ajustado para el modelo 4 (4 de 4) es de 0,961 lo cual significa que las dimensiones estratégicas de recursos humanos, producción y operaciones, planeación estratégica, contabilidad y finanzas explican en un 96% el nivel de competitividad de las empresas como se muestra en la tabla 12.

Tabla 12
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio de R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
1	,477 ^a	0,227	0,219	11,303	0,227	29,404	1	100	0,000	
2	,926 ^b	0,857	0,854	4,887	0,630	435,892	1	99	0,000	
3	,948 ^c	0,899	0,896	4,123	0,042	41,138	1	98	0,000	
4	,981 ^d	0,963	0,961	2,520	0,063	165,350	1	97	0,000	1,250

Fuente: Elaboración propia.

- a. Predictores: (Constante), Dimensión 1
- b. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2.
- c. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2, Dimensión 3
- d. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2, Dimensión 3, Dimensión 4
- e. Variable dependiente: Nivel de competitividad

Para el análisis de la varianza que se muestra en la tabla ANOVA se observa una significancia de 0,000 con ello se afirma que las variables independientes aportan significancia al modelo. Así también la prueba F muestra valores significativos (ver tabla 13).

Tabla 13
Estadísticas del modelo

ANOVA						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	3756,730	1	3756,730	29,404	,000 ^b
	Residuo	12776,324	100	127,763		
	Total	16533,054	101			
2	Regresión	14168,359	2	7084,179	296,585	,000 ^c
	Residuo	2364,695	99	23,886		
	Total	16533,054	101			
3	Regresión	14867,515	3	4955,838	291,601	,000 ^d
	Residuo	1665,538	98	16,995		
	Total	16533,054	101			
4	Regresión	15917,244	4	3979,311	626,806	,000 ^e
	Residuo	615,809	97	6,349		
	Total	16533,054	101			

- a. Variable dependiente: Nivel de competitividad
- b. Predictores: (Constante), Dimensión 1
- c. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2.
- d. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2, Dimensión 3
- e. Predictores: (Constante), Dimensión 1, Dimensión 2, Dimensión 3, Dimensión 4

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro de coeficientes muestra que cada una de las variables que explican el nivel de competitividad siendo todas de manera positiva, por lo que se estima la siguiente ecuación (ver tabla 14):

$$NC = 0,240 + 0,207 R.H_{1i} + 0,245P.O_{2i} + 0,200P.E_{3i} + 0,470C.F_{4i}$$

Tabla 14
Análisis de regresión múltiple

Modelo	Coeficientes ^a				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	28,720	4,800		5,983	0,000
Dimensión 1	0,638	0,118	0,477	5,423	0,000
2 (Constante)	5,128	2,363		2,170	0,032
Dimensión 1	0,589	0,051	0,440	11,564	0,000
Dimensión 2	0,432	0,021	0,794	20,878	0,000
3 (Constante)	0,981	2,096		0,468	0,641
Dimensión 1	0,420	0,050	0,314	8,325	0,000
Dimensión 2	0,354	0,021	0,650	16,592	0,000
Dimensión 3	0,261	0,041	0,284	6,414	0,000
4 (Constante)	0,240	1,282		0,187	0,852
Dimensión 1	0,207	0,035	0,154	5,900	0,000
Dimensión 2	0,245	0,016	0,450	15,738	0,000
Dimensión 3	0,200	0,025	0,218	7,900	0,000
Dimensión 4	0,470	0,037	0,400	12,859	0,000

a. Variable dependiente: Nivel de competitividad

Fuente: Elaboración propia.

La dimensión que inciden en mayor medida es contabilidad y finanzas, y en menor medida producción y operaciones, planeación estratégica y recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental. Por otra parte, la dimensión de comercialización se la excluyo del modelo a pesar de existir evidencia teórica que la respalda (Flores y González, 2009). Esto a causa del uso tradicional de los canales de distribución ya que hoy en día el manejo de plataformas digitales y el comercio electrónico son mecanismos importantes para una comercialización más eficiente.

6.1. Discusión

Al contrastar los resultados obtenidos de la presente investigación se obtiene que las Mipymes adscritas a la CAPICH tiene un nivel medio de competitividad esto coincide con los resultados generales encontrados por Melo, Sánchez y Corbelle (2020). Dado que muestran similares características de antigüedad en el mercado, al mismo tiempo la evidencia empírica demuestra que las empresas emplean un correcto direccionamiento de políticas en administración, control y gestión en el corto y mediano plazo.

Del mismo modo en el análisis por dimensiones estratégicas la comercialización alcanzó un rango alto y muy alto de competitividad en la industria y comercio respectivamente. Contrariamente, el análisis econométrico, la exceptuó del modelo a pesar de existir evidencia teórica que la respalda (Flores y González, 2009). Esto a causa del ineficaz manejo de políticas de ventas, el uso convencional de los canales de distribución ya que en la actualidad la utilización de plataformas digitales y el e-commerce son mecanismos importantes para optimizar la satisfacción del cliente.

De ahí que, en dimensiones como planeación estratégica, producción y operaciones se evidencia un rango alto de competitividad en el sector industria, ya que los directivos emplean estrategias básicas de negocios y los objetivos que persiguen son medibles de acuerdo con el tiempo definido concordando parcialmente con los resultados por dimensiones de Melo et al. (2020).

Por el contrario, en los tres sectores económicos el análisis descriptivo encontró falencias en la dimensión 1 que constituye áreas de recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental debido a la incipiente aplicación de políticas en capacitación al personal, responsabilidad social e ineficientes procedimientos en acceso a tecnologías de la información concordando en mayor medida con los resultados de Ibarra, González y Demuner (2017). Sin embargo, el análisis correlacional evidencia que la gestión del talento humano hoy en día es primordial siendo susceptible de ser potenciado en favor de las empresas, así pues, elevar su competitividad de modo que los ejecutivos deben priorizar esta área.

Por otra parte, el análisis descriptivo en el sector servicios indica un rango bajo de competitividad en las áreas de contabilidad y finanzas; producción y operaciones. En forma similar se muestran los resultados de Saavedra, Milla y Tapia (2013) realizado en el sector a las Mipymes del D.F en México, los empresarios no consideran prioritaria la dimensión de contabilidad y finanzas pues

se evidenciaron deficiencias en el área al no utilizar sistemas de contabilidad eficientes, ni adecuadas políticas de planificación financiera formal. Por lo que consideran menos importante al momento de hacer funcionar la empresa y los empresarios no la utilizan como punto de arranque para lograr un mayor nivel de competitividad. Sin embargo, al contrastar con el análisis econométrico demuestra que dicha dimensión incide de manera significativa en la competitividad de las empresas adscritas a la CAPICH. Lo que corrobora la idea que al no considerar significativa esta área las Mipymes dejan de lado una parte sustancial de su propio crecimiento empresarial y consolidación en el mercado.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1. Conclusiones

- Dado el dinamismo económico en la actualidad los mercados son altamente competitivos, por lo que las empresas deben estar a la vanguardia con los cambios que se van generando en una economía. Las principales teorías que explican la competitividad en las Mipymes concuerdan que debe existir un trabajo articulado con los diferentes actores económicos, no obstante, cada teoría tiene sus especificaciones es así como: la competitividad sistémica trata de un sistema compuesto por cuatro niveles (meta, macro, meso y micro) que interactúan entre sí, el cual establecen y componen el desempeño competitivo de las empresas.
- El análisis con base en el mapa de competitividad del BID evidencia que el nivel de competitividad para las Mipymes que integran la CAPICH, durante el período 2021 es del 52% (competitividad media). Encontrando un desempeño similar en los tres sectores económicos dado las generalidades de la población que cuenta con más de 16 años de experiencia en el mercado, es así como: industria 58%, comercio 55% y servicios 43%, así como existe una relación significativa con el nivel de educación del gerente de la empresa, lo que ha permitido descubrir que en más de dos dimensiones se evidencia niveles medios de competitividad.
- Finalmente, mediante la aplicación de regresión lineal múltiple se determinó que existe una relación significativa entre las dimensiones. Incidiendo de forma positiva y en mayor medida 0,470 contabilidad y finanzas, 0,245 producción y operaciones, 0,200 planeación estratégica, 0,207 recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental con el nivel de competitividad de las Mipymes que integran la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo.

7.2. Recomendaciones

- A fin de que se desarrollen nuevas líneas de investigación en los diferentes sectores a escala micro y posterior a escala macro es relevante seguir considerando la teoría de la competitividad sistémica y se pueda contrastar en cada uno de sus niveles. Sin dejar de lado futuras investigaciones con la teoría de Treacy y Wiersema y sus disciplinas de valor.
- Todo lo expuesto lleva a recomendar que, la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo tome acciones de capacitación a fin de fortalecer las capacidades de los gerentes o dueños de las Mipymes en la gestión de los diferentes procesos en áreas como recursos humanos, sistemas de información y gestión ambiental en los sectores industria y comercio. De igual manera promover la capacitación en las dimensiones de contabilidad y finanzas y producción y operaciones en el sector servicios de modo que existan mecanismos para un mejor uso de los recursos por consiguiente puedan mejorar sus niveles de competitividad.
- Es relevante que los resultados obtenidos en la presente investigación puedan servir para abrir otras líneas de investigaciones a escala micro, considerando de manera desagregada cada una de las dimensiones estratégicas, se comprenda las falencias en cada una y se tomen acciones de manera correcta para mejorar su nivel de competitividad.

8. REFERENCIAS

- Ambastha, A and Momaya, K. (2010). *Competitiveness of firms: review of theory, frameworks, Indian Institute of Technology*. Singapore Management Review, 26(1). 45-61.
- Alic, J. (1987). Evaluating industrial competitiveness at the office of technology in society. New York: Basic Book Inc.
- Anaya, J. (1998). *La Gestión Operativa de la empresa. Un enfoque de logística integral*. Madrid: ESIC.
- Barbero, J. (2006). Factores de crecimiento de las Pymes españolas. Madrid: *Fundación EOI*.
- Barreiro, A. (2019). La planificación en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 2(2), 128-133.
- Barrios, M., y Cosculluela, A. (2013). Fiabilidad. *Psicometría*. 75-130.
- Benítez, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad. *Ingeniería Industrial: Actualidad y Nuevas Tendencias* 3(8), 75-82.
- Bueno, E. (1996). *Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnica y casos*. Editorial Pirámide.
- Cabrera, A., López, P., y Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá: Ediciones Fundación Universidad Central.
- Chan Kim, W. y Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.
- Censo Nacional Económico. (2010). *Memorias Técnicas CENEC 2010*. Memoria Técnica del Operativo de Campo a Nivel Nacional.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Asamblea Nacional. Registro Oficial N.º 351, Suplemento.
- Collins, N., Rosales, F. y Villao, J. (2017). *Competitividad sostenible: una herramienta clave en la gestión administrativa*. Santa Elena. Ecuador: Grupo Compás.

- Cordero, D. y Bermeo, K. (2017). Los sistemas de información y su incidencia en la competitividad de la microempresa del sector de los muebles de madera del cantón Cuenca en la Provincia del Azuay. *Revista Economía y Política*, XII (25).
- Coulter, M. y Robbins, S. (2010). *Administración*. D.F. México: PEARSON.
- Estrada, R. (2010). *Planeación estratégica en la Pyme: evidencia empírica de empresas mexicanas*. España: Universidad de Cantabria.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. and Meyer-Stamer, J. (1996). Systemic competitiveness: a new challenge for firms and for government. Santiago, Chile: CEPAL.
- Enright, M., Francés, A. y Scott, E. (1994). Venezuela, el reto de la competitividad. *Ediciones IESA*. Caracas, Venezuela.
- Flores, B. y González, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas. *Cuadernos del CIMBAGE*, 11, 85-104.
- Fong, W., Pitre, R. and Chiquillo, J. (2018). Business competitiveness and its association with exogenous factors in plastic recycling companies of the Colombian Caribbean coast. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(2), 71-79.
- Gavilanes, M., Arias, I., y Colcha, R. (2017). La competitividad en las pymes ecuatorianas basado en la innovación tecnológica. *Revista mkt DESCUBRE*, (10), 73-83.
- Gracia, M. (2008). Los determinantes de la competitividad nacional. Análisis y reflexiones a partir de un marco teórico conceptual. *Temas de Ciencia y tecnología*, 12(36). 12-24.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2015-2030*. Riobamba, Ecuador.
- González, J. (2013). *Study on the competitiveness of smes incubated in empreser of Mexico A.C. Branch San Quintin*, Diss, Autonomous University of Baja California. México.2013.
- Hernández, R. (2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. *CEPAL-Serie Estudios y perspectivas*, (5).

- Ibarra, M., González, L. y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35). 107-130.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019, 18 de septiembre). *Directorio de empresas*.
- Katz, J. and Hilbert, M. (2003). *Building an information society: a Latin American and Caribbean perspective*. Santiago de Chile: Cepal.
- Listerri, J., Angelelli, P., Painter, F., Chrisney, M., Nieder, F., Mico, A. y Wilson, S. (2002). Guía Operativa para Programas de Competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa. Informe de trabajo. Washington: BID.
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., y Tomás, I. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169.
- López, M y Gutiérrez, L. (2019). Como realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS. *Revista d' Innovación i Recerca en Educació*n, 12(2), 1-14.
- Marín, L. (2015). Propuesta de medición de la competitividad de las Pymes radicadas en la provincia de Córdoba (tesis inédita de maestría). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.
- Martínez, J. y Álvarez, C. (2006). *Mapa de Competitividad para el diagnóstico de PYMES. En las memorias XI Foro de Investigación*. Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México, D.F., octubre.
- Martínez, M., Sánchez, L., Santero, R. y Marcos, M. (2009). *Factores de competitividad de la Pyme española 2008*. España: Fundación EOI.
- Medeiros, V., Goncalves, L., y Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la Cepal* (129), 8-27.
- Melo, L., Sánchez, N. y Corbelle, F. (2020). Mapa de la Competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. *Revista Espacios*, 41(05). 8.

- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). *Actualización del Índice de Competitividad Provincial*. Boletín de Inteligencia Comercial Nacional.
- Mora, E. (2013). *Nivel de competitividad de la Mipymes de Bogotá. Análisis por dimensiones estratégicas* (tesis inédita de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Mora, E., Vera, M., y Melgarejo, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134). 79-87.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (OCDE/CEPAL). (2013). *Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de pymes para el cambio estructural*. París: Coediciones, 194p.
- Pérez, C. y Pizarro, Á. (2016). Competitividad en las organizaciones: Las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre-Colombia. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 8(18), 101-116.
- Piñeiro, M., Jaffé, W. and Muller, G. (1993). Innovation, competitiveness and agorindustrial development. Present at the meeting of integrating competitiveness sustainability and social development. Paris.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy; techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Quezada, W., Hernández, G., González, E., Comas, R., Quezada, W.F. y Molina, F. (2018). Gestión de la tecnología y su proceso de transferencia en pequeñas y medianas empresas metalmeccánicas del Ecuador. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 303-314.
- Ramírez, R. y Ampudia, D. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector Comercial. *Revista RECITIUMTM*, 4(1) 16-32.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la Pyme. *Cuadernos de Gestión*, 2(1) 49-63.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17, 32-47.

- Saavedra, M., Hernández, M., Hernández, Y., Mendoza, J., Vázquez, A., Jiménez, M. y Navarrete, D. (2007). *Perfil financiero y administrativo de las pequeñas empresas del Estado de Hidalgo*. Pachuca, México: Instituto de Ciencias Económico Administrativo.
- Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*, 33, 93-124.
- Saavedra, M. (Coord) (2014). *Hacia la determinación de la competitividad de la PYME Latinoamericana*. Ciudad de México, México: FCAPublishing, UNAM.
- Saavedra, M. y Milla, S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: El caso de Querétaro, México. *En Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 5(7), 175-203.
- Saavedra, M., Milla, S. y Tapia, B. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: caso del Distrito Federal, México. *FAEDPYME International Review*, 2(4), 18-32.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 31(2), 179-198.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2018). *Estudio Sectorial: MIPYMES y Grandes empresas*. Guayaquil: Dirección Nacional de Investigación y Estudios.
- Treacy, P. y Wiersema, F. (1993). Customer intimacy and other value disciplines. *Harvard Business Review*, January-February, Estados Unidos.
- Vanegas, B., Sánchez, J. and Pitre, R. (2018). Business competitiveness and its association with assertive intrinsic factors in plastics recycling companies of the Colombian Caribbean Coast, *Contemporary Engineering Sciences*, 11(48), 2381-2389.
- Villegas, D. y Toro, I. (2010). Las Pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. *Revista MBA EAFIT*, mayo de 2010. pp. 86-101.

9. ANEXOS

Anexo 1. Comunalidades

Ítem	Extracción
Ítem 1	0,897
Ítem 2	0,832
Ítem 3	0,883
Ítem 4	0,821
Ítem 5	0,800
Ítem 6	0,923
Ítem 7	0,765
Ítem 8	0,816
Ítem 9	0,753
Ítem 10	0,960
Ítem 11	0,925
Ítem 12	0,916
Ítem 13	0,931
Ítem 14	0,829
Ítem 15	0,914
Ítem 16	0,941
Ítem 17	0,870
Ítem 18	0,810
Ítem 19	0,891
Ítem 20	0,785
Ítem 21	0,779
Ítem 22	0,829
Ítem 23	0,952
Ítem 24	0,881
Ítem 25	0,905
Ítem 26	0,899
Ítem 27	0,911
Ítem 28	0,787
Ítem 29	0,862
Ítem 30	0,874
Ítem 31	0,953
Ítem 32	0,958
Ítem 33	0,959
Ítem 34	0,964
Ítem 35	0,950
Ítem 36	0,885
Ítem 37	0,784
Ítem 38	0,875
Ítem 39	0,853
Ítem 40	0,833
Ítem 41	0,844
Ítem 42	0,807

Ítem 43	0,831
Ítem 44	0,766
Ítem 45	0,871
Ítem 46	0,826
Ítem 47	0,839

Fuente: Elaboración propio.

Anexo 2. Matriz de componentes rotado

	1	2	3	4	5	6
ITEM 1	,203	,313	,779	,196	,229	,246
ITEM 2	,297	,290	,759	,117	,265	-,012
ITEM 3	,332	,326	,769	,213	,162	,060
ITEM 4	,265	,322	,694	,226	,339	,006
ITEM 5	,227	,288	,778	,203	-,046	,129
ITEM 6	,148	,308	,825	,251	,182	,172
ITEM 7	,292	,666	,330	,279	-,071	,211
ITEM 8	,187	,687	,326	,343	-,070	,283
ITEM 9	,247	,728	,221	,208	,220	,148
ITEM 10	,259	,857	,230	,189	,238	-,117
ITEM 11	,145	,848	,254	,232	,201	,164
ITEM 12	,243	,870	,181	,141	,217	,022
ITEM 13	,226	,851	,175	,162	,302	,085
ITEM 14	,145	,751	,391	,087	,048	,286
ITEM 15	,263	,845	,216	,157	,220	,105
ITEM 16	,187	,885	,232	,172	,054	,192
ITEM 17	,304	,778	,122	,156	,360	,059
ITEM 18	,483	,400	,387	,317	,225	,341
ITEM 19	,300	,411	,230	,315	,193	,665
ITEM 20	,452	,309	,249	,305	,192	,542
ITEM 21	,351	,405	,298	,346	,249	,470
ITEM 22	,411	,412	,063	,192	,484	,463
ITEM 23	,432	,358	,155	,329	,711	,022
ITEM 24	,449	,269	,400	,307	,558	,203
ITEM 25	,370	,345	,235	,344	,687	,062

ITEM 26	,378	,317	,343	,354	,590	,254
ITEM 27	,323	,206	,306	,363	,648	,345
ITEM 28	,260	,177	,442	,305	,476	,416
ITEM 29	,514	,271	,313	,280	,585	,077
ITEM 30	,442	,326	,266	,663	,215	,125
ITEM 31	,386	,267	,348	,731	,245	,128
ITEM 32	,370	,269	,182	,779	,285	,166
ITEM 33	,372	,277	,308	,742	,258	,178
ITEM 34	,381	,299	,199	,753	,285	,203
ITEM 35	,345	,253	,317	,767	,243	,134
ITEM 36	,832	,220	,189	,266	,184	,052
ITEM 37	,794	,121	,249	,151	,208	,103
ITEM 38	,775	,243	,163	,381	,078	,195
ITEM 39	,787	,196	,145	,340	,239	-,016
ITEM 40	,762	,314	,237	,234	,172	,117
ITEM 41	,734	,155	,345	,380	,133	,040
ITEM 42	,605	,242	,311	,388	,367	,001
ITEM 43	,600	,342	,216	,351	,414	,114
ITEM 44	,564	,379	,047	,424	,316	,150
ITEM 45	,867	,202	,128	,123	,105	,188
ITEM 46	,748	,297	,194	,129	,252	,247
ITEM 47	,752	,309	,234	,117	,240	,229

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Anexo 3. AFE modelo con 8 y 5 factores

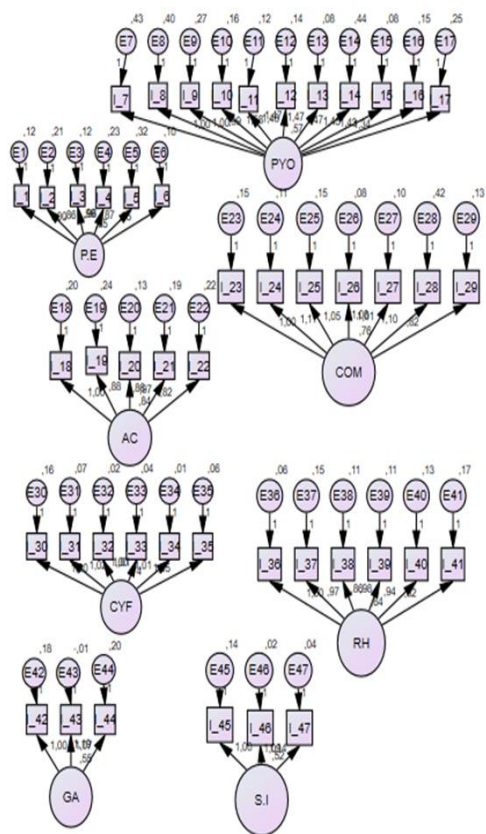


Figura 1 (Modelo con 8 Factores)

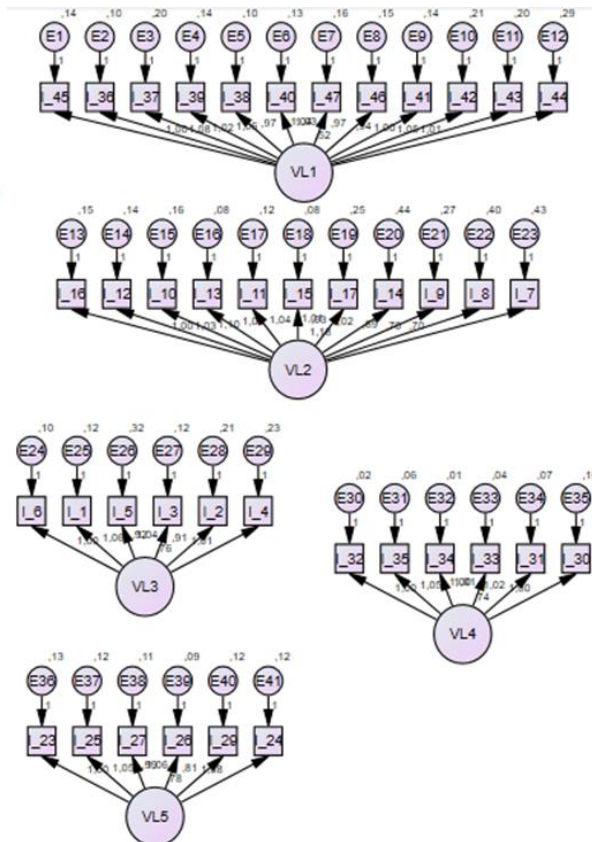


Figura 2 (Modelo con 5 Factores)

Anexo 4. Encuesta aplicada a las Mipymes adscritas a la CAPICH


UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
ECONOMÍA
Determinación de la Competitividad de la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo, período 2021.

Objetivo: Recabar información para determinar el nivel de competitividad de las Mipymes adscritas a la CAPICH.

Instrucciones: Por favor marque con una X de acuerdo a lo que usted considere teniendo en cuenta que: 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 A veces, 4 Casi siempre, 5 Siempre

Datos informativos.

- **Género:** Femenino Masculino
- **Nivel de estudios del gerente/dueño de la empresa:**
Primaria Secundaria Superior pregrado Superior posgrado
- **Sector económico:** Comercio Servicios Industria
- **Tamaño de la empresa:** Micro Pequeña Mediana
- **Años de funcionamiento de la empresa:**
De 1 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a 9 años
De 10 a 12 años De 13 a 15 años De 16 en adelante

Planeación estratégica: actividades futuras de las empresas, involucra el rol y el trabajo de los directivos de la empresa.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
1. La empresa aplica una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.					
2. La planificación estratégica es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables de su ejecución y su cumplimiento.					
3. Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución por parte de las personas responsables del área.					
4. Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa (proveedores, clientes, competidores, tecnologías).					
5. Al formular las estrategias competitivas se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.					
6. El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios.					

Producción y operaciones: conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
7. El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos.					
8. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro visible.					
9. La planeación de la producción está basado en pronósticos de ventas y existen medidas de control para el flujo de producción, conocer el estado y avance de las ordenes de producción.					
10. La empresa conoce la capacidad de producción de su maquinaria y equipo por cada línea de producción y de su recurso humano y define el rango deseado de su utilización.					
11. La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción más allá de su potencial actual para responder a una demanda superior a su capacidad de producción.					
12. Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados.					
13. Existen criterios formales para la planificación de la compra de materias primas, materiales y repuestos.					
14. En general, el criterio usado para seleccionar proveedores de materia prima y materiales es en su orden 1 calidad, 2 servicio, 3 precio, condiciones de pago.					
15. Como resultado de negociaciones con los proveedores se han programado las entregas de materias primas para mantener el inventario en un nivel óptimo según las necesidades.					
16. Hay un nivel óptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo.					
17. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.					
Aseguramiento de la calidad: actividades de control con el fin de ofrecer un producto o servicio sin defectos, por ende, satisfacer las necesidades del cliente.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
18. La gerencia tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.					
19. Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento.					
20. En el proceso de selección de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.					

21. Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.					
22. El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de producción, los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento.					
Comercialización: proceso que se lleva a cabo con el fin de que el producto o servicio llegue del productor al consumidor final, teniendo como premisa incrementar la participación en el mercado.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
23. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.					
24. La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento.					
25. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).					
26. Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones). Son adecuados y se usan de manera eficiente.					
27. El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.					
28. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.					
29. La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.					
Contabilidad y finanzas: generación de información para la toma de decisiones, visualizando el futuro en base a proyecciones financieras.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
30. El sistema de contabilidad y costos proporciona información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.					
31. La empresa tiene un sistema establecido para contabilidad y rotar sus inventarios existe un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.					
32. La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio).					
33. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos.					
34. Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.					
35. Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante alguna Cámara empresarial.					

Recursos humanos: participación activa de todos los trabajadores de la empresa.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
36. La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.					
37. La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (IESS u otro seguro privado)					
38. Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad son criterios claves para la remuneración y promoción del personal, así como para la definición de la escala salarial.					
39. La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.					
40. La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.					
41. Existe una buena comunicación (oral o escrita) a través de los diferentes niveles de la empresa.					
Gestión ambiental: considera la responsabilidad social de la empresa respecto al cuidado del medio ambiente, de tal forma puede mejorar su imagen ante la sociedad.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
42. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establecen los procedimientos y procesos para cumplirlas.					
43. La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y el uso de otras tecnologías.					
44. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se tomó en consideración aspectos ambientales.					
Sistemas de información: apoyo a las funciones operativas a través de las tecnologías de información relevantes para desarrollar una estructura competitiva del negocio.	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
45. Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.					
46. Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico o fallas en el equipo de proceso de información.					
47. La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.					

Gracias por su colaboración.

Anexo 5. Lista de socios adscritos a la CAPICH

N.º	Razón Social	Dirección
1	Vía Inmobiliaria	Avda. Daniel León Borja y Miguel A León
2	Capacñan	Avda. Edelberto Bonilla Parque Industrial
3	Mestiza	Avda. Daniel León Borja y Carabobo
4	Orgatec	Guayaquil y Carabobo
5	Neymatex	Vía a Guano KM 3
6	San Salvador	10 de agosto y Almagro
7	Sumatex	Espejo y Guayaquil
	Productos Lácteos Santillán	San Luis, calle S/N
8	Oleas	
9	Inox	Parque Industrial Avda. Edelberto Bonilla
10	Apicare	Colon y Primera Constituyente
11	IMSA	Parque Industrial Frente a Prolac
12	Cesta	
13	Productora Chimborazo	Pichincha y Chile esquina
14	Apharel Fashion	Parque Industrial Avda. Edelberto Bonilla
15	Scandalo Textil	10 de agosto y Espejo
16	Solucionar	Avda. Unidad nacional y Brasil
17	Briones Villagrán Cía. Ltda.	Avda. Daniel León Borja y Brasil
18	Dismar	Parque Industrial
19	Calle navas Cía. Ltda.	10 de agosto y Espejo
20	Chakana Fashion	Vía a Guano KM 3 y medio
21	Prod. Avícola Colón	Pichincha y Chile esquina
22	Confeccionarav	Rocafuerte y Olmedo
23	Begach	Morona y Venezuela
24	Sacha Textil	Pichincha y Olmedo
	Pier Socks	Parque industrial Avda. Celso Augusto Rodríguez
25		
26	KM Sports	García Moreno y Primera Constituyente
	Constructora metálica Ing.	Ciudadela Pucara Y Mz. 2 Casa 18
27	Vaca	
28	Hilandería Guijarro	Guano Av. 20 De diciembre Y Dunji
29	Hormigones Moreno	Av. Circunvalación y s/n
30	Panadería Pan Van	Primera constituyente y Larrea
31	Cristalum	Alvarado 28-32 Y Ayacucho
32	Panificadora la Vienesa	Larrea y Guayaquil
33	Joyería Luna	Colombia y Almagro
34	Ecuamaderas	5 de junio Y Junín
35	Servimotors	Uruguay 27-35 Y Junín
36	Fábrica de Hornos Andino	Panamericana Norte Km1

37	Muebles Buen Hogar	Av. Veloz 30-39 y Pichincha
38	Molinos Anita	Colombia 28-02 Y Rocafuerte
39	Hormigones Chimborazo	Av. Circunvalación
40	Supermercado "AHÍ ES" Lácteos "EL TUTUM"	Carondelet 13-47 y Carabobo Conjunto Vista Hermosa Casa #7 diagonal a la piscina de la "UNACH"
41		
42	Editorial Freire	Princesa Toa y Av. La Prensa
43	Aroma y Tradición	Almagro y 12 de octubre
44	SOY SOYA	Alfonso Villagómez Mz C, Casa #12
45	ARMEV	Olmedo y Puruhá
46	Artes Yoly	Olmedo y Puruhá
47	"El Foco"	Av. De la Prensa y Av. Milton Reyes
48	"El baúl"	Argentinos y Uruguay esq.
49	Ramírez Autodils	Av. Antonio José de Sucre (Vía a Guano)
50	C.N.R	Londres y Lisboa
51	Lácteos Cascarillas	Epiclachima y Daniel León Borja
	Metal y Mecánica	Av. Pedro Vicente Maldonado 56-81
52	Guadalupe	hostería bambú
53	Calzado "Paso Fino"	Isabel de Godin y Uruguay
54	Consultora de negocios	Uruguay 23-52 y Veloz
	Mecánica Industrial	Evangelista Calero y Parque Industrial
55	"NUÑEZ"	
56	Alimentos "La Maga"	Epiclachima y Daniel León Borja
57	Innovacion Tradicional Carnicos Andinos	San Antonio del Aeropuerto Av. Pedro Vicente Maldonado y 9 de octubre
58		
59	Yamaju Corp	Rafael Ferrer
	Taller de Arquitectura y diseño	Panamericana Sur K 3 1/2
60		
61	Tentaciones	Luciano Andrade y Luciano Vallejo
62	Proalimentos	La paz y Buenos Aires
63	Ecoclean Desinfectante	(Guano) Parroquia Rosario
64	Accesorios Florales Emily	España y Chile
	Procesadora Agroindustrial	(San Luis) Chimborazo y García Moreno
65	"Mis Frutales"	
66	Arquitectura y Construcción	Francia 12-30 y 11 de noviembre
67	Muebles Acero Viteri	Parque Industrial
68	Muebles y Partes	Parque Industrial
69	Embutidos "La Andaluza"	(Guano) San Roque
70	Mall del Centro	Av. Daniel León Borja y Diego de Ibarra
71	Ecuadoriano / Artefacturas	Princesa Toa y Av. La Prensa
72	ITCET	Princesa Toa y Av. La Prensa

73	Productos Alimenticios "San Salvador"	Primera Constituyente 11-49 y Cuba
74	Finca La Jaira	(Guano) San José de Chocón
75	Fábrica de gorras J.C	Guayaquil 28-44 y Carabobo
76	Agrovit	Princesa Toa 45-53 Y Avenida La Prensa
77	Kipa Amaranto	Diógenes Paredes y Luis de Rivera
78	Chocolate "SIMONITA"	Cunduana
79	Agrovit	Princesa Toa y Av. La Prensa
80	La Reina Miel	Yaruquies
81	Telvacierva	Junín y Baltazar esq.
82	Asoproarteka	(Cacha) Comunidad San Pedro
83	Aso Arteka	García Moreno y Carondelet
84	Licores Merino	Penipe
85	Tahunat	México entre Alvarado y Almagro
86	Maly	Barrio Tierra Nueva
87	Dreat Luxury Desserts	Tarqui y la 35
88	Productos Ruizseñor	Cuba 22-47 y Primera Constituyente
89	Embutega	Chambo - Barrio San Sebastián
90	Artesanías Cuerotex	La policía
91	Lácteos Emilio	Pacma Sibambe (Alausí)
92	Arte Caty	Los Pinos - calle Álamos y Junín #13
93	Talleres "AGA"	Espejo 15-51 entre Esmeraldas y Boyacá
94	Artesanías "Marthita"	Canónigo Ramos y 11 de noviembre
95	FROÓZE	Orozco y Darquea
96	Nevada Cerveza Artesanal	Calle sol Y alca (447,78 km)
97	Diario La Prensa	García Moreno 23-40 y Primera Constituyente
98	Aparel Fashion	Edelberto Bonilla Sector Parque Industrial
99	Nicolette Textiles	Primera Constituyente y Carlos Zambrano
100	Alimentos y Bebidas Sonia Yaulema	Veloz y Montalvo
101	Consultores Asociados	Colon y Primera Constituyente
102	Riobamba Fm tours	Guano Av. 20 de diciembre
103	Ojeda Trujillo	Carabobo y Colombia
104	Total Home	Villaroel y Carabobo
105	Nativa Ecuador	Av. Canónigo Ramos sector sesquicentenario
106	Ligia Guamán	
107	Fabiola Usca	
108	Maribel Miranda	
109	Amparito Guamán	
110	Oscar Jaramillo	

111	Teresa Pilco	Bayushig Av. 6 de diciembre
112	Fanny Cando	
113	El altar llc	Edelberto Bonilla Sector Parque Industrial
