



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIO DE LA
CIUDAD DE LATACUNGA”**

**Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingenieros
Comerciales**

Autores:

Chicaiza Caiza María Eugenia
Parra Martínez Patricio Fernando

Tutor:

PhD. Patricia Hernández Medina

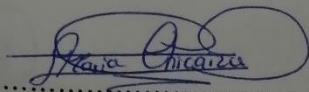
LATACUNGA - ECUADOR

Febrero - 2020

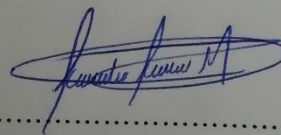
DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Chicaiza Caiza María Eugenia y Parra Martínez Patricio Fernando, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación “COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”, siendo la PhD. Patricia Hernández tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados difundidos en el presente proyecto investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Chicaiza Caiza María Eugenia
C.C: 050385240-2



Parra Martínez Patricio Fernando
C.C: 050290369-3

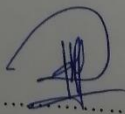
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“COMPETITIVIDAD EN LAS MiPymes DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”, de los estudiantes: Chicaiza Caiza María Eugenia y Parra Martínez Patricio Fernando, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero del 2020

Tutor:



PhD. Patricia Hernández.
C.C: 1757739204

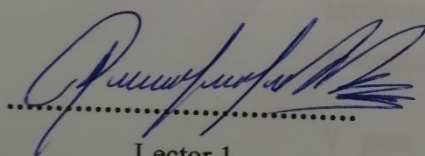
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes Chicaiza Caiza María Eugenia y Parra Martínez Patricio Fernando con el título de Proyecto de Investigación “COMPETITIVIDAD EN LAS MiPymes DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

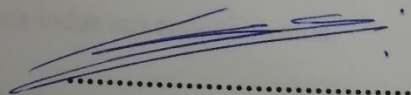
Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero del 2020

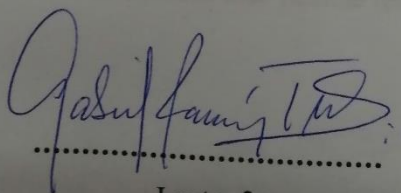
Para constancia firman:



Lector 1
PhD. Gloria Vizcaino
C.C: 0500187665-0



Lector 2
PhD. Lenin Guerra
C.C: 175866624-0



Lector 3
PhD. Gabriel Ramirez
C.C: 175860900-0

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto de grado va en agradecimiento en primer lugar a Dios, el cual nos ha brindado salud y vida en el transcurso de nuestra vida estudiantil, y nos ha concedido sabiduría y voluntad para poder culminar este proceso académico.

Agradecemos también a nuestros padres que han sido los principales promotores para poder cumplir esta meta, y a nuestros hermanos los cuales han puesto su confianza y fe en nosotros.

Mi agradecimiento también va dirigido a todos mis profesores ya que han sido un pilar esencial al transmitirnos todos sus conocimientos.

Y para finalizar, agradecemos a nuestra tutora PhD. Patricia Hernández, ya que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible realizar este proyecto.

***María Chicaiza
Fernando Parra***

DEDICATORIA

Este proyecto de grado va dedicado con amor y cariño a nuestros padres, por su sacrificio y esfuerzo lo cual nos ha ayudado a cumplir nuestras metas y propósitos, gracias también a nuestras familias por darnos ánimos y aliento para seguir adelante.

También va dedicado a nuestros maestros, que en el transcurso de nuestra vida estudiantil nos han preparado y brindado sus conocimientos, y gracias a ellos hemos podido culminar nuestra etapa académica.

*María Chicaiza
Fernando Parra*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TEMA: “COMPETITIVIDAD EN LAS MiPymes DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA - ECUADOR”.

Autores: Chicaiza Caiza María Eugenia

Parra Martínez Patricio Fernando

RESUMEN DEL PROYECTO

La presente investigación tuvo por objeto determinar los niveles de competitividad de las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga, para lo cual partiendo de la metodología propuesta por en el mapa del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se aplicó un instrumento adaptado a una muestra de 95 negocios, considerando para ello una población de 5.924 establecimientos (INEC, 2017). El instrumento estuvo constituido por dos secciones, la primera asociada a 7 preguntas generales, y una segunda sección asociada a la competitividad, conformada por cincuenta planteamientos que fueron calificados en una escala de Likert de 1 a 5, en donde 1 representa nunca o no, 2 poco, 3 regular, 4 bien y 5 excelente o bastante. Para validar estadísticamente el cuestionario se empleó el Alpha de Cronbach, cuyo resultado permite aceptar la validez y coherencia interna del instrumento. Adicionalmente, se realizó contraste de hipótesis para identificar posibles diferencias en los resultados considerando la personalidad jurídica, y la categoría de negocio familiar o no. Se complementó el estudio con la estimación de un análisis factorial para extraer las dimensiones que corresponden a los datos levantados. Los resultados permiten concluir que la competitividad general de los negocios del sector comercio de la ciudad de Latacunga tiene una media de 3,96 lo que corresponde al rango de buena; con respecto a las dimensiones fueron evaluadas como: planeación estratégica con 3,2511; operaciones con 4,0459; aseguramiento de la Calidad 4,3536; comercialización 3,9695; contabilidad y finanzas 4,4131; talento humano 3,7175 y gestión ambiental 3,9578. Estadísticamente solo se pudo identificar diferencias significativas en la dimensión de planeación estratégica para los negocios con personalidad jurídica, cuyo valor es superior a aquellos que son personas naturales. Por último, el análisis factorial permitió agrupar los datos en siete factores que pueden ser considerados como: comercialización y ventas, cumplimiento de normativa de diversa índole, planificación de actividades, cuentas de negocio, la innovación necesaria, la preocupación por el ambiente y la fidelidad del consumidor.

Palabras clave: competitividad, mapa del BID, sector comercio,

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

THEME: “COMPETITIVENESS IN THE SMEs OF THE COMMERCE SECTOR IN LATACUNGA - ECUADOR.”

Authors: Chicaiza Caiza María Eugenia

Parra Martínez Patricio Fernando

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the levels of competitiveness of MSMEs in the commercial sector in Latacunga city, so based on the methodology proposed by the map of the Inter-American Development Bank (IDB), an instrument adapted to a sample of 95 businesses was applied, considering a population of 5,924 establishments (INEC, 2017). The instrument consisted of two sections, the first associated with seven general questions, and a second section related to competitiveness, composed of fifty approaches that were rated on a Likert scale from 1 to 5, where 1 represents never or not, 2 little, 3 regular, 4 good and 5 excellent or quite. Cronbach's Alpha was used to statistically validate the questionnaire, whose result allows the researchers to accept the validity and internal coherence of the instrument. Additionally, hypothesis testing was performed to identify possible differences in results considering legal personality and the category of a familiar business or non-familiar one. The study was complemented with the estimation of factor analysis to extract the dimensions corresponding to the data collected. The results allow the researchers to conclude that the general competitiveness of the businesses in the commerce sector in Latacunga city has an average of 3.96, which corresponds to the range of good; regarding the dimensions that were evaluated as strategic planning with 3.2511; operations with 4.0459; Quality assurance 4.3536; commercialization 3.9695; accounting and finance 4.4131; 3.7175 human talent and 3.9578 environmental management. Statistically, only significant differences could be identified in the strategic planning dimension for businesses with legal personality, whose value is superior to those that are natural persons. Finally, the factor analysis allowed grouping the data into seven factors that can be considered as marketing and sales, compliance with regulations of various kinds, activity planning, business accounts, the necessary innovation, concern for the environment, and fidelity of the consumer.

Keywords: competitiveness, IDB map, trade sector.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

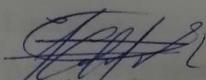
AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de docente del idioma inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma inglés presentado por los Egresados de la carrera de **Ingeniería Comercial** de la **Facultad de Ciencias Administrativas; Chicaiza Caiza María Eugenia y Parra Martínez Patricio Fernando**, cuyo título versa **“COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”** lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, febrero del 2020

Atentamente,


Lcdo. Wilmer Patricio Collaguazo Vega Mg.
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C: 172241757-1



CENTRO
DE IDIOMAS

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN DEL PROYECTO	vii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1. Título del Proyecto:	1
1.2. Fecha de inicio:	1
1.3. Fecha de finalización:	1
1.4. Lugar de ejecución:.....	1
1.5. Unidad Académica que auspicia:.....	1
1.6. Carrera que auspicia:	1
1.7. Proyecto de investigación generativo vinculado:	1
1.8. Equipo de Trabajo:.....	1
1.9. Área de Conocimiento:	2
1.10. Línea de investigación:	2
1.11. Sub líneas de investigación de la Carrera:	2
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
2.1. Justificación.	3
2.2. Pregunta de investigación.	4
3. OBJETIVOS.....	4
3.1. General.....	4
3.2. Específicos	4
3.3. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.	4
4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.	5
4.1. Competitividad.....	5
4.2. Niveles de Competitividad.....	6
4.3. Importancia de la Competitividad.....	8
4.4. Competitividad Empresarial	9

5.	Sector comercio.....	12
5.1.	Clasificación del sector comercio en el Ecuador.	12
6.	Micro, pequeñas y medianas empresas	13
6.1.	MiPymes	13
6.2.	Importancia de las MiPymes.....	14
6.3.	Clasificación de las MiPymes	14
7.	METODOLOGÍAS PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD	16
7.1.	Definición	16
7.2.	Índice IMD.....	16
7.3.	Índice WEF	19
7.4.	Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	20
8.	PROPUESTA METODOLÓGICA.....	22
8.1.	Enfoque de la investigación	22
8.2.	Modalidad de la investigación	23
8.3.	Tipos o niveles de investigación	23
8.4.	Metodología de medición de la competitividad empresarial utilizada	23
9.	POBLACION Y MUESTRA	26
9.1.	Población	26
9.2.	Muestra	27
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.	28
10.1.	Validación del instrumento Alpha Cronbach	28
10.2.	Características generales	28
10.3.	Dimensiones de la competitividad	30
10.4.	Valoración por dimensiones de competitividad.....	33
10.5.	Contraste de hipótesis por empresa familiar	34
10.6.	Contraste de hipótesis por unidad legal.....	35
10.7.	Análisis factorial	36
10.8.	Test Barlett y Kmo	37
10.9.	Determinación e identificación de factores.....	37
11.	IMPACTO DEL PROYECTO	40
11.1.	Impacto económico	40
11.2.	Impacto social	40
12.	CONCLUSIONES.....	41
13.	RECOMENDACIONES	43
14.	PRESUPUESTO.....	44

15. Bibliografía citada	45
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistema de tareas en relacion a los objetivos planteados.	4
Tabla 2. Los factores y subfactores de la competitividad del IMD.	17
Tabla 3. Las fuerzas fundamentales de la competitividad.	17
Tabla 4. Los factores de competitividad del WEF.	20
Tabla 5. Areas del mapa de competitividad del BID.	21
Tabla 6. Mapa de competitividad areas de analisis e indicadores.	22
Tabla 7. Tipo de negocio	29
Tabla 8. Proporción desviación estándar	30
Tabla 9. Dimensiones de competitividad.	31
Tabla 10. Dimensiones de competitividad.	34
Tabla 11. Hipotesis por empresa Familiar.	35
Tabla 12. Hipotesis por unidad Legal.	36
Tabla 13. Matriz dimensiones de competitividad.	37
Tabla 14. Matriz nuevos factores.	38
Tabla 15. Presupuesto de proyecto de investigación.	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diamante de Porter.	11
Figura 2. Los factores de la competitividad.	18
Figura 3. Los factores de la competitividad del WEF.	19

1. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1.Título del Proyecto:

Competitividad en las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga.

1.2.Fecha de inicio:

25 de marzo de 2019.

1.3.Fecha de finalización:

El proyecto a elaborar está planificado terminarlo en dos semestres, teniendo como fecha límite abril de 2020.

1.4.Lugar de ejecución:

- Parroquia: Diversas

- Cantón: Latacunga.

- Provincia: Cotopaxi zona 3

1.5.Unidad Académica que auspicia:

Facultad de ciencias administrativas

1.6.Carrera que auspicia:

Ingeniería comercial

1.7.Proyecto de investigación generativo vinculado:

Fortalecimiento de la economía popular y solidaria de las MiPymes de la Provincia de Cotopaxi.

1.8.Equipo de Trabajo:

-Tutor: PhD. Patricia Hernández

C.C:1757739204

Teléfono: 0997909463

Correo: patricia.hernandez@utc.edu.ec

-Estudiante I: Chicaiza Caiza María Eugenia

C.C: 050385240-2

Teléfono: 0979374236

Correo: marycaiza93@gmail.com

Estudiante II: Parra Martínez Patricio Fernando.

C:C: 050290369-3

Teléfono: 0998858671

Correo: ferchozth@gmail.com

1.9.Área de Conocimiento:

Administración y Economía

1.10.Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

1.11.Sub líneas de investigación de la Carrera:

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

2.1. Justificación.

Para Wong (2017)

La investigación surge debido a que el Ecuador se encuentra atravesando por una etapa de declinación de la competitividad, ya que según el Foro Económico Mundial en su Reporte de Competitividad Global 2017-2018, la posición que ocupa el Ecuador es la 97 de entre 137 países con un índice de competitividad global (ICG) de 3,9 en una escala de 1.0 a 7.0 (siendo 1.0 el de menor calificación) (s/p).

En el año 2013 el país alcanzó el puesto 71 entre 148 países, con un ICG de 4,2 en los años posteriores el Ecuador ha venido perdiendo su posición en el ranking mundial, hasta llegar al puesto 97 en el año 2017, es decir, tiende a descender su ranking de competitividad global, por tal motivo surge la necesidad de llevar a cabo un estudio sobre el nivel de competitividad en las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga, por medio del cual se conocerá de manera metodológica cuales son los factores que intervienen en el índice de competitividad Según (Cámara de comercio, 2017, pág. 1)

Por esta razón, la investigación propone dar a conocer el nivel de competitividad que incide en la rentabilidad del sector comercio de la ciudad de Latacunga, aportando con información precisa del objeto de estudio. Es de vital importancia conocer los factores que determinan la competitividad del sector comercio, con la intención de que las empresas puedan desarrollar estrategias para mejorar su desempeño.

Gracias a lo anteriormente mencionado, se puede aseverar que esta investigación es de gran beneficio para las MiPymes del sector comercio y para los habitantes de la ciudad de Latacunga ya que la competitividad juega un papel muy importante en el crecimiento empresarial.

Además, la investigación es novedosa, en vista de que en la ciudad de Latacunga y en las MiPymes del sector comercio de la ciudad son inexistentes las investigaciones vinculadas con el tema de estudio, por lo que es idóneo el aporte que los investigadores brindarán a las mismas. Del mismo modo, el trabajo presenta un impacto positivo, puesto que analiza la situación actual de las organizaciones en cuanto a la competitividad se refiere.

2.2. Pregunta de investigación.

¿Cuál es el grado de competitividad en las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga?

3. OBJETIVOS.

3.1. General.

- ✓ Determinar el grado de competitividad de las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga.

3.2. Específicos

- ✓ Describir las diferentes metodologías para la estimación de la competitividad empresarial
- ✓ Estimar el índice de competitividad del sector comercio de la ciudad de Latacunga
- ✓ Identificar los factores que determinan el índice de competitividad

3.3. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

Tabla 1.

Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivos Específicos	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
Objetivo 1 Describir las diferentes metodologías para la estimación de la competitividad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de metodologías sobre la medición de la competitividad • Revisión de artículos científicos sobre la medición de la competitividad en el sector comercio 	<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo I sobre el marco teórico 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar las diferentes metodologías de medición de competitividad
Objetivo 2 Estimar el índice de competitividad del sector comercio de la ciudad de Latacunga	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación del instrumento de competitividad en las MiPymes • Estimación del índice competitivo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Índice competitivo interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación del mapa Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
Objetivo 3 Identificar los factores que determinan el índice de competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores que determinan la competitividad del sector comercio de Latacunga 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de nuevos factores 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de correlación • Test Kmo • Test Bartlett • Varianza explicada • Extracción de factores

Fuente: Elaboración propia

4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.

En la actualidad, existen varias teorías y metodologías que estudian el tema de competitividad desde diferentes puntos de vista, el enfoque difiere si se aplica a países, territorios o empresas.

4.1. Competitividad

Definición

Según Suñol (2006):

En el ámbito nacional predomina la idea que para que las empresas logren una mayor competitividad se requiere simplemente de un aumento sostenido de la inversión y de la apertura comercial. El análisis del concepto de competitividad visto desde la óptica de diferentes autores, permitirá comprobar que el mismo es mucho más rico que lo que comúnmente se entiende y que conseguir una auténtica competitividad sostenible a través del tiempo exige de la implementación de una diversidad de políticas que permitan la superación de los obstáculos existentes para lograrla (pág.3).

Según los criterios de diferentes autores una empresa debe ser competitiva siempre y cuando sea rentable, sin exceder el precio de mercado del producto para de esta manera mantener o incrementar su participación en el mercado tomando en cuenta estrategias para cubrir el crecimiento de la productividad empresarial, también una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo.

Cabrera, López & Ramírez (2011) menciona que:

Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: con dificultad se encontrará a algún investigador que no esté de acuerdo con esta afirmación. El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competido, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde los óptimos posibles, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren (pág.10).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Foro Económico Mundial (FEM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) afirman que:

La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que

superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su pueblo a largo plazo (Castellanos & Ramírez, 2013, pág. 28).

Para Ramírez (2006) “la competitividad ha venido convirtiéndose en una palabra de moda, una meta o propósito obligado para planes de desarrollo, objetivo esencial y estrategia de desarrollo empresarial, tema de foros, seminarios, editoriales, entre otros” (s/p).

Sin embargo, en la actualidad también se discute una definición a nivel de naciones, enmarcando la competitividad desde otro panorama. Tal como plantea Lombana & Rozas (2009):

La competitividad de las naciones es un campo del conocimiento económico, que analiza los hechos y políticas que forman la capacidad de una nación para crear y mantener un ambiente que sostenga más creación de valor para sus empresas y más prosperidad para su gente (pág. 8).

El propósito principal consiste en destacar la crucial importancia de adoptar una visión compleja de la competitividad teniendo un énfasis claro para los mercados.

El concepto de competitividad comienza a ser ampliamente difundido por las escuelas de negocios, cuyo énfasis se coloca en el *management* y la firma. Se observa que las empresas compiten por mercados y recursos, asociándose su competitividad con el objetivo de incrementar la cuota de mercado a escala local y mundial (Ubfal, 2004, pág. 6).

Para Verna, Caamal & Ávila (2009):

En la literatura existen distintos niveles de definición de competitividad de acuerdo a la unidad de análisis, ya sea a nivel de un país, de un sector económico, de una rama de la industria, de una línea de la industria y de una empresa. Durante los últimos 20 años las definiciones de competitividad han evolucionado debido a un conjunto de eventos internacionales asociado al dinamismo tecnológico y económico (pág.66-67).

Según menciona Hernández (2001):

El propósito de esta sección es presentar algunos conceptos estilizados del enfoque de competitividad sistémica y utilizarlos como referencia para la caracterización posterior de las PYME de los países en estudio y de su entorno institucional y, a la vez, como marco general para el planteamiento de políticas de competitividad y estrategias de desarrollo empresarial (pág.13).

4.2. Niveles de Competitividad

Rojas & Sepulveda (1999) indican:

Que el plano operativo de la competitividad depende del nivel de análisis al cual se esté haciendo referencia, del producto analizado y del objetivo específico que se persigue alcanzar con el análisis. El enfoque sistémico distingue cuatro niveles de análisis, distintos pero interrelacionados entre sí, cuyo fin es examinar la competitividad: el nivel ‘meta’, el nivel ‘macro’, el nivel ‘meso’ y el nivel ‘micro’ (pág.13).

Nivel Meta

Este nivel se inserta de forma complementaria en cada uno de los otros niveles, y se refiere a aspectos del recurso humano, como desarrollo de habilidades y conocimientos y, por ende, comprende los temas de educación y capacitación.

Nivel Macro

En este ámbito aparecen elementos de carácter social (como la inseguridad ciudadana), y las variables macroeconómicas manejadas por el Estado, como el déficit fiscal, la inflación, y con ella el tipo de cambio y la tasa de interés, las cuales afectan sustancialmente el comportamiento productivo. También entran en juego aquellos aspectos externos al país y que influyen en la cadena, como son los precios internacionales y las exigencias de calidad en los mercados finales. Las políticas de manejo integrado de recursos naturales se conciben en este ámbito con el fin de mantener el equilibrio de todo el sistema de desarrollo sostenible.

Nivel Meso

En este espectro se destacan elementos como la infraestructura y el desarrollo de logística, la base de recursos naturales, las características agroecológicas y los elementos climáticos.

Nivel Micro

En cuanto a la micro competitividad Rubio & Baz (2004) indican:

La competitividad a nivel de organización se define como el potencial permanente de una organización para entregar productos y servicios de calidad de manera persistente, superar la competencia, adquirir clientes, aumentar su presencia en el mercado y concluir contratos para operaciones rentables que permitan el crecimiento estratégico de la organización y aumentar el nivel de empleados (s/p).

Una empresa para entrar en el mundo de los negocios debe ser competitiva y ganar el potencial interés al momento de entregar su producción, siempre y cuando sean de calidad, de esa manera superará a su competencia, es por ello, que la posición que asumen las

organizaciones radica en el conocimiento, la gestión y la tecnología. Es necesario permitir la creación de organizaciones que produzcan los mejores productos basados en tecnología de punta y que satisfagan incluso a los clientes más exigentes.

4.3. Importancia de la Competitividad

Patiño (2017) plantea que:

Se hace necesario generar estudios que determinen el desempeño de estas organizaciones y estructurar estrategias de mejoramiento en las áreas que correspondan, si bien hay restricciones y limitaciones que condicionan el desarrollo competitivo de las mismas, existen buenas prácticas que ayudan a gestionar a las Pymes en su contexto de crecimiento y sostenibilidad, y en este aspecto se debe establecer un vínculo permanente con la institucionalidad estatal para buscar mecanismos que sean favorables para las partes, siendo ellas el financiamiento, el ajuste del sistema tributario, las políticas de comercio exterior, el acceso a nuevos mercados, el fortalecimiento de la infraestructura en pro del buen funcionamiento de la cadena logística, entre otras (pág.8).

Esto tiene un gran significado para conocer el nivel de productividad de las distintas empresas porque mediante este se pueden tomar decisiones donde las empresas generen mayor crecimiento local y mejores condiciones de vida para los consumidores, optando por un buen crecimiento y fortalecimiento.

Según Burbano, Gonzales & Moreno (2011):

Ante la realidad y los retos que imponen la globalización, las crisis mundiales, el libre mercado y la apertura comercial de las naciones, es necesario que los actores económicos cuenten con una estrategia competitiva que permita utilizar efectivamente sus factores de producción, incluido el capital humano. Esta situación obliga a los entes nacionales, regionales y locales a adecuarse de manera innovadora a los nuevos escenarios, puesto que las empresas experimentan cambios constantes, acelerados y de alta competitividad, y los negocios viven un proceso de renovación continuo cuyo comportamiento es posible asociar a un paradigma de orden económico de la globalización (pág.52).

Para Labarca (2007) “el nivel de vida de un país depende cada vez más de la competitividad de sus empresas, la competitividad es lo que determina si las empresas serán capaces de aprovechar las oportunidades que brinda la economía internacional” (pág.166).

Para estos sectores, sin duda, el ámbito empresarial es el que más se ha beneficiado de las ventajas de conocer e implementar un buen nivel de competitividad como medio para lograr organizaciones más eficientes en el manejo de los recursos.

4.4. Competitividad Empresarial

Según Saavedra & Tapia (2012) “la competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional” (pág.6).

Así varios autores, sobre el tema competitividad empresarial, han buscado las maneras de incrementar modelos y metodologías para medir o determinar la competitividad de las empresas, cuyo objetivo es alcanzar las ventajas competitivas en los tiempos estructurados por cada empresa ya que será indispensable identificar estos en las PYME.

Para Porter (2008) “ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugares a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información” (pág. 2).

Se argumenta que la competencia incluye al mismo tiempo una serie de aspectos de las actividades económicas, el más importante de los cuales es la calidad, el costo, los plazos, los conocimientos técnicos, la barrera del mercado y el fortalecimiento de la posición financiera.

Para establecer y mantener la competitividad, las organizaciones se ven obligadas a mejorar continuamente el conocimiento de los empleados y adoptar métodos y conceptos modernos de gestión y marketing. Algunas organizaciones son capaces de emplear sus factores de producción mejor que otras, para eliminar el trabajo innecesario, el uso de tecnología moderna y una mejor motivación de los empleados.

4.5. Factores de Competitividad

Según Olivares, Moya, Ochoa & Espinoza (2016) la competitividad:

Es un factor clave para el desarrollo económico de los países, estas enfrentan regularmente diferencias entre su producción y su desempeño, en comparación con las grandes empresas, por lo que no han podido posicionarse en el mercado, ni integrarse como proveedores de grandes empresas o como empresas globales. Desde mediados de la década de los 90, las inversiones en las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC), se incrementaron de manera acelerada, lo que provocó el crecimiento de la productividad y el desempeño de las empresas en países desarrollados, en empresas grandes donde fueron aplicados diferentes estudios (pág.13).

Las TIC son un factor muy importante para las empresas, ya que las mismas son de mucha ayuda para la producción, aprovisionamiento y distribución de sus productos, con el objetivo de posicionar la empresa en el mercado nacional e internacional, es por ello que desde mediados de la década de los 90 las grandes empresas empezaron a incrementar sus inversiones para la compra de nuevas tecnologías.

Menciona Sánchez (2018):

La competitividad de los territorios se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los gobiernos e industrias de cada nación. Pero también las últimas décadas del siglo XX han constituido una etapa de globalización, que ha tenido importantes consecuencias para las naciones que no han alcanzado un cierto nivel de desarrollo. Las diferencias económicas entre países desarrollados y no desarrollados son cada vez más vitales, las presiones por ser competitivos son cada vez mayores y como resultado existe un mayor interés por conocer los factores determinantes de la competitividad internacional (pág.3).

Gracias a la llegada de la era de la globalización la competitividad se ha convertido en un aspecto de gran importancia, ya que, para las empresas, tener un libre mercado implica competir con otras con mejores tecnologías y precios más competitivos, lo que provoca un mayor interés por el estudio de los factores determinantes de la competitividad internacional.

Los determinantes de la competitividad podrían sintetizarse en factores del entorno que incluyen las principales variables macroeconómicas y la infraestructura; los de carácter microeconómico como la productividad y la eficiencia en el uso de los recursos; y finalmente, los factores estructurales atinentes a la misma racionalidad de la transformación productiva (Velasquez & Umaña, 1995, pág. 2).

Según Quero (2007):

Este planteamiento se deduce que la competitividad tiene que ver con los siguientes indicadores: costos, precios, cantidad, calidad, presencia en el mercado, con la innovación, la flexibilidad y adaptación a los cambios, fortalecer y desarrollar la reflexión, el análisis, romper con los paradigmas, ser proactivo, estructurar, organizar y rediseñar las empresas, así como también con la evaluación periódica de las estrategias (pág.40).

Según Porter, citado en Kaplan, González & Cruz (s.f.):

Consideran que los sectores con capacidad para competir dependen en gran medida del entorno y condiciones que lo rodean, reconociendo que no son entes aislados. La interrelación de cuatro grupos de atributos es determinante que se deben considerar para la capacidad de competitividad de las empresas; estos determinantes son: las condiciones de los factores; las condiciones de la demanda; los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo; las estrategias, estructuras y rivalidad de las

empresas. Además, hay que agregar dos elementos más: la casualidad y el papel del gobierno (pág.128).

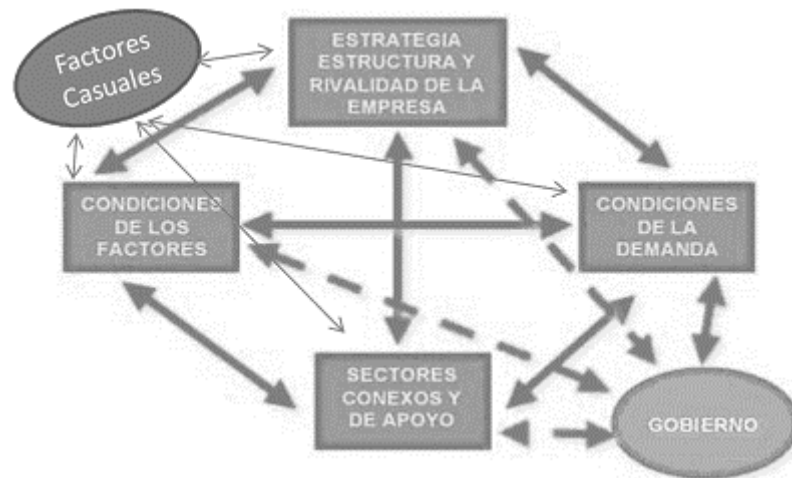


Figura 1. Diamante de Porter.

Tomado de: Porter, citado en Kaplan Navarro, González Barajas, & Cruz Mendivil (s.f.), pág.128.

Según Porter, citado en Kaplan, González & Cruz (s.f.) “La ventaja competitiva que se deriva de los factores depende del grado de eficiencia y efectividad con que se despliegan” (p. 129), es por ello que las condiciones de los factores de la competitividad son muy importantes ya que no es de mucha importancia la cantidad disponible de los mismos si no su calidad y de cómo se utilizan.

Los principales factores de competitividad según Porter, citado en Kaplan Navarro, González Barajas, & Cruz Mendivil (s.f.) se mencionan a continuación:

Recursos Humanos, de quienes se debe tomar en cuenta la cantidad, capacidad, costo de mano de obra, ubicación geográfica y cultura del trabajo. Además, estos recursos pueden desglosarse en categorías según las necesidades.

Recursos Físicos, en este punto es importante considerar la abundancia, calidad, accesibilidad y costo de los recursos materiales y naturales. Igualmente, importante son las condiciones climatológicas, localización geográfica y tamaño.

Recursos de conocimiento, se refiere a la capacidad y recursos para generar conocimientos científicos, técnicos y de mercado que importan para los bienes y servicios de la industria. Las fuentes de estos son las Universidades y Organismos gremiales, privados o estatales que generan innovación.

Recursos de capital, la disponibilidad y el costo de financiamiento; si bien es cierto que la globalización de los mercados impulsa a que las naciones tengan condiciones similares, aún hay notables diferencias.

Infraestructura: Tipo, calidad y precio de los servicios de transporte, mensajería y paquetería, comunicaciones, transferencia de fondos, viviendas, entre otros; son servicios determinantes de la ventaja competitiva (pág. 128).

Los factores que afectan la competitividad antes mencionados son de vital importancia para las empresas, pues se debe poner mucha atención a la calidad y al manejo eficiente y eficaz de los mismos, ya que de ellos depende la competitividad de las empresas para poder sobresalir ante la competencia.

5. SECTOR COMERCIO

Para Scian (2002)

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles (pág.1).

Asimismo, López & Muñoz (2015) citan que:

El sostenido crecimiento del sector terciario en las economías, particularmente las desarrolladas, ha impulsado el estudio del rol y la capacidad de los servicios para guiar el crecimiento y el desarrollo económico de los países. Según van aumentando los ingresos, las necesidades se vuelven menos materiales y la gente comienza a demandar más servicios, en los campos de la salud, la educación, el entretenimiento y otros (pág.264).

Para Camino, Bermudez, Suárez & Mendoza (2018), “las empresas son las encargadas de generar crecimiento y desarrollo para la economía de un país, por lo que se convierten en un pilar fundamental. Así mismo, son las creadoras de empleos y generadoras de riquezas por excelencia” (pág.9).

5.1. Clasificación del sector comercio en el Ecuador.

Según (INEC, 2012) se emplea una clasificación “elaborada a partir de la norma internacional, la misma fue diseñada para clasificar y agrupar productos (bienes y servicios), que tienen características comunes y que son el resultado de un proceso productivo o actividad económica” (pág.10).

A continuación, se detalla lo siguiente:

- *Productos de la agricultura, y la pesca:* El crecimiento de la población y la mejora del nivel de vida en muchos países, ha tenido como consecuencia un aumento del consumo y un incremento de la demanda de los recursos naturales del mundo.

- *Productos alimenticios*: La alimentación es una actividad fundamental en nuestra vida. Por una parte, tiene un papel importantísimo en la socialización del ser humano y su relación con el medio que le rodea.
- *bebidas y tabaco*: Este grupo del sector manufacturero tiene como función la transformación de los alimentos tanto del consumo humano como del consumo animal.
- *Textiles, prendas de vestir y productos de cuero*: La industria textil se dedica; principalmente, a la fabricación de telas, hilos, fibras y otros productos relacionados. Dentro de esta industria, también se identifica el comercio del calzado.
- *Productos metálicos, maquinaria y equipo*: Se encarga de fundir metales ferrosos y no ferrosos a partir de chatarra como partes de autos, barras de hierro, placas o cables
- *Construcciones y servicios de construcción*:
- *Productos de madera, corcho, paja y materiales trenzables*: En el Ecuador, la fabricación de artículos de paja en especial de sombreros de paja toquilla, es muy común en Montecristi, provincia de Manabí.
- *Pasta de papel, papel y productos de papel; impresos y artículos similares*: La industria papelera elabora papel a través de celulosa, que proviene de los árboles como el pino, aunque también se usa algodón para su elaboración.

6. MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

6.1. MiPymes

Castañeda & Naranjo (2017) indican que:

El término MiPymes alude a la Micro, Pequeña y Mediana empresa, como una extensión de las Pymes considerando empresas mucho más pequeñas las cuales tienen desde un trabajador, son muy importantes para el crecimiento económico y desarrollo social de un país, en la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y la generación de empleos, tanto es así que debido a sus características, capacidades y dinámica interna se han convertido en objeto de estudio por algunas organizaciones nacionales, internacionales, autores, e investigadores a fin de describirlos y darles solución (pág.21).

Para muchos autores las MiPymes son componentes fundamentales para el crecimiento económico de un país contando con estrategias que alcancen un desarrollo igualitario, de esta manera las empresas puedan contar con políticas hacia un futuro.

Un aspecto fundamental de las MiPymes latinoamericanas, según Dini & Stumpo (2018) es “en primer lugar, encontramos microempresas cuya gestación suele responder a necesidades individuales de autoempleo, y que a menudo se sitúan en una situación de informalidad” (pág.10).

Según Oropeza (2013):

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan a nivel mundial el mayor número de unidades económicas y dan empleo al mayor porcentaje del personal ocupado; de ahí la gran relevancia de este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño. Sobre todo, en un entorno definido por la globalización, lo que requiere que las empresas mejoren sus procesos internos, sus tecnologías y alcancen mayor competitividad, ya que no sólo compiten con las empresas del mismo país sino con la de otros países (s/p).

6.2. Importancia de las MiPymes

Gudiño (2017), citando a Cleri plantea que “las MiPymes son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio” (pág.148). Como se puede ver las Pymes son un pilar muy fundamental para todo un país gracias a su fuente esencial de las capacidades empresariales, innovación y empleo.

Para Álvarez (2009) “uno de los principales inconvenientes en el análisis del sector MIPYME es que se suele considerar a las empresas en forma individual, enfoque en el que las empresas aparecen aportando muy poco a la economía” (pág.7).

Como menciona Tello (2014):

Puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa (pág.204).

6.3. Clasificación de las MiPymes

Según Saavedra & Hernández (2008) “en el mundo existe una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro, pequeñas y medianas empresas, dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan” (pág.124).

De acuerdo a esta resolución, a las empresas se las puede clasificar según el número de trabajadores o el valor de sus ventas, Para el primer caso la clasificación sería la siguiente: microempresa (de 1 a 9 trabajadores), pequeña empresa (de 10 a 49

trabajadores), mediana empresa (de 50 a 199 trabajadores) y gran empresa (2000 más trabajadores) (Jaramillo, 2015, pág.64).

Microempresas

Según Moreno (2006) “las microempresas cuentan con 1 a 9 trabajadores y es el gran motor del empleo en la mayoría de los países del mundo, es la proveedora de ingresos y empleo para más de un tercio de la población económicamente activa” (pág.16).

Pequeña empresa

Las pequeñas empresas cuentan con (10 a 49 trabajadores). Para Chávez (2018) “estas pequeñas y medianas empresas con mucha frecuencia se enfrentan a las imperfecciones del mercado, y el fortalecimiento estructural de las que ya existen, garantiza no sólo su éxito, sino una notable mejora en la balanza comercial de su país” (pág. 249).

Mediana empresa

Las medianas empresas cuentan con 50 a 199 trabajadores. Según Flores, Hernández, & Flores (2006) “presentan los mismos problemas que las pequeñas empresas, pero, a niveles más complicados, por ejemplo, en el caso de sus ventajas, estas son de mejor calidad administrativa, pero, sus desventajas, también son de tipo económicas” (s/p).

- Alta contribución a la generación de riqueza y a la demanda y capacitación de mano de obra.
- Alientan la movilidad social y una mejor distribución del ingreso.
- A nivel geográfico, ayudan al desarrollo de las economías regionales.
- Su desarrollo está relacionado con la instrucción de capacidades en los estratos más pobres y con la implementación del autoempleo, proveyendo los medios para una disminución de la pobreza y una mejora en términos de inclusión social.
- Las Pymes son un actor fundamental en el desarrollo de un sistema socioeconómico competitivo. Otorgan cambio y competencia al entorno económico, son ellas las que cambian la estructura del mercado.

7. METODOLOGÍAS PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD

7.1. Definición

Según Solano, Pérez & Uzcátegui (2017), menciona que, “existen diversas metodologías para la medición de la competitividad, en su mayoría caracterizados por los enfoques macro y micro económico, el primero relacionado al sector, industria o país, y el segundo con la empresa” (pág.123). Al tener dos enfoques (macro y micro) para la medición de la competitividad, sus variables e indicadores son diferentes según el objeto de estudio, estos pueden ser un país, una industria o una empresa, por lo cual debemos estudiar todas las metodologías para adoptar la que tenga más similitud al sector comercio de la ciudad de Latacunga.

Asimismo, Lombana & Rozas (2009) establecen que:

Dos de las escuelas de negocios de mayor visibilidad en el campo de la competitividad son el World Competitiveness Center (WCC) del Institute for Management and Development (IMD) y el Institute for Strategy and Competitiveness (ISC) de la Universidad de Harvard. Estas instituciones crearon las bases teóricas para generar sendos reportes de competitividad: el IMD World Competitiveness Yearbook y el Global Competitiveness Report, del Foro Económico Mundial, que se fundamenta en la Escuela de Harvard (s/p).

Los reportes antes mencionados (IMD y GCR) nos conceden información del nivel de competitividad anual que tienen los países, con la que podemos realizar una comparación de los desempeños de cada uno.

7.2. Índice IMD

Garelli, citado en Solano, Pérez & Uzcátegui (2017), señala que “la competitividad bajo esta teoría, es la capacidad del entorno de una nación para mantener la creación de valor añadido y, por consiguiente, la competitividad de sus empresas” (pág.124). El IMD es el Anuario de Competitividad Mundial, creado por el centro de competitividad mundial del instituto de gestión y desarrollo ubicado en Suiza, el cual nos entrega datos de la competitividad de las naciones.

Según Ramos (2001), “ambos estudios, el WEF¹ y el IMD, han estado utilizando factores de competitividad similares para analizar y jerarquizar las economías de los países

¹ Foro Económico Mundial, en sus siglas en inglés World Economic Forum

que incluyen en sus informes de competitividad” (pág.2). En la tabla 2 se presenta la clasificación de los factores del IMD, como podemos ver se clasifican en cuatro principales grupos: actividad económica, eficiencia del gobierno, eficiencia empresarial e infraestructura; los mismos que a su vez se sub clasifican en subfactores.

Tabla 2.

Los factores y subfactores de la competitividad del IMD

Actuación económica 68 Criterios	Eficiencia del Gobierno 84 criterios	Eficiencia empresarial 60 criterios	Infraestructuras 74 criterios
Economía doméstica	Finanzas públicas	Productividad	Infraestructura básica
Comercio internacional	Política fiscal	Mercado laboral	Infraestructura tecnológica
Inversión internacional	Modelo institucional	Mercados financieros	Infraestructura científica
Empleo	Modelo empresarial	Prácticas de gestión	Salud y medio ambiente
Precios	Educación	Impacto a la globalización	Sistemas de valores

Nota. Tomado de Ramos (2001), s/p.

Por otro lado, Díaz y Ramos (citado en Solano, Pérez & Uzcátegui, 2017) mencionan que, “los países gestionan su entorno competitivo de acuerdo a cuatro fuerzas fundamentales” (pág.124), las mismas que podemos observar en la tabla número 3.

Tabla 3.

Las fuerzas fundamentales de la competitividad

Atractivo vs agresividad	Se basa en que las naciones varían en la forma de gestionar sus relaciones con la comunidad empresarial mundial. Las estrategias tradicionales para incrementar la competitividad constituían el incremento de las exportaciones y la inversión directa en el extranjero; más actualmente, emergen las estrategias que buscan hacer atractivo el país para la localización de empresas.
Proximidad vs globalidad	Se considera que el sistema económico no es homogéneo, obligando a los países a la coexistencia entre la economía de proximidad y economía de globalidad. La primera incluye actividades tradicionales que ofrecen valor añadido por estar localizadas cerca de los clientes, comúnmente proteccionista y cara; mientras que la segunda, es una economía competitiva donde se presentan empresas con operaciones internacionales, y no necesitan estar cerca de los clientes.
Activos vs procesos	Se establece que los países que son ricos en activos (tierra, personas y recursos humanos), no necesariamente son competitivos. En contraparte, los países que son pobres en activos y que se han apoyado en procesos de transformación son mucho más competitivos.
Toma de riesgos individuales vs cohesión social	Se refiere a los dos modelos predominantes de inversión, el anglosajón que se caracteriza por la toma de riesgo, la desregulación, la privatización y la responsabilidad del individuo, por medio de un acercamiento mínimo al sistema de bienestar, y el europeo que depende en gran parte del consenso social y tiene un enfoque más igualitario hacia las responsabilidades y un amplio sistema de bienestar.

Nota. Tomado de “Adaptado de Solano, Pérez & Uzcátegui (2017)”, pág.124.

El IMD se puede observar que es un instrumento el cual mide la competitividad de una nación, para ello analiza factores que fomentan la capacidad de un país para crear y mantener un ambiente que propicie la creación de valor agregado para las empresas, el mejoramiento de la rentabilidad de las mismas y el mejoramiento de la calidad de vida para la población. Realiza la medición de la competitividad con la ayuda de cuatro factores principales, que tienen más de 300 criterios como se pudo observar en la tabla 2.

Según el IMD, tal como se plantea en la figura 2, establece que la eficiencia del gobierno incide en la eficiencia empresarial, esta a su vez en el desempeño económico y la infraestructura, de manera de crear valor sustentable. En este sentido, la eficiencia del gobierno, es la capacidad de generar un ambiente adecuado de negocios con políticas gubernamentales propicias para incentivar a los empresarios a realizar inversiones en un país.

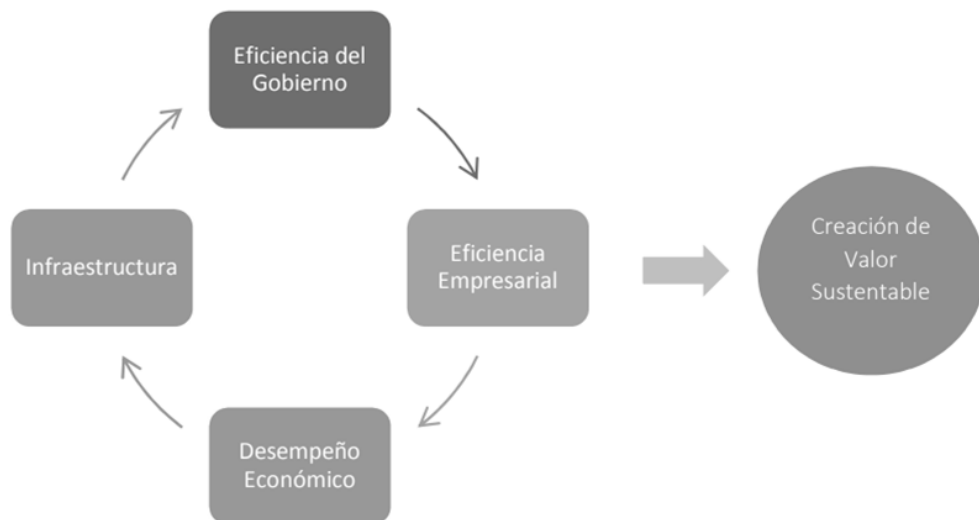


Figura 2. Los factores de la competitividad.

Tomado de Los Factores de la competitividad: Solano, Pérez & Uzcátegui (2017), pág.492-503.

Por otro lado, la infraestructura es el acceso que tiene una nación a tecnologías de punta, las mismas hacen que las empresas tengan una buena productividad y puedan contribuir con una eficiencia empresarial, que beneficia al desempeño económico de un país.

De esta forma, el índice de IMD considera principalmente un enfoque de medición de la competitividad macro, en donde las condiciones del entorno son fundamentales para el desarrollo de la actividad empresarial y la innovación.

7.3. Índice WEF

Según Solano, Pérez & Uzcátegui (2017):

El índice WEF tomando de base la teoría de Michael Porter; el cual hace explícita la diferencia en el nivel de análisis, de un nivel macro y micro cuando se toma a un país como unidad de análisis. Los pilares de la competitividad para el WEF, son: instituciones, infraestructura, macroeconomía, salud y educación primaria, alta educación y capacitación, eficiencia en el mercado de trabajo, sofisticación de los mercados financieros, disponibilidad de tecnologías, tamaño del mercado, sofisticación de los negocios e innovación (pág.126).

Para el índice WEF, para realizar una medición de la competitividad se utilizan los factores micro y macro, es decir, se realiza un estudio de los dos tipos de factores que existen, por un lado están los factores macro que se relacionan con las políticas fiscales, políticas monetarias y la infraestructura de una sociedad, y por otro lado están los factores micro que se relacionan con las empresas sus estrategias y la creación de *clusters*, así como se muestra en la figura 3.

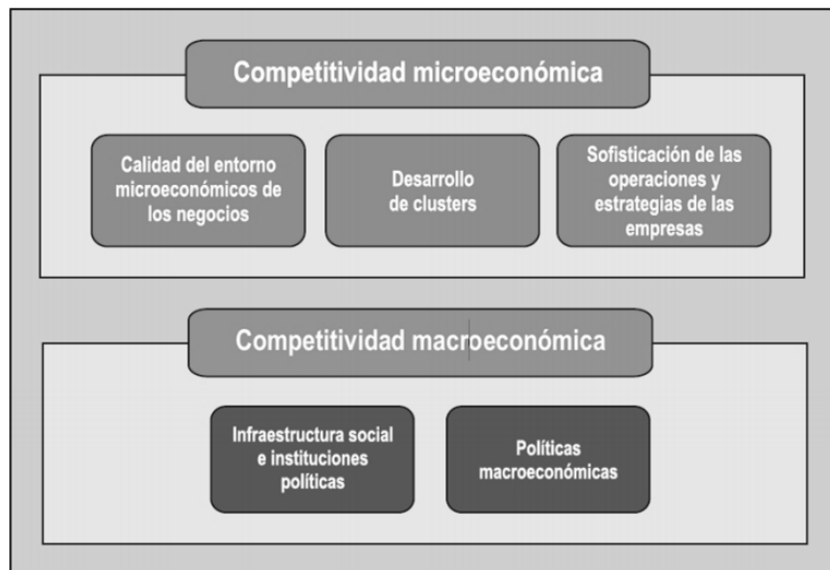


Figura 3. Los factores de la competitividad del WEF.

Tomado de La competitividad del WEF: Solano, Pérez & Uzcátegui (2017), pág.1- 4.

Por otro lado, según Ramos (2001), menciona que:

Por su parte, el WEF clasifica sus datos en once factores determinantes de la competitividad: economía doméstica, Gobierno, instituciones, infraestructura, recursos humanos, tecnología, finanzas, apertura, competencia, estrategia y operaciones y medio ambiente. Aunque el IMD utiliza dos niveles de desagregación, factor y subfactor, muchos de éstos se incluyen en la clasificación de los factores determinantes de la competitividad elegidos por el WEF. (s/p)

El WEF es un instrumento de medida de competitividad, el cual utiliza 11 factores macro y micro, los cuales tienen sub factores o criterios que nos ayudan en el estudio de la competitividad de una economía o un país, así como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4.

Los factores de competitividad del WEF

FACTORES Y CRITERIOS	
Indicadores de actuación económica	7
Indicadores de Gobierno y política fiscal	20
Instituciones	17
Infraestructura	22
Recursos humanos	18
Tecnología	13
Finanzas	22
Apertura hacia el comercio exterior y los flujos de capital	12
Competencia doméstica	16
Estrategia y operaciones de la empresa	17
Política medioambiental	13

Nota. Tomado de: “Ramos (2001)”, s/p.

7.4. Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Según Saavedra (2012):

El Mapa de Competitividad fue desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), (...), para ser utilizado en el diagnóstico organizacional; visualiza a la organización como un sistema integrado por nueve áreas que al interconectarse entre sí mejoran el desempeño de la organización. (pág.105)

El mapa del BID fue desarrollado para poder cuantificar la competitividad de las empresas, y no el entorno, como los anteriores (WEF e IMD), esta herramienta toma nueve áreas como las más importantes de las organizaciones, estas áreas se las puede observar en la tabla 5.

Tabla 5.

Áreas del mapa de competitividad del BID

Planeación Estratégica:	Es la que permite establecer la orientación y actividades futuras de las empresas; se encuentra ligada al rol y al trabajo de los altos directivos. Es un proceso continuo de análisis de objetivos y resultados y la adopción continua de medidas correctivas, considerando las fortalezas y debilidades hacia el interior de la empresa y las amenazas y oportunidades del entorno
Producción y operaciones:	La producción es la creación de bienes o servicios, mientras que la administración de operaciones es el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados
Aseguramiento de la calidad:	Son todas las actividades que se llevan a cabo con el fin de ofrecer un producto o servicio libre de defectos y que a la vez satisfaga las necesidades del consumidor cliente
Comercialización:	Es el proceso que se realiza con el fin de que el producto o servicio llegue del productor al consumidor final, teniendo como premisa incrementar la participación en el mercado
Contabilidad y finanzas:	Permite la generación de información para la toma de decisiones, y es una valiosa herramienta cuando es utilizada para visualizar el futuro de la empresa a través de las proyecciones financieras
Recursos humanos:	El manejo de los recursos humanos puede ser concebido como una estrategia empresarial que manifiesta la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre gestores, directivos o trabajadores, propiciando una participación activa de todos los trabajadores de la empresa
Gestión ambiental:	La responsabilidad social de la empresa respecto al cuidado del medio ambiente, la coloca en una situación en la que puede mejorar su imagen ante la sociedad
Sistemas de información:	El apoyo a las funciones operativas a través de las tecnologías de información resulta de vital importancia para desarrollar una estructura competitiva del negocio

Nota. Tomado de “Adaptado de Saavedra (2012)”,pág.105-106.

Con relación al mapa del BID, Solano, Pérez & Uzcátegui (2017) indican que “el mapa es una herramienta de diagnóstico que se aplica en la empresa y permite conocer su estado inicial frente a la competitividad e identificar las áreas en las que presenta fortaleza y aquellas en las que tiene debilidad” (pág.128). Gracias a esta herramienta creada por el BID los empresarios pueden identificar las debilidades de las empresas, de modo que puedan elaborar estrategias las cuales contribuyan a incrementar su competitividad, en la tabla 6 se puede observar un resumen de las áreas del mapa de competitividad del BID y los indicadores que se emplean para su evaluación.

Tabla 6.

Mapa de Competitividad. Áreas de análisis e indicadores

ÁREAS DE COMPETITIVIDAD	INDICADORES
Planificación estratégica	Proceso de Planeación Estratégica Implementación de la estrategia
Producción y operaciones, aprovisionamiento, logística	Planificación y proceso de producción Mantenimiento Investigación y desarrollo Aprovisionamiento Manejo de inventarios Ubicación e infraestructura
Aseguramiento de la calidad	Aspectos generales de la calidad Sistema de calidad
Comercialización	Mercado Nacional: Mercadeo y Ventas, Servicios, Distribución Mercado Exportación: Plan exportador, Producto, Competencia y mercadeo, Distribución física internacional, Aspectos de negociación, Participación en misiones y ferias
Contabilidad y finanzas	Monitorización de Costos y Contabilidad Administración Financiera Normas Legales y Tributarias
Recursos Humanos	Aspectos Generales Capacitación y Promoción del Personal Cultura Organizacional Salud y seguridad industrial
Gestión ambiental	Política Ambiental de la Empresa Estrategia para Proteger el Medio Ambiente Concientización y Capacitación del personal en Temas Ambientales Administración del Desperdicio
Sistema de información	Planeación del Sistema Entradas Procesos Salidas

Nota. Tomado de "Saavedra (2012)", pág.93-124.

8. PROPUESTA METODOLÓGICA

8.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo investigativo tiene un enfoque cuantitativo ya que trata de manifestar los hechos, con datos numéricos, orientándose en la respuesta de la pregunta de investigación, mediante técnicas de estadística descriptiva, contraste de hipótesis y análisis factorial.

8.2. Modalidad de la investigación

De campo

El presente estudio se realizó en las MiPymes del sector comercio, tomado contacto con la realidad, con la finalidad de obtener la información adecuada y conforme a los objetivos establecidos en el proyecto.

Documental-bibliográfica

La intención del proyecto fue identificar, estudiar y ahondar las distintas teorías, razones basadas en diversos autores como en fuentes primarias y secundarias para sustentar la información a través de artículos académicos, revistas científicas, periódicos, libros, internet, etc.

8.3. Tipos o niveles de investigación

Para Meyer (2016)

La investigación descriptiva se define como un método de investigación que describe las características de la población o el fenómeno que se está estudiando. Esta metodología se centra más en el "qué" del sujeto de investigación que en el "por qué" del sujeto de investigación (s/p).

Es descriptiva la presente investigación porque consiste en el análisis e interpretación de los hechos actuales de las empresas en el entorno. Por lo tanto, el estudio concuerda y es aplicado en este proyecto considerando la comprensión del problema de las empresas del sector comercio del Cantón Latacunga (s/p).

Adicionalmente, es una investigación exploratoria, en el sentido que pretende comprender el sector estudiado, identificar fortalezas y debilidades en términos de competitividad.

8.4. Metodología de medición de la competitividad empresarial utilizada

Las diferentes metodologías de medida investigadas están relacionadas con la medición de la competitividad ya sea micro, macro o una combinación de las dos. Sin embargo, la más apta para realizar la investigación del objeto de estudio es el mapa de competitividad del BID, debido a que toma énfasis en las áreas internas de las empresas para

poder realizar la medición de su competitividad, se empleará esta metodología para poder adaptarla a las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga y por medio de ésta poder recolectar información del sector antes mencionado.

De esta forma se llevará a cabo la cuantificación de la micro competitividad, lo que implica, que se va a estudiar las variables internas de las empresas, que es el objeto de estudio de esta investigación, ya que estudios anteriores ya han determinado la competitividad del Cantón.

El cuestionario del mapa de competitividad del BID, es el instrumento de recopilación de datos utilizado y adaptado por Saavedra (citado en Vera, Melgarejo & Mora, s/f), de manera que:

La encuesta está conformada por 89 preguntas con respuesta tipo escala (Likert), que permiten indagar la percepción sobre el desempeño de la empresa en sus dimensiones internas: Planificación Estratégica, Aprovechamiento, Aseguramiento de la calidad, Comercialización, Contabilidad y Finanzas, Recursos Humanos, Gestión ambiental, Sistemas de información. El desempeño de cada dimensión es medido en una escala de 0 a 100. (s/p)

Sin embargo, se ha adaptado esta metodología a una escala de respuesta de 1 a 5, para facilitar la aplicación del instrumento. El cuestionario adaptado está constituido por dos grandes secciones (ver anexo 2), la primera asociada a 7 preguntas generales, y una segunda sección asociada a los planteamientos de competitividad, conformada por cincuenta que serán calificadas en una escala de Likert de 1 a 5, en donde 1 representa nunca o no, 2 poco, 3 regular, 4 bien y 5 excelente o bastante.

Las preguntas asociadas con la medición de la competitividad fueron seleccionadas del instrumento original propuesto por Saavedra (2012), bajo la metodología del mapa del BID, considerando únicamente las que se aplicaban al sector comercio y a las características propias del Cantón Latacunga.

A fin de validar estadísticamente el instrumento se empleará el test de Alpha de Cronbach, que según Oviedo & Campo (2005) “es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo de consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados entre los ítems que hacen parte de un instrumento” (pág.575).

Para Cordón (2003) “este coeficiente analiza la homogeneidad de los ítems que componen una escala, su valor oscilará entre 0 y 1, y en general se suele aceptar que su valor debe ser superior a 0,7 y que a medida que aumenta mejora la consistencia interna de la escala” (s/p).

Una vez analizada la coherencia interna del instrumento, se procederá a realizar un análisis descriptivo de las respuestas generales de las distintas empresas a fin de tener una visión general de las características del sector, para luego proceder a realizar un diagnóstico general de las respuestas obtenidas en la competitividad, así como de las dimensiones y la estimación general del índice.

Adicionalmente, y con el fin de comprobar si existen diferencias significativas en los resultados de la competitividad y sus factores de acuerdo con las características de los negocios, personalidad jurídica, tipo de empresa, etc., se realizará un contraste de hipótesis para la diferencia de medias.

Para Laguna (2019) “en estadística, el contraste de hipótesis tiene la finalidad de decidir si una determinada hipótesis sobre la distribución en estudio es confirmada o invalidada a partir de las observaciones de una muestra” (pág.1).

Según Pearson (2010) “implica, en cualquier investigación, la existencia de dos teorías o hipótesis implícitas, que denominaremos hipótesis nula e hipótesis alternativa, que de alguna manera reflejarán esa idea a priori que tenemos y que pretendemos contrastar con la realidad” (s/p).

De esta forma, partiendo de la hipótesis nula de igualdad de medias, se tiene que:

$$H_0: \mu_x = \mu_y \quad (1)$$

Donde:

H_0 : Hipótesis nula

μ_x : Media de x

μ_y : Media de y

Los valores críticos fueron calculados en cada caso de acuerdo con lo planteado en la siguiente expresión:

$$h_1 = -k_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n_x} + \frac{\sigma_y^2}{n_y}} \quad y \quad h_2 = k_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n_x} + \frac{\sigma_y^2}{n_y}}$$

Donde:

h_1 y h_2 : son los valores críticos para aceptar o rechazar la hipótesis nula

$k_{\alpha/2}$: Los valores en la tabla de la distribución normal con los grados de libertad respectivos y el nivel de significancia determinado.

Una vez realizados los contrastes de hipótesis que tuvieran lugar, a fin de validar las dimensiones propuestas en la literatura se estimará un análisis factorial de manera que los datos recolectados permitan agruparse en dimensiones y tratar de realizar la interpretación de estos factores.

Nos menciona Morales (2013) que:

Lo que se pretende con el análisis factorial (análisis de Componentes Principales o de Factores Comunes) es simplificar la información que nos da una matriz de correlaciones para hacerla más fácilmente interpretable, por qué unas variables se relacionan más entre sí y menos con otras (pág.3).

Por otro lado, Ferrano & Anguiano (2010) indican “que representa las relaciones entre un conjunto de variables, plantea que estas relaciones pueden explicarse a partir de una serie de variables no observables (latentes) denominadas factores, siendo el número de factores substancialmente menor que el de variables” (pág.19).

Todas las estimaciones se realizarán a través del software estadístico de STATA, para Santana & Rama (2018):

Stata es un programa especializado que usa ventanas para ayudarte a centrar la atención en lo que necesitas en cada momento mientras que las hojas de cálculo los albergan de manera indiferenciada, Stata separa en sendas ventanas los datos, las variables, los comandos o instrucciones u órdenes o consultas y los resultados (s/p).

Como se puede mencionar Stata realiza el manejo de bases de datos, análisis estadístico, análisis econométrico, propósitos estadísticos en general.

9. POBLACION Y MUESTRA

9.1. Población

Para efectos de la presente investigación, la población está constituida por las MiPymes empresas del sector comercio de la ciudad de Latacunga conformada por 5.924 negocios que se encuentran registradas en el Directorio Empresarial del Instituto Nacional de

Estadísticas y Censos (INEC, 2017). Así mismo, se tomaron en cuenta a todas las empresas de los diferentes sectores de la ciudad de Latacunga, que se dedican a la venta de prendas de vestir, calzado, lubricantes, llantas, cortinas, pinturas, cerámicas, etc.

De tal manera, se puede afirmar que, para el desarrollo del proyecto, se contará con una población de tipo finita puesto que se conoce con certeza el número de elementos que son objeto de estudio. También cabe recalcar que se recurre a esta fuente por la consistencia de los datos que se requieren para ejecutar dicha investigación, es decir, se halló toda la información necesaria para sacar los cálculos obtenidos de todas las encuestas.

9.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó el tipo muestral aleatorio sin remplazamiento; debido a que cada una de las 5.924 MiPymes, tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas al azar y sin volver a ser tomadas; teniendo como referencia a todos los sectores de la ciudad de Latacunga para la siguiente selección, ya que se conoce la totalidad de la población que se dedica al comercio.

Se determinó un nivel de confianza del 95%; un margen de error del 10% y con probabilidades de éxito y fracaso del 50%, respectivamente, la fórmula para calcular la muestra es:

$$n = \frac{N \times k_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{h^2 \times (N-1) + p \times q \times k_{\alpha/2}^2} \quad (2)$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra poblacional que se espera obtener

N: Tamaño total de la población (5924 empresas)

Z: Nivel de confianza de 95% equivale a 1.96.

P: Probabilidad de éxito.

Q: probabilidad de fracaso.

h: Límite aceptable de error muestral 10% equivalente a 0.10.

$$n = \frac{(5924)(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2(5924 - 1) + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{5689,4096}{60,1904}$$

$$n = 95$$

Se establece como error máximo aceptable del 10% con un nivel de confianza del 95%, el tamaño de la muestra que se aplicará en la recolección de información será de 95 encuestas.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

10.1. Validación del instrumento Alpha Cronbach

El Alpha Cronbach es una medida de las correlaciones entre las variables que forman parte en la escala, esto quiere decir que el instrumento debe ser válido para que los resultados que se obtengan sean válidos como podemos ver de la siguiente manera, tenemos como el resultado del instrumento un test que da 0,9316, lo que nos dice la teoría es que el valor siempre debe ser mayor a 0,70 para que el instrumento sea válido y tenga consistencia interna:

Comprobación que tiene consistencia interna;

Instrumento del Test 0,9316 esto es válido ya que es mayor > a 0,70

10.2. Características generales

Los resultados obtenidos una vez procesada la información, arroja que de las 95 empresas encuestadas el 13,68% corresponde al comercio de repuestos automotrices, el 9,47% al comercio de neumáticos, el 6,31% venta de artículos para la construcción, el 5,26% venta de auto lujos, el 4,21% venta de computadoras, el 4,21% venta de pinturas, el 4,21% venta de lubricantes, 4,21% bazar en general, el 3,16% venta de abarrotes, el 3,16% venta de bebidas alcohólicas, el 3,16% venta de celulares y accesorios, el 2,11% venta de instrumentos musicales, el 2,11% venta de repuestos eléctrico automotriz, el 2,11% venta de pollos, el 2,11% venta de lentes y armazones, el 2,11% venta de muebles, el 2,11% venta de útiles escolares, el 2,11% venta de equipos de seguridad industrial, el 2,11% venta de electrodomésticos, el 2,11% venta de productos veterinarios, el 2,11% venta de alimentos para animales de granja, el 2,11% venta de productos eléctricos, el 2,11% venta de prendas de vestir, las siguientes trece empresas de comercio restantes encuestadas representan un 1,05% cada una; tal como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7.

Tipo de negocio

Tipo de negocio	Porcentaje
Repuestos Automotrices	13,68%
Neumáticos	9,47%
Ferretería	6,31%
Auto lujos	5,26%
Venta de computadoras	4,21%
Pinturas	4,21%
Lubricantes	4,21%
Bazar	4,21%
Abarrotes	3,16%
Licorería	3,16%
Venta de celulares	3,16%
Instrumentos musicales	2,11%
Repuestos eléctrico automotriz	2,11%
Distribuidora de pollos	2,11%
Óptica	2,11%
Muebles	2,11%
Librería	2,11%
Equipos de seguridad industrial	2,11%
Electrodomésticos	2,11%
Clínica Veterinaria	2,11%
Balanceados	2,11%
Almacén eléctrico	2,11%
Boutique de ropa	2,11%
Fotocopiadoras	1,05%
Baterías	1,05%
Trofeos y sellos	1,05%
Restaurante	1,05%
Repuestos hidráulicos	1,05%
Repuestos de motos	1,05%
Tienda para adultos	1,05%
Maquinaria industrial	1,05%
Equipos industriales de refrigeración	1,05%
Cyber	1,05%
Cortinas	1,05%
Cafetería	1,05%
Productos agrícolas	1,05%
Total	100%

Nota. Tomado del tipo de negocio

Como se puede evidenciar las empresas de comercio de repuestos automotrices y de neumáticos, es el sector que representa la mayor proporción de la muestra (13,68% y el 9,47% respectivamente) esto se debe a que en la ciudad de Latacunga existe una gran cantidad de transporte pesado y de automóviles livianos los cuales usan este tipo de vienes antes mencionados.

Con relación al número de empleados se puede decir que el promedio de los empleados es de 3,83, es decir, que son 4 empleados que tiene cada empresa, siendo el valor mínimo 1 de empleados y como valor máximo 23 empleados.

En lo relacionado al registro único de contribuyente (RUC) o al régimen impositivo simplificado (RISE), al momento de realizar las encuestas a las 95 empresas se constató que el 100% de las empresas tienen RUC.

En lo que, respecto a la categoría de empresas familiares, se pudo constatar que el 59% de las empresas son familiares con una desviación estándar del 0,05, mientras que el 41% de las empresas no son familiares alcanzando una desviación estándar de 0,50, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8.

Proporción Desviación Estándar

	PROPORCION	DESVIACION ESTANDAR
Empresa Familiar		
No	0,4105	0,5073
Si	0,5894	0,0507
Unidad Legal		
Natural	0,9368	0,025
Jurídica	0,0631	0,025

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a la unidad legal, un 94% son personas naturales con una desviación estándar del 0,02, mientras que en el 6% son personas jurídicas alcanzando una desviación estándar de 0,02.

10.3. Dimensiones de la competitividad

Para estas dimensiones se aplicó un instrumento de 50 preguntas las cuales tienen una escala entre (1) a (5), siendo uno (1) la carencia o ausencia de las características de la pregunta y cinco (5) el empleo o utilización de la misma; a continuación, se presenta la siguiente tabla donde se puede observar las 50 preguntas con sus respectivos resultados obtenidos por medio del software Stata, el mismo que nos proporciona datos sobre las medias y las dispersiones estándar de cada pregunta y por cada calificación, por otro lado, también se obtiene el rango de cada pregunta.

Tabla 9.

Dimensiones de Competitividad

PREGUNTAS	No contesta	1	2	3	4	5	Media	Rango
1. Posee visión – misión – objetivos (plan estratégico), escrita	0,0526 (0,0230)	0,2947 (0,0470)	0,0526 (0,0230)	0,1263 (0,0342)	0,2421 (0,0441)	0,2315 (0,0435)	2,90 (1,7015)	Regular
2. Los empleados conocen la misión y visión del negocio	0,0736 (0,0269)	0,3157 (0,0479)	0,1052 (0,0316)	0,1263 (0,0342)	0,2315 (0,0435)	0,1473 (0,0365)	2,56 (1,6415)	Regular
3. Planifica actividades a desarrollar durante el año (plan operativo)	0,0526 (0,0230)	0,1578 (0,0376)	0,1052 (0,0316)	0,1578 (0,0376)	0,2526 (0,0448)	0,2736 (0,0459)	3,22 (1,59)	Buena
4. Los objetivos o actividades que se planifican son conocidas por los empleados y construidas en conjunto	0,0210 (0,0148)	2 (0,0412)	0,1263 (0,0342)	0,1473 (0,0365)	0,2315 (0,0435)	0,2736 (0,0459)	3,18 (1,55)	Buena
5. Se conocen las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del negocio	0,0105 (0,0105)	0,0315 (0,0180)	0,1052 (0,0316)	0,2105 (0,0420)	0,2526 (0,0448)	0,3894 (0,0502)	3,83 (1,20)	Buena
6. Compara su negocio con otro para definir estrategias o actividades (planes de acción)	0,0210 (0,0148)	0,2421 (0,0441)	0,0947 (0,0302)	0,0842 (0,0286)	0,2315 (0,0435)	0,3263 (0,0483)	3,24 (1,66)	Buena
7. Las actividades planificadas son flexibles como para aprovechar oportunidades del mercado o defenderse de amenazas	0,0105 (0,0105)	0,0736 (0,0269)	0,0947 (0,0302)	0,1263 (0,0342)	0,3157 (0,0479)	0,3789 (0,0500)	3,8 (1,30)	Buena
8. La compra de productos para la venta se realiza de acuerdo a una planificación	0,0210 (0,0148)	0,0736 (0,0269)	0,0526 (0,0230)	0,1263 (0,0342)	0,1894 (0,0404)	0,5368 (0,0514)	4 (1,37)	Muy Buena
9. La compra de productos para la venta se centra en el precio de la mercancía	0,0105 (0,0105)	0,0631 (0,0250)	0,0315 (0,0180)	0,0631 (0,0250)	0,2947 (0,0470)	0,5368 (0,0514)	4,17 (1,20)	Muy Buena
10. Siempre se está en la búsqueda de proveedores para ofrecer productos innovadores a mejor precio	-	0,0315 (0,0180)	0,0421 (0,0207)	0,1052 (0,0316)	0,2210 (0,0427)	6 (0,0505)	4,17 (1,20)	Muy Buena
11. Cuenta con una variedad de proveedores que garanticen la existencia de productos	-	0,0105 (0,0105)	0,0421 (0,0207)	0,1052 (0,0316)	0,1894 (0,0404)	0,6526 (0,0491)	4,43 (0,91)	Muy Buena
12. Existe un inventario de productos	0,0421 (0,0207)	0,0842 (0,0286)	0,0736 (0,0269)	0,0526 (0,0230)	0,1894 (0,0404)	0,5578 (0,0512)	3,93 (81,53)	Buena
13. Se realiza periódicamente auditoría del inventario	0,0210 (0,0148)	0,2105 (0,420)	0,1368 (0,0354)	0,1894 (0,0404)	0,1473 (0,0365)	0,2947 (0,0470)	3,11 (1,58)	Buena
14. Existe un proceso claro desde que llega la mercancía hasta la entrega del producto	0,0105 (0,0105)	0,0105 (0,0105)	0,0421 (0,0207)	0,0842 (0,0286)	0,1894 (0,0404)	0,6631 (0,0487)	4,42 (1,00)	Muy Buena
15. Siempre cuenta con los productos disponibles que solicita el cliente	0,0210 (0,0148)	0,0105 (0,0105)	0,0210 (0,0148)	0,2736 (0,0459)	0,3052 (0,0474)	0,3684 (0,0497)	3,93 (1,07)	Buena
16. El negocio cuenta con condiciones físicas adecuadas (luz, ventilación, espacio almacenamiento, espacio atención al cliente, etc.)	0,0105 (0,0105)	0,0210 (0,0148)	0,0631 (0,0250)	0,2 (0,0412)	0,6947 (0,0474)	0,0105 (0,0105)	4,57 (0,80)	Muy Buena
17. Se realiza el mantenimiento de las instalaciones	0,0105 (0,0105)	-	0,0421 (0,0207)	0,0824 (0,0286)	0,2 (0,0412)	0,6631 (0,0487)	4,45 (0,94)	Muy Buena
18. Emplea medios de pago electrónicos para el cobro a sus clientes	0,0105 (0,0105)	0,3578 (0,0494)	0,0526 (0,0230)	0,0421 (0,0207)	0,1368 (0,0354)	0,4 (0,0505)	3,13 (1,82)	Buena
19. Es importante la calidad de los productos que vende	-	-	0,0105 (0,0105)	0,0526 (0,0230)	0,1473 (0,0365)	0,7894 (0,0420)	4,71 (0,61)	Muy Buena
20. El negocio capacita a los empleados para mantener la calidad en la atención al cliente	0,0210 (0,0148)	0,0526 (0,0230)	0,0947 (0,0302)	0,0736 (0,0269)	0,2105 (0,0420)	0,5473 (0,0513)	4,04 (1,35)	Muy Buena
21. Existen normas que debe cumplir el personal para brindar una atención al cliente de calidad	-	0,0736 (0,0269)	0,0315 (0,0180)	0,1578 (0,0376)	0,1684 (0,0385)	0,5684 (0,0510)	4,12 (1,23)	Muy Buena
22. Se identifican las necesidades del cliente para dar respuesta a ellas	-	0,0105 (0,0105)	0,0210 (0,0148)	0,0947 (0,0302)	0,2631 (0,0454)	0,6105 (0,0502)	4,44 (0,83)	Muy Buena
23. Realiza acciones correctivas para mejorar la calidad en la atención al cliente	0,0105 (0,0105)	-	0,0421 (0,0207)	0,0421 (0,0207)	0,2947 (0,0470)	0,6105 (0,0502)	4,44 (0,89)	Muy Buena
24. Genera estrategias comerciales (promociones)	-	0,0526 (0,0230)	0,1263 (0,0342)	0,1157 (0,033)	0,2105 (0,0420)	0,4947 (0,0515)	3,96 (1,26)	Buena
25. Conoce a sus clientes, sus necesidades, decisiones de compra	-	-	0,0947 (0,0302)	0,0736 (0,0269)	0,3368 (0,0487)	0,4947 (0,0515)	4,23 (0,95)	Muy Buena

26. Conoce a sus competidores (calidad de productos, precios, servicios)	-	0,0315 (0,0180)	0,0526 (0,0230)	0,1263 (0,0342)	0,2842 (0,0465)	0,5052 (0,0515)	4,17 (1,05)	Muy Buena
27. Los precios son fijados considerando costos y competencia	-	0,0105 (0,0105)	-	0,0526 (0,0230)	0,3052 (0,0474)	0,6315 (0,0497)	4,54 (0,69)	Muy Buena
28. En los dos últimos años se han incorporado nuevos productos que representan una parte importante de las ventas	-	0,1157 (0,0330)	0,0736 (0,0269)	0,0842 (0,0286)	0,1789 (0,0395)	0,5478 (0,0513)	3,96 (1,41)	Buena
29. Se emplean redes sociales para la promoción (Facebook, Instagram, etc.)	0,0105 (0,0105)	0,3578 (0,0494)	0,1157 (0,0330)	0,0526 (0,0230)	0,1684 (0,0385)	0,2947 (0,0470)	2,89 (1,73)	Regular
30. El negocio emplea publicidad para darse a conocer a sus clientes	0,0105 (0,0105)	0,2210 (0,0427)	0,0842 (0,0286)	0,1473 (0,0365)	0,1263 (0,0342)	0,4105 (0,0507)	3,38 (1,64)	Buena
31. Sus clientes lo identifican por el nombre de su negocio	0,0105 (0,0105)	0,0210 (0,0148)	0,0631 (0,0250)	0,0526 (0,0230)	0,1789 (0,0395)	0,6736 (0,0483)	4,38 (1,09)	Muy Buena
32. El cliente tiene posibilidad de manifestar su inconformidad con el producto y atención	-	0,0210 (0,0148)	0,0736 (0,0269)	0,1157 (0,0330)	0,3052 (0,0474)	0,4842 (0,0515)	4,15 (1,03)	Muy Buena
33. El negocio lleva contabilidad	0,0105 (0,0105)	0,1578 (0,0376)	0,0315 (0,0180)	0,0421 (0,0207)	0,1684 (0,0385)	0,5894 (0,0507)	3,96 (1,53)	Buena
34. Conoce el nivel de venta de su negocio	-	0,0315 (0,0180)	0,0631 (0,0250)	0,0315 (0,0180)	0,3263 (0,0483)	0,5473 (0,0513)	4,29 (1,01)	Muy Buena
35. Calcula los costos por productos	-	0,0310 (0,0148)	0,0210 (0,0148)	0,0526 (0,0230)	0,2842 (0,0465)	0,6210 (0,0500)	4,46 (0,86)	Muy Buena
36. Realiza el pago oportuno de sus impuestos	-	-	-	0,0105 (0,0105)	0,2421 (0,0441)	0,7473 (0,0448)	4,73 (0,46)	Muy Buena
37. Realiza el pago oportuno de las obligaciones laborales (sueldos, iess, etc.)	-	0,0526 (0,0230)	0,0421 (0,0207)	0,0315 (0,0180)	0,2947 (0,0470)	0,5789 (0,0509)	4,30 (1,08)	Muy Buena
38. Conoce la rentabilidad / ganancia por producto	-	0,0105 (0,0105)	0,0631 (0,0250)	0,0210 (0,0148)	0,2421 (0,0441)	0,6421 (0,0494)	4,45 (0,93)	Muy Buena
39. Maneja cuentas bancarias	-	0,0526 (0,0230)	0,0421 (0,0207)	0,0210 (0,0148)	0,2421 (0,0441)	0,6421 (0,0494)	4,37 (1,08)	Muy Buena
40. El negocio cuenta con la permisología necesaria	-	0,0105 (0,0105)	-	0,0210 (0,0148)	0,2105 (0,0420)	0,7578 (0,0441)	4,70 (0,61)	Muy Buena
41. Existe un estructural organizacional con responsabilidades definidas para cada empleado	0,0210 (0,0148)	0,1157 (0,0330)	0,1157 (0,0330)	0,1368 (0,0354)	0,2105 (0,0420)	0,4 (0,0505)	3,6 (1,49)	Buena
42. Cuenta con una inducción para el personal nuevo	0,0315 (0,0180)	0,3157 (0,0479)	0,0736 (0,0269)	0,0947 (0,0302)	0,2105 (0,0420)	0,2736 (0,0459)	2,95 (1,71)	Regular
43. La remuneración considera el deseo de superación, el desempeño del empleado, su productividad	0,0315 (0,0180)	0,0947 (0,0302)	0,0736 (0,0269)	0,0736 (0,0269)	0,2526 (0,0448)	0,4736 (0,0514)	3,84 (1,48)	Buena
44. Existe comunicación entre empleados y jefes	-	0,1052 (0,0316)	0,0210 (0,0148)	0,0315 (0,0180)	0,2105 (0,0420)	0,6315 (0,0497)	4,24 (1,28)	Muy Buena
45. Las instalaciones consideran la seguridad de los empleados	-	0,0631 (0,0250)	-	0,0315 (0,0180)	0,2631 (0,0454)	0,6421 (0,0494)	4,42 (1,03)	Muy Buena
46. La rotación del personal es (cuando los empleados se van o renuncian frecuentemente del negocio)	0,0421 (0,0207)	0,2 (0,0412)	0,1578 (0,0376)	0,0842 (0,0286)	0,1052 (0,0316)	0,4105 (0,0507)	3,24 (1,74)	Buena
47. Considera / conoce las regulaciones ambientales de su negocio	0,0210 (0,0148)	0,0631 (0,0250)	0,1157 (0,0330)	0,0736 (0,0269)	0,1894 (0,0404)	0,5368 (0,0514)	3,95 (1,41)	Buena
48. Su negocio realiza reciclaje	-	0,1369 (0,0354)	0,1578 (0,0376)	0,0736 (0,0269)	0,1684 (0,0385)	0,4631 (0,0514)	3,66 (1,52)	Buena
49. Realiza manejo de desechos (basura)	-	0,0842 (0,0286)	0,0736 (0,0269)	0,1789 (0,0395)	0,1473 (0,0365)	0,5157 (0,0515)	3,93 (1,32)	Buena
50. Minimiza el consumo de energía, agua	-	0,0210 (0,0148)	0,0947 (0,0302)	0,0631 (0,0250)	0,2315 (0,0435)	0,5894 (0,0507)	4,27 (1,07)	Muy Buena

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Nota. Tomado de las Dimensiones de Competitividad

La tabla de dimensiones de competitividad tiene valores relevantes como la pregunta número 36 es la mejor calificada de la encuesta ya que su media es de 4,73 lo que significa que obtiene un rango de muy buena, esto se debe a que las empresas de comercio tienen una

buena cultura tributaria, pagan sus tributos oportunamente para evitar multas y otras sanciones.

Por otro lado, la pregunta número 19 tiene una media de 4,71 y un rango de muy buena, esto se debe a que las empresas consideran mucho la calidad de los productos que venden ya que ello garantiza la satisfacción del cliente y el incremento de los mismos. La pregunta 40 tiene una media de 4,70 y un rango de muy buena, ya que las empresas tienen todos los permisos de funcionamiento para prevenir un cierre o clausura y así evitar pérdidas económicas. La pregunta 16 tiene una media de 4,57 y un rango de muy buena, las empresas tienen buenas condiciones físicas ya que esto influye en el rendimiento de sus empleados y evita posibles accidentes laborales.

Por el contrario, la pregunta número 2 tiene una media de 2,56 y un rango de regular, como podemos ver esta es la calificación más baja de la encuesta, ya que la mayoría de las empresas no poseen misión y visión o las tienen elaboradas informalmente, lo que ocasiona que el personal tenga desconocimiento de esta información. La pregunta número 1 tiene una media de 2,90 y un rango de regular, esto se debe a que la mayoría de los empresarios establecen sus empresas empíricamente, sin ningún conocimiento alguno, lo que provoca un mal manejo de la empresa y la desorganización de la misma; la pregunta número 29 tiene una media de 2,89 y un rango de regular, esto debido a que los empresarios tienen desconocimiento del uso de las redes sociales y sus potenciales para la publicidad y expansión de sus negocios; la pregunta número 42 tiene una media de 2,95 y un rango de regular, esto se debe a que la mayoría de las empresas son manejadas por sus dueños y familiares, es por ello que no tienen ningún tipo de inducción para el personal.

10.4. Valoración por dimensiones de competitividad

La competitividad general de las empresas de comercio de la ciudad de Latacunga tiene una media de 3,96 lo que corresponde al rango de buena, y se estimó como el promedio de la totalidad de los planteamientos (50) consultados, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 10.

Dimensiones de Competitividad

	Media	Desviación	Mínimo	Máximo	Rango
Competitividad General	3,964	0,5873	2,18	4,86	Buena
DIMENSIONES					
Planeación Estratégica	3,2511	0,9821	1	5	Buena
Operaciones	4,0459	0,7158	1,54	5	Muy Buena
Aseguramiento de la Calidad	4,3536	0,7445	1,8	5	Muy Buena
Comercialización	3,9695	0,7115	2,11	5	Buena
Contabilidad y Finanzas	4,4131	0,5939	2,62	5	Muy Buena
Talento Humano	3,7175	0,8643	1,33	5	Buena
Gestión Ambiental	3,9578	1,0685	0,75	5	Buena

Fuente: Elaboración propia.

El resultado del índice de competitividad se debe a que las empresas están enfocadas en ciertas dimensiones tales como: contabilidad y finanzas que tiene una media de 4,31 que corresponde al rango de muy buena, aseguramiento de la calidad que tiene una media de 4,35 que corresponde al rango de muy buena, operaciones que tiene una media de 4,04 que pertenece al rango de muy buena.

Las dimensiones antes mencionadas son las mejores puntuadas de la encuesta poniendo por debajo a la comercialización que tiene una media de 3,96 que corresponde al rango de buena, la cual debería ser el pilar fundamental de las empresas de comercio de Latacunga, pero que en este caso tienen una deficiencia. Por otro lado, la gestión ambiental tiene una media de 3,96 que corresponde al rango de buena, talento humano que tiene una media de 3,71 que corresponde al rango de buena y por último la dimensión peor puntuada de la encuesta es la planeación estratégica que tiene una media de 3,25 que pertenece al rango de buena.

10.5. Contraste de hipótesis por empresa familiar

Al analizar el índice de competitividad y sus dimensiones, comparando con las empresas familiares y no familiares, se puede evidenciar que existen diferencias en todos los elementos, en la mayoría de los casos a favor de las empresas familiares, salvo en la planeación estratégica y el aseguramiento de la calidad en el cual sus medias son superiores en las empresas no familiares, resultados que se muestran a continuación.

Tabla 11.

Hipótesis por empresa familiar

MEDIAS			
	NO FAMILIAR	FAMILIAR	DIFERENCIA
Competitividad General	3,96 (0,1601)	3,967 (0,1336)	-0,00678 (0,20856)
DIMENSIONES			
Planeación Estratégica	3,2930 (0,1601)	3,2219 (0,1336)	0,07110 (0,20856)
Operaciones	4,0279 (0,1601)	4,0584 (0,1336)	-0,03046 (0,20856)
Aseguramiento de la Calidad	4,4769 (0,1601)	4,2678 (0,1336)	0,20906 (0,20856)
Comercialización	4,0712 (0,1601)	3,8988 (0,1336)	0,17241 (0,20856)
Contabilidad y Finanzas	4,2788 (0,1601)	4,5066 (0,1336)	-0,22785 (0,20856)
Gestión Ambiental	3,8397 (0,1601)	4,0401 (0,1336)	-0,20043 (0,20856)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Nota. Tomado de la Hipótesis por empresa familiar

Se registra que la mayor diferencia se encuentra en la dimensión de contabilidad y finanzas, pero al ser tan pequeña no es estadísticamente significativa, por esta razón podemos mencionar que no hay diferencias estadísticamente significativas cuando hablamos de empresas familiares o no familiares, en el tratamiento de la competitividad empresarial.

10.6. Contraste de hipótesis por unidad legal

Al considerar la unidad legal, se compararon las medias de las personas naturales y las jurídicas tanto del índice de competitividad como de cada una de las dimensiones, obteniendo diferencias a favor de las personas jurídicas tal como se muestra en la tabla 12.

Tabla 12.

Hipótesis por unidad legal

	MEDIAS		
	PERSONA NATURA L	PERSONA JURIDICA	DIFERENCI A
Competitividad General	3,9373 (0,1059)	4,36 (0,4082)	-0,42269 (0,42178)
	DIMENSIONES		
Planeación Estratégica	3,2118 (0,1059)	3,8333 (0,4082)	-0,62145 (0,42178) *
Operaciones	4,0306 (0,1059)	4,2727 (0,4082)	-0,24208 (0,42178)
Aseguramiento de la Calidad	4,3393 (0,1059)	4,5666 (0,4082)	-0,22734 (0,42178)
Comercialización	3,9513 (0,1059)	4,2407 (0,4082)	-0,28942 (0,42178)
Contabilidad y Finanzas	4,3848 (0,1059)	4,8333 (0,4082)	-0,44850 (0,42178)
Talento Humano	3,6760 (0,1059)	4,3333 (0,4082)	-0,65730 (0,42178)
Gestión Ambiental	3,9129 (0,1059)	4,625 (0,4082)	-0,71207 (0,42178)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Nota. Tomado de la Hipótesis por unidad legal

Al analizar el índice de competitividad y sus dimensiones, comparando con las personas naturales y jurídicas, se puede evidenciar que en la mayoría de las dimensiones existe muy poca diferencia, por otro lado se registra que la mayor diferencia se encuentra en la dimensión de planeación estratégica con un 0,62, de tal manera que es una diferencia estadísticamente significativa (al 10%), por esta razón podemos mencionar que las personas jurídicas tienen una planificación estratégica mejor elaborada que las personas naturales.

En el resto de las dimensiones las diferencias siguen existiendo, pero no son estadísticamente significativas.

10.7. Análisis factorial

Se realizó un análisis factorial para identificar los factores en los cuales se podrían agrupar los datos, para lo que se estimó la matriz de correlación (ver anexo 1) donde se comprueba la relación que tiene cada par de planteamientos esperando que el valor sea el más cercano a 1, determinando si las variables se relacionan. Los resultados obtenidos en la matriz de correlación, dada la cantidad de datos, son muy extensos por lo que se procedió a realizar

un test de Barlett y de Kaiser – Meyer – Olkin (Kmo), para así poder tener información de la bondad del análisis factorial.

10.8. Test Barlett y Kmo

El test de Barlett o de esfericidad parte de la idea de una hipótesis nula que establece que “las variables no tienen correlación”, por lo cual para poder realizar el análisis factorial es necesario rechazar esa hipótesis para que las variables estén fuertemente correlacionadas y puedan agruparse.

En este caso, el valor chi-cuadrado del test fue de 3043,67, lo que quiere decir que se rechaza la hipótesis nula, por lo que se puede afirmar que la correlación entre los planteamientos es muy fuerte.

Por su parte, el test de Kmo hace referencia a que tan bueno es el análisis factorial, en el sentido, de si los factores que se extraen permiten agrupar los datos, el cual nos da como resultado 0,748 con una valoración de muy bueno, de tal forma que podrían identificarse pocos factores los cuales explican apropiadamente los datos.

10.9. Determinación e identificación de factores

El método menciona que se deben escoger tantos factores que puedan explicar al menos un 60% de la varianza respetando las dimensiones de la encuesta (Regla de Kaiser), por lo cual hemos escogido 7 factores con los cuales podríamos explicar cómo se comporta casi el 60% de los datos, resultados que se detallan a continuación.

Tabla 13.

Matriz dimensiones de competitividad

DIMENSIONES DE COMPETITIVIDAD			
Factor	Auto valor	Varianza Explicada	Varianza Explicada Acumulada
Factor 1	13,72369	0,2691	0,2691
Factor 2	4,04006	0,0792	0,3483
Factor 3	3,04692	0,0597	0,4081
Factor 4	2,50421	0,0491	0,4572
Factor 5	2,38914	0,0468	0,5040
Factor 6	2,07778	0,0407	0,5447
Factor 7	1,66779	0,0327	0,5774
Factor 8	1,43142	0,0281	0,6055
Factor 9	1,41330	0,0277	0,6332
Factor 10	1,31545	0,0258	0,6590
Factor 11	1,19299	0,0234	0,6824

Nota. Tomado de la Matriz dimensiones de Competitividad.

Se llevó a cabo la selección de los planteamientos según la varianza la cual debe ser la más aproximada a uno (1) positivo o negativo ya que el negativo quiere decir que tiene una relación opuesta. Después de realizar la extracción de los factores se procede a elaborar una matriz en la cual se explica el orden de los planteamientos en sus factores

correspondientes, los cuales se explican en la siguiente tabla.

Tabla 14.

Matriz nuevos factores

Planteamiento	Varianza explicada
Factor 1: Comercialización y ventas	
Las actividades planificadas son flexibles como para aprovechar oportunidades del mercado o defenderse de amenazas	0,5099
Cuenta con una variedad de proveedores que garanticen la existencia de productos	0,5475
Existe un inventario de productos	0,6225
Se realiza periódicamente auditoría del inventario	0,5853
Existe un proceso claro desde que llega la mercancía hasta la entrega del producto	0,7436
Se realiza el mantenimiento de las instalaciones	0,5308
Emplea medios de pago electrónicos para el cobro a sus clientes	0,3921
El negocio capacita a los empleados para mantener la calidad en la atención al cliente	0,6219
Existen normas que debe cumplir el personal para brindar una atención al cliente de calidad	0,6824
Se identifican las necesidades del cliente para dar respuesta a ellas	0,5596
Realiza acciones correctivas para mejorar la calidad en la atención al cliente	0,6036
Genera estrategias comerciales (promociones)	0,5628
Conoce a sus clientes, sus necesidades, decisiones de compra	0,6425
Conoce a sus competidores (calidad de productos, precios, servicios)	0,4933
Los precios son fijados considerando costos y competencia	0,432
El negocio emplea publicidad para darse a conocer a sus clientes	0,5633
El cliente tiene posibilidad de manifestar su inconformidad con el producto y atención	0,5508
El negocio lleva contabilidad	0,421
Realiza el pago oportuno de sus impuestos	0,6116
Existe un estructural organizacional con responsabilidades definidas para cada empleado	0,6468
La remuneración considera el deseo de superación, el desempeño del empleado, su productividad	0,6861
Existe comunicación entre empleados y jefes	0,6808
Las instalaciones consideran la seguridad de los empleados	0,6218
Factor 2: Cumplimiento normativa	
Posee visión – misión – objetivos (plan estratégico), escrita	-0,5494
Los empleados conocen la misión y visión del negocio	-0,5187
El negocio cuenta con condiciones físicas adecuadas (luz, ventilación, espacio almacenamiento, espacio atención al cliente, etc.)	0,4071

Se emplean redes sociales para la promoción (Facebook, Instagram, etc.)	-0,3801
El negocio cuenta con la permisología necesaria	0,3867
Cuenta con una inducción para el personal nuevo	-0,4529
Realiza manejo de desechos (basura)	0,5372
Minimiza el consumo de energía, agua	0,5694
Factor 3: Planificación actividades	
Planifica actividades a desarrollar durante el año (plan operativo)	0,6126
La compra de productos para la venta se realiza de acuerdo a una planificación	0,4259
La compra de productos para la venta se centra en el precio de la mercancía	0,4354
Realiza el pago oportuno de las obligaciones laborales (sueldos, iess, etc.)	-0,4493
Factor 4: Cuentas del negocio	
Los objetivos o actividades que se planifican son conocidas por los empleados y construidas en conjunto	-0,3022
Siempre cuenta con los productos disponibles que solicita el cliente	-0,4178
Conoce el nivel de venta de su negocio	0,4851
Calcula los costos por productos	0,5232
Conoce la rentabilidad / ganancia por producto	0,4814
Maneja cuentas bancarias	0,5377
Factor 5: Innovación	
Se conocen las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del negocio	0,4293
Es importante la calidad de los productos que vende	-0,4304
En los dos últimos años se han incorporado nuevos productos que representan una parte importante de las ventas	0,403
La rotación del personal es (cuando los empleados se van o renuncian frecuentemente del negocio)	-0,4165
Factor 6: Ambiente	
Siempre se está en la búsqueda de proveedores para ofrecer productos innovadores a mejor precio	-0,4075
Considera / conoce las regulaciones ambientales de su negocio	0,3524
Su negocio realiza reciclaje	0,4193
Factor 7: Fidelidad	
Compara su negocio con otro para definir estrategias o actividades (planes de acción)	0,3846
Sus clientes lo identifican por el nombre de su negocio	0,3341

Nota. Tomado de la Matriz nuevos factores

De acuerdo con los planteamientos seleccionados en cada factor, se trataron de etiquetar esas dimensiones en función del contenido de las variables; en sentido los factores pueden ser considerados como: comercialización y ventas que agrupa la mayor proporción de los datos, lo cual guarda relación con el giro del negocio, cumplimiento de normativa de diversa índole, planificación de actividades, cuentas de negocio que permite conocer su rentabilidad, la innovación necesaria para mantenerse en el mercado con productos de calidad y novedosos, la preocupación por el ambiente y por último la fidelidad del consumidor que reconoce al negocio.

11. IMPACTO DEL PROYECTO

11.1. Impacto económico

El impacto económico que genera la presente investigación para las MiPymes de comercio de la ciudad de Latacunga es positivo ya que determina el índice de competitividad de las mismas y ayuda a los propietarios o gerentes de cada empresa a tomar decisiones, permitiendo potenciar sus negocios con el fin de crecer y ser competitivos dentro del mercado, para que de esta manera puedan generar fuentes de trabajo para los habitantes de la ciudad.

11.2. Impacto social

Este proyecto de investigación está enmarcado en la administración para el desarrollo humano y social que busca generar un impacto positivo en los empresarios del sector comercio de la ciudad de Latacunga, a fin de potenciar la competitividad para abarcar nuevos mercados y posicionar su marca en la mente del consumidor.

12. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación, podemos concluir que, después de adaptada y aplicada la metodología del mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se determinó que el índice de competitividad de las MiPymes del sector comercio de la ciudad de Latacunga, es 3,96, esto quiere decir que la competitividad global de este sector está considerada como buena.

También podemos mencionar que, la dimensión asociada a la comercialización tiene una puntuación de 3,969 que corresponde al rango de buena y se encuentra en la cuarta posición de las mejores puntuadas, esto quiere decir que existe un deficiente en esta dimensión en comparación de las otras, que debería tener la primera posición ya que es un pilar fundamental del objeto de estudio puesto que el mismo está relacionado a la misión de estas empresas.

Por otro lado, la dimensión de contabilidad y finanzas es la mejor puntuada ya que tiene una media de 4,31 que corresponde al rango de muy buena, esto se debe a que las empresas de comercio tienen una buena cultura tributaria, pagan sus tributos oportunamente para evitar multas y otras sanciones, también tienen a su disposición todos los permisos de funcionamiento necesarios para prevenir un cierre o clausura y así evitar pérdidas económicas.

La dimensión peor puntuada es la planeación estratégica que tiene una media de 3,25 que pertenece al rango de buena, esto se debe a que la mayoría de los empresarios establecen sus empresas empíricamente, conocimiento alguno, lo que provoca un mal manejo de la empresa y la desorganización de la misma, por otro lado, la mayoría de las empresas no poseen misión y visión o las tienen elaboradas informalmente, lo que ocasiona que el personal tenga desconocimiento de esta información.

La competitividad comparando las empresas familiares y no familiares, registran que existe poca diferencia, por lo que podemos mencionar que no hay diferencias estadísticamente significativas cuando hablamos de empresas familiares o no familiares, en el tratamiento de la competitividad empresarial, por otro lado, la competitividad comparando las personas naturales y jurídicas, podemos mencionar que se registra la mayor diferencia en la dimensión de planeación estratégica con un 0,62, de tal manera que es una diferencia estadísticamente

significativa (al 10%), por esta razón podemos mencionar que las personas jurídicas tienen una planificación estratégica mejor elaborada que las personas naturales.

Por último, al definir los índices de competitividad y después de haber elaborado la matriz de correlación, test Kaiser Meyer Olkin (KMO), test de Barlett, matriz de la varianza explicada y de extracción de factores, se pudieron hallar 7 nuevos factores que son: Comercialización y ventas, Cumplimiento normativo, Planificación actividades, Cuentas del negocio, Innovación, Ambiente y Fidelidad.

13. RECOMENDACIONES

A las empresas de comercio se recomienda, mejorar sus procesos comerciales, implementando estrategias como promociones y descuentos, redes sociales como publicidad digital para la promoción de sus productos y utilizar más publicidad tradicional (prensa, vallas, televisión y radio).

Implementar un proyecto para la elaboración de la misión, visión y objetivos estratégicos de la empresa para darle una mejor organización a la misma, por otra parte, se debería elaborar un plan operativo para poder tener organizadas las actividades anuales de la empresa.

Establecer, un correcto registro de sus ingresos y gastos, crear una marca e innovar sus procesos administrativos para mejorar su competitividad. Además, deberían pensar en la posibilidad de crear asociaciones que les permita obtener beneficios, para poder colocar precios competitivos a sus productos.

Por último, recomendamos a la Universidad, efectuar convenios con las empresas encuestadas para que los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial, realicen las respectivas pasantías en las empresas que tengan problemas, para que los mismos organicen y estructuren las empresas de mejor manera y así poder incrementar la competitividad del sector comercio de Latacunga.

14. PRESUPUESTO

Tabla 15.

Presupuesto de Proyecto de Investigación

Componente	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario \$	Valor Total \$
Equipo				
Computadora (internet)	800	Horas	0.60	\$480,00
Transporte y salida de campo				
Movilización (pasajes)		Movilización	110,00	\$110,00
Varios		Varios	40,00	\$40,00
Materiales y Suministros				
Esferos	4	Unidad	0.35	\$ 1.40
Cuaderno	2	Unidad	1.00	\$ 2.00
Lápiz	2	Unidad	0.50	\$ 1.00
Borrador	2	Unidad	0.20	\$ 0.40
Pen drive	2	Unidad	8.00	\$ 16.00
Anillado	7	Unidad	0.70	\$ 4.90
Empastado	3	Unidad	18.00	\$ 45.00
Material bibliográfico y fotocopias				
Copias	700	Unidad	0.02	\$ 14.00
Impresiones	600	Unidad	0.10	\$ 60.00
Hojas	4	Resmas	3.50	\$ 14.00
Gastos Varios				
Gastos		Imprevistos	35.00	\$ 35.00
Otros Recursos				
Cámara	1	Unidad	25.00	\$ 25.00
Almuerzos	10	Almuerzos	2,50	\$ 25.00
TOTAL				\$ 850.70

Nota. Tomado de Presupuesto de Proyecto de Investigación

15. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Álvarez, M. (12 de Diciembre de 2009). *Manual de las Micro, pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de Una distribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf
- Burbano, E., Gonzales, V., & Moreno, E. (Marzo de 2011). *La Competitividad como elemento inicial*. Obtenido de Factores de Competitividad:
https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/2_competitividadvalle.pdf
- Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (Marzo de 2011). *Documentos de Investigación Administracion de Empresas*. Obtenido de La Competitividad Empresarial:
<https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/ssrn-id2016597.pdf>
- Cámara de comercio, G. (09 de Octubre de 2017). *Indice de competitividad Global*. Obtenido de Ecuador se queda de año en competitividad por deficiencias económicas:
<http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/APE-002-Indice-de-Competitividad-Global-WEF.pdf>
- Camino, S., Bermudez, N., Suarez, D., & Mendoza, C. (Septiembre de 2018). *Superintendencia de compañías valores y seguro*. Obtenido de Panorama de la industria Manufacturera en el Ecuador:
<https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Panorama-de-la-Industria-Manufacturera-en-el-Ecuador-2013-2017.pdf>
- Castañeda, E., & Naranjo, L. (18 de Octubre de 2017). *Competitividad de la MiPymes del sector comercio*. Obtenido de Competitividad de las MiPymes:
https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10406/Castaneda_Naranjo_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castellanos, O., & Ramírez, D. (23 de Enero de 2013). *Competitividad, apropiación y mecanismos para su crecimiento*. Obtenido de
<http://www.bdigital.unal.edu.co/9092/1/COMPETITIVIDAD.pdf>
- Chávez, G. (17 de Octubre de 2018). *Clasificación para su estudio*. Obtenido de Micro, pequeñas y medianas empresas: <file:///C:/Users/HP/Downloads/842-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1820-2-10-20181011.pdf>
- Cordón, E. (Enero de 2003). *Máster en Economía y organización de empresas*. Obtenido de Modulo III Competencia para la preparación de trabajo:
<https://www.ugr.es/~ecordon/master/docus/Parte3master.pdf>
- Dini, M., & Stumpo, G. (16 de Octubre de 2018). *MiPymes en America Latina*. Obtenido de Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de Fomento:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf

- Ferrano, J., & Anguiano, C. (01 de Enero de 2010). *El análisis factorial como tecnica de investigación*. Obtenido de Centro de investigación para la evaluación:
<https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441003.pdf>
- Flores, R., Hernández, I., & Flores, I. (17 de Marzo de 2006). *Pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de Caracterización general de las Pymes e importancia:
https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdminEst/Ruth_Flores/caracterizacion_gral_pymes.pdf
- Gudiño, R. (11 de Noviembre de 2017). *La importancia de las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de En las economías Ecuatorianas:
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Hernández, R. (23 de Noviembre de 2001). *Sede subregional de la Cepal en Mexico*. Obtenido de Elementos de la competitividad sistematica de las pequeñas y medianas empresas:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4972/1/S0111978_es.pdf
- INEC. (17 de Junio de 2012). *Clasificación Nacional Central de productos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Unidad de análisis de síntesis:
<https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CPC%202.0.pdf>
- Kaplan Navarro, J. C., González Barajas, M. T., & Cruz Mendivil, C. (s.f.). *Aplicación del diamante de competitividad de Porter en la industria del camarón en el estado de Sonora*. Obtenido de XV Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas:
http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/03_09_Diamante_de_Competitividad.pdf
- Labarca, N. (23 de Octubre de 2007). *Revista Omnia*. Obtenido de Consideraciones teoricas de la competitividad empresarial: <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Laguna, C. (20 de Enero de 2019). *Inferencia Estadística: contraste de Hipótesis*. Obtenido de Contraste de Hipótesis: <http://www.ics-aragon.com/cursos/salud-publica/2014/pdf/M2T06.pdf>
- Lombana, J., & Rozas, S. (23 de Julio de 2009). *Pensamiento y Gestion*. Obtenido de Marco Analítico de la Competitividad fundamentos para el estudio competitivo:
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64612291002.pdf>
- López, D., & Muñoz, F. (24 de Noviembre de 2015). *El comercio de servicios y el desarrollo*. Obtenido de El comercio una discusión en curso:
<http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n30/n30a11.pdf>
- Meyer, W. (12 de Septiembre de 2016). *La investigación descriptiva*. Obtenido de Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva":
<https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Morales, P. (15 de Septiembre de 2013). *El análisis Factorial en la construccion e interpretacion de test, escalas y cuestionarios*. Obtenido de Que es un análisis Factorial: <https://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>

- Moreno, L. (17 de Septiembre de 2006). *Las Microempresas del Ecuador*. Obtenido de Perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo: <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-la-microempresa-en-ecuador-perspectivas-desafios-y-lineamientos-de-apoyo-9-2006.pdf>
- Olivares, A., Moya, M., Ochoa, J., & Espinoza, F. (Noviembre de 2016). *Factores Explicativos de la Competitividad*. Obtenido de Quartuppi: <http://www.qartuppi.com/2016/FACTORES.pdf>
- Oropeza, W. (02 de Octubre de 2013). *La Gestión Financiera de las MiPymes del sector comercio*. Obtenido de área de Administración de la micro, pequeñas y medianas empresas: <http://congreso.investigacion.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.19.pdf>
- Oviedo, H., & Campo, A. (09 de Enero de 2005). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios*. Recuperado el 01 de 2020, de Aproximacion al uso del Coeficiente alfa de Cronbach: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>
- Patiño, J. (2017). *Importancia de la Competitividad en el crecimiento y Desarrollo*. Obtenido de Especialista en Gerencia: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17115/Pati%F1oCamargoJorge2018.pdf;jsessionid=EB9D3F9F191DEC67DA2F5055690077B8?sequence=1>
- Pearson, N. (09 de Noviembre de 2010). *Estadística II*. Obtenido de Conceptos básicos en el contraste de Hipótesis: <http://halweb.uc3m.es/esp/Personal/personas/aarribas/esp/docs/estII/tema2.pdf>
- Porter, M. (2008). *Ventaja Competitiva segun Michael Porter*. Obtenido de Michael Porter y la Competitividad: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Quero, L. (Diciembre de 2007). *Estrategias Competitivas factor clave de Desarrollo*. Obtenido de Megatium: <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/10/Art3.pdf>
- Ramírez, L. (23 de Diciembre de 2006). *La Competitividad a que se refiere*. Obtenido de La Competitividad a que se refiere: <http://bdigital.unal.edu.co/27013/1/24712-86693-1-PB.pdf>
- Ramos, R. (15 de Diciembre de 2001). *Eumed*. Obtenido de Modelo de Evaluación de la Competitividad Internacional: Una Aplicación Empírica al Caso de las Islas Canarias: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/2.pdf>
- Rojas, P., & Sepulveda, S. (1999). *Que es la Competitividad*. Obtenido de IICA: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>
- Rubio, L., & Baz, V. (2004). *El Poder de la Competitividad*. Cidac.
- Saavedra G, M. L., & Hernández C, Y. (Diciembre de 2008). *Caracterización e importancia de las MiPymes en Latinoamérica: Un estudio comparativo*. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/26628/articulo10.pdf;jsessionid=28D116DD3788B29021771201413D7BD0?sequence=1>
- Saavedra, M. L. (Abril de 2012). *Una propuesta para la determinación*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/4898/2999>

- Saavedra, M., & Tapia, B. (Julio de 2012). *El entorno Sociocultural y la Competitividad*.
Obtenido de El panorama Socioeconomico:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39926274001>
- Sánchez, F. (Enero de 2018). *Evaluación de los factores de la Competitividad Empresarial*.
Obtenido de Vaupus Colombia: <file:///C:/Users/HP/Downloads/7246-23566-1-PB.pdf>
- Santana, A., & Rama, J. (21 de Junio de 2018). *Manual de Stata*. Obtenido de Guia de estudio tema uno introducción de Stata:
https://www.researchgate.net/publication/327666021_Manual_de_Stata_Breve_guia_de_estudio_Tema_1_Introduccion_a_Stata
- Scian , I. (17 de 02 de 2002). *Principales conceptos del sector Comercio*. Obtenido de Principales conceptos comercio:
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>
- Solano, J. A., Pérez, M. J., & Uzcátegui, C. Á. (Febrero de 2017). *II CONGRESO INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS DEL SIGLO XXI*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/10-metodologias-para-medir.pdf>
- Suñol, S. (Julio de 2006). *Ciencia y Sociedad*. Obtenido de Aspectos Teoricos de la Competitividad: <http://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Tello, S. (17 de Marzo de 2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de Para el desarrollo del país: [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875%20(5).pdf)
- Ubfal, D. (23 de Octubre de 2004). *competitividad Ubfal*. Obtenido de El concepto de competitividad y aplicacion al caso: <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>
- Velasquez, M., & Umaña, G. (7 de Diciembre de 1995). *Productividad, Competitividad e internacionalización economica*. Obtenido de Dane:
http://biblioteca.dane.gov.co/media/libros/LD_10122_EJ_2.PDF
- Vera, M. A., Melgarejo, Z. A., & Mora, E. H. (s.f.). *Competitividad en micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercio - Bogotá. Análisis y percepciones*. Obtenido de
<https://cpcecba.org.ar/media/img/paginas/Competitividad%20En%20Micro,%20Peque%C3%B1as%20Y%20Medianas%20Empresas%20Del%20Sector%20Comercio%20%E2%80%93%20Bogot%C3%A1.%20An%C3%A1lisis%20De%20Percepciones.pdf>
- Verna, F., Caamal, I., & Avila, J. (18 de Septiembre de 2009). *Análisis de los niveles y enfoques de la Competitividad*. Obtenido de Analisis de los niveles y enfoques de la Competitividad: <file:///C:/Users/HP/Downloads/rt-703.pdf>
- Wong, S. (26 de Septiembre de 2017). *Ecuador y competitividad glogal*. Obtenido de Resultados de Competitividad global 2017- 2018:
<https://www.espae.espol.edu.ec/resultados-del-reporte-de-competitividad-global-2017-2018/>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz dimensiones de competitividad

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
P1	1,0000													
P2	0,7965	1,0000												
P3	0,3101	0,2037	1,0000											
P4	0,4038	0,3731	0,5656	10,0000										
P5	0,2922	0,3169	0,3844	0,3445	1,0000									
P6	0,1023	0,0114	0,1163	0,1135	0,2378	1,0000								
P7	0,2796	0,2131	0,5657	0,4697	0,4653	0,1949	1,0000							
P8	0,1772	0,1648	0,4030	0,1933	0,1983	0,1768	0,3386	1,0000						
P9	0,0864	0,0180	0,3180	0,2030	0,1381	0,1218	0,3494	0,4821	1,0000					
P10	0,0655	0,0003	0,2931	0,0483	0,1401	0,2275	0,1502	0,4037	0,3390	1,0000				
P11	0,0809	-0,0092	0,3414	0,1725	0,1524	0,2933	0,3311	0,3535	0,3049	0,6054	1,0000			
P12	0,1402	0,0819	0,3582	0,1783	0,2120	0,1979	0,1480	0,3373	0,2078	0,4147	0,2307	1,0000		
P13	0,3160	0,2486	0,4032	0,2926	0,2882	0,1914	0,3211	0,3124	0,1566	0,3217	0,2139	0,6593	1,0000	
P14	0,1851	0,1949	0,2998	0,3147	0,4264	0,1739	0,4144	0,2920	0,2624	0,4127	0,4114	0,4237	0,4031	1,0000
P15	0,0372	0,1345	0,1505	0,1462	0,1955	0,3407	0,1650	0,0644	0,1317	0,2371	0,3388	0,2029	0,1474	0,4555
P16	0,0016	-0,0985	0,1809	0,0726	0,1447	0,2436	0,1723	0,0096	0,1882	0,3014	0,4345	0,3305	0,1802	0,5223
P17	0,0602	0,0520	0,2445	0,1943	0,1610	0,1738	0,2567	0,1558	0,1530	0,2774	0,2020	0,3066	0,1712	0,5372
P18	0,1926	0,1264	0,2640	0,3047	0,2179	0,1889	0,2893	0,1525	0,1293	0,0501	0,0786	0,2460	0,3809	0,2347
P19	0,1779	0,1728	0,2176	0,2684	0,3942	0,1414	0,3547	0,2396	0,2429	0,2941	0,2957	0,3198	0,2206	0,6790
P20	0,1451	0,2048	0,2476	0,3544	0,3429	0,1328	0,2225	0,2573	0,2505	0,3100	0,3022	0,3805	0,4051	0,5421
P21	0,1987	0,2378	0,2244	0,2977	0,3648	0,2450	0,3081	0,2072	0,1355	0,1856	0,3182	0,3363	0,4289	0,4461
P22	0,1272	0,1020	0,3741	0,2784	0,4122	0,3518	0,4840	0,1575	0,2065	0,3050	0,4147	0,2130	0,2588	0,4476
P23	0,0906	0,0660	0,2142	0,2592	0,3152	0,2990	0,2957	0,2848	0,3010	0,3645	0,2570	0,3686	0,3010	0,5585
P24	0,0430	0,0496	0,3462	0,1646	0,3577	0,1502	0,1316	0,2746	0,1783	0,3000	0,3043	0,4692	0,4048	0,3861
P25	0,1519	0,0920	0,2892	0,2214	0,3770	0,1595	0,4077	0,3010	0,4380	0,4335	0,4205	0,2944	0,2789	0,5200
P26	-0,0439	0,0206	0,1540	0,0375	0,1914	0,3098	0,1897	0,2132	0,2352	0,2899	0,4258	0,2113	0,1855	0,2598
P27	-0,0905	0,0507	0,0240	0,0308	0,1740	0,2154	0,2278	0,1555	0,2376	0,1859	0,3088	0,2119	0,0770	0,3510
P28	-0,0545	0,0170	0,0837	0,1382	0,1467	0,2304	-0,0383	0,0219	-0,0155	0,1528	0,1338	0,1023	0,1303	0,1070
P29	0,2597	0,2902	0,3204	0,4282	0,3872	0,2821	0,2733	0,1203	-,0725	0,0009	0,1156	0,2890	0,4188	0,2938
P30	0,1577	0,1259	0,4418	0,4109	0,3703	0,2531	0,3596	0,3617	0,1902	0,3458	0,2536	0,4224	0,5173	0,3561
P31	0,1171	-0,0003	0,1149	0,1246	0,2994	0,1933	0,2469	0,1482	0,2860	0,2192	0,2437	0,2617	0,0412	0,2456
P32	0,1597	0,1157	0,2821	0,0868	0,3022	0,2375	0,2923	0,1420	0,0711	0,2711	0,2634	0,3813	0,2679	0,2931
P33	0,2140	0,1671	0,0680	0,0512	0,0371	0,1777	0,0924	0,1657	0,1812	0,2001	0,1150	0,4626	0,4203	0,1597
P34	0,0898	0,1149	0,1822	-0,0020	0,3601	0,2840	0,3495	0,2881	0,1127	0,2134	0,1240	0,4129	0,4661	0,2096

P35	0,0521	0,0150	0,1962	0,0290	0,2497	0,2558	0,2166	0,2875	0,2994	0,4126	0,3904	0,4652	0,3115	0,3498
P36	0,0049	0,0585	0,1795	0,0547	0,3926	0,0557	0,3157	0,1327	0,1229	0,2846	0,2930	0,3036	0,1714	0,6244
P37	-0,0563	0,1468	-0,0334	0,1166	0,0641	0,1300	0,0362	-0,0643	-0,1160	0,0365	0,2192	0,1653	0,1157	0,0956
P38	-0,0129	0,0039	0,1829	0,0209	0,4276	0,1553	0,3651	0,1826	0,2308	0,2918	0,3910	0,2062	0,1516	0,3848
P39	0,1409	0,1049	0,2654	0,1522	0,2767	0,1258	0,1524	0,1570	0,0617	0,2434	0,3256	0,3662	0,2408	0,1936
P40	-0,0573	0,0114	0,0779	0,0187	0,2895	0,0704	0,1511	0,1880	0,1149	0,3143	0,2270	0,1936	0,0462	0,4250
P41	0,2563	0,2276	0,1892	0,2287	0,3680	0,1548	0,1823	0,1239	0,0402	0,2336	0,2274	0,3960	0,4190	0,4307
P42	0,2823	0,2762	0,2055	0,2093	0,1606	0,2494	0,0038	0,1169	0,0654	0,1212	0,1464	0,4584	0,5020	0,1641
P43	0,2133	0,2383	0,2222	0,1511	0,2640	0,3007	-0,1985	0,2659	0,0041	0,2965	0,3162	0,5376	0,4655	0,4016
P44	0,2683	0,2970	0,1139	0,1573	0,3482	0,1814	0,2390	0,1323	0,0749	0,1499	0,2799	0,4712	0,4249	0,4384
P45	0,1494	0,2640	0,0719	0,1606	0,4135	0,0390	0,1812	0,2161	0,0413	0,0929	0,1087	0,3107	0,3068	0,5010
P46	-0,1674	-0,0559	-0,0118	0,0103	-0,1667	0,3536	-0,1561	0,0177	0,0247	-0,0545	-0,1254	-0,0973	-0,2254	-0,0767
P47	0,0116	0,1719	0,1751	0,0954	0,3196	0,0633	0,1978	0,0930	0,0858	0,1620	0,2108	0,1556	0,1970	0,3941
P48	-0,1770	-0,1356	0,1058	0,1301	0,2351	0,0579	0,2183	0,0051	0,0275	0,0075	0,1281	0,0318	0,1092	0,2328
P49	-0,2146	-0,2470	0,1174	0,0199	0,1922	0,1469	0,1404	0,1573	0,1804	0,1619	0,3018	0,1598	0,1098	0,3706
P50	-0,1425	-0,0890	0,1568	0,0258	0,2403	0,0875	0,1762	0,1293	0,2576	0,2561	0,4388	0,1522	0,0187	0,3542

	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28
P15	1,0000													
P16	0,3355	1,0000												
P17	0,4882	0,4352	1,0000											
P18	0,2257	0,0757	0,1924	1,0000										
P19	0,3743	0,5514	0,5379	0,1302	1,0000									
P20	0,2641	0,2798	0,3021	0,2908	0,5152	1,0000								
P21	0,2641	0,2577	0,1977	0,3520	0,3864	0,5847	1,0000							
P22	0,3619	0,3902	0,2704	0,1345	0,4771	0,3700	0,3904	1,0000						
P23	0,4251	0,3045	0,5164	0,2163	0,5218	0,4500	0,3732	0,4332	1,0000					
P24	0,1696	0,3199	0,2971	0,2365	0,3581	0,3548	0,3504	0,3555	0,4530	1,0000				
P25	0,2943	0,3645	0,4161	0,2575	0,5159	0,4808	0,4839	0,4867	0,5782	0,5009	1,0000			
P26	0,3567	0,3406	0,2823	0,1755	0,1787	0,2640	0,3110	0,2605	0,2652	0,4274	0,3519	1,0000		
P27	0,3437	0,2633	0,2345	0,0744	0,3186	0,2466	0,2661	0,2750	0,3926	0,1887	0,3371	0,4897	1,0000	
P28	0,2152	0,2220	0,2189	0,0844	0,1249	0,1848	0,2352	0,2109	0,2133	0,3091	0,1484	0,3123	0,1262	1,0000
P29	0,2462	0,0212	0,2701	0,3842	0,0416	0,3148	0,2852	0,1868	0,1672	0,2550	0,1956	0,1504	0,0747	0,2204
P30	0,1696	0,1008	0,3994	0,2972	0,1636	0,3224	0,2852	0,3304	0,2788	0,3172	0,2682	0,2298	0,1370	0,2712
P31	0,0390	0,2480	0,1985	0,1914	0,2302	0,1757	0,1605	0,2172	0,2565	0,1624	0,3317	0,0405	0,1920	0,0701
P32	0,1709	0,2972	0,2095	0,2926	0,2560	0,1625	0,4017	0,2757	0,3715	0,2716	0,2978	0,2280	0,2628	0,2514
P33	0,1267	0,1519	0,1492	0,2400	0,1932	0,2101	0,2434	0,1517	0,3187	0,2394	0,2013	0,0889	0,1751	0,1661
P34	0,0461	0,1913	0,0257	0,2410	0,2375	0,1684	0,2581	0,2829	0,1353	0,1802	0,1374	0,0793	0,1450	0,1323
P35	0,1348	0,3299	0,2109	-0,0205	0,4135	0,3213	0,2655	0,2748	0,1455	0,0916	0,2707	0,2366	0,2294	0,1437
P36	0,2625	0,5227	0,4192	0,0428	0,6290	0,2541	0,3552	0,3024	0,2816	0,2560	0,4032	0,1839	0,2848	0,1329
P37	0,2988	0,1731	0,1863	0,1078	0,2443	0,2310	0,3459	0,0374	0,1775	0,2243	0,1787	0,2505	0,1712	0,1737
P38	0,1768	0,3980	0,1398	0,1697	0,3581	0,2044	0,3114	0,3284	0,1274	0,1385	0,2890	0,2314	0,2702	0,1406
P39	-0,0248	0,1723	-0,0447	0,1833	0,1318	0,1124	0,2349	0,1304	0,0557	0,1715	0,1721	0,0519	0,0183	0,1611
P40	0,2593	0,3467	0,3234	0,0268	0,4796	0,1299	0,1336	0,1526	0,2576	0,1786	0,2811	0,2298	0,2559	0,1360
P41	0,2539	0,1850	0,1834	0,2226	0,3500	0,4708	0,6624	0,2537	0,2998	0,2792	0,2975	0,3094	0,1919	0,1451
P42	0,1189	0,1405	0,1169	0,2697	0,1197	0,2937	0,4247	0,1170	0,2194	0,3901	0,0972	0,2749	0,0817	0,3505
P43	0,2329	0,2107	0,3029	0,2714	0,3364	0,3271	0,5822	0,2204	0,2534	0,4277	0,3282	0,2912	0,1980	0,1248
P44	0,1873	0,2634	0,2158	0,2894	0,3986	0,4714	0,6390	0,1768	0,1832	0,2855	0,3541	0,3610	0,2783	0,0395
P45	0,2709	0,2268	0,3687	0,1883	0,5415	0,5182	0,5243	0,1760	0,2669	0,3502	0,3209	0,3203	0,2078	0,1255
P46	-0,2115	-0,0476	-0,1317	-0,4104	-0,0443	-0,0314	-0,3059	-0,0450	-0,1641	-0,1742	-0,1557	-0,2610	-0,0052	-0,1349
P47	0,3746	0,3108	0,2539	-0,0060	0,3175	0,2236	0,2537	0,2685	0,3173	0,2012	0,2053	0,2627	0,1967	0,2342
P48	0,2267	0,2041	0,3154	0,1701	0,1017	0,0846	0,1594	0,1103	0,2902	0,1601	0,0398	0,2577	0,2465	0,2431
P49	0,3089	0,3922	0,3547	0,0958	0,2915	0,1793	0,2523	0,2945	0,4353	0,2139	0,2310	0,1530	0,2105	0,1069
P50	0,4178	0,4037	0,3799	-0,0788	0,3933	0,2186	0,0941	0,3377	0,3256	0,2482	0,2910	0,3322	0,3233	0,2160

	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42
P29	1,0000													
P30	0,5883	1,0000												
P31	0,1563	0,2161	1,0000											
P32	0,2464	0,1947	0,3021	1,0000										
P33	0,1739	0,2778	0,1715	0,3771	1,0000									
P34	0,2342	0,3746	0,2297	0,3789	0,3718	1,0000								
P35	0,1185	0,4196	0,3147	0,2396	0,1717	0,4853	1,0000							
P36	0,0575	0,1766	0,3282	0,3297	0,1958	0,2992	0,4662	1,0000						
P37	0,2212	-0,0555	0,1859	0,3079	0,2994	0,0622	0,1321	0,2663	1,0000					
P38	0,2471	0,2933	0,4723	0,4439	0,1955	0,5077	0,5320	0,5959	0,2308	1,0000				
P39	0,2987	0,3698	0,2689	0,4300	0,2240	0,3793	0,4258	0,2417	0,1180	0,4818	1,0000			
P40	0,1099	0,2087	0,1719	0,1737	0,0797	0,2073	0,3802	0,5786	0,1043	0,5126	0,3281	1,0000		
P41	0,3562	0,2452	0,1026	0,3914	0,2390	0,2104	0,3599	0,3506	0,3780	0,3905	0,2190	0,4124	1,0000	
P42	0,3088	0,2615	0,0032	0,3626	0,4696	0,2317	0,2218	0,1188	0,2699	0,1050	0,2028	0,0785	0,5099	1,0000
P43	0,3905	0,3481	0,1301	0,4533	0,3100	0,3829	0,3914	0,2933	0,3949	0,2757	0,3356	0,2976	0,6612	0,5650
P44	0,2881	0,2516	0,2649	0,3308	0,3585	0,3588	0,3879	0,4447	0,4202	0,2984	0,2999	0,2251	0,5425	0,4666
P45	0,1963	0,2643	0,1914	0,1555	0,0817	0,2234	0,3393	0,4516	0,3485	0,2961	0,0837	0,4122	0,5615	0,3202
P46	-0,2861	-0,2253	-0,0498	-0,2624	-0,3803	-0,2373	-0,0258	-0,0515	-0,2305	-0,1725	-0,1332	0,0077	-0,2958	-0,4248
P47	0,1457	0,2083	0,1070	0,2083	0,1069	0,3039	0,1998	0,4351	0,1753	0,3540	0,1078	0,3395	0,3136	0,2313
P48	0,2002	0,3507	0,0605	0,1492	-0,0319	0,0922	0,0392	0,0838	0,0050	0,1389	0,0331	0,1994	0,1972	0,0719
P49	-0,0122	0,2305	0,1782	0,2087	0,1187	0,1475	0,2028	0,3339	0,0087	0,3418	0,1352	0,3929	0,2440	0,0921
P50	0,0783	0,1974	0,1524	0,1996	0,1272	0,1390	2637	0,2935	0,1375	0,4164	0,1929	4755	0,1941	0,1270

	43	44	45	46	47	48	49	50						
P43	1,0000													
P44	0,7066	1,0000												
P45	0,6109	0,6963	1,0000											
P46	-0,3585	-0,3433	-0,1917	1,0000										
P47	0,2506	0,2515	0,3895	-0,1680	1,0000									
P48	0,1178	0,0204	0,1111	-0,1331	0,4092	1,0000								
P49	0,1138	0,1150	0,1895	-0,1492	0,4975	0,5535	1,0000							
P50	0,2074	0,1668	0,2387	-0,0469	0,5810	0,4861	0,6377	1,0000						

Anexo 2. Encuesta



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA
POPULAR Y SOLIDARIA Y LAS MIPYMES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI
COMPETITIVIDAD

OBJETIVO: EVALUAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. NOMBRE UNIDAD ECONÓMICA:

2. MANEJA: RUC RISE NINGUNO

3. TIPO DE NEGOCIO

LIBRERÍA	<input type="checkbox"/>	FERRETERÍA	<input type="checkbox"/>	ABARROTOS	<input type="checkbox"/>	CYBER	<input type="checkbox"/>
RESTAURANTE	<input type="checkbox"/>	SUPERMERCADO	<input type="checkbox"/>	TIENDA ROPA	<input type="checkbox"/>	ZAPATERÍA	<input type="checkbox"/>
HELADERÍA	<input type="checkbox"/>	TIENDA CELULARES	<input type="checkbox"/>	TIENDA COMPUTADORAS	<input type="checkbox"/>		

OTRO (INDIQUE)

4. LÍNEA DE PRODUCTOS QUE VENDE (LOS MÁS IMPORTANTES)

5. SU EMPRESA ES FAMILIAR

SI NO No Sabe / No contesta

6. CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE SU NEGOCIO

7. UNIDAD LEGAL: PERSONA JURÍDICA PERSONA NATURAL

II. MARQUE CON UNA X LA OPCIÓN QUE CONSIDERA MÁS ADECUADA

Indique si la existencia y/o grado de desarrollo de los siguientes planteamientos:

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
1. POSEE VISIÓN – MISIÓN – OBJETIVOS (PLAN ESTRATÉGICO), ESCRITA						
2. LOS EMPLEADOS CONOCEN LA MISIÓN Y VISIÓN DEL NEGOCIO						
3. PLANIFICA ACTIVIDADES A DESARROLLAR DURANTE EL AÑO (PLAN OPERATIVO)						
4. LOS OBJETIVOS O ACTIVIDADES QUE SE PLANIFICAN SON CONOCIDAS POR LOS EMPLEADOS Y CONSTRUIDAS EN CONJUNTO						
5. SE CONOCEN LAS DEBILIDADES, FORTALEZAS, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL NEGOCIO						
6. COMPARA SU NEGOCIO CON OTRO PARA DEFINIR ESTRATEGIAS O ACTIVIDADES (PLANES DE ACCIÓN)						
7. LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS SON FLEXIBLES COMO PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES DEL MERCADO O DEFENDERSE DE AMENAZAS						
OPERACIONES	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
8. LA COMPRA DE PRODUCTOS PARA LA VENTA SE REALIZA DE ACUERDO A UNA PLANIFICACIÓN						
9. LA COMPRA DE PRODUCTOS PARA LA VENTA SE CENTRA EN EL PRECIO DE LA MERCANCÍA						
10. SIEMPRE SE ESTÁ EN LA BÚSQUEDA DE PROVEEDORES PARA OFRECER PRODUCTOS INNOVADORES A MEJOR PRECIO						
11. CUENTA CON UNA VARIEDAD DE PROVEEDORES QUE GARANTICEN LA EXISTENCIA DE PRODUCTOS						
12. EXISTE UN INVENTARIO DE PRODUCTOS						
13. SE REALIZA PERIODICAMENTE AUDITORÍA DEL INVENTARIO						
14. EXISTE UN PROCESO CLARO DESDE QUE LLEGA LA MERCANCIA HASTA						

LA ENTREGA DEL PRODUCTO						
15. SIEMPRE CUENTA CON LOS PRODUCTOS DISPONIBLES QUE SOLICITA EL CLIENTE						
16. EL NEGOCIO CUENTA CON CONDICIONES FÍSICAS ADECUADAS (LUZ, VENTILACIÓN, ESPACIO ALMACENAMIENTO, ESPACIO ATENCIÓN AL CLIENTE, ETC.)						
17. SE REALIZA EL MANTENIMIENTO DE LAS INSTALACIONES						
18. EMPLEA MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS PARA EL COBRO A SUS CLIENTES						
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
19. ES IMPORTANTE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE VENDE						
20. EL NEGOCIO CAPACITA A LOS EMPLEADOS PARA MANTENER LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE						
21. EXISTEN NORMAS QUE DEBE CUMPLIR EL PERSONAL PARA BRINDAR UNA ATENCIÓN AL CLIENTE DE CALIDAD						
22. SE IDENTIFICAN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE PARA DAR RESPUESTA A ELLAS						
23. REALIZA ACCIONES CORRECTIVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE						
COMERCIALIZACIÓN	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
24. GENERA ESTRATEGIAS COMERCIALES (PROMOCIONES)						
25. CONOCE A SUS CLIENTES, SUS NECESIDADES, DECISIONES DE COMPRA						
26. CONOCE A SUS COMPETIDORES (CALIDAD DE PRODUCTOS, PRECIOS, SERVICIOS)						
27. LOS PRECIOS SON FIJADOS CONSIDERANDO COSTOS Y COMPETENCIA						
28. EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS SE HAN INCORPORADO NUEVOS PRODUCTOS QUE REPRESENTAN UNA PARTE IMPORTANTE DE LAS VENTAS						
29. SE EMPLEAN REDES SOCIALES PARA LA PROMOCIÓN (FACEBOOK, INSTAGRAM, ETC.)						
30. EL NEGOCIO EMPLEA PUBLICIDAD PARA DARSE A CONOCER A SUS CLIENTES						
31. SUS CLIENTES LO IDENTIFICAN POR EL NOMBRE DE SU NEGOCIO						
32. EL CLIENTE TIENE POSIBILIDAD DE MANIFESTAR SU INCONFORMIDAD CON EL PRODUCTO Y ATENCIÓN						
CONTABILIDAD Y FINANZAS	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
33. EL NEGOCIO LLEVA CONTABILIDAD						
34. CONOCE EL NIVEL DE VENTA DE SU NEGOCIO						
35. CALCULA LOS COSTOS POR PRODUCTOS						
36. REALIZA EL PAGO OPORTUNO DE SUS IMPUESTOS						
37. REALIZA EL PAGO OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES LABORALES (SUELDOS, IESS, ETC.)						
38. CONOCE LA RENTABILIDAD / GANANCIA POR PRODUCTO						
39. MANEJA CUENTA BANCARIAS						
40. EL NEGOCIO CUENTA CON LA PERMISOLOGÍA NECESARIA						
TALENTO HUMANO	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
41. EXISTE UN ESTRUCTURAL ORGANIZACIONAL CON RESPONSABILIDADES DEFINIDAS PARA CADA EMPLEADO						
42. CUENTA CON UNA INDUCCIÓN PARA EL PERSONAL NUEVO						
43. LA REMUNERACIÓN CONSIDERA EL DESEO DE SUPERACIÓN, EL DESEMPEÑO DEL EMPLEADO, SU PRODUCTIVIDAD						
44. EXISTE COMUNICACIÓN ENTRE EMPLEADOS Y JEFES						
45. LAS INSTALACIONES CONSIDERAN LA SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS						
46. LA ROTACIÓN DEL PERSONAL ES (CUANDO LOS EMPLEADOS SE VAN O RENUNCIAN FRECUENTEMENTE DEL NEGOCIO)						
GESTIÓN AMBIENTAL	NO SABE / NO CONTESTA (0)	NUNCA /NO (1)	POCO (2)	REGULAR (3)	BIEN (4)	EXCELENTE / BASTANTE (5)
47. CONSIDERA / CONOCE LAS REGULACIONES AMBIENTALES DE SU NEGOCIO						
48. SU NEGOCIO REALIZA RECICLAJE						
49. REALIZA MANEJO DE DESECHOS (BASURA)						
50. MINIMIZA EL CONSUMO DE ENERGÍA, AGUA						

Español:	X			X			X		
Inglés:		X			X			X	

SEMINARIOS Y CURSOS ASISTIDOS

NOMBRE	LUGAR Y FECHA	DURACIÓN
Universidad Técnica de Cotopaxi	Latacunga, del 14 al 16 de enero del 2019	40 horas
Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPECO	Pujilí, 06 de junio del 2018	2 horas
Consejo Nacional Electoral (CNE)	Pujilí, 24 de marzo 2019	2 horas

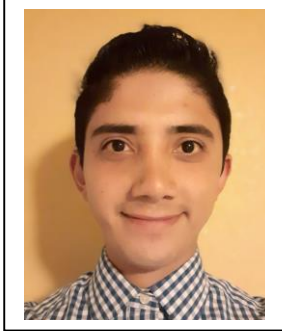
PRÁCTICAS Y PASANTÍAS

NOMBRE	PERIODO	AÑO
Escuela Técnica de la Fuerza Aérea (ETFA)	Abril- Agosto	2018

Anexo 4. Curriculum vitae – estudiante 2

DATOS PERSONALES

NOMBRES:	Patricio Fernando		
APELLIDOS:	Parra Martínez		
Lugar y fecha de nacimiento:	Quito, 08 de Mayo de 1992		
No. Ced. Id:	0502903693		
Estado civil:	Divorciado		
Dirección domiciliaria:	Latacunga – Barrio san Felipe		
Teléfono:	(03)2-253366	Celular:	0998858671
Fax:		E-mail:	ferchozth@gmail.com



ESTUDIOS Y TITULOS

Primarios:

INSTITUCIÓN	Unidad educativa semillas de vida		
Carrera:	Educación Básica		
Especialización:		Nivel:	Aprobado

Secundarios:

INSTITUCIÓN:	Colegio técnico industrial “Dr. Trajano Naranjo I”		
Carrera:	Bachiller en Electrónica		
Especialización:	Electrónica de consumo	Nivel:	Aprobado

Superiores:

INSTITUCIÓN:	Universidad Técnica de Cotopaxi		
Carrera:	Ingeniería Comercial		
Especialización:	Comercio	Nivel:	Egresado

CONOCIMIENTO DE IDIOMAS

	Oral			Escrito			Lectura		
	Excelente	Bueno	Reg.	Excelente	Bueno	Reg.	Excelente	Bueno	Reg.
Español:	X			X			X		
Inglés:		X			X			X	

Mandarín	X			X			X		
-----------------	---	--	--	---	--	--	---	--	--

SEMINARIOS Y CURSOS ASISTIDOS

NOMBRE	LUGAR Y FECHA	DURACIÓN
Jornadas internacionales de ciencias administrativas 2019	Latacunga, del 14 al 16 de enero del 2019	40 horas
Programa de educación financiera "Aprendamos y Progreseemos"	Latacunga, 06 de junio del 2018	2 horas
Programa de educación financiera (fundación CRISFE)	Latacunga, febrero del 2018	10 horas

PRÁCTICAS Y PASANTÍAS

NOMBRE	PERIODO	AÑO
Escuela Técnica de la Fuerza Aérea (ETFA)	Abril- Agosto	2018

Anexo 5. Curriculum vitae – Tutor

PATRICIA HERNÁNDEZ MEDINA



Lugar y fecha de Nacimiento: Caracas, Venezuela
12/01/1974
E-mail: pahernand@gmail.com
patricia.hernandez@utc.edu.ec
Identificación: C. I N° Venezuela 11.566.016 / Pasaporte 134800925
C.I. N° Ecuador 1757739204
Dirección: Calle Dos de Mayo y Guayaquil, Latacunga, Cotopaxi
Teléfono: +593 9979 09463

FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2015** **Doctorado en Ciencias Económicas.**
Universidad Católica Andrés Bello, Caracas - Venezuela
Promedio general 18,43 / mención honorífica Cum Laude
Tesis Doctoral 20 puntos: Medición de Impacto del curso de iniciación universitaria y ayudas económicas de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas – Venezuela.
Áreas interés en investigación: Evaluación de impacto de programas y políticas públicas, microeconometría (diseño de regresiones discontinuas agudas y difusas), Economía de la Educación y género.
N° registro SNIесе 862186250
- 2002** **Especialización Economía Empresarial.**
Universidad Católica Andrés Bello, Caracas - Venezuela
Promedio general 18,9 / mención honorífica Summa Cum Laude
- 1996** **Economista**
Universidad Católica Andrés Bello, Caracas - Venezuela
Promedio 18 / mención honorífica Cum Laude (Puesto-rango: 1 de 71)

CURSOS DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- 2019** Enfoque de Derechos y de Igualdad de Género en Políticas, Programas y Proyectos – 19ª Edición. Organización de los Estados Americanos (mayo – julio).
- 2018** Desarrollando Ideas Innovadoras. Zurich Consulting Group (Diciembre, 40 horas)
- 2018** Formación de educadores en áreas administrativas. Insiders Group (Octubre, 48 horas)

- 2018** Yo sé de género 4. Empoderamiento económico de las mujeres. Organización de Naciones Unidas – Mujeres (Septiembre)
- 2018** Yo sé de género 1- 2- 3. Conceptos básicos de género; marco internacional para la igualdad de género; y promoción de la igualdad de género en el sistema de la ONU. Organización de Naciones Unidas – Mujeres (Septiembre)
- 2018** Seminario de Economía Popular y Solidaria. Universidad de Católica del Ecuador (Julio, 40 horas).
- 2018** Minería de textos aplicada a la investigación. Universidad Técnica de Cotopaxi (Julio, 8 horas).
- 2018** Redacción y publicación científica. Universidad Técnica de Cotopaxi (Marzo 2018, 40 horas).
- 2018** Gestión académica microcurricular. Universidad Técnica de Cotopaxi (Marzo 2018, 40 horas).
- 2017** Seminario “UTC en la ruta a la innovación con la alianza estratégica 1551 Incubadora de empresas”. Universidad Técnica de Cotopaxi – Universidad de San Marcos, Perú
- 2017** Seminario de Metodología de Investigación en Ciencias Administrativas - Universidad Técnica de Cotopaxi
- 2015** Tutor en línea para el diseño de asignaturas bajo la modalidad virtual. Universidad Católica Andrés Bello
- 2012** Calidad en la UCAB. Universidad Católica Andrés Bello
- 2008** Diseño instruccional y currículo por competencias. Universidad Católica Andrés Bello
- 2008** El currículo. Universidad Católica Andrés Bello
- 2007** Liderazgo para Gerentes de Educación Superior. Universidad Católica Andrés Bello
- 2002** Curso de Inglés. Language Studies Canadá. Vancouver-Canadá. Nivel 7 de 10 (avanzado), y un nivel de International Business English.
- 1998** Análisis de Estados Financieros. Instituto de Mercado de Capitales. DPC 10 y DPC 11

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Septiembre 2016 - Actual Universidad Técnica Cotopaxi (UTC), Facultad Ciencias Administrativas
Docente contratada

Coordinadora Investigación Facultad de Ciencias Administrativas. Miembro del Comité Científico y coordinadora subsistema de investigación formativa de la Universidad. Asignaturas dictadas: Investigación, Microeconomía y Macroeconomía, carrera de Contabilidad y Auditoría; Desarrollo Local, Proyecto Integrador en Administración de Empresas; Economía y Desarrollo Local y Estadística para las ciencias sociales, en la Maestría de Desarrollo Local.

Septiembre 2015 Universidad Católica Andrés Bello.

Directora Área de Ciencias Económicas y de Gestión (Postgrado)

Agosto 2016 Dirigir los diferentes programas de estudios de postgrado como

Especialización, Maestría y Doctorado del área de ciencias económicas y de gestión.

Febrero 2013 **Decana Facultad Ciencias Económicas y Sociales**

Dirigir la formación (Administración y Contaduría, Relaciones Industriales, Sociología y Economía) y la investigación de la Facultad

Agosto 2016 (Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales) en las distintas sedes.

Noviembre 2005 **Directora Escuela de Economía.**

Coordinar el proceso de formación en la Escuela de Economía.

Enero 2013 Coordinadora Proyecto: “Programa de Fortalecimiento de Microempresarios de la Banca Comunitaria de Banesco”.

Gerente de Proyectos Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación por Escuela de Economía: “Economía Aplicada al Desarrollo Sustentable de Comunidades”, “Reto Financiero On Line”, “Fortalecimiento de la Oferta Académica de la Escuela de Economía”.

Octubre 1996 **Profesora, escalafón asociada**

Cátedras impartidas a lo largo del período de docencia en pregrado:

Agosto 2016 Economía General, Finanzas, Estadística Descriptiva, Probabilidad e

Inferencia Estadística, Principios de Economía, Microeconomía, Dinámica Económica, Teoría del Desarrollo, Macroeconomía. En postgrado: Análisis Microeconómico (Maestría Ciencias Económicas), Microeconomía (Doctorado en Ciencias Económicas). Todas las asignaturas con evaluaciones por parte de los estudiantes por encima de 5 pts en una escala de 6 pts.

Vázquez & Asociados.

Mayo 1997 **Analista Financiero Senior.**

Estimación de flujo de caja bajo diferentes escenarios. Valoración de

Enero 2002 empresas en marcha (flujo de caja libre descontado y múltiplos de mercado). Elaboración de memorándum de información y resumen ejecutivo. Análisis de estados financieros. Determinación de capacidad de endeudamiento - determinación de capacidad de pago, reestructuración de deudas con proveedores y sistema bancario (montos superiores a US\$ 10 MM). Búsqueda de financiamiento para diversos proyectos

1993-1996 Asistente al Vice-rectorado Administrativo UCAB

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

Publicaciones

- Barba K., Yáñez, P., **Hernández, P.** & Ramírez, G. (2019). “*Competencias de los contadores egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi y requerimientos del mercado laboral*”. *Prospectivas UTC*, 2(2).
- **Hernández, P.**, Molina, N., Ramírez, G. & Pérez, R. (2019). *Financiamiento formal e informal en los microempresarios del Centro Comercial Popular El Salto, Latacunga, Provincia de Cotopaxi*. *Revista Espacios*, 40(22).
- **Hernández, P.**, Ramírez, G., Tinajero, M. & Santamaría, G. *Financiamiento formal e informal de los hogares en las parroquias rurales de Belisario Quevedo y Mulaló, Latacunga, Provincia de Cotopaxi*. *Revista de venezolana de Análisis de coyuntura* (aceptado, en espera de publicación).
- **Hernández, P.** (2019). *Desempeño académico y Curso de Iniciación Universitaria: Un análisis de regresiones discontinuas*. *Revista Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 27 (2019).
- **Hernández, P.** *Credenciales docentes y rendimiento académico: estudio de panel, Escuela de Economía, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas – Venezuela*. *UTCiencias* (aceptado, en espera de publicación).
- **Hernández, P.** & Venegas, G. *El emprendimiento en Ecuador: ¿Puede la escuela promover el emprendimiento?* *Revista Rimarina, UTC* (aceptado, en espera de publicación).
- **Hernández, P.**, Ramírez, G., Hernández, R. & Guerra, L. *Empoderamiento femenino de zonas rurales y urbanas de la provincia de Cotopaxi, Ecuador*. *Revista Cadernos Pagu* (enviado para revisión).
- Hernández, R., Ballesteros, M., Serrano, B., **Hernández P.**, La Calle, J., Cazorla, M. & Del Moral, F. (2018). Capítulo de libro: El marco MESMIS aplicado a proyectos de cooperación internacional. Estudio de caso en la comunidad de San Ignacio, en los Andes Ecuatorianos, UNESCO; ISBN 978-607-30-0870-9

- **Hernández, P., La Calle, J., & Pérez, R. (2018).** *Perfil emprendedor de los maestros en la Provincia de Cotopaxi*. Prospectivas UTC, 1 (1), 25-41.
- **Hernández, P., La Calle, J., Hernández, R. & Ballesteros, M. (2017).** Empoderamiento en las estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi. En *Generando Ciencia*, Universidad Técnica del Norte, ISBN 978-9942984-05-0
- **Hernández, P., & Mejía, J. (2014).** *Incidencia del Nivel socioeconómico sobre la morbilidad en diabetes e hipertensión arterial en Venezuela*. Temas de Coyuntura, julio – diciembre.

Congresos – Jornadas de investigación

- Comparación de los niveles de empoderamiento rural y urbano en el Cantón Latacunga, IV Seminario Internacional Universidad – Sociedad, “Tejiendo redes para el desarrollo local”, Latacunga, 18 y 19 de Enero 2019.
- Perfil emprendedor y empoderamiento de las mujeres en el Cantón Latacunga, II Jornadas de Contabilidad y Auditoría, La Maná, 20 de Noviembre 2018
- Fuentes de financiamiento en las parroquias Belisario Quevedo y Mulaló, Latacunga, Provincia de Cotopaxi. Ponencia para el V Congreso Internacional de Ciencias Administrativas de la universidad Técnica de Cotopaxi (11 al 13 de diciembre de 2017)
- Presupuesto General del estado y política fiscal como mecanismo regulatorio en Ecuador (2000-2016). Ponencia en la I Jornada Internacional de la Universidad Técnica de Cotopaxi. (22 al 24 de Noviembre de 2017)
- Empoderamiento en las mujeres de la Asociación de Artesanos de La Victoria, Pujílí, Provincia de Cotopaxi. Ponencia en la I Jornada Internacional de la Universidad Técnica de Cotopaxi. (22 al 24 de Noviembre de 2017)
- Evaluación de Impacto del Curso de Iniciación Universitario de la Universidad Católica Andrés Bello – Ponencia en el V Congreso Internacional de Economía de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), 26 al 28 de julio de 2017.
- Proyecto para Feria de Emprendimiento GAD Riobamba con aval de Dirección de Investigación UTC: Mano Robótica para el aprendizaje de niños con capacidades especiales (auditiva) mediante el lenguaje de señas.
- III Seminario Internacional “Universidad y Sociedad”. Universidad Técnica de Cotopaxi. Ponencia: El Emprendimiento en Ecuador: El Rol de la Universidad” (Enero 2017).
- Participación en IV Congreso Internacional y XV Congreso Nacional de Investigación y Servicio (Universidad Autónoma de Chapingo - México). Ponencia: Salario y Título

Universitario. Una aproximación a la valoración del mercado laboral para los egresados de la Universidad Católica Andrés Bello (Noviembre 2016).

PROYECTOS INVESTIGACIÓN

- Abril 2017 Actual** Coordinadora de Proyecto de Investigación en ejecución de Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi: Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria de la Provincia de Cotopaxi
- Abril 2017 Actuales** Miembro del equipo de investigadores del Proyecto: Fortalecimiento las capacidades de empoderamiento socio-económico en dos comunidades rurales del cantón Latacunga (Ecuador) a través de un proceso de IAP (Investigación Acción-Participativa) y capacitación agroindustrial. Financiado con fondos de la convocatoria AACID 2015 auspiciada por la Universidad de Almería, España.
- Abril 2016** Deserción en los estudiantes de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello. Tutor trabajo de grado
- Julio 2015** Evaluación de Impacto del Curso de Iniciación Universitaria y del Programa de Apoyo Económico a estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello. Tesis Doctoral.
Trabajo merecedor del Diploma del Primer Premio del Concurso a los trabajos de investigación del personal académico de la UCAB, del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico.
- Noviembre 2014** Regulación de Pagos de Condominio y Eficiencia de los Centros Comerciales en el Área Metropolitana de Caracas
Tutor del trabajo
- Octubre 2013** Evaluación de Impacto del Programa de Becas de Integración BBVA en Venezuela.
Tutor del trabajo
- Julio 2009** Fortalecimiento de la Oferta Académica de la Escuela de Economía. Escuela de Economía, Universidad Católica Andrés Bello
- Julio 2008** Credenciales Docentes y Rendimiento Académico de los egresados de la Escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello admitidos en la cohorte 2001-2002. Trabajo de Ascenso para la categoría de Agregado.
- Abril 2004** Desarrollo de un Modelo que permita la valoración como empresa en marcha bajo la metodología del flujo de caja libre descontado. Trabajo de Ascenso para la categoría de Asistente.

PROYECTOS ACADÉMICOS Y DE VINCULACIÓN (EXTENSIÓN)

- Octubre 2016** Diseño de la Maestría de Administración de Empresas. Universidad Técnica de Cotopaxi. Dirección de Postgrados – Aprobado por el CES
- Enero 2017**
- Enero 2013** Diseño de un nuevo plan de estudios de las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales bajo el modelo de competencias y el fortalecimiento de la transversalidad (carreras de Administración, Contaduría, Relaciones Industriales, Sociología y Economía)
- Julio 2014**
- Enero** Participación en el diseño del Programa de acompañamiento a estudiantes de primeros semestre (PASA), UCAB
- Mayo 2013**
- Enero 2008** Gerente del Proyecto Reto Financiero On Line, financiado por Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación (LOCTI)
- Diciembre 2011**
- Enero 2008** Diseño y ejecución del Programa de formación, seguimiento y desarrollo Emprendedores Comunitarios financiado por la Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación (LOCTI)
- Diciembre 2010**
- Abril 2006** Diseño y ejecución del Programa Economía Aplicada al Desarrollo Sustentable de Comunidades financiado por la Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación (LOCTI)
- Diciembre 2009**
- Marzo** Diseño y ejecución Programa de Fortalecimiento de Microempresarios de la Banca Comunitaria de Banesco
- Octubre 2008**
- 2006-2007** Diseño e implementación de una unidad de apoyo económico y asesoría en emprendimiento a poblaciones vulnerables, en el Parque Social Manuel Aguirre s.j.

ACTIVIDADES DE GESTIÓN

- Comité Científico de la Universidad Técnica de Cotopaxi – UTC- (2018)
- Comisión de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTC (2016- actual)
- Junta Directiva del Fondo de Jubilaciones y Pensiones del Personal Docente y de Investigación de la Universidad Católica Andrés Bello Representante del Consejo Universitario (2011-2016)

- Junta Transitoria del Fondo de Retiro del Personal Docente y de Investigación de la Universidad Católica Andrés Bello. (2011-2016)
- Consejo de Administración
Asesor (2011-2015) y como miembro principal nombrado por el Consejo Universitario de la Universidad Católica Andrés Bello (2015-2016)
- Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello. Representante de Facultad. (2007-2016)
- Consejo Facultad Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello
Representante del Rector (2004-2005)
Por Dirección de Escuela (2006-2013)
- Consejo de Área Ciencias Económicas de Postgrado de la Universidad Católica Andrés Bello.
Representante de los egresados (2006-2007)
Representante de Facultad (2007-actual)
- Consejo de Escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello
Representante de los egresados (2004-2005)

RECONOCIMIENTOS

- 2016** Diploma del Primer Premio del Concurso a los trabajos de investigación del personal académico de la UCAB, del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico.
- 2012** Orden al mérito académico en su segunda clase, UCAB
- 2007** Orden al mérito académico en su tercera clase, UCAB
- 1996** Reto a la Excelencia. Procter & Gamble.
- 1995** Orden José Félix Ribas en su tercera clase por la excelencia Académica. Febrero

Anexo 6. Levantamiento de la información



