



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

EXTENSIÓN LA MANÁ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE TITULACIÓN

**FACTORES DETERMINANTES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD
DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA**

Proyecto de investigación presentado previo de la obtención del Título de Licenciadas en
Administración de Empresas

AUTORAS:

Cabrera Macías Vicky Andreina

Terán Chávez Ibeth Aracelly

TUTOR:

Ing. Mario Fernando Navarrete Fonseca. Mg

LA MANÁ-ECUADOR

AGOSTO-2022

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Nosotras, Cabrera Macías Vicky Andreina, Terán Chevez Ibeth Aracelly, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: “FACTORES DETERMINANTES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA”, siendo el ing. Navarrete Fonseca Mario Fernando Mg., tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Cabrera Macías Vicky Andreina
C.I: 1250119664

Terán Chevez Ibeth Aracelly
C.I: 0921981536

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: “FACTORES DETERMINANTES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA”, de Cabrera Macías Vicky Andreina y Terán Chevez Ibeth Aracelly, de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresa, considero que dicho informe Investigativo cumple con los requerimiento metodológico y aportes científicos-teóricos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de proyectos que honorable Concejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe

La Maná, agosto del 2022

Ing. Navarrete Fonseca Mario Fernando, Mg.

C.I: 180435489

TUTOR

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, las postulantes: Cabrera Macías Vicky Andreina, Terán Chevez Ibeth Aracelly con el título de Proyecto de Investigación: “FACTORES DETERMINANTES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen 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.

La Maná, agosto del 2022

Para constancia firman:

Mgtr. Mauricio Rubén Franco Coello

C.I: 0501805444

LECTOR 1 (PRESIDENTE)

Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

C.I: 17112317195

LECTOR 2 (MIEMBRO)

MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano

C.I: C.I: 1205568239

LECTOR 3 (SECRETARIO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la sabiduría e Inteligencia que me ha dado, a mis padres por su apoyo económico e incondicional, a mi hijo quien ha sido la fortaleza para seguir formándome como profesional, la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná porque en su aula he recibido sabias enseñanzas de sus docentes.

VICKY

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi vida, a mi madre por su apoyo y confianza ha permitido que cumpla una de las metas que me propuse, a mi esposo por su amor y paciencia. De igual manera agradezco a la Universidad Técnica de Cotopaxi por haberme brindado formarme como profesional.

IBETH

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y darme salud para lograr este objetivo. A mis padres e hijo que son el pilar fundamental de mi vida, por mostrarme su amor incondicional a través de su amor, la confianza que tienen en mí motiva a dar lo mejor y luchar por lo que me propongo.

VICKY

Dedico mi proyecto a Dios y a mi padre, porque han estado siempre conmigo cuidándome y guiándome, a mi madre y a mis hijos, porque me han depositado su entera confianza en cada reto presentado sin dudar ni un solo momento de mis capacidades e inteligencia.

IBETH

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Título: “Factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia”

Autoras:

Cabrera Macías Vicky Andreina

Terán Chevez Ibeth Aracelly

RESUMEN

En la economía local y nacional es fundamental, tiene las posibilidades de auto desarrollarse, autoabastecerse y de crecimiento, la problemática detectada las microempresas comerciales no tiene el conocimiento de los factores determinantes que inciden en la competitividad para mantenerse en el mercado. La investigación tuvo como objetivo Analizar los factores determinantes y su incidencia en la competitividad para la generación de mejoras en las condiciones económicas de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, con la finalidad de cumplir este propósito se recurrió a la investigación bibliográfico y de campo, entre otro método teórico: cuantitativo, Método empírico, Método analítico-Sintético: valoración por expertos, además se utilizó la investigación descriptiva y correccional. Se tomó como base a los datos del municipio del cantón Valencia 2.152 microempresas, aplicando el cálculo de muestreo por estratos se logró obtener una muestra de 145 propietarios a los cuales se les aplico las encuestas cuyo instrumento fue el cuestionario que fue validado. Los resultados los datos de la relación entre los factores determinante (Competidores, Estrategias, Competencia, Debilidades) y competitividad (Estratégica, Mercado, Cliente, Tomar), existe relación entre los mismos al analizar variables se muestra una relación positiva. Se concluye que los factores determinantes tienen incidencia en la competitividad. Frente a los resultados obtenidos planteados por los métodos sistemático aleatorio y Spearman con la finalidad de mejorar las condiciones de rentabilidad en el mercado de las pequeñas microempresas.

Palabras claves: coeficiente, negocio, competencia, estrategias.

ABSTRACT

The local and national economy is essential and has the possibilities for self-development, self-sufficiency, and growth, and the problem is that commercial micro businesses don't recognize factors that affect competitiveness to stay in the market. The objective of this research was to analyze the determining factors and their impact on competitiveness for the improvements in the economic conditions of small micro businesses in Valencia canton to get this purpose. This research used bibliographic and field research, among other theoretical methods: quantitative, empirical, analytical-synthetic methods: expert assessment, addition, descriptive and corrective research. The data of the local government of Valencia canton is based on 2,152 microenterprises, applying the calculation of sampling by strata, a sample of 145 owners obtained from polled using as an instrument the questionnaire that was validated. As a result of the relationship between the determinant factors (Competitors, Strategies, Competition, Weaknesses) and competitiveness (Strategic, Market, Customer, Take). There is a positive relationship. In a conclusion, the determining factors have an impact on competitiveness. Facing those results obtained the systematic random and Spearman methods used to improve the conditions of profitability in the market of small microenterprises.

Keywords: coefficient, business, competition, strategies.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
1. INFORMACION GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. BENEFICIARIOS	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5.1. FORMULACION DE PROBLEMA	6
6. OBJETIVOS	7
6.1. Objetivos General	7
6.2. Objetivos Específicos	7
7. ACTIVIDADES Y TAREAS EN LA RELACION A LOS OBJETIVOS.	8
8. MARCO TEÓRICO	9
8.1. Origen de la competitividad.....	9
8.1.1. Crecimiento Empresarial	10
8.1.1.1. Factores internos.....	10
8.1.1.2. Factores externos	10
8.1.2. Análisis competitivo	11
8.1.3. Aliados estratégicos	12
8.1.4. Influencia del entorno	12
8.1.5. Gestión Directiva	13
8.2. Factores de la Competitividad	14

8.2.1. Recursos Tecnológicos	15
8.2.2. Recursos Comerciales.....	15
8.2.3.1. Indicadores de la calidad de producto	17
8.2.4. Recursos Humanos	18
8.2.5. Capacidad Directiva.....	18
8.2.6. Cultura empresarial.....	19
8.3. Las pequeñas Microempresas	20
8.3.1. La importancia de las pequeñas microempresas.....	21
8.3.2. Cuáles son las actividades de las pequeñas microempresas.	21
8.3.3. Características de las pequeñas microempresas	21
8.3.3.1. Ventajas de las pequeñas microempresas.....	21
8.3.3.2. Desventajas de las pequeñas microempresas.....	22
8.3.4. Tipos de las pequeñas microempresas	22
9. PREGUNTA CIENTÍFICA.....	23
9.1. Hipótesis de trabajo (Investigación)	23
10. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	24
10.1. Métodos de investigación	24
10.1.1. Método Teórico.....	24
10.1.2. Método Cuantitativo	24
10.1.3. Método Empírico	24
10.1.4. Método Analítico-Sintético	24
10.1.5. Bibliográfica	25
10.1.6. De campo	25
10.1.7. Descriptiva.....	25
10.1.8. Correlacionar	26
10.2. Técnicas de la investigación Utilizada.	26
10.2.1. Mapeo	26
10.2.2. Encuesta.....	26
10.3. Instrumento de Investigación.....	26
10.3.1. Cuestionario	26
10.3.2. Diseño de Investigación.....	27
10.4. Población y Muestra	27

10.4.1.	Población de propietarios de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.....	27
10.4.2.	Técnica de Muestra	28
10.4.3.	Validación del instrumento	28
10.4.3.1.	Procesamiento y análisis de la información.....	29
11.	ANALISIS Y DISCUSIÓN Y DISCUCIÓN DE RESULTADOS	30
11.2.	Resumen de los resultados	53
11.3.	Comprobación de hipótesis.....	54
11.3.1.	Hipótesis de trabajo (Investigación).....	54
11.3.1.1.	Hipótesis nula	55
11.3.1.2.	Hipótesis Alternativa	55
11.3.1.3.	Nivel de significación.....	55
11.4.	Selección del modelo estadístico.	55
11.5.	Cálculo del análisis factorial exploratorio (AFE)	55
11.6.	Matriz de componentes Factores determinantes de las microempresas.....	56
11.7.	Matriz de componentes de Factores de competitividad de las microempresas.	57
11.8.	Factores latentes por variable del estudio	59
11.9.	Calculo Coeficiente de correlación de Spearman	59
11.10.	Relaciones más significativas	61
11.11.	Análisis y discusión de modelo estadístico.....	61
11.12.	Regla de decisión	62
11.13.	Criterios de interpretación del modelo Spearman.....	62
11.14.	Decisión final	63
12.	IMPACTOS	63
13.	PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	65
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
14.1.	CONCLUSIONES	66
14.2.	RECOMENDACIONES.....	67
15.	BIBLIOGRAFIA	68
16.	ANEXO.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Crecimiento empresarial	30
Figura 2. Satisfactorio en su perspectiva	31
Figura 3. Observar a sus competidores.....	32
Figura 4. Examinar la competencia.	33
Figura 5. Las fortalezas y debilidades	34
Figura 6. Direccionamiento estratégico.....	35
Figura 7. Conocimiento y experiencia.....	36
Figura 8. Clientes de la competencia.....	37
Figura 9. Potencial en el mercado.	38
Figura 10. Planificación.....	39
Figura 11. Buena administración.....	40
Figura 12. Uso de tecnología.....	41
Figura 13. Actualidad de la tecnología.....	42
Figura 14. Planificación estratégica	43
Figura 15. Habilidades novedosas	44
Figura 16. Satisfacer al cliente	45
Figura 17. Grado de cobertura.....	46
Figura 18. Capacitación de ventas	47
Figura 19. Opiniones de sus empleados	48
Figura 20. Habilidades y capacidades de liderazgo.....	49
Figura 21. Comunicación con los empleados.....	50
Figura 22. Innovación en productos y servicios	51
Figura 23. Aplicar valores	52

1. INFORMACION GENERAL

Título de proyecto

Factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

Fecha de inicio

Abril 2022

Fecha de finalización

Septiembre 2022

Lugar de ejecución

Cantón Valencia. Provincia de Los Ríos

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativa

Carrera que auspicia

Licenciatura en Administración de Empresa

Proyecto de investigación vinculado:

La investigación del proyecto está vinculado y aporta al macro proyecto de la Carrera Licenciatura en Administración de empresa, Factores Determinantes en la Competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

Equipo de Trabajo

Ing. Mario Fernando Navarrete Fonseca

Srta. Cabrera Macías Vicky Andreina

Srta. Terán Chevez Ibeth Aracelly

Área de conocimiento

“Educación comercial y administración”

Línea de investigación de la Carrera

Administración y Economía para el

Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera

Estrategias, administrativas, Productividad y emprendimiento.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

En la actualidad constituyen la recaudación económica del Ecuador, las pequeñas microempresas son fuente de desarrollo social en cuanto a producción, demanda y compra de productos o simplemente por valor agregado, lo que significa que se ha convertido en un factor dispensable para generar riqueza y empleo.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo general analizar los factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas, para la generación de mejores condiciones económica en el cantón Valencia. Para realizar con los propósitos se ejecutó la evaluación situacional de las variables que son factores determinante y competitividad; considerando que el sector comercial es mediante y el mayor volumen son atendidos por sus propietarios, que buscan tener mejor condición económica en sus pequeñas microempresas.

Es considerable resaltar que fue esencial asistir a la investigación bibliográfica para la compilación de información en fuentes como; Libros, artículos y pagina web; así mismo la exploración de campo para actuar con la encuesta a los propietarios. De la misma manera conocer la competitividad actual de las pequeñas microempresas. En la indagación se utilizó el método teórico; método análisis sintético y valoración por expertos, además se empleó la investigación descriptiva.

La investigación tiene un aporte relevante al sector micro empresarial del cantón Valencia, al contar con datos importantes que determinan cuales son los factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas, de tal manera que se fomente un crecimiento, que permita crecer la economía del cantón.

3. JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre los factores determinantes de la competitividad en las pequeñas microempresas del cantón Valencia. Busca identificar los factores determinantes que permita gestionar la fuerza de la competitividad de manera eficiente de las pequeñas microempresas del cantón, como puede entenderse las ventas es una de las principales actividades de las pequeñas microempresas y su finalidad siempre es el crecimiento de las misma, sin embargo para lograrlo se debe determinar los factores lo cual hace que las personas que conocen compre sus productos o servicios, que los clientes de la competencia, sean sus clientes y que los clientes actuales compre más.

Esta investigación cobre importancia en la determinación de los factores y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas dado que los resultados de las misma permitan definir los resultados y por ende un crecimiento sostenido en el tiempo. El impacto de la investigación de evidencio el factor determinante con el fin de conocer el crecimiento micro empresarial y con la rentabilidad que tienen las pequeñas microempresas del cantón, Para poder conocer la relación de las dos variables se aplicó métodos estadísticos.

Además, es primordial mencionar la utilidad de la investigación debida que será fuente de consulta e información para los estudiantes, los propietarios de las microempresas y ciudadanía en general sobre su aspecto tan importante. La viabilidad de la investigación se lleva a cabo mediante el asesoramiento del tutor, la disponibilidad de las autoras, la colaboración de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, para tal efecto se contará con recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos, que permiten llevar a cabo la investigación.

4. BENEFICIARIOS

El proyecto tiene dos beneficiarios, que son beneficiarios: Beneficiarios directo e indirectos. Los directos son las pequeñas microempresas del cantón Valencia y los propietarios de las mismas, los indirectos están constituidos por las instituciones recaudadoras de impuestos en este caso: GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), el Cuerpo de Bomberos del cantón, y las autoras del proyecto porque a través del propósito se puede determinar los factores que inciden en la competitividad y así poder guiar a los propietarios a trabajar en ellos.

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad en Ecuador cuenta con 940,033 Mi Pymes, que representan más del 96% del sector productivo nacional el más productivo del país. Esto se ve reflejado en el producto Interno Bruto (PIB) con una tasa del más 25%, y a su vez, es generador de empleo ya que abarca un 70% de la población Económicamente Activa (PEA). Siendo estas una pieza calve para la economía del país, donde el 91,4% de las empresas en Ecuador son micro, pequeñas y medianas empresas, de las cuales el 90,3% son microempresas y el 1,1% son pequeñas y medianas, según cifras de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) (Censo, 2017).

Las empresas del sector comercial en el Ecuador representan gran parte de la economía, generan miles de plazas de trabajo e ingresos, 1 de cada 4 unidades económicas pertenece al sector de comercio, porcentualmente representa el 25,41% las cifras anteriores son varias las desventajas que tienen las micro empresas, una de ellas el inadecuado proceso de gestión del talento humano, en las últimas décadas el sector micro empresarial mostró mayor interés en el mejoramiento del personal, como respuesta a los elevados niveles de competitividad que impera en los mercados.

El inicio de 2021 no ha sido bueno para la economía ecuatoriana. Una pandemia sin control y una vacunación deficiente han provocado que, muy lejos de la reactivación esperada, el Producto Interno Bruto (PIB) se haya desplomado un 9% en enero y 7,7% en febrero. Según el índice mensual de actividad macroeconómica del Ecuador, elaborado por Pro Estudios y con el aval del Colegio de Economistas de Pichincha, la actividad económica ha tenido una caída parecida a la del 2020 (La Hora, 2021).

La Superintendencia de Compañías, que controla a más de 90.000 firmas que tienen razón social, capital, grupo accionista y estructura gerencial, registra la cancelación de 1.292

compañías durante el 2020, de las cuales 724 son pequeñas empresas, 50 medianas, 202 grandes y 316 no definidas. En lo que va de este 2021 las cancelaciones se incrementaron, pues hasta el 31 de mayo iban 5.954. De estas, 1.971 corresponden al sector de comercio, 1.068 a actividades inmobiliarias y 634 a agricultura, entre las principales (El Universo, 2021).

A nivel provincial actualmente, el 4,4% de las microempresas se están enfrentados a cambios importantes, originados por la condición tanto interna como externa, como la competencia más aguda, la tecnología, los cambios económicos y la globalización de la economía, por mencionar algunos. En este sentido la competitividad se ha convertido en una exigencia para sobrevivir y un requisito para obtener buenos resultados a su impacto en producto o servicios de la empresa (Núñez, 2018).

Generalmente las microempresas nacen de los sectores informales de la economía, ya que por medio de la transformación de su situación legal tienen la capacidad de poder obtener créditos bancarios y ayuda del Estado para de esta manera ir creciendo poco a poco. En la administración pública es muy común la contratación de microempresas en muchos casos amparados en formas de cooperativa encargadas de ornato público, demarcación de vías, limpieza de calles, entre otras actividades (Canto, 2018).

Las pequeñas y medianas empresas o microempresas nacen con la necesidad de en muchos casos abastecer mercados que no han tenido gran interés por las grandes corporaciones, también nacen con la necesidad de emprendimiento de un grupo de personas que buscan mejorar su calidad de vida generando mayores ingresos que los puedan llevar al desarrollo. Uno de los problemas primordiales dentro de las 2.152 microempresas en el cantón Valencia el desconocimiento de los factores determinantes y factores en la competitividad esto debido al bajo nivel de información sobre el tema, Generalmente que se emplee métodos poco adecuados para este propósito y por tanto no existe una información confiable de la competencia. Las microempresas del cantón Valencia nace con la necesidad de abastecer una parte del mercado, pero en ocasiones no da con éxito, por diferentes aspectos ya sea por la economía que afecte en gran parte. Ante la problemática detectada las microempresas comerciales no tienen el conocimiento de los factores determinantes que inciden en la competitividad para mantenerse en el mercado. Para el control del pronóstico efectuado y como posible solución se planteó efectuar un análisis de los factores determinantes que inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, el mismo que estuvo basado en la recopilación de información mediante encuestas a los propietarios. (Valencia, 2022).

Otro de los problemas relevantes en este ámbito es el bajo nivel de planificación por parte de los microempresarios y la despreocupación por la aplicación de estrategias e instrumentos adecuados que permitan conocer el nivel de competencia que existe en cada microempresa; esto ha generado una mala imagen en el sector micro empresarial del cantón Valencia; por cuanto repercute en la calidad de servicio otorgado; puesto que a través de conocer los factores determinantes se tiene una noción clara de las falencias existentes y se pueden tomar correctivos necesarios para mejorar este aspecto; ahí radica la importancia de conocer y aplicar los factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas; esta problemática se maximiza en las organizaciones cuya actividad económica principal es el comercio, porque se encuentra directamente relacionada con el servicio al cliente e interacción con los proveedores (Molina, 2018).

5.1. FORMULACION DE PROBLEMA

¿Cómo incide los factores determinantes en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia?

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivos General

Analizar los factores determinantes y su incidencia en la competitividad para la generación de mejoras en las condiciones económicas de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

6.2. Objetivos Específicos

- Indagar los factores determinantes en la competitividad para fortalecer las pequeñas microempresas del cantón Valencia.
- Determinar las dimensiones de la competitividad para la identificación de los puntos fuertes y débiles de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.
- Relacionar los factores determinantes con las dimensiones de la competitividad para la identificación de las concordancias más significativas.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN LA RELACION A LOS OBJETIVOS.

Tabla 1. Actividades y sistema de tareas

Objetivos	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentó)
Indagar los factores determinantes en la competitividad para fortalecer las pequeñas microempresas del cantón Valencia.	Diseño de cuestionario para las encuestas. Aplicación y tabulación de datos. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.	Factores determinantes que se encontraron para el fortalecimiento en las microempresas.	Se aplicó encuesta a los propietarios de las microempresas del Cantón Valencia.
Determinar las dimensiones de la competitividad para la identificación de los puntos fuertes y débiles de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.	Diseño del instrumento Aplicación del instrumento Procesamiento y análisis de datos.	Posicionamiento y análisis recopilados en la investigación de las pequeñas microempresas en base a las dimensiones en la competitividad.	Encuesta realizada a propietarios de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.
Relacionar los factores determinantes con las dimensiones de la competitividad para la identificación de las concordancias más significativas.	Definición de hipótesis a comprobar Ingreso de datos al software SPSS versión 25. Elección del modelo estadístico Ingreso de aplicación del modelo estadístico.	Relaciones positivas y negativas entre los factores determinantes y dimensiones de la competitividad de las pequeñas microempresas.	Se realizó el análisis de las relaciones de los factores determinantes y las dimensiones de la competitividad en la cual dieron un resultado positivo en las pequeñas microempresas.

Realizado por: Autoras

8. MARCO TEÓRICO

8.1. Origen de la competitividad

Según (Guzmán, 2019)

Competitividad nace enlazado al término microeconómico de la empresa, por ello es tomado con frecuencia para referirse al comportamiento de una economía en su conjunto de industrias. Es uno de los conceptos más estudiados en campos ya sean de investigación, gubernamentales, políticos, legislativos, entre otros, su finalidad es buscar mejoras en cuanto a estrategias sobre la competitividad de otros grupos. Michael Porter estudio fenómenos como la crisis que se dio en 1980 con varias repercusiones como el shock petrolífero el ascenso de Japón como potencia, etc., Porter elaboró sus primeras teorías con impacto en el mundo empresarial que evidenciaba los problemas que éstos tenían debido a la crisis y deudas que tuvieron que afrontar y muchas de estas tomaron en cuenta sus teorías como la salida a los problema. (p. 22)

Por otro lado (Suñol, 2017), menciona que

La competitividad convierte en generalmente aceptada la idea de que hay la necesidad de crear factores productivos y competencias en economías de escaso desarrollo. Además, tal tarea deber ser asumida tanto por gobiernos como por todos los sectores interesados en el desarrollo nacional. La teoría de la competitividad desarrollada por los teóricos, utilizando un enfoque de carácter estructural. Cuando se explican los determinantes de la competitividad y se habla de la necesidad de crear factores productivos, se está apuntando a un problema largamente discutido en la literatura del desarrollo, pero que había sido reconocido sólo por algunas corrientes. (p. 28)

La investigación entres los dos autores que analizan los factores de la competitividad si están de acuerdo que se define que la competitividad se desarrolla con el fin de mantener o aumentar sus márgenes de producto de manera sostenible, estas variables están vinculadas a una variedad de factores y algunos de los cuales están controlados por las microempresas, que van desde la capacidad técnicas empleadas y proceso de gestión de políticas públicas disponibilidad de una empresa en la producción y ventas de bienes o servicio para establecer en el mercado cumpliendo estándares de calidad establecidos por las empresas y cobrando precios razonables que se maximiza el rendimiento en la producción.

8.1.1. Crecimiento Empresarial

Según (Ortega Oscar y Axel, 2019)

A través de la literatura se puede verificar que la mayoría de los trabajos que analizan el crecimiento de las empresas tiende a considerar este fenómeno como un determinante de la competitividad de la empresa, a través del cambio en el valor de las acciones en el mercado de capitales y en consecuencia, de la rentabilidad que obtienen los accionistas por esta vía, de la que depende en gran medida. Estos estudios analizan las consecuencias del crecimiento, en lugar de analizar las causas de dicho crecimiento. (p. 20)

Por otro lado (Canals, 2017)

El crecimiento empresarial es el progreso que recibe una empresa en términos de beneficios económicos, número de clientes, número de empleados, infraestructura, tecnología, fortalecimiento de marcas, producción de bienes y servicios. Cuando una organización satisface las necesidades del mercado y logra una buena satisfacción del cliente, cumplirá con uno de los principios más importantes para sostenerse y lograr el crecimiento empresarial. (p. 15)

Nos indican los autores que el crecimiento empresarial se trata de los procesos que logran que una empresa mejore continuamente e impulse a la organización a alcanzar objetivos de éxito planificados con anterioridad.

8.1.1.1. Factores internos

Para determinar los factores determinantes aquellos que promueven el crecimiento de la empresa se ve incrementado cuando el punto se centra en los distintos elementos que desde el ámbito interno cuyo análisis que ayudan el posicionamiento o las ventajas que determinan empresas ha ido alcanzado con el tiempo (Santana, 2016, p. 43).

8.1.1.2. Factores externos

Hablar de factores externos que impulsan a la gerencia a tomar decisiones encaminadas al crecimiento de la empresa, es hablar de factores económicos, sociales. Políticos y tecnológicos de ellos puede influir en la toma de decisiones. Factores externos relativos al entorno sectorial de la empresa, constituido por competidores, clientes y proveedores (Santana, 2016, p. 56).

Los autores están de acuerdo que el crecimiento empresarial son factores tanto internos como externos, toda vez que deben darse situaciones favorables para invertir, al mismo tiempo que ha de existir una clara motivación de la dirección para aprovechar las circunstancias que el entorno facilita.

8.1.2. Análisis competitivo

Según (Socatelli Mario 2017)

El análisis competitivo es un estudio de la situación de una empresa (existente o en vías de constituirse) en su entorno de mercado para determinar la intensidad de la competencia. Es una parte importante de la investigación de mercado y el análisis estratégico de una organización. Te permite mapear los jugadores presentes en tu mercado objetivo e identificar sus fortalezas y debilidades para diferenciar estrategias y posicionamiento. (p. 20)

Para (Cebollada Javier y Sandra Caveró Brújula 2018)

El profesor Porter plantea un esquema de análisis, los cuales se citan a continuación:

- Competencia interna: Está relacionado con el número de competidores, su tamaño relativo y su agresividad.
- La amenaza de nuevos competidores: Los competidores potenciales constituyen una amenaza, y la empresa debe protegerse creando barreras de entrada.
- La amenaza de productos sustitutos: Productos que realizan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero basados en una tecnología diferente.
- El poder de negociación de los clientes: Afecta de modo significativo a la rentabilidad de las empresas, la importancia de este poder de negociación depende de la diferenciación del producto, el costo de cambiar de proveedor, la amenaza que representan a los clientes para el origen, si el cliente tiene información completa sobre costos y del grado de concentración de clientes. (p. 20)

Los autores explican que el análisis competitivo también ayuda a verificar la viabilidad de un proyecto, ya que puede indicar la saturación del mercado debido a la competencia con demasiadas ofertas relacionadas con la demanda o la presencia de una empresa unipersonal.

8.1.3. Aliados estratégicos

Según (Pérez Víctor, 2019)

Alianzas estratégicas deben ser vistas como un medio para compartir riesgos y fortalezas, “yo te acompaño en mi negocio, si tú me dejas participar en la tuya”. Esto significa que, desde el principio debe haber un equilibrio de riesgos y beneficios para las empresas involucradas. Describe a las alianzas estratégicas como acuerdos de cooperación entre empresas de diferentes países que son competidores reales o potenciales. Las alianzas estratégicas van desde empresas conjuntas formales, en las que dos o más empresas tienen la misma participación accionaria, hasta arreglos contractuales a corto plazo, en los que dos empresas pueden acordar cooperar en un tema específico. (p. 15)

Según (Gomez David, 2015)

La importancia de entrar en alianzas estratégicas es adquirir habilidades, recursos, conocimiento técnicos y competitividad más diversos de lo que cada empresa puede reunir por sí sola. Esto precede a la apertura de las crisis comerciales y económicas que enfrentas y por consiguiente perdidas de oportunidades dentro de los negocios internacionales; Cada vez son más las empresas que crean alianzas bien elegidas y adaptadas a cada proceso que tienen limitaciones y abordan con alternativas que en muchos casos reducen sus costos. (p. 8)

Los autores están de acuerdo que un aliado es aquella persona o negocio con los que se puede compartir recursos valiosos, como: Conocimientos y experiencia. Considera aliarte con aquellas personas que tienen más experiencia que tú. El conocimiento y la experiencia son un capital importante para tomar decisiones de negocio presentes y futuras.

8.1.4. Influencia del entorno

Según (Mintzberg José, 2018)

En el análisis ambiental, identificamos muchos factores (económico, social, político, tecnológico, demográfico, legales, cultural, geográfico, ecológicos) que se manifiestan a través de la cultura, el idioma, presiones sociales derivadas de la violencia, el desplazamiento forzado, la corrupción política, entre otros. Son escenarios que configuran el clima organizacional, la empresa y su dirección estratégica, donde la gestión empresarial debe desarrollarse de manera

holística, hermenéutica y ecléctica a través de una relación permanente con su entorno, con el objetivo de obtener resultados de convertir toda la información ambiental en beneficios económicos y sociales para la organización, con la alternativa del crecimiento y sostenibilidad. (p. 25)

Por otro lado (Rodríguez Alfonso, 2017)

El entorno es una fuerza externa cuyo comportamiento afecta a una organización, dependiendo del mercado en el que opera y la tecnología que utiliza. Los cambios en el entorno se están acelerando y, para sobrevivir, las empresas deben crear productos, servicios y procesos nuevos y bien pensados. La influencia del entorno se refleja a través de las relaciones causa-efecto y del impacto que genera cada una de las variables del factor específico, lo que obliga a las organizaciones a tomar acciones específicas que correspondan a su adaptación y alineación de la organización con su entorno. (p. 56)

Los autores consideran la variable entorno un elemento influyente en la variable innovación, pero no profundizan en las dimensiones de estas variables. Este estudio, realizado en una muestra de empresas de servicio, incluye dimensiones del entorno incertidumbre y complejidad y de la innovación técnica y administrativa, además de las características organizacionales como variable mediadora de la relación entre entorno e innovación.

8.1.5. Gestión Directiva

Según (Mora, 2017)

Define a un directivo (o administrador o ejecutivo o gerente) como la persona que asume el cargo que se encuentra en la cúspide de la estructura de la empresa (ya sea una organización completa o una de sus unidades constituyentes) y que es el responsable para maximizar los objetivos que se desea que logre la organización social que lidera. Dirigir o liderar es un curso de acción dinámico de una persona (líder) hacia otra u otros (dirigidos o grupo personas) con el fin de dirigir su comportamiento hacia una meta u objetivos específico, a través de la prioridad decidida que su cargo le confiere poder. (p.22)

Sawaf (2017) indica que

“La misión del gerente va más allá de los modelos mecánicos que se enseñan en la gestión, su tarea se centra en la reforma continua de la empresa en tres niveles básicos”. (p. 20)

- La comunidad de negocios
- La conducta de las personas
- La acción de los agentes de referencia.

Según (Valls, 2018)

“Que realmente importa en la realidad es lo que hacen los gerentes para que sus negocios sean exitosos, este es el anunciado del problema que tratamos en este trabajo”

- La acción política como un proceso orientado a resultados actúa sobre las personas con el objetivo de dominar el medio ambiente. (p. 24)

Los autores consideran que la gestión directiva es el conjunto de acciones encaminadas a la consecución de los objetivos y propósitos de una entidad que nace de un ejercicio propio de la administración y se enfoca en facilitar la coordinación de una organización, como una tarea se ejerce dentro (contexto interno) y fuera de la institución (contexto externo).

8.2. Factores de la Competitividad

Según (Romero, 2017)

La competitividad a nivel microeconómico significa lograr estándares internacionales de desempeño aplicable para el uso de los recursos y la calidad del producto o servicio brindado. La competitividad microeconómica requiere políticas de modernización de las empresas en términos de tecnología, equipos, organización y relaciones laborales. También requiere también de un entorno competitivo, mediante los factores. (p. 52)

Para (Asencio 2018)

“El enfoque basado en competencias, propone seis factores internos que inciden en la competitividad de las pequeñas empresas. A partir de ellos, se identifican tipos de análisis o factores: Recursos tecnológicos, Recursos comerciales, Calidad del producto, Recursos humanos, Capacidades directivas, Cultura empresarial”. (p. 29)

La competitividad empresarial se define como la capacidad de una empresa para hacer rentable su negocio gracias a la implementación de estrategias que supongan una ventaja competitiva respecto a sus rivales en el mercado.

8.2.1. Recursos Tecnológicos

Según (Pérez, 2016)

Los recursos tecnológicos de una empresa son aquellos que le permiten recopilar y administrar los activos intangibles de la empresa, como bases de datos e información. Los recursos tecnológicos también permiten que cualquier negocio sea más eficiente. Hay una serie de recursos globales que la mayoría de las empresas pueden utilizar para aumentar la productividad y reducir el desperdicio. Las grandes empresas con grandes presupuestos y grandes departamentos de TI desarrollan muchas de estas soluciones personalizadas. También se pueden pedir al aire libre o comprar "en caja" para adaptarlos a las necesidades. (p. 19)

Según (Roger, 2016)

Un recurso tecnológico, es un medio de utilizar la tecnología para cumplir su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual). Los recursos tecnológicos se clasifican de la siguiente manera.

Recursos tecnológicos tangibles: los recursos relacionados con la tecnología tienen una forma física de representación, es decir que se pueden medir, tocar y contar.

Recursos tecnológicos intangibles: recursos que no tienen forma física de representación, es decir, no pueden verse, medidos o contados, ya que son información o conocimientos inmateriales, visible solo de manera virtual. (p. 30)

Los autores están de acuerdo que los recursos tecnológicos que son globales y utilizados por la mayoría de las empresas, y otros que son más exclusivos y que son clave a la hora de obtener ventaja competitiva.

8.2.2. Recursos Comerciales

Según (López, 2018)

La gestión comercial tiene dos problemas principales, el primero es la satisfacción del cliente y el segundo es la cuota de mercado. Ambos requieren de una estrategia clara, un sistema de calidad y coordinación con diferentes áreas de la organización. Analizando la empresa desde los procesos productivos, se puede pensar en la gestión comercial como la etapa final en la que se lleva el producto al mercado y se reciben beneficios económicos a cambio. (p. 30)

Según (Varisco, 2017)

Este factor determina la competitividad de las empresas por que tiene en cuenta el capital económico disponible de las empresas. Tiene que ver con la relación de precio-calidad y también dice mucho sobre la rentabilidad de una marca. Independientemente el tamaño de la empresa y de su estructura, recurso comercial resuelve, todo nivel estratégico y operativo, cuestionamientos relevantes para la competitividad de la organización, como:

Gestión de ventas: directamente a cargo de las actividades técnicas de venta y el operativas necesarias para llevar los productos hasta al cliente final.

Gestión de marketing: incluye analizar el entorno y dirigir la estrategia de mezcla de marketing o las 4 Ps, de tal manera que esté alineada con la estrategia de la empresa.

Gestión de clientes: se ocupa de la jornada del cliente en cada etapa de proceso comercial, desde la prospección hasta la postventa, con el objetivo de lograr su satisfacción y lealtad.

Gestión de fuerza de ventas: gestión de recurso humano, formación, capacitación, la motivación, y la estrategia del equipo de ventas.

Áreas de soporte: para el desempeño del proceso comercial, como por ejemplo las áreas de tecnología, finanzas, producción, logística, entre otras (Enrique, 2018, p. 28).

Los Recursos empresariales incluyen componentes de diferentes áreas, integrando equipos, recursos y funciones, para lograr sus objetivos y aportar a la competitividad de la empresarial. Los recursos comerciales son factores empresariales con capacidad para crear valor a los clientes a través de sus productos o servicios.

8.2.3. Calidad de producto

Según Sanabria (2018) dice que

La calidad se ha convertido en una necesidad estratégica y un arma para sobrevivir en marchas simultáneas. Una empresa que quiera ser líder debe saber qué esperan y necesitan sus potenciales clientes, producir un buen producto, preocuparse por las relaciones con los clientes, y para lograrlo, típicamente las empresas de hoy deben asociarse. su estrategia de marketing a su sistema de marketing. (p. 26)

Por otro Crstina Varisco (2017) afirma

La calidad de un producto o servicio se define como la percepción que tiene el cliente de su valor. Si un cliente considera que un producto contribuye a la satisfacción de sus necesidades, lo considerará de mayor o menor calidad en función de la manera en que percibe una serie de factores relacionado con este producto. La calidad de un producto o servicio se mide utilizando variables cuantificables y diferentes etapas del proceso productivo. Para evaluar la calidad de un producto, por ejemplo, se debe colocar instrumentos de medición en las diferentes etapas del proceso de fabricación, porque todo va a influir en la calidad resultante del producto.

En colusión al criterio de los autores nos indican que la capacidad es para satisfacer las necesidades de los clientes se considera como la descripción de un producto dependiendo si es bueno o malo. No es un valor, pero en muchas ocasiones se las puede confundir con la satisfacción que es el producto al ser consumido. Esta implica poder llegar a los deseos según un estilo de vida y adecuarse al producto en roles del consumidor según sus preferencias.

8.2.3.1. Indicadores de la calidad de producto

Los indicadores de calidad son las herramientas para medir el valor de la calidad del producto que ofrece una empresa (Rangel, 2017)

- Satisfacción del cliente
- El grado de cobertura del mercado
- El precio
- Procesos de producción
- Seguridad
- La eficiencia o el rendimiento

8.2.4. Recursos Humanos

Según (Montoya y Boyero, 2016) argumenta que

Los recursos humanos son un elemento fundamental de la ventaja competitiva y por lo tanto un componente esencial para cualquier tipo de organización. Los factores comunes es el principal factor diferenciador de la competitividad porque se debe demostrar, medir y comparar, y dentro de las organizaciones se puede medir en los servicios o productos que se brindan a los clientes, como se muestra es más competitivo que la productividad y rentable porque la competitividad es el precio que ofrece el mercado como juez de las decisiones y acciones presentes en las organizaciones, reflejadas en el logro de los objetivos establecidos. (p. 29)

Según Alles (2017) establece que

Es importante destacar que el recurso humano se constituye en un elemento fundamental que da validez y uso a los demás recursos, en este sentido el personal de la organización puede desarrollar habilidades y competencias que le permitirán que la ventaja competitiva de la empresa pueda ser sostenida y perdurable en el tiempo, posibilitando así que pueda hablarse de la construcción de un recurso humano inimitable, único y competitivo en la corporación, esta son las herramientas indispensables para el departamento de recursos humanos. (p. 47)

Los autores dicen que los recursos humanos son indispensables para cualquier empresa que necesite crecer y contratar a los mejores trabajadores. Ya sea para cada puesto o ayudar a las personas que se desarrollan en la empresa para seguir formándose y creciendo.

8.2.5. Capacidad Directiva

Según Cunya (2017) establece que

La capacidad directiva es la disponibilidad de talento directivo en el momento adecuado y en función de una línea estratégica concreta. Esto significa que la organización cuenta con líderes capaces de conducir a la organización hacia sus metas establecidas en un momento dado. La importancia del equipo de gestión de la calidad para el éxito de la empresa, y saber desarrollar y orientar implica el compromiso de los miembros de la organización. La competencia directiva, que es la capacidad que debe poseer todo el equipo directivo para aplicar un proceso de formación estratégica, es un activo valioso que incluye más que unas determinadas

habilidades propias de un directivo, uno u otro directivo, sino también las competencias resultantes de la estructura y combinación de determinadas características de todo el equipo directivo. (p. 47)

Según García (2019) afirma que

“Capacidad directiva es la disponibilidad de talento directivo concreto. Esto significa que la organización cuenta con líderes que son capaces, en cualquier momento, de conducir a la organización hacia las metas establecidas. Existen habilidades claves para incrementar la destreza de las personas y hará mejorar sin duda los resultados profesionales”. (p. 56)

En conclusión, los autores opinan que son aquellas que permiten entender, comprender y resolver los problemas de las organizaciones mediante la incorporación de competencias y habilidades para la dirección de las organizaciones. Se refieren a la credibilidad, la reputación y la confianza con instrumentos concretos: alianzas, culturas abiertas al cambio, formación en comunicación intercultural, búsqueda de negocios compartidos, entre otros.

8.2.6. Cultura empresarial

Según Baztán Aguirre y Ángel Silvio (2020) establece que

La cultura corporativa o cultura corporativa se refiere a todos los valores, creencias, acciones, pensamientos, metas o estándares compartidos por los miembros de una misma organización. La cultura corporativa define la personalidad de una organización, al igual que su ideología. Y esto se refleja en cada acción del trabajador. Es decir: cómo dirigirse a los clientes, a sus propios compañeros; Considere las prioridades comerciales Cabe señalar que, si bien algunas personas usan el término "cultura organizacional" como sinónimo de "cultura corporativa", esto no es del todo exacto. La primera va más allá, ya que incluye todo tipo de organizaciones.

Según (Babor, 2017)

Para analizar la cultura empresarial se debe considerar el rumbo de la empresa, el cual puede basarse en clientes, personas, resultados y la capacidad de prestaciones, la innovación, costos, empresa o la tecnología Definimos la cultura como “un conjunto de valores, símbolos y rituales compartidos por todos los miembros de una determinada empresa, que describen como se hacen las cosas en una organización, para resolver problemas de gestión interna y los relacionados

con clientes, proveedores y entorno”. La cultura es de carácter cualitativo y general, ya pues es compartida entre todos los integrantes de la empresa. (p. 42)

Algunos de los autores dicen que los elementos componen la cultura empresarial son: Historia. Son acciones y eventos específicos que tuvieron lugar en la empresa, como la evolución de la estructura organizacional, las acciones de personajes clave (fundadores, presidentes, administradores), la historia social o la evolución de los productos (diversificación, ampliación o reducción del alcance).

8.3. Las pequeñas Microempresas

Según (Chaname, 2016)

Las microempresas son unidades de productoras de bienes y servicios que han demostrado ser un medio eficaz para estimular las actividades productivas de la sociedad. Son prominentes en los países en desarrollo, un ejemplo viable es lo que sucede en las pequeñas empresas que prosperan en Alemania, Japón y Estados Unidos, estos modelos de economía demuestran que las microempresas son de importancia vital desde el punto de vista social, en tanto, generan puestos de trabajo y posibilitan la creación de innovación de una manera u otra acelera los procesos económicos y sociales. (p. 25)

Según (Machado, 2017)

Las microempresas en Ecuador han recibido apoyo a través de las políticas estatales mediante asistencia técnica y asesoría en la constitución de microempresas y acceso a financiamiento a través de bancos (Ecuador. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

El estado de Ecuador ha implementado diversos programas entre ellos se encuentra Produce Ecuador este se encarga de diagnosticar potencialidades y oportunidades regionales y provinciales; el programa de fomento Emprende Ecuador dirigido al empresario - emprendedor, brindando información sobre emprendimiento, asesorías para la puesta en marcha de micro emprendimientos a través de la página web; Programa Innova Ecuador que promovía la innovación en la empresa y la diversificación productiva mediante el cofinanciamiento de proyectos innovadores. (p. 18)

8.3.1. La importancia de las pequeñas microempresas

La importancia radica en su aporte económico y social para el impulso y desarrollo de un país. Al presentar casi una totalidad de las microempresas establecidas sustentan una gran parte de su economía y a su vez una fuente rica de empleos.

Existen muchas entidades de esta escala contribuyen al equilibrio de precios y ciertos servicios y productos cubriendo las necesidades básicas aquellos requerimientos no tan comunes que una sociedad suele demandar. Hablamos de microempresas es que una persona es capaz de levantar varias pequeñas microempresas, es algunos casos los dueños tienen la participación directa en su desarrollo es decir un trabajador más (Chavez, 2020).

8.3.2. Cuáles son las actividades de las pequeñas microempresas.

Una microempresa se dedica a diversas actividades económicas generalmente se dedica a las actividades comerciales que no se requiere una gran cantidad de presupuesto como:

- Tienda de calzados y ropa
- Abarrotes
- Puesto de comida
- Fruterías
- Panaderías Taller de mecánicas.

8.3.3. Características de las pequeñas microempresas

- Tiene un máximo de 6 trabajadores en algunos casos se supera la cifra de un total 10.
- El dueño se cuenta como uno más de los empleados
- Cuanta con una facturación limitada
- Se crean con facilidad dependiendo del país, se puede comenzar desde las ventas de comida en su propio domicilio.

8.3.3.1. Ventajas de las pequeñas microempresas

- Lo principal es que se transforma en una fuente de ingresos siendo su sustento
- Tiene como facilidad de ser modificado en caso de que la primera no funcione

- Son generadores de empleo, aunque no a gran escala, pero si le brindan la posibilidad a alguien de tener un sueldo

8.3.3.2. Desventajas de las pequeñas microempresas.

- Tienen inconvenientes para conseguir créditos
- Su tecnología o equipamiento suele ser escaso y poco evolucionado
- Su producción tiene a ser limitada

8.3.4. Tipos de las pequeñas microempresas

Supervivencia: Se crean por necesidades económicas y en algunos casos no cuentan con un capital base con el cual se manejan los costos de operaciones.

Expansión: Tienen un poco más de ingresos que el anterior, pero el dinero restante no es suficiente para desarrollar aún más la pyme.

Transformación: Es más superior que las anteriores en cuanto a facturación permite con un capital y por la tanto tiene mayores de posibilidad de crecer (Etece, 2021).

Los autores están de acuerdo que las microempresas contribuyen a la producción nacional dinamizando la actividad económica demostrando su importancia a escala mundial, tienen creencia en su capacidad para garantizar una gestión administrativa eficaz y desarrollar sus actividades completando las etapas: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, permitiéndoles fortalecer su capacidad para adaptarse, aprendizaje y crecimiento para realizar las funciones con eficiente y eficaz.

9. PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Cuáles son los factores determinantes en la competitividad de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia?

Los factores determinantes son los siguientes: Crecimiento empresarial, Análisis de competencia, Influencia de entorno, Análisis estratégicos y Gestión directiva.

¿Cuáles son las dimensiones de la competitividad de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia?

Las dimensiones de la competitividad se los pudo identificar a través de los resultados de las encuestas a los propietarios de las microempresas los cuales nos dieron como resultados que existen 6 factores los cuales son: Recursos Tecnológicos, Recursos comerciales, Calidad de producto, Recursos Humanos, Capacidad directiva y Cultura empresarial.

¿Cómo se relacionan los factores determinantes con las dimensiones de la competitividad?

Una vez encontrados los factores determinantes (Competidores, Estrategias, Competencia, Debilidades) y las dimensiones de la competitividad (Estratégica, Mercado, Cliente, Tomar), se realizó la comparación de las variables efectuadas con el ingreso de datos al Software Spss versión 25, existe una relación entre los mismos que se muestra un resultado positivo moderada

9.1. Hipótesis de trabajo (Investigación)

Los factores determinantes que inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

10. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

10.1. Métodos de investigación

10.1.1. Método Teórico

Dicho de otra manera, en el presente estudio se aplica en la sustentación teórica de la investigación, donde se indaga los conceptos, de los factores internos y externos, competencia, de donde surgen estos términos, los cambios a través del tiempo y cómo funcionan en la actualidad en las empresas

10.1.2. Método Cuantitativo

A través de este método logramos obtener una muestra representativa, referente a los propietarios de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia los cuales fueron directamente encuestados, pues se logró la tabular la información obtenida, expresándolo con datos estadísticos, obteniendo un análisis resultado confiado en los factores que inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas.

10.1.3. Método Empírico

El método empírico en la cual se requirió el criterio del tutor y docentes de la Carrera de Licenciatura de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi-Extensión La Mana, En la cual se consideró emplear las dos variables de la investigación. Además, con sus respectivos criterios dieron su punto de vista para la aplicación del instrumentó. La información que obtuvo de los propietarios trabajando de forma estratégica para la aplicación del instrumentó de encuestas

10.1.4. Método Analítico-Sintético

El método analítico- sintético es de gran utilidad al momento de procesar la información sea esta empírica, teórica o metodológica, mediante el análisis de los resultados de las variables a investigar en las encuestas a los propietarios posibilita descompensar y analizar lo esencial en relación a la variable de estudio, pudiendo llegar así a una síntesis que permita llegar a las posibles soluciones del problema de investigación.

Tipos de Investigación

10.1.5. Bibliográfica

Para obtener información se recurrió a diversas fuentes: libros, revistas, artículos científicos, Biblioteca virtual de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC) y sitios Web que nos proporcionan información de nuestro tema Factores determinante y su incidencia en la competitividad en las pequeñas microempresas. Además, se utilizó el método mapeo para construir el marco teórico.

10.1.6. De campo

La investigación aplicada en este proyecto fue la de campo, se recabo información en las mismas instalaciones de las microempresas consideradas en el proyecto por medio de la aplicación de encuestas a los propietarios, de esta manera se obtuvo información con la predisposición de los encuestados, planificando la recolección de información por sector y días de encuesta, con las medidas de seguridad correspondientes, por tanto nos brindaron información relevantes y confiable sobre los factores determinantes y su incidencia en la competitividad den las microempresas y a su vez aportan a la investigación.

10.1.7. Descriptiva

Se consideró que el estudio es descriptivo por su gran aporte que significo en identificar los componentes que definen estas variables, como Factores determinantes que inciden en la competitividad en las pequeñas microempresas del cantón Valencia, para lo ante mencionado , se realizó encuestas tomado en cuenta factores determinantes como: El crecimiento empresarial, análisis de competencia, influencia de entorno, aliados estratégicos y gestión directiva, y también los factores de competitividad como: recursos tecnológicos, recursos comerciales, calidad de producto, recursos humanos, capacidad directiva y cultura empresarial. Es decir que la investigación descriptiva es aquella que busca describir y explicar lo que se investiga tanta la información teórica

10.1.8. Correlacionar

Este método de investigación ayuda a determinar la relación entre dos variables, es decir, la correlación estadística que existe entre los diferentes factores considerados para medir las variables, para saber cómo interactúan entre sí, por lo que es importante realizar un análisis detallado para encontrar resultados sobre el estudio. Además, es necesario incluir en el estudio un modelo estadístico como el coeficiente de Spearman, para conocer las relaciones que existen entre las variables del estudio, ya que el estudio ha planteado hipótesis que han sido verificadas por el coeficiente.

10.2. Técnicas de la investigación Utilizada.

10.2.1. Mapeo

Con la finalidad de conocer más afondo la realidad de las microempresas del cantón Valencia, se realizó un mapeo de los mismos para conocer, las condiciones en las que están desempeñando sus funciones y la realidad en la que están inmersas, comprender las microempresas en su máxima extensión, establecer estrategias de cambio bases fundamentales para desarrollar la investigación. Permite entonces crear una referencia rápida de los principales actores involucrados en un tema, se utilizó el mapeo por medio de los puntos a tratar en la elaboración del proyecto, los cuales sirvieron para generar ideas de una manera.

10.2.2. Encuesta

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz para este trabajo se aplica dicho instrumento a los propietarios de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

10.3. Instrumento de Investigación

10.3.1. Cuestionario

Para la aplicación de las encuestas dirigidas a los propietarios de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, se estructurará el cuestionario, con preguntas orientadas a recopilar información precisa, de manera que los propietarios mencionen cuál de los factores determinantes inciden en la competitividad para lograr el posicionamiento en el mercado.

10.3.2. Diseño de Investigación

Este método permitió conocer varias teorías del surgimiento de las microempresas y también de diversos factores sostenibles que existen en la actualidad, también se empleó el método cuantitativo, tales como los resultados de las encuestas para poder determinar los factores determinantes y su incidencia en la competitividad en las pequeñas microempresas en el cantón Valencia.

Al utilizar fuentes de investigación como páginas web, libros, revista, artículos científicos, esta se constituye en una investigación de tipo bibliográfica, y de campo, aplicando este último en la ejecución de las encuestas al visitar las instalaciones de las pequeñas microempresas del cantón Valencia. Para levantar la información se determina como instrumento adecuado la encuesta, se aplicará a propietarios de las pequeñas microempresas, de las cuales se obtendrá datos relevantes que ayuden a la solución del problema. La investigación científica cuenta con diversos diseños y estrategias para realizar investigaciones. Todos estos diseños derivan del método científico y son específicos según la disciplina que los empleé.

La población de colaboradores para los propietarios corresponde a la cifra que da el GAD municipal del cantón Valencia, una vez aplicada la prueba piloto identificamos que existían preguntas que no aportaban a la investigación, por tanto se procedió a la corrección de esta y la realización de la encuesta definitiva, luego se realizó el análisis e interpretación respectivo de los resultados, la selección del modelo estadístico y el nivel significancia que permio conocer la relación de las variables a través de la hipótesis nula, culminando el proceso del análisis de las encuesta se realizó conclusiones y recomendaciones como aporte a la investigación.

10.4. Población y Muestra

10.4.1. Población de propietarios de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.

El universo de la investigación abarco la totalidad de 2152 microempresas del sector comercial existentes en el cantón de Valencia acorde a los datos de sectores extraídos de registro de catastro del Departamento de Rentas Internas de GAD Municipal del cantón Valencia año 2022; (Anexo 8) La cual se muestra en el cuadro adjunto.

10.4.2. Técnica de Muestra

Para la obtención del tamaño de la muestra aplicamos el muestreo estratificado en el sector micro empresarial del sector comercial del cantón Valencia fue indispensable aplicar la siguiente formula que reflejo una cantidad de 145 propietarios a encuestar.

Formula:

$$n = \frac{N}{(E)^2(n - 1) + 1}$$

Datos:

n= Tamaño de la muestra =145

N= Población a investigarse= 2.152

E= Índice de error al máximo admisible = 0.08

Desarrollo

$$n = \frac{2.152}{(0.08)^2(2.152 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{2.152}{(0.0064)(2.152)+1}$$

$$n = \frac{2.152}{14.766}$$

n= 145

Después de la aplicación de la formula correspondiente se logró obtener una muestra de 145 propietarios de las microempresas, a las cuales se aplicó las encuestas.

10.4.3. Validación del instrumento

La validación del instrumento se realizó con el apoyo de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Técnica de Cotopaxi-Extensión La Maná, con lo que se procedió a realizar algunos cambios sugeridos. Para la otra parte se aplicó el instrumentó de

forma piloto con una confiabilidad de % de total de la muestra del estudio con la finalidad de medir la consistencia y relación que existen entre sus ítems. Esto se realizó en el software SPSS Statistics versión 25, donde se ingresó la información necesaria de la encuesta aplicada.

Tabla 2. Alfa de Cronbach propietarios

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,981	23

Realizado por: Autoras

10.4.3.1. Procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de la investigación se realizó en el Software SPSS y los pasos fueron: la revisión del instrumentó aplicado, tabulaciones. Frecuencia, porcentajes, porcentajes valido y porcentaje acumulado, estos se proyectan mediante representaciones graficas elaboradas por barras para destacar la distribución conjunta de los valores, misma que consta de los parámetros de respuestas y el número de respuestas representando en porcentaje, seguido el análisis e interpretación y comprobación con métodos estadísticos.

11. ANALISIS Y DISCUSIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1. Resultado de la encuesta dirigida a los propietarios de las microempresas del Cantón Valencia.

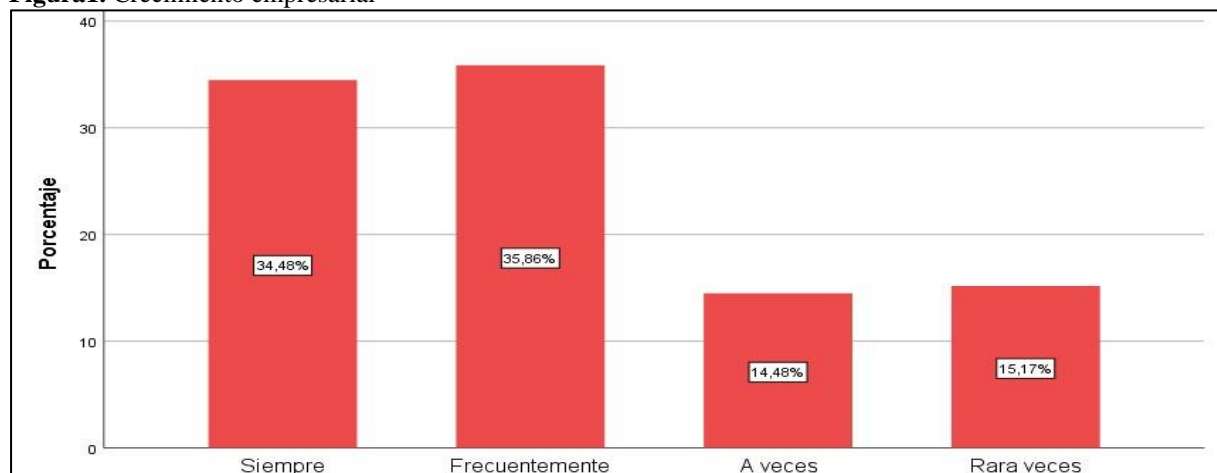
Pregunta 1. Considera que en estos últimos años ha tenido crecimiento su empresa.

Tabla 3. Crecimiento empresarial.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	50	34,5	34,5	34,5
Frecuentemente	52	35,9	35,9	70,3
A veces	21	14,5	14,5	84,8
Rara veces	22	15,2	15,2	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura1. Crecimiento empresarial



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los propietarios de las pequeñas microempresas reflejan que el 34,48% está siempre de acuerdo en que los últimos años ha tenido crecimiento la empresa, el 35,86% frecuentemente, el 14,48 a veces, el 15,17 rara veces. Las pequeñas microempresas han tenido un crecimiento favorable este último año, este crecimiento le permitió la adquisición de nuevos clientes y generar más ganancias.

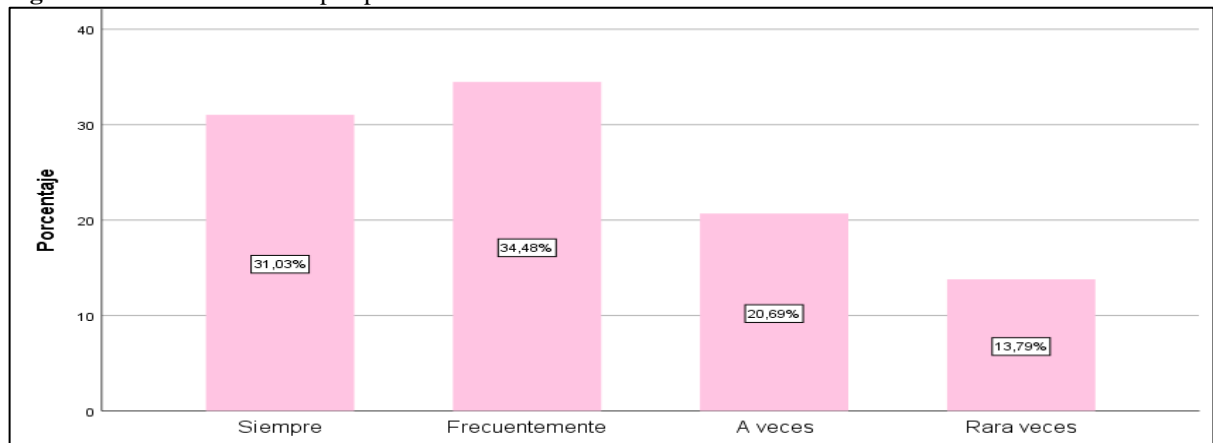
Pregunta 2. El crecimiento de su empresa ha sido satisfactorio en su perspectiva.

Tabla 4. Satisfactorio en su perspectiva.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	45	31,0	31,0	31,0
Frecuentemente	50	34,5	34,5	65,5
A veces	30	20,7	20,7	86,2
Rara veces	20	13,8	13,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 2. Satisfactorio en su perspectiva



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Según las encuestas a los propietarios el 31.03% dijo que esta siempre de acuerdo que el crecimiento de su empresa ha sido satisfactorio en su perspectiva, por lo tanto, el 34,48% en frecuentemente, el 20,69 a veces, el 13,79% rara veces. El crecimiento de las microempresas ha sido satisfactorio en las perspectivas de los propietarios, la rentabilidad y el incremento de las pequeñas microempresas es satisfactorio.

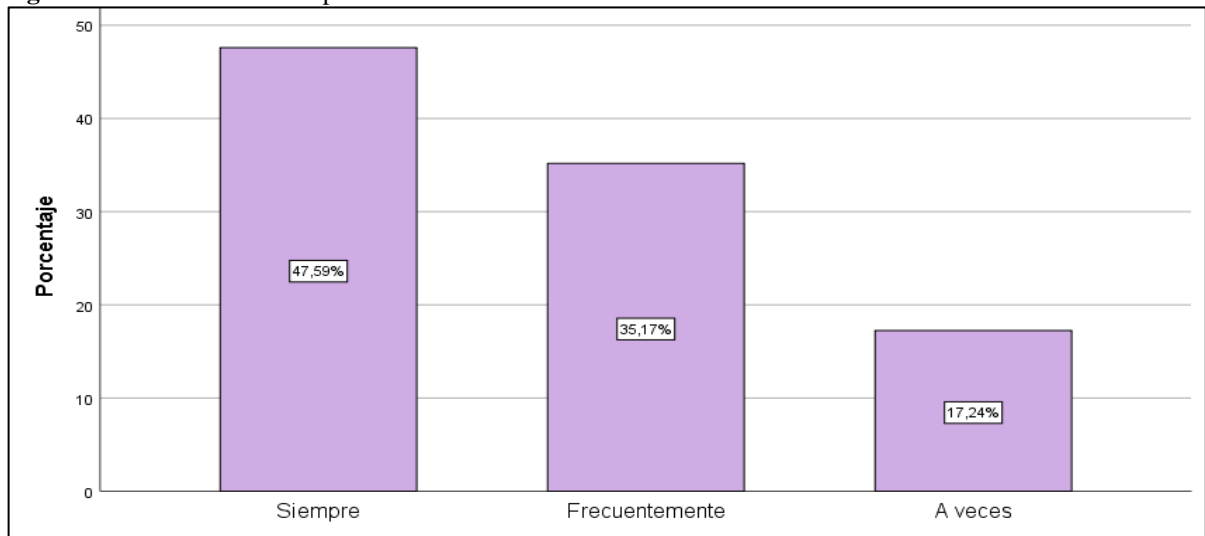
Pregunta 3. Considera que el análisis de competencia ayuda a observar a sus competidores.

Tabla 5. Observar a sus competidores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	69	47,6	47,6	47,6
Frecuentemente	51	35,2	35,2	82,8
A veces	25	17,2	17,2	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 3. Observar a sus competidores.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Las encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas evidencian que el 25,6% que el análisis de competencia ayuda a observar a sus competidores, el 31,17% Frecuentemente y el 35,17% A veces. Los propietarios haciendo el análisis a la competencia ayudan al mercado de su microempresa en el ambiente competitivo para saber cómo actuar ante la competencia.

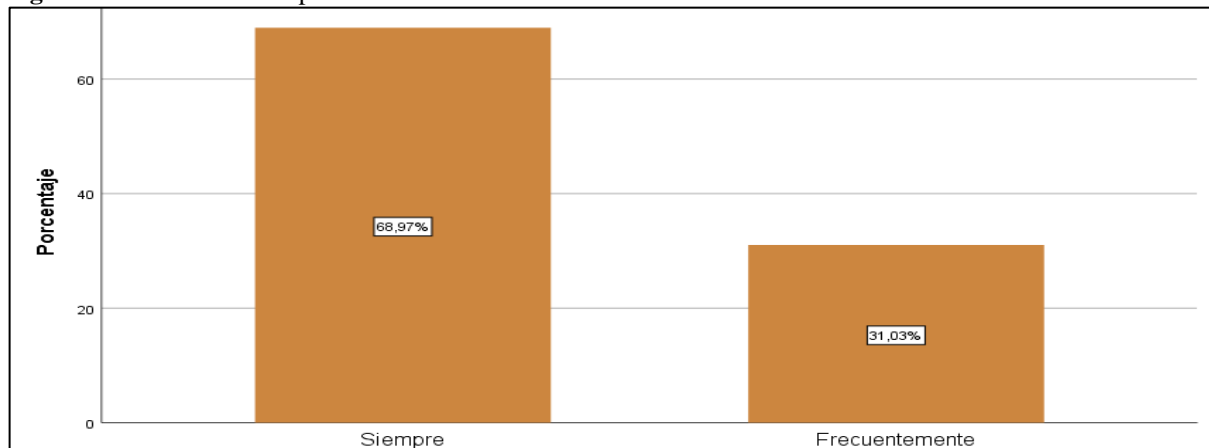
Pregunta 4. Considera que establecer estrategias le ayuda a examinar la competencia.

Tabla 6. Examinar la competencia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	100	69,0	69,0	69,0
Frecuentemente	45	31,0	31,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 4. Examinar la competencia.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

A partir de las encuestas efectuadas a los propietarios de las pequeñas microempresas el 68,97% señalaron que están siempre de acuerdo que establecer estrategias le ayuda a examinar la competencia, mientras que el 31,05 frecuentemente. El desarrollar estrategias ha permitido que la microempresa sea más competitiva, ya que toda pequeña microempresa busca un crecimiento cada año.

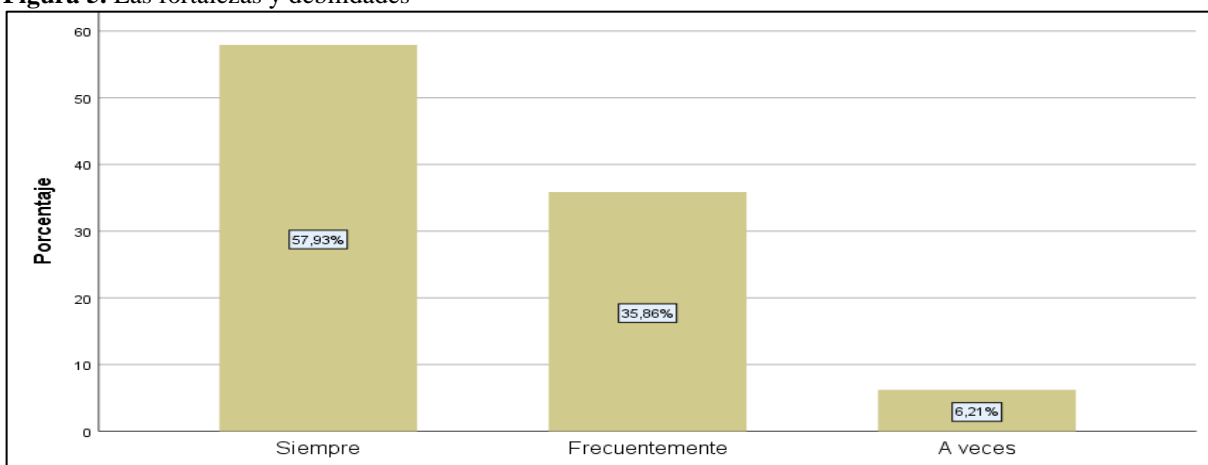
Pregunta 5. Considera que, identificando fortalezas y debilidades de los rivales le ayudan en su empresa.

Tabla 7. Las fortalezas y debilidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	84	57,9	57,9	57,9
Frecuentemente	52	35,9	35,9	93,8
A veces	9	6,2	6,2	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 5. Las fortalezas y debilidades



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Conforme a las indagaciones realizadas a los propietarios el 57,93% está siempre de acuerdo que identificando fortalezas y debilidades de los rivales le ayudan en su empresa, el 35,83% frecuentemente, el 6,21% a veces. Considerando las fortalezas y debilidades de la competencia le ayudara a su microempresa en el crecimiento, al posesionar su pequeña microempresa es primordial tener claro las fortalezas y debilidades.

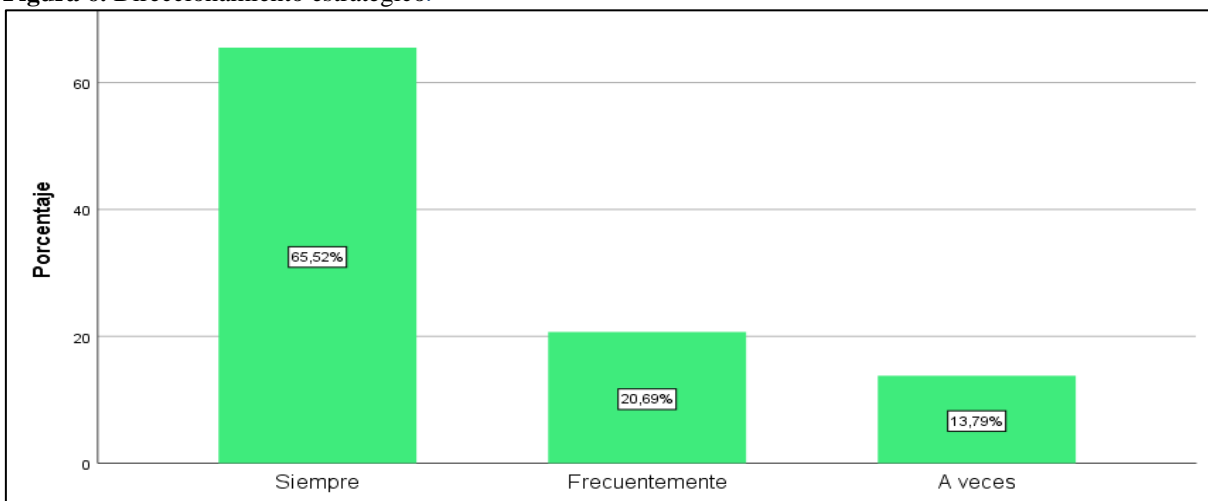
Pregunta 6. Considera que su microempresa hay un direccionamiento estratégico para la competencia.

Tabla 8. Direccionamiento estratégico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	95	65,5	65,5	65,5
Frecuentemente	30	20,7	20,7	86,2
A veces	20	13,8	13,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 6. Direccionamiento estratégico.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Por medio de las encuestas efectuadas a los propietarios de las pequeñas microempresas el 65,52% siempre de acuerdo que en su microempresa hay un direccionamiento estratégico para la competencia, el 20,69% frecuentemente, el 13,79% a veces. Los propietarios están totalmente de acuerdo que las empresas deben tener un buen direccionamiento para seguir en el mercado y alcanzar el éxito los cuales aseguran la mejora de la efectividad de las pequeñas microempresas.

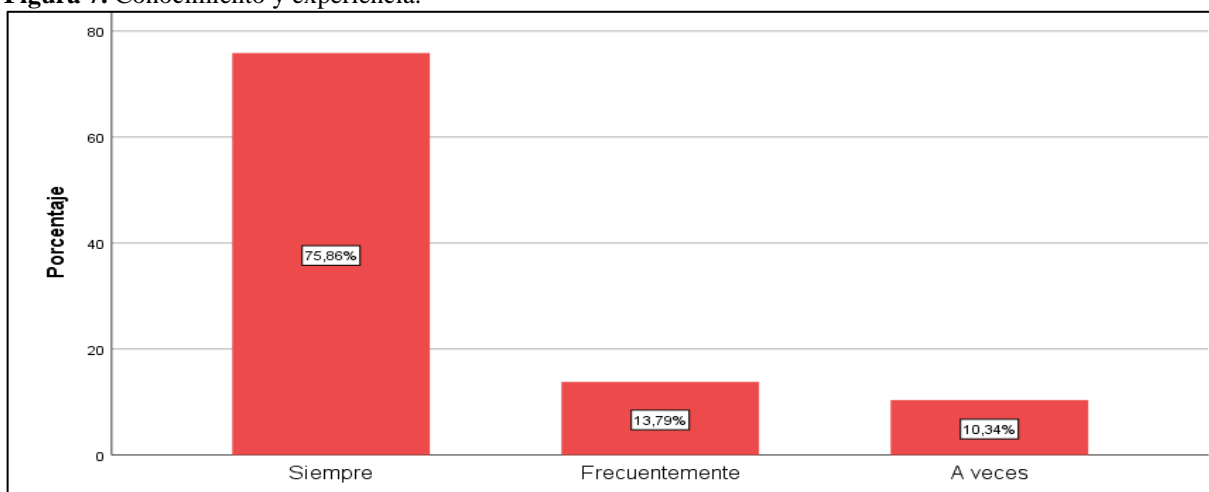
Pregunta 6. Considera que tiene mayor conocimiento y experiencia en el mercado hacia sus competidores.

Tabla 9. Conocimiento y experiencia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	110	75,9	75,9	75,9
Frecuentemente	20	13,8	13,8	89,7
A veces	15	10,3	10,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 7. Conocimiento y experiencia.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

A través de las encuestas aplicadas a los propietarios el 75,86% siempre de acuerdo que tiene mayor conocimiento y experiencia en el mercado hacia sus competidores, el 13,79% frecuentemente, el 10,34 a veces. Existen propietarios con mucha experiencia y conocimiento en el mercado del manejo de las microempresas, la experiencia ayuda analizar a la competencia y saber qué se puede y qué no se debe hacer.

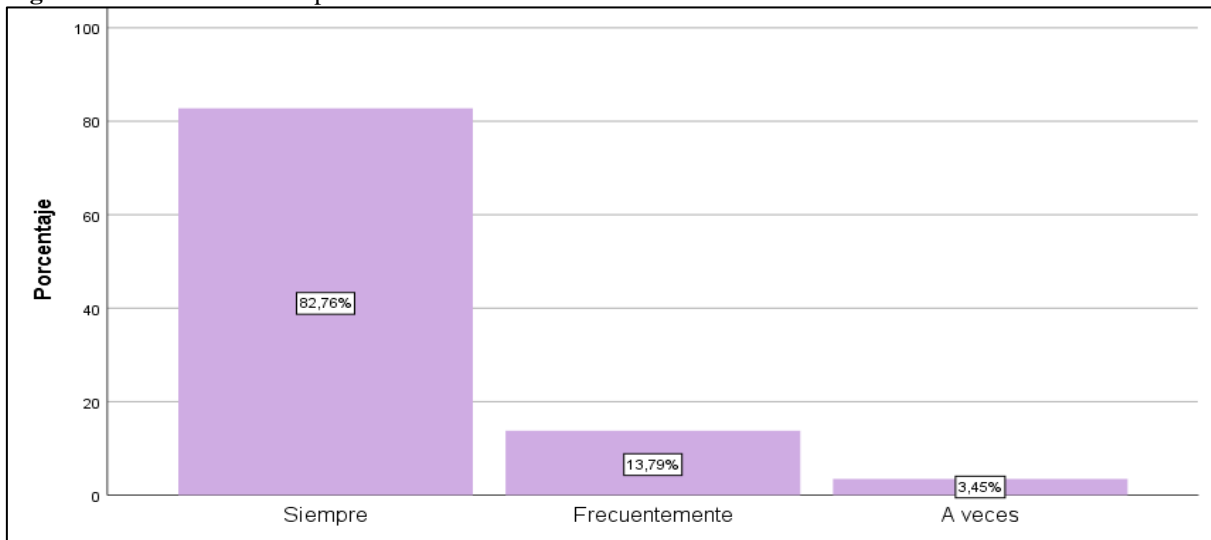
Pregunta 7. Considera que ampliando su empresa atrae a los clientes de la competencia.

Tabla 10. Clientes de la competencia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	120	82,8	82,8	82,8
Frecuentemente	20	13,8	13,8	96,6
A veces	5	3,4	3,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 8. Clientes de la competencia.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

De las encuestas aplicadas a los propietarios de las pequeñas microempresas el 82,76% respondió siempre de acuerdo que ampliando su empresa atrae a los clientes de la competencia, el 13,79% frecuentemente, el 3,45% a veces, Ampliando las microempresas atraerá más a los clientes de la competencia por la variedad de productos y servicios, la expansión de las pequeñas microempresas es un desarrollo empresarial con el esfuerzo y actividad para atraer a los clientes.

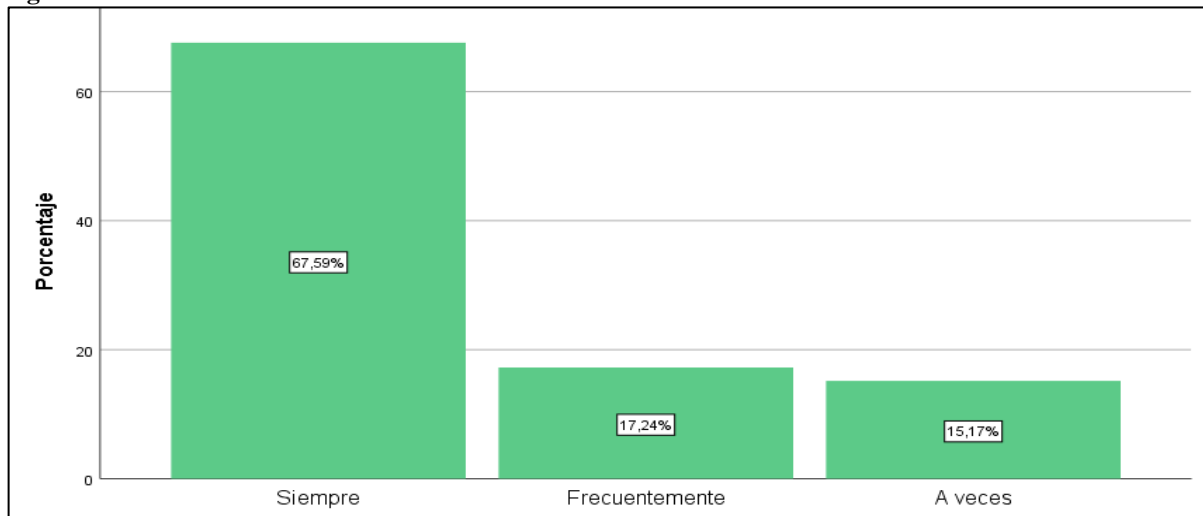
Pregunta 9. Considera que la franquicia de su empresa es potencial en el mercado.

Tabla 11. Potencial en el mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	98	67,6	67,6	67,6
Frecuentemente	25	17,2	17,2	84,8
A veces	22	15,2	15,2	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 9. Potencial en el mercado.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Acorde a las encuestas empleadas a los propietarios de las pequeñas microempresas reflejan que el 67,59% comentaron estar siempre de acuerdo que la franquicia de su empresa es potencial en el mercado, mientras que el 17,24% frecuentemente, el 15,71 a veces. La franquicia ayuda a los propietarios hacer más conocida la pequeña microempresa con el crecimiento económico en el mercado.

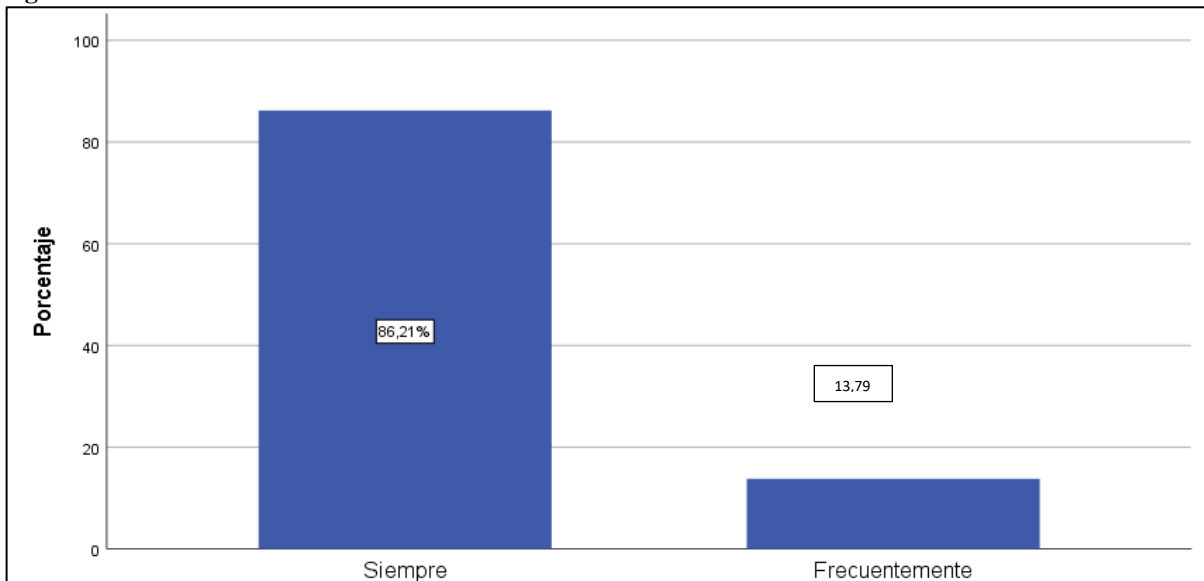
Pregunta 10. Considera que tiene una buena planificación en su empresa.

Tabla 12. Planificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	125	86,2	86,2	86,2
Frecuentemente	20	13,8	13,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 10. Planificación



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

El 86,21% de los propietarios encuestados respondieron que están siempre de acuerdo en que tiene una buena planificación en su empresa, el 13,79 % frecuentemente. La microempresa se mantenga en el mercado deben realizar una buena planificación previa a la ejecución, el análisis y estructuración que precede a la toma de acción es vital para minimizar el riesgo y apuntar hacia el éxito.

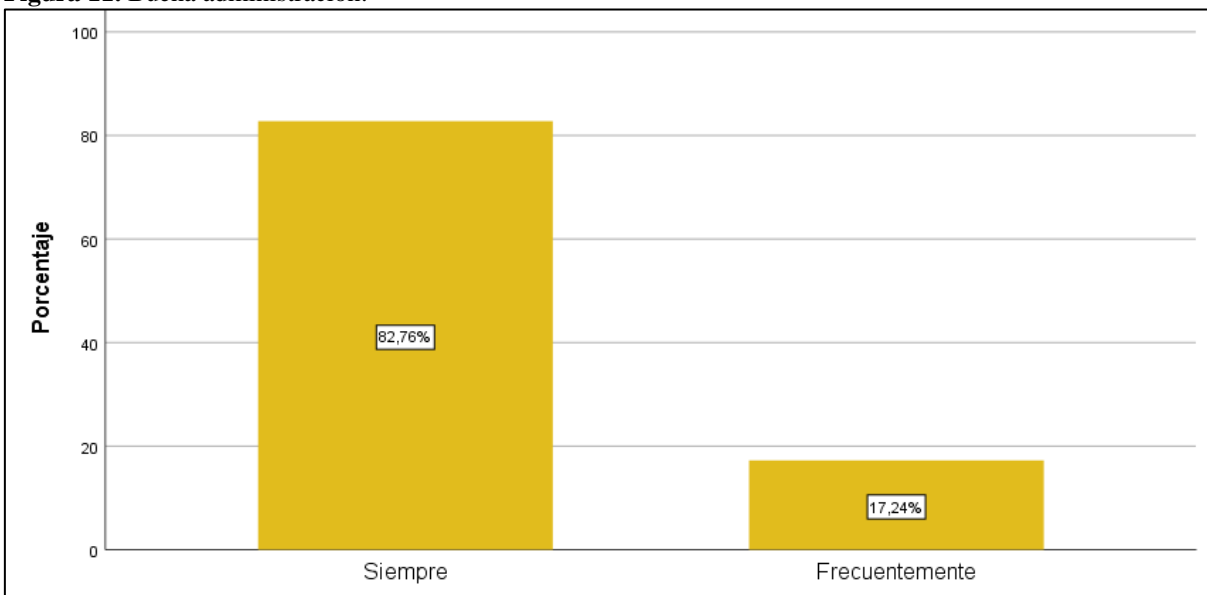
Pregunta 11. Considera que existe una buena administración en la empresa para sus competidores.

Tabla 13. Buena administración.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	120	82,8	82,8	82,8
Frecuentemente	25	17,2	17,2	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 11. Buena administración.



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

En esta pregunta se observa que el 82,76% de los propietarios encuestados respondieron que están siempre de acuerdo que existe una buena administración en la empresa para sus competidores, el 17,24% frecuentemente. Las pequeñas microempresas mantienen una excelente administración para sus competidores, tienen como objetivo lograr el máximo beneficio posible lográndolo mediante la planificación, dirección y el control.

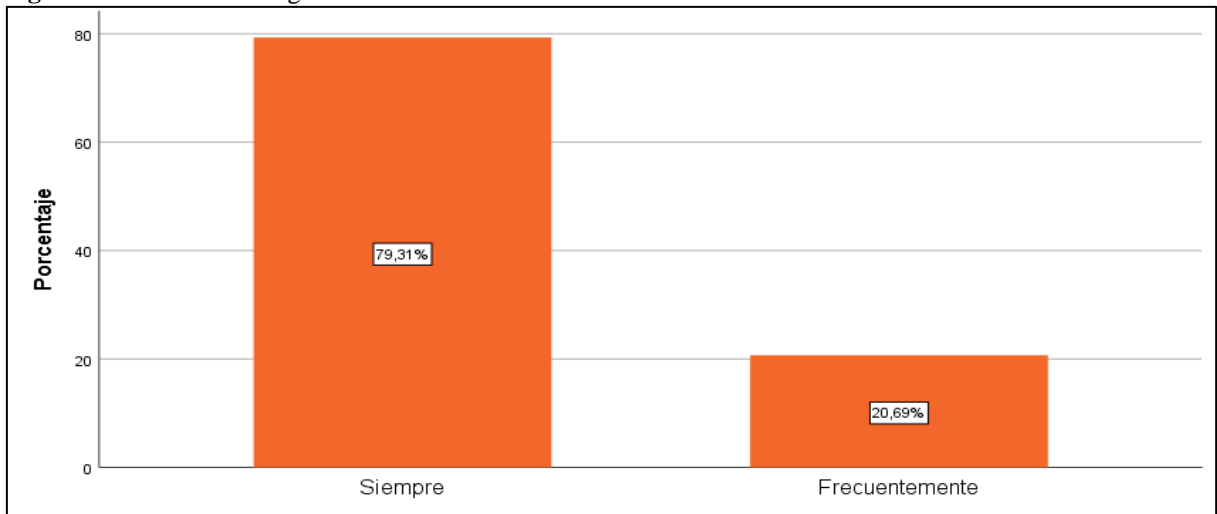
Pregunta 12. Considera que el uso de la tecnología fomenta el incremento de competitividad o transacciones económicas en las microempresas.

Tabla 14. Uso de tecnología

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	115	79,3	79,3	79,3
Frecuentemente	30	20,7	20,7	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 12. Uso de tecnología



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Por medio de las encuestas aplicadas a los propietarios de las pequeñas microempresas el 79,31% indicaron estar siempre de acuerdo que el uso de la tecnología fomenta el incremento de competitividad o transacciones económicas en las microempresas, el 20,69%. La tecnología actualmente les facilita mucho a las microempresas para fomentar el incremento de competitividad y brindar un buen servicio en transacciones.

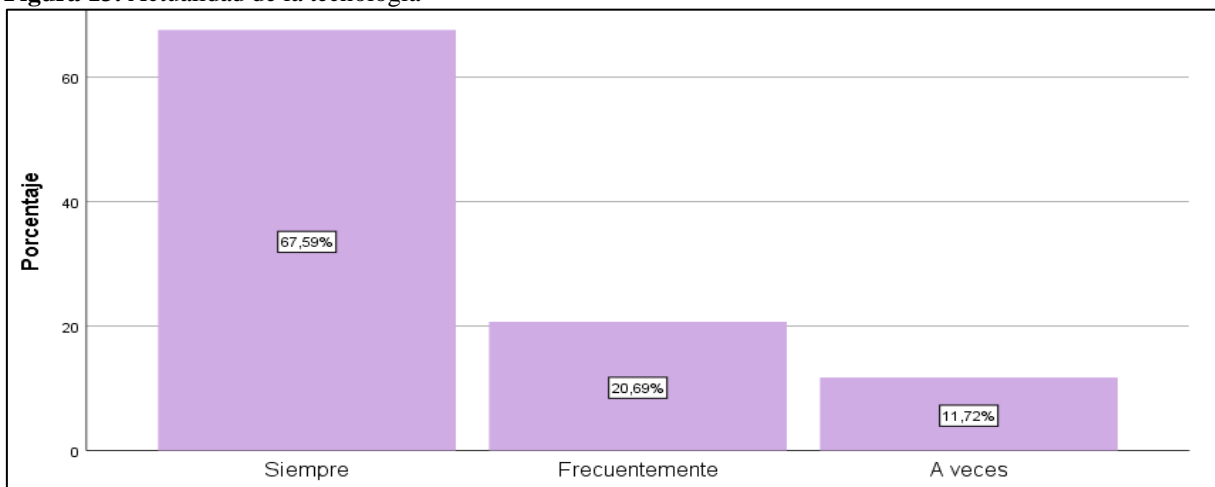
Pregunta 13. Considera que en la actualidad la tecnología es parte fundamental en la competitividad de las microempresas

Tabla 15. Actualidad de la tecnología

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	98	67,6	67,6	67,6
Frecuentemente	30	20,7	20,7	88,3
A veces	17	11,7	11,7	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 13. Actualidad de la tecnología



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Conforme a los resultados de las encuestas aplicadas en 67,59% expresaron estar siempre de acuerdo que en la actualidad la tecnología es parte fundamental en la competitividad de las microempresas, el 20,69 frecuentemente, el 11,72% a veces. La tecnología es parte fundamental para el manejo de la competitividad en las microempresas, brindando un servicio que responda a todas las necesidades en el ámbito tecnológico.

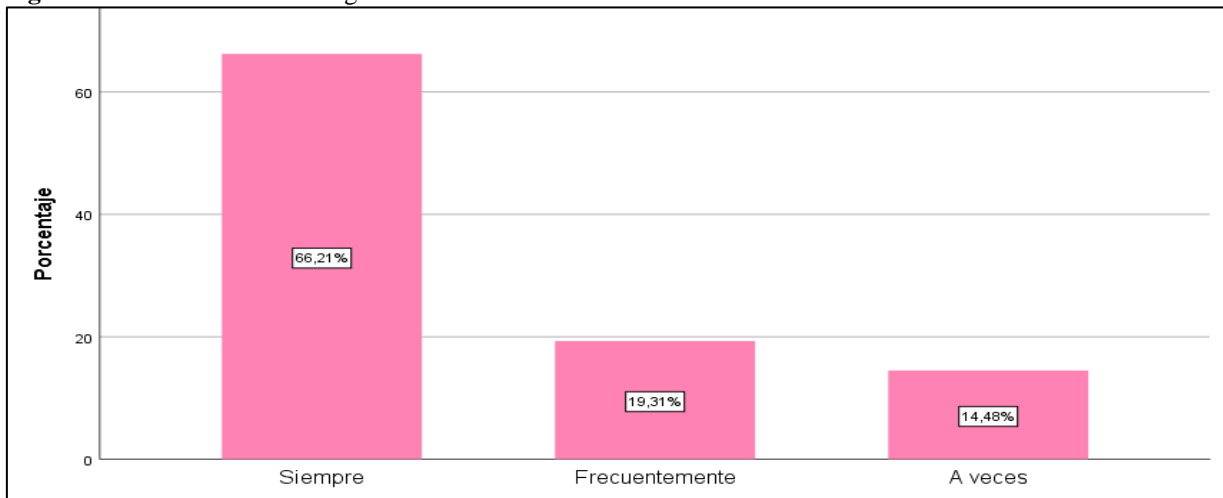
Pregunta 14. Considera que existe una buena planificación estratégica ayudara a su empresa.

Tabla 16. Planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	96	66,2	66,2	66,2
Frecuentemente	28	19,3	19,3	85,5
A veces	21	14,5	14,5	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 14. Planificación estratégica



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Acorde a las encuestas dirigidas a los propietarios de las pequeñas microempresas el 66,21% señalan que existe una buena planificación estratégica ayudara a su empresa, el 19,31% frecuentemente, el 14,48% a veces. Realizar una buena planificación estratégica ayuda mucho a los propietarios en su microempresa, a tomar decisiones para direccionarla correctamente.

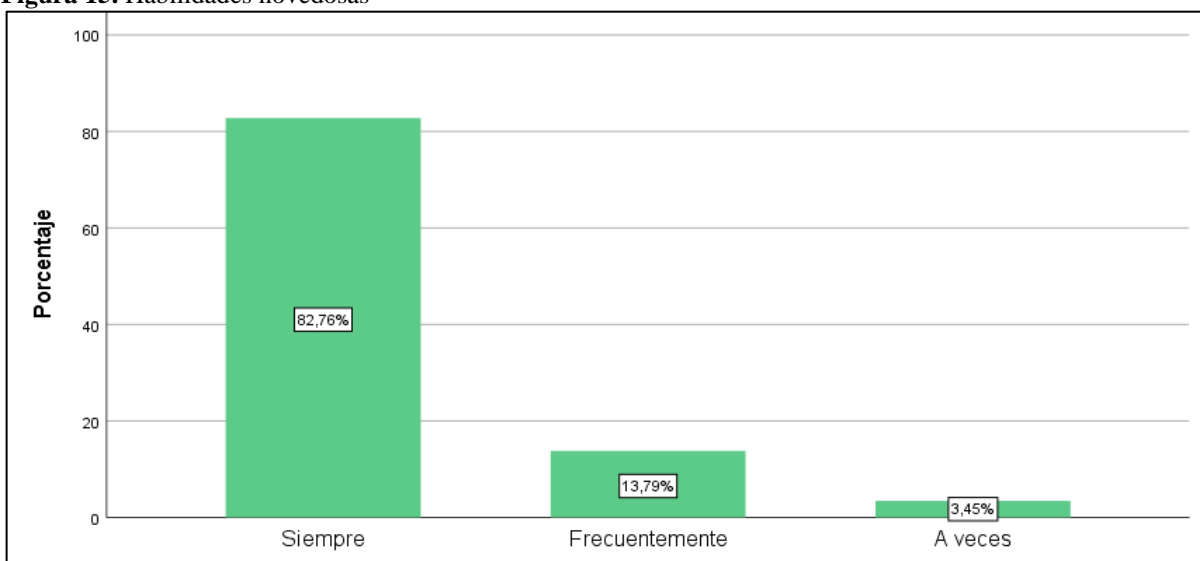
Pregunta 15. Considera que en las microempresas existen habilidades novedosas para permanecer en el mercado.

Tabla 17. Habilidades novedosas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	120	82,8	82,8	82,8
Frecuentemente	20	13,8	13,8	96,6
A veces	5	3,4	3,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 15. Habilidades novedosas



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

A través de las encuestas aplicadas a los propietarios el 82,76% afirmaron que están siempre de acuerdo que en las microempresas existen habilidades novedosas para permanecer en el mercado, el 13,79% frecuentemente, el 3,45%. Aplicando una estrategia de habilidades que sea novedosa les permitirá permanecer más tiempo con la innovación la lleva a permanecer exitosamente en el mercado.

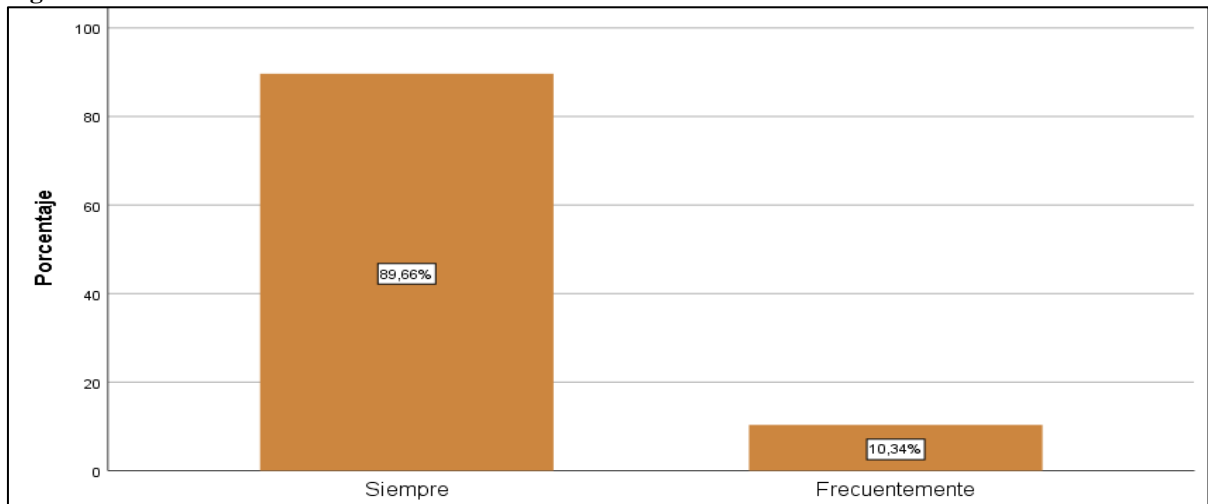
Pregunta 16. Considera que su microempresa satisface al cliente en sus productos y precios.

Tabla 18. Satisfacer al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	130	89,7	89,7	89,7
Frecuentemente	15	10,3	10,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 16. Satisfacer al cliente



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Por medio de las encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas, el 89,66% siempre de acuerdo que su microempresa satisface al cliente en sus productos y precios, mientras el 10,34% frecuentemente. Las pequeñas microempresas han venido satisfaciendo con productos de calidad y excelentes precios a sus clientes.

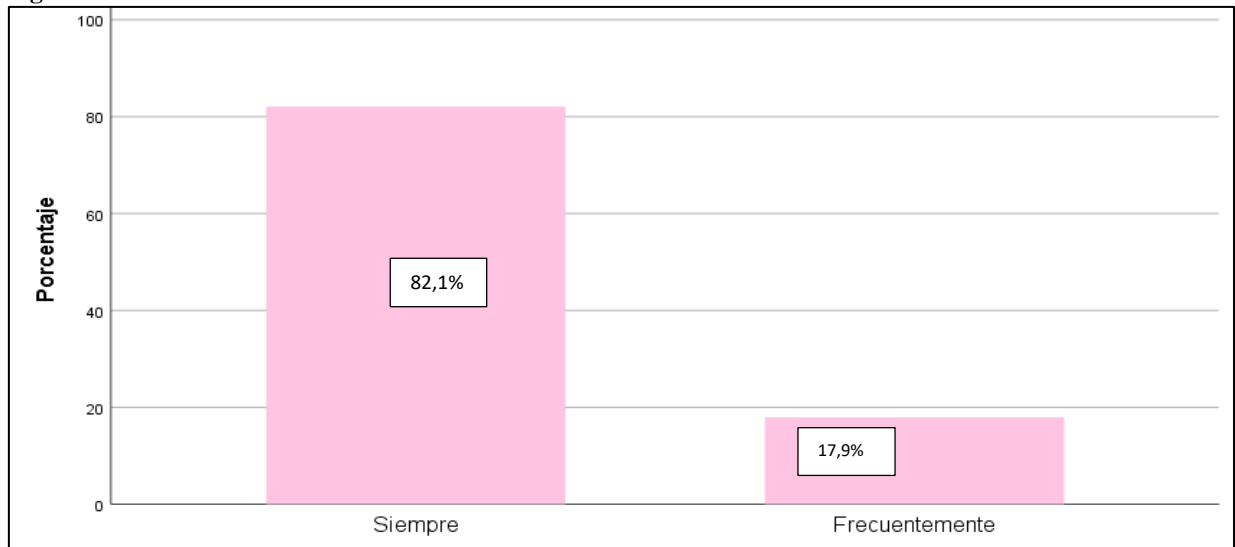
Pregunta 17. Considera que su microempresa tiene el grado de cobertura en el mercado.

Tabla 19. Grado de cobertura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	119	82,1	82,1	82,1
Frecuentemente	26	17,9	17,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 17. Grado de cobertura



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta destinada a los propietarios el 82,1% de los encuestados expresaron que su microempresa tiene el grado de cobertura en el mercado, el 17,9% frecuentemente, es decir que las pequeñas microempresas tienen el agrado y buena acogida en el mercado, de una forma funcional y que posibilitará el incremento de la cartera de clientes.

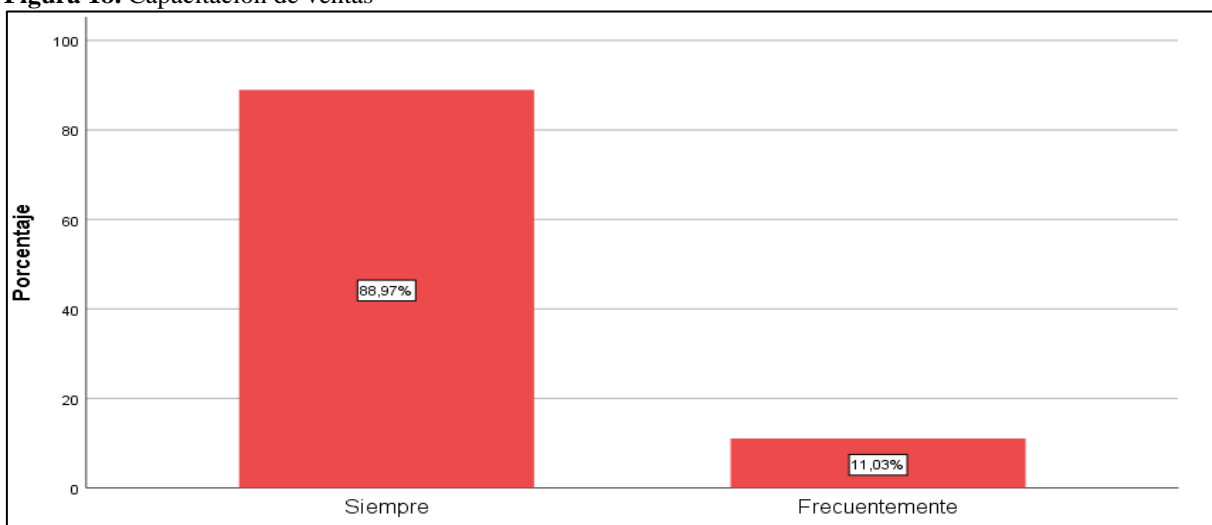
Pregunta 18. Considera que la capacitación de ventas a los empleados brindar mejores servicios a los clientes

Tabla 20. Capacitación de ventas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	129	89,0	89,0	89,0
Frecuentemente	16	11,0	11,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 18. Capacitación de ventas



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Sobre la base de las encuestas efectuadas a los propietarios el 88,97% están siempre de acuerdo que la capacitación de ventas a los empleados brindar mejores servicios a los clientes, el 11,03% frecuentemente, Los propietarios están de acuerdo que capacitando a sus empleados brindan mejor atención a sus clientes y mejoran las ventas de la microempresa, el mantener a sus empleados capacitados adquieren nuevos conocimientos para brindar un servicio de calidad.

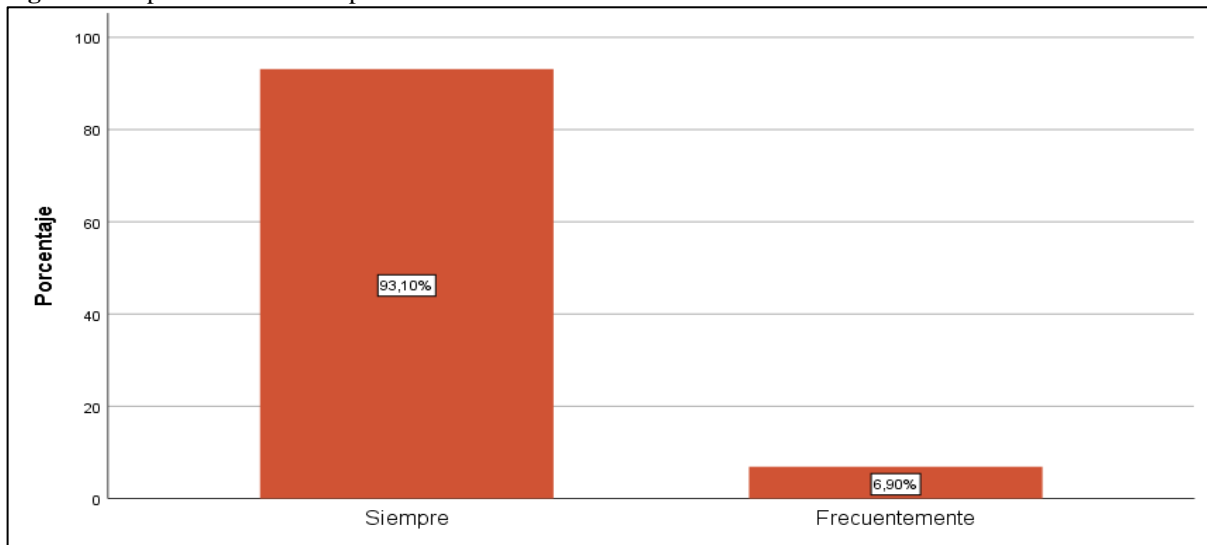
Pregunta 19. Considera que se debe tomar en cuenta las opiniones de sus empleados.

Tabla 21. Opiniones de sus empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	135	93,1	93,1	93,1
Frecuentemente	10	6,9	6,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 19. Opiniones de sus empleados



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Conforme a los resultados de las encuestas a los propietarios el 93,10% opinaron estar siempre de acuerdo que se debe tomar en cuenta las opiniones de sus empleados, mientras el 6,90% frecuentemente. Las opiniones de los empleados ayudan a mejorar el servicio que brinden en las pequeñas motivándose y sentirse valorado por sus jefes.

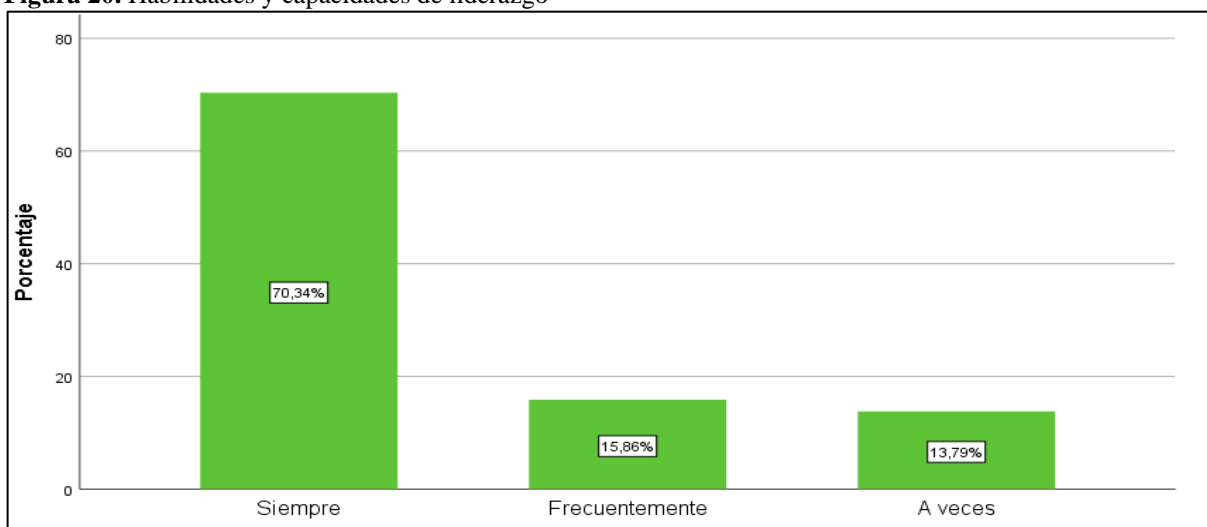
Pregunta 20. Considera que tiene habilidades y capacidad de liderazgo el administrador de su empresa.

Tabla 22. Habilidades y capacidades de liderazgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	102	70,3	70,3	70,3
Frecuentemente	23	15,9	15,9	86,2
A veces	20	13,8	13,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 20. Habilidades y capacidades de liderazgo



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

De acuerdo a las indagaciones realizadas a los propietarios de las microempresas el 70,34% expusieron estar siempre de acuerdo en que tiene habilidades y capacidad de liderazgo el administrador de su empresa, el 15,86% frecuentemente, 13,79% a veces. Los propietarios están de acuerdo que el administrador debe tener muchas cualidades entre ellas el liderazgo y habilidades para poder administrar bien la pequeña microempresa.

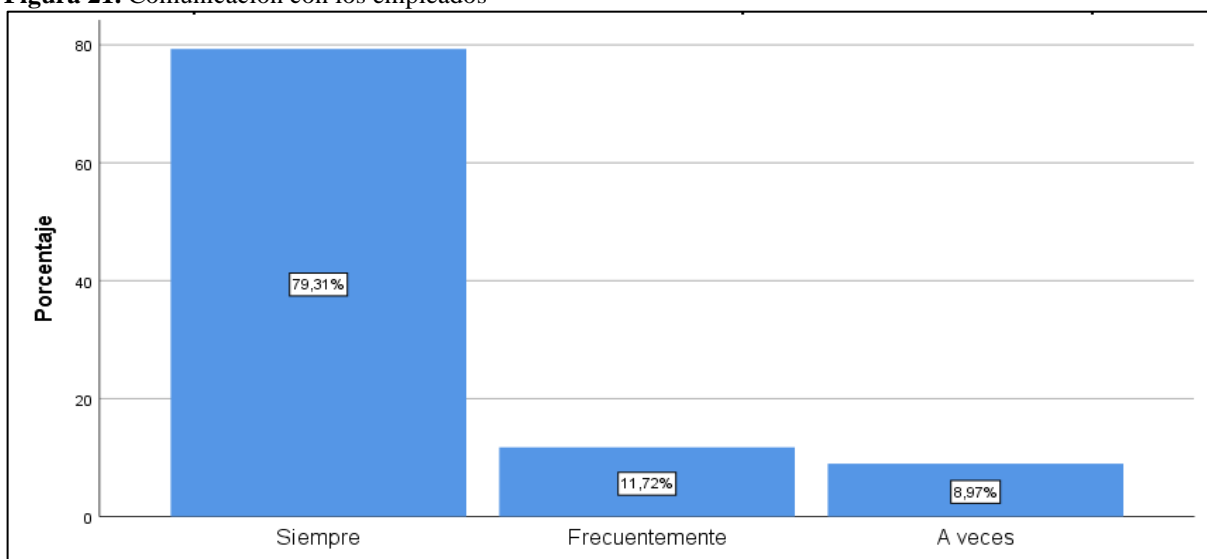
Pregunta 21. Considera que debe existir una buena comunicación de los empleados con el directivo de la empresa.

Tabla 23. Comunicación con los empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	115	79,3	79,3	79,3
Frecuentemente	17	11,7	11,7	91,0
A veces	13	9,0	9,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 21. Comunicación con los empleados



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Conforme a los resultados de las encuestas ejecutadas a los propietarios de las microempresas el 79,31% argumentan que se encuentran siempre de acuerdo que debe existir una buena comunicación de los empleados con el directivo de la empresa, 11,72% frecuentemente, el 8,97% a veces. La buena comunicación entre los empleados y los administradores permite el crecimiento de la microempresa y alcanzar el éxito necesario ejecutando diversas acciones efectivas.

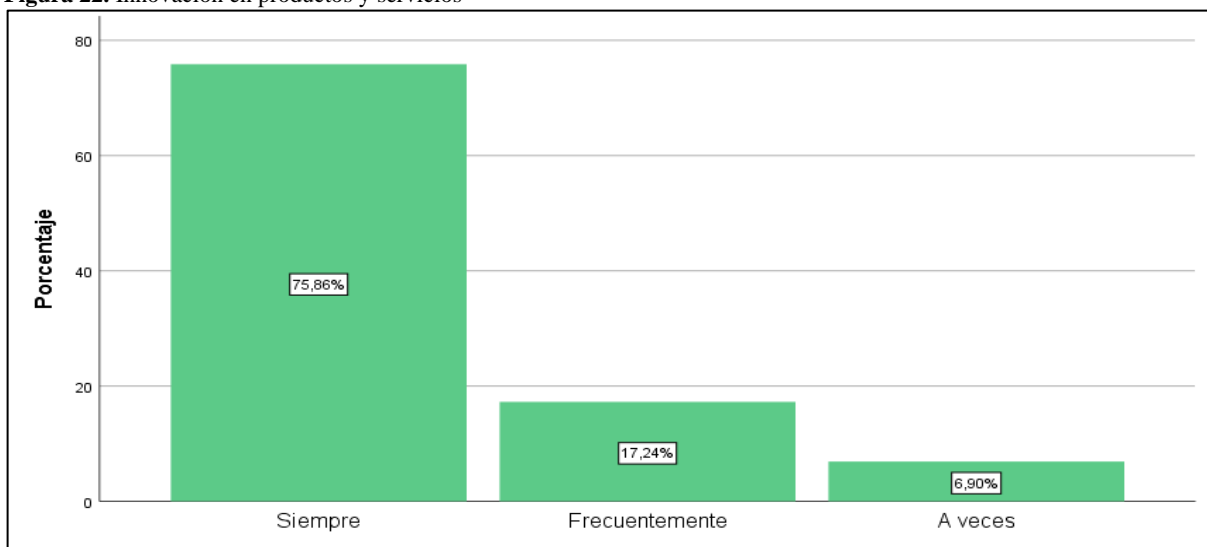
Pregunta 22. Considera que la innovación en productos y servicios hace sostenible a la empresa

Tabla 24. Innovación en productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	110	75,9	75,9	75,9
Frecuentemente	25	17,2	17,2	93,1
A veces	10	6,9	6,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 22. Innovación en productos y servicios



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

Las encuestas aplicadas a los propietarios reflejaron que el 75,86% de los propietarios están siempre de acuerdo que la innovación en productos y servicios hace sostenible a la empresa, el 17,24% frecuentemente, el 6,90% a veces. La innovación en productos y servicios es fundamental para las pequeñas microempresas que pretenden liderar el mercado de su sector y máxima competencia en innovación que impresionen a sus clientes.

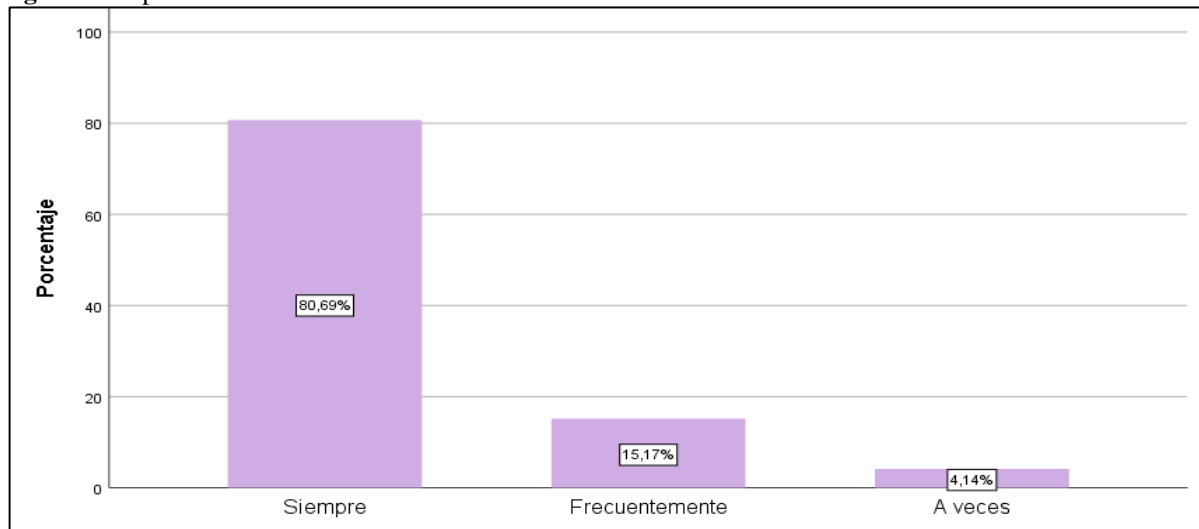
Pregunta 23. Considera que sus empleados están aplicando los valores de la empresa.

Tabla 25. Aplicar valores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	117	80,7	80,7	80,7
Frecuentemente	22	15,2	15,2	95,9
A veces	6	4,1	4,1	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Realizado por: Autoras

Figura 23. Aplicar valores



Realizado por: Autoras

Análisis e interpretación

A través de las encuestas aplicadas a los propietarios se observa que el 80,69% comentó que están siempre de acuerdo que sus empleados están aplicando los valores de la empresa, el 15,17% frecuentemente, el 4,14% a veces. Los empleados deben adaptarse a los valores de las pequeñas microempresas respetando la visión o misión de la misma.

11.2. Resumen de los resultados

11.2.1. Resultados positivos

1. Las pequeñas microempresas han tenido un crecimiento favorable este último años.
2. El crecimiento de las microempresas ha sido satisfactorio en las perspectivas de los propietarios.
3. Los propietarios haciendo el análisis a la competencia ayuda al mercado de su microempresa.
4. El desarrollar estrategias ha permitido que la microempresa sea más competitiva.
5. Considerando las fortalezas y debilidades de la competencia les ayudara a su microempresa en el crecimiento.
6. Los propietarios están totalmente de acuerdo que las empresas deben tener un buen direccionamiento para seguir en el mercado.
7. Existen propietarios con mucha experiencia y conocimiento en el mercado del manejo de las microempresas.
8. Ampliando las microempresas atraerá más a los clientes de la competencia por la variedad de productos y servicios.
9. La franquicia les ayuda a los propietarios hacer más conocida la microempresa en el mercado.
10. Para que la microempresa se mantenga en el mercado deben realizar una buena planificación.
11. En las microempresas encuestadas tienen una excelente administración para sus competidores.
12. La tecnología actualmente les facilita mucho a las microempresas para fomentar el incremento de competitividad y brindar un servicio en transacciones
13. La tecnología es parte fundamental para el manejo de la competitividad en las microempresas.

14. Realizar una buena planificación estratégica ayuda mucho a los propietarios en su microempresa.
15. Aplicando una estrategia de habilidades que sea novedosa les permitirá permanecer más tiempo en el mercado.
16. Las pequeñas microempresas satisfacen a los clientes en productos y precios.
17. Las pequeñas microempresas tienen el agrado y buena acogida en el mercado.
18. El capacitar a los empleados les ayuda a brindar mejor atención a sus clientes y mejoran las ventas de la microempresa.
19. Las opiniones de los empleados ayudan a mejorar el servicio que brindan en las microempresas.
20. El administrador debe tener muchas cualidades entre ellas el liderazgo para poder administrar bien la microempresa.
21. La buena comunicación entre los empleados y los administradores permite el crecimiento de la microempresa.
22. La innovación en productos y servicios permiten equilibrar la microempresa.
23. Los empleados deben adaptarse a los valores que tiene cada microempresa.

11.2.2. Resultados negativos

En las encuestas aplicadas a los propietarios de las pequeñas de las microempresas no se obtuvo ningún resultado negativo.

11.3. Comprobación de hipótesis

11.3.1. Hipótesis de trabajo (Investigación)

Ha: Los factores determinantes que inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.

11.3.1.1. Hipótesis nula

Ho: Los factores determinantes que no inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.

11.3.1.2. Hipótesis Alternativa

H1: Los factores determinantes que inciden en la competitividad de las pequeñas microempresas del Cantón Valencia.

11.3.1.3. Nivel de significación

Para la comprobación de la hipótesis se escoge un nivel de significación del $\alpha = 0,01$ Considerando que a menor nivel de significancia la investigación será mejor.

11.4. Selección del modelo estadístico.

El Análisis Factorial Exploratorio una de las técnicas de análisis más difundidas y utilizadas con fines de psicométricos. Su principal uso se orienta a explorar la dimensión de las medidas y generar evidencias internas de validez, especialmente en las etapas iniciales de construcción o adaptación de instrumento, A la vez identificar las variables altamente relacionables para comprobar hipótesis (David, 2019). Además, para buscar si existe relación entre las dos variables se consideró el uso del modelo estadístico (Coeficiente de correlación de Spearman), Este coeficiente te da un rango que te permite identificar fácilmente el grado de correlación que tiene dos variables mediante un conjunto de datos de las mismas de igual forma te permite determinar si la correlación es positiva o negativa (Ortega, 2019).

11.5. Cálculo del análisis factorial exploratorio (AFE)

Aplicando un análisis factorial a la respuesta de las encuestas se puede encontrar grupos de variables con significado común y conseguir de este modo reducir el número de dimensiones necesarias para explicar mediante los factores que explican la variabilidad común de estas variables (Fernandez, 2011), Para el cálculo del modelo de Análisis Factorial Exploratorio (AFE) se utilizó el software Statistics versión 25.0 en el cual ingresaron los resultados arrojados al aplicar la encuesta a los propietarios de las microempresas de Cantón Valencia, finalmente a ello se realizó el cálculo por variables separadas para identificar los factores más relevantes de cada variable para posterior realizar el análisis estadístico.

11.6. Matriz de componentes Factores determinantes de las microempresas.

Tabla 26. Matriz de componentes rotado

	Componente				
	Crecimiento Empresarial	Análisis de Competencia	Influencia de Entorno	Aliados Estratégicos	Gestión directiva
Crecimiento Satisfactorio			0,684		
Competencia Estrategias		0,830			
Debilidades Microempresas				0,721	
Conocimiento Ampliando	0,706				
Potencial Planificación		0,642			
Competidores	0,809				
	0,853				

Fuente: Encuesta aplicada.
Realizado por. Autora.

Se ilustra la agrupación que arrojo AFE y las preguntas asociadas a cada componente los resultados de los factores determinantes fueron:

En el componente Crecimiento Empresarial se vincula con la pregunta número 8 “Considera que ampliando la empresa atrae al cliente de sus competidores” con una evaluación de este factor de la dimensión fue buena, alcanzo un 0,868 así mismo no podemos subestimar a las demás variables como: Conocimiento 0.706, Planificación 0.809, Planificación 0.853. Pues la efectividad de este factor que es el crecimiento empresarial está encaminada al cumplimiento de objetivos como solucionar en ámbitos de rentabilidad, desarrollo de productos, número de clientes y posicionamiento de marca (Nirian, 2020)

El componente Análisis de Competencia si está vinculada con la pregunta número 4 “Considera que establecer estrategias le ayuda a examinar la competencia”, con una puntuación de 0,830 igual no podemos desestimar la variable de potencial de 0,642. Si analizamos a la competencia es para evitar caer en el error de repetir lo que otros ya han hecho. Especialmente, para evitar los errores que otros ya han cometido (Socatelli, 2017).

El componente Influencia de Entorno está relacionado con la pregunta 3 “Considera que el análisis de competencia ayuda a observar a sus competidores” dando una dimensión de 0.735 no se puede subestimar a las variables crecimiento 0,684 y Satisfactorio 0,695. Las empresas deben analizar lo que ocurre en su entorno para poder tomar decisiones y saber que van a hacer en cada momento para ellos debe saber que ocurre más allá de sus competidores (Blázquez, 2021).

En el componente Aliados Estratégicos se vincula con la pregunta 5 “Considera que identificando fortaleza y debilidades de los rivales le ayudan en su empresa” con una evaluación de este factor siendo la más baja de 0,721. Un aliado estratégico es aquel que se dirige a su mismo mercado, pero no es competencia directa. Son otras empresas que también están buscando venderle a la misma persona o empresa que usted también quiere venderle.

11.7. Matriz de componentes de Factores de competitividad de las microempresas.

Tabla 27. Matriz de componente rotado

	Componente					
	Recursos Tecnológicos	Recursos comerciales	Calidad del producto	Recursos Humanos	Capacidad directiva	Cultura empresarial
Económicas		0,743				
Tecnología	0,814					
Estratégica	0,831					
Habilidades		0,706				
Cliente			0,797			
Mercado		0,768				
Empleados			0,793			
Tomar				0,835		
Capacidad	0,786					
Directivo		0,619				
Innovación						
Valores		0,724				

Fuente: Encuesta aplicada

Realizado por. Autora

Los resultados que arrojó el AFE y del cuestionario que fue aplicado a los propietarios de las microempresas los resultados de cuáles son los factores de competitividad fueron:

El componente Recursos Tecnológicos se vincula con la pregunta 3 “Considera que existe una buena planificación estratégica ayudara a su empresa” La evaluación de la pregunta fue de 0,831 no podemos subestimar las dimensiones como Tecnología 0,814 y Capacidad 0,786. Por ende, una puntuación muy buena ya que se utilizan tecnología dirigidas a ofrecer productos, soluciones o servicios en las microempresas es muy necesaria ya que con la tecnología puede crecer cada día más (Perez A. , Business School, 2021)

En el componente Recursos Comerciales se vincula con la pregunta 5 “Considera que su microempresa tiene el grado de cobertura en el mercado” la evaluación de la pregunta fue de 0,768 no podemos despreciar las dimensiones como económicas 0.743, Habilidades 0.706, Directivo 0.619, Valores 0,724. Los recursos comerciales son factores empresariales con capacidad para crear valor a los clientes a través de sus productos o servicios con el objetivo de satisfacer en mayor medida a los clientes (Jacobo Gómez-Conde, 2011)

El componente Calidad del producto si está vinculado con la pregunta “Considera que su microempresa satisface al cliente en sus producto y precio” con una puntuación de 0,797. No podemos subestimar las dimensiones Empleados 0.793. Es decir que la calidad de producto se basa a la satisfacción del cliente interno y externo la calidad totalidad de funciones y características de un bien o servicio a su capacidad satisfacer necesidades expresas o implícitas (Deming, 2012).

El componente Recursos humanos si está vinculado con su pregunta “Considera que se debe tomar en cuenta las opiniones de sus empleados” con una evaluación de puntaje 0,835 siendo el más alto puntaje. Los Recursos humanos se encargan de encontrar, seleccionar, reclutar y capacitar a las personas y así como administrar las presentaciones o beneficios que se les otorgan, recursos humanos es una parte muy vital para cualquier microempresa (Montoya Agudelo, 2016).

Como se puede observar en la Tabla se han identificado los factores más relevantes o de mayor impacto de cada una de las variables extrayendo 4 cada una de las variables los cuales se recomienda tomar en cuenta los valores más altos por cada variable y descartar el resto para poder trabajar de mejor manera la correlación, pues el análisis factorial exploratorio también permitido la búsqueda de relaciones entre dimensiones de una misma variable y fue el aporte para realizar el análisis de correlación con el modelo de Spearman.

11.8. Factores latentes por variable del estudio

En las tablas se ilustra que los factores determinantes encontrados son: Competencia, Estrategias, Debilidades y Ampliando. Por otra los factores de competitividad encontrados son: Estratégica, Cliente, Empleados y tomar, los mismos que fueron utilizados para aplicar el modelo estadístico de la correlación de Spearman.

Tabla 28. Tabla de valores

VARIABLE	FACTORES (DIMENSIONES)	VALORES
Factores determinantes	Competencia	0,735
	Estrategias	0,830
	Debilidades	0,721
	Ampliando	0,868
Competitividad	Estratégica	0,831
	Cliente	0,797
	Empleados	0,768
	Tomar	0,835

Fuente: Encuesta aplicada

Realizado por. Autora

11.9. Calculo Coeficiente de correlación de Spearman

Para el cálculo del modelo coeficiente de Correlación Spearman se utilizó los factores latentes obtenidos por el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), los mismos que sirvieron para realizar la correlación de las dos variables.

Tabla 29. Correlaciones

Correlaciones						
			Estratégica	Mercado	Cliente	Tomar
Rho de Spearman	Competidores	Coefficiente de correlación	,757**	,976**	,744**	,596**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
	Estrategias	Coefficiente de correlación	,938**	,697**	,506**	,406**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
	Competencia	Coefficiente de correlación	,802**	,712**	,530**	,425**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
	Debilidades	Coefficiente de correlación	,848**	,616**	,520**	,485**
		Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000

Fuente: Encuesta aplicada
Realizado por: Autora

Después de aplicar el modelo estadístico Rho de Spearman se obtiene como resultado que mercado tiene mayor incidencia en la competitividad con la colaboración de los propietarios, dado que las estrategias, Clientes y Tomar muestran pequeñas variaciones, pero son acercadas al mercado, es decir, la incidencia de las dimensiones de la competitividad también es relevante en cuanto los factores de competitividad de los propietarios de las microempresas del cantón Valencia.

11.10. Relaciones más significativas

Tabla 30. Correlaciones significativas

Variables	Correlaciones	Nivel de significancia	Coefficiente correlacional de Spearman	Grado de significancia
Factores determinantes	Competidores-Mercado	0,01	0,976	0,000
	Estratégicas-Estrategias	0,01	0,938	0,000
Competitividad	Competencia-Cliente	0,01	0,530	0,000
	Debilidades-Tomar	0,01	0,485	0,000

Fuente: Encuesta aplicada
Realizado por. Autora

Según Borda, Tuesca, y Navarro (2009) Señalan que el Coeficiente de correlación indica el grado de asociación lineal entre dos variables y expresan numéricamente tanto la fuerza como la dirección de la correlación lineal en línea recta donde tales coeficientes de correlación se encuentran entre -1,00 y + 1,00, como sigue.

11.11. Análisis y discusión de modelo estadístico

Para el desarrollo del modelo se procedió a calcular los factores por variables de estudio mediante el programa de estudio SPSS versión 25 con lo cual se muestran las siguientes relaciones.

Relación 1. El factor Competidores se vincula con la dimensión de Mercado en un 0,976 que se considera como una relación positiva. Un competidor es una persona individual o jurídica que compite dentro de un mercado determinado, ofreciendo bienes o servicios para poder obtener un beneficio económico. El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio (Quiroa M. , 2020).

Relación 2. El factor Estratégicas se vincula con la dimensión Estrategias en un 0,938 que se considera una relación positiva. Se ha definido estrategia como un marco para tomar decisiones sobre cómo jugará el juego de los negocios. Estas decisiones, que ocurren diariamente en toda la organización, incluyen todo, desde inversiones de capital hasta prioridades operativas, desde

marketing hasta contrataciones, enfoques de ventas, esfuerzos de marca y cómo cada individuo baraja su lista de tareas pendientes cada mañana (Roncancio G. , 2019).

Relación 3. El factor Competencia se vincula con la dimensión de cliente en un 0,530 que se considera una relación positiva. La competencia puede definirse como la aptitud que tiene una persona, formada por capacidades, habilidades y destrezas con las que cuenta para realizar una actividad o cumplir un objetivo dentro del ámbito laboral, académico o interpersonal. Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa (Thompson, 2020).

Relación 4. El factor Debilidades se vincula con la dimensión de Tomar en un 0,485 que se considera una relación positiva. Las debilidades de una empresa son un conjunto de factores internos, por los que una organización se ubica en posición de inferioridad o desventaja ante sus competidores más cercanos. El proceso de la toma de decisiones se activa cuando se presentan conflictos en diversos ámbitos de la vida a los que hay que encontrarles la mejor solución posible (Licari, 2021).

Posterior de realizar el análisis por factores de cada variable Factores Determinantes y Competitividad, se presentó la relación entre las dos variables, cálculo efectuado a través del programa SPSS versión 25, considerando seis factores para la primera variable y cinco dimensiones para la segunda variable.

11.12. Regla de decisión

Para definir la regla de decisión se deben considerar los siguientes criterios:

“El coeficiente de correlación de Spearman debe oscilar entre “- 1” y “1”, si indica un valor “0” es que no existe relación alguna entre las variables o dependencia; “1” relación perfecta y positiva y “- 1” relación perfecta y negativa (Nel, 2014).

11.13. Criterios de interpretación del modelo Spearman

Con un nivel de significancia de 0,01, si los valores Rho (coeficiente de relación de Spearman) calculados son entre “0” o igual “-1” se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula. Pero con los mismos niveles de significancia, si los valores Rho (coeficiente de relación

de Spearman) calculados son entre “0” o igual “1” se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis Alternativa.

11.14. Decisión final

Una vez analizado los datos de la relación entre los factores determinante (Competidores, Estrategias, Competencia, Debilidades) y competitividad (Estratégica, Mercado, Cliente, Tomar), existe relación entre los mismos al analizar variables se muestra una relación positiva moderada considerando que el valor es positivo e inferior a 0,01. Por lo expresado anteriormente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis Alternativa: Factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

12. IMPACTOS

Los impactos de la investigación sobre los factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, provincia de Los Ríos, son los siguientes.

12.1. Técnico

La importancia de conocer los factores determinantes y su incidencia en la competitividad de las pequeñas microempresas del cantón Valencia, provincia de Los Ríos, es adquirir habilidades, recursos, conocimiento técnicos y competitividad más diversos de lo que las empresas puedan adquirir en el proceso de crecimiento empresarial, crear alianzas, implementar tecnología y establecer estrategias técnicas para el mejoramiento interno hace que se desarrolle una empresa firme y sustentable.

12.2. Social

Las microempresas facilitan los servicios de compra-venta de productos de primera necesidad que requieren permanentemente fortalecer sus modelos de gestión, desarrollo y competitividad, que permitan brindar nuevos servicios con excelencia, desarrollar nuevos emprendimientos en las sociedades, poder dinamizar la producción y la economía social del Cantón Valencia, basados en los antecedentes el impacto sociales muy positivo y de gran magnitud ya que el cantón crece como sociedad y es reconocido a nivel social, generando convenios con empresas

grandes, lograr la distribución en base a nivel nacional, promover el comercio con orden y conceptualizar el espacio y la cohesión social, cívica y cultural con toda la comunidad del cantón.

12.3. Económico

Se cree que el comercio interno y las microempresas están cumpliendo un rol fundamental en la reproducción social del sistema económico desde el punto de vista del empleo que genera, al constituirse en un medio más asequible para la adquisición de varios productos y servicios. Se podrá generar un desarrollo económico y social de los las microempresa y fortalecer el conocimiento para lograr una buena competitividad. Además del crecimiento económico del cantón Valencia.

13. PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 31. Presupuesto

Actividades	Cantidad	Valor unitario	Primer semestre	Segundo semestre
			Octubre-Febrero	Mayo-Agosto
Recursos Humanos				
Investigadores	2	\$80.00	\$160,00	\$160.00
Subtotal			\$160.00	\$160.00
Recursos Tecnológicos				
Internet (Horas)	5	\$1.00	\$10,00	\$10.00
Sub total			\$10.00	\$10.00
Recursos Materiales				
Papel Bond	200	\$ 0,10	\$20,00	\$20.00
Aplicación de encuesta	293	\$ 0.20	\$0.00	\$58,60
Tabulación y análisis de datos	293	\$0.20	\$0.00	\$58,60
Impresiones	600	\$0,15	\$90.00	\$90.00
Anillados	5	\$300	\$15.00	\$15.00
Sub total			\$52.00	\$249.00
Otros				
Alimentación	40	\$ 1.50	\$60,00	\$ 60.00
Transporte	30	\$ 12.00	\$60,00	\$ 60.00
Sub Total			\$120.00	\$120.00
Costo del proyecto en investigación			\$342.00	\$539.00
Subtotal			\$881.00	
Imprevisto 10%			88.1	
Imprevistos 10%			\$969.1	

Realizado por: Autora

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. CONCLUSIONES

- A través de las encuestas realizadas a los propietarios de las pequeñas microempresas se pudo constatar cuales fueron los factores determinantes que inciden en la competitividad que son 5 Crecimiento empresarial, Análisis de la competencia, Influencia del entorno, Aliados estratégicos y Gestión directiva. En las encuestas se pudo observar que en la pregunta 8 tiene el 96,6% que los propietarios están de acuerdo que ampliando sus microempresas atrae a los clientes de sus competidores (Tabla 9), en la pregunta 1 dicen que tienen 15,17% los últimos años no han tenido crecimiento en sus microempresas (Tabla 2), es importante que al ampliando sus microempresas puede tener más crecimiento en sus ventas.
- Al conocer las dimensiones cuales fueron 6 Recursos tecnológicos, Recursos comerciales, Calidad de producto, Recursos Humanos, Capacidad directiva y Cultura empresarial. En las encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas se evidencia que de acuerdo a la encuesta que la pregunta 18 el 93,10% a los propietarios nos comentan que si se debe tomar en cuenta las opiniones de los empleados (Tabla 19) y la pregunta 12 el 79,31% considera que la tecnología fomenta el incremento de la competitividad en las microempresas (Tabla 13), por lo tanto es importante las opiniones de los empleados en las que ayudan a tener mejores resultados, la tecnología hoy en día es muy dispensable ya que nos ayuda fomentar nuevas ideas para competir en el mercado.
- Se concluye que, existe relación entre las dos variables de estudio factores determinantes y dimensiones competitividad, de acuerdo a los resultados de la aplicación del modelo estadístico Rho de Spearman (Tabla 31), la relación entre los factores determinante (Competidores, Estrategias, Competencia, Debilidades) y competitividad (Estratégica, Mercado, Cliente, Tomar), existe relación entre los mismos al analizar variables se muestra una relación positiva moderada, en los resultados obtenidos de los propietarios que los factores determinantes que se respalda en la correlación que tienen una puntuación más fuerte que las dimensiones de la competitividad.

14.2. RECOMENDACIONES

- Fomentar los factores determinantes con el fin de que contribuyan a la competitividad de las pequeñas microempresas, para lo cual es necesario hacerles conocer dichos factores y fortalezcan su mercado; así como también las microempresas deben mejorar su rentabilidad e ingresos, de esta manera generaran más empleos en el cantón y a la vez garantizan la supervivencia de su microempresa en el mercado.
- Impulsar la satisfacción y competitividad a los propietarios con el fin de que contribuyan al incremento del nivel de posicionamiento en el mercado, para lo cual es indispensable la acción que permitan fortalecer dichos factores, así como también al crecimiento actualmente de las pequeñas microempresas para competir y obtener una mejor rentabilidad en sus ingresos por ventas de sus productos y prestación de servicios.
- Para que las pequeñas microempresas generen competitividad es indispensable tomar en cuenta las necesidades del consumidor ofreciendo satisfacción, flexibilidad al momento de ofrecer productos o servicios y que estos puedan adaptarse con facilidad a las necesidades cambiantes del entorno tomando en consideración a los factores formulados a corto, mediano, y largo plazo, teniendo en cuenta las dimensiones de la competitividad que nos dieron como resultados en la investigación. Es fundamental identificar los factores determinantes que inciden en la competitividad, y recomendar a los propietarios que permitan el mejoramiento de la “satisfacción general” para seguir con el crecimiento micro empresarial, con el fin de fluir el mercado del cantón.

15. BIBLIOGRAFIA

- Aguirre baztán, s. Á. (2018). La cultura de la empresa. Revista mal-estar e subjetividade, vol. 2, nú, 86-122.
- Alles, m. (2017). Desarrollo de talento humano. Mexico: granica.
- Aquino, s. M. (2017). Desarrollo de microempresas en el ecuador. Ecuador: yachana.
- Blázquez, a. (30 de septiembre de 2021). Novicap. Recuperado el 3 de agosto de 2022, de <https://novicap.com/blog/analizar-el-entorno-de-la-empresa/>
- Calvo, s. C. (2018). Analisis de la competencia entre tipos de marca. Una aplicacion empirica. Mexico: scielo.
- Canals, j. (2004). Crecimiento. Copyright (c) by foxit software company, 15.
- Canto, m. A. (2018). Microempresas en el ecuador: caso ciudad de manta . Dom. Cien., issn: 2477-8818 vol. 4, núm. , 618.
- Censo, i. N. (2017). Las pymes en ecuador. Digital publisher ceit,, 1-5.
- Chavez, j. (4 de febrero de 2020). Ceupe. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/microempresa.html?dt=1658891777420>
- Cunya, s. (2018). Capacidad directiva y su relación con la gestión. Peru: facultad de ciencias empresariales.
- David, j. (2019). Uso del análisis factorial exploratorio en ridep. Revista iberoamericana de diagnóstico y evaluación, 173-180.
- Deming. (2012). Calidad, productividad y competitividad. España: madrid, díaz de santos.
- Deyanira mora palazuelos, c. E. (2017). La alternativa del diagnóstico empresarial para la gestión directiva en las pequeñas empresas. Red de revistas científicas de américa latina, el caribe, 278-299.
- El universo. (18 de julio de 2021). Estos son los sectores que han perdido más empresas en la pandemia. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estos-son-los-sectores-que-han-perdido-mas-empresas-en-la-pandemia-nota/>
- Enrique, c. (2018). Distribucion comercial. Mexico: pearson.
- Etece, e. (5 de agosto de 2021). Concepto. Obtenido de <https://concepto.de/microempresa/>
- Fermini, l. A. (2017). Alianzas estratégicas:. Colombia: rev. Esc.adm.neg. No. 70.
- Fernandez, s. D. (2017). Analisis factorial. España: universidad autonoma madrid.
- Fidias, g. A. (2017). El proyecto de investigación (introducción a la metodología científica) (sexta ed.). Caracas: editorial episteme.

- Gómez, e. L.-v.-s.-g. (2012). Sistemas contables de gestión, recursos comerciales y capital humano. Un análisis en el sector agroalimentario español. *Agrociencia* vol.46 no.1 *texcoco scielo*, 16-20.
- Guzmán gonzález. (2019). Innovación empresarial: factor de. *Revista venezolana de gerencia (rvg)*, 151-166.
- Hernandez. (2015). Metodo teorico historico-logico. España: *prezi.com*.
- Horna, a. V. (2017). Qué es el diseño de investigación. 7 pasos para una tesis exitosa, 202.
- Jacobo gómez-conde, e. L.-v.-s.-g. (2011). Sistemas contables de gestión, recursos comerciales y capital humano. Un análisis en el sector agroalimentario español. *Scielo*, 5.
- Joel, a. (2016). Planteamiento de los instrumento formales de la calidad de producto. Peru: *dorado sac*.
- Jose, m. (2016). Estrategias de proceso. Estado unidos: *prentice hall*.
- La hora. (03 de mayo de 2021). Las pequeñas y medianas empresas son las más afectadas con el 7% de caída en la economía entre enero y febrero de 2021. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/pais/las-pequenas-y-medianas-empresas-son-las-mas-afectadas-con-el-7-de-caida-en-la-economia-entre-enero-y-febrero-de-2021/>
- Lara, m. D. (2015). Factores determinantes de la competitividad. I.s.b.n. Ediciones de la uclm , 84-86.
- Licari, s. (5 de agosto de 2021). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/toma-de-decisiones/>
- Luis asencio cristóbal, g. N. (2018). Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del. *Revista publicando*, 5 no 14. No. 2. .
- Lumpkin, d. Y. (2016). *Direccion estrategica* . España: *aravaca*.
- Luna, g. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos. Colombia: *dyna*.
- Medina, q. (2020). *Metodos teoricos de investigacion*. Mexico: *researchgate.net*.
- Mintzberg. (2017). *Estrategias de proceso*. Estado unidos: *prentice hall*.
- Molina, x. (2018). Análisis de capacitación en las mipymes del cantón quevedo provincia de los ríos - ecuador. *Resvita científica multidicilina*, 38-58.
- Montoya agudelo, c. A. (2018). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de. *Revista científica "visión de futuro"*, vol. 20, 1-20.
- Montoya agudelo, c. A. (2018). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de. *Revista científica "visión de futuro"*, 1-20.
- Nel, q. L. (2014). *Estadística con spss 22 (primera ed.)*. Peru: *editorial macro*.

- Nirian, p. O. (06 de marzo de 2020). Economipedia.com. Recuperado el 03 de agosto de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Núñez, I. B. (2018). Caracterización de la microempresa del. Revista nicolaita de estudios económicos, vol. Xiii, no. 1, 7-10.
- Ortega, m. (2019). El coeficiente de correlacion de los rangos de spearman caracterizacion. Revista habanera de ciencias médicas, 15-20.
- Oscar, c. (2017). Fundamentos de las microempresa pequeñas y medianas. Peru: leo.
- Perez, a. (2014). Recursos tecnológicos de una empresa. Lrh. Portal con artículos e información de actualidad sobre la gestión de rr.hh, 15.
- Perez, a. (3 de abril de 2021). Business school. Recuperado el 3 de agosto de 2022, de <https://www.obsbusiness.school/blog/sabes-como-gestionar-los-recursos-tecnologicos-de-tu-empresa#:~:text=%c2%bfqu%c3%a9%20son%20los%20recursos%20tecnol%c3%b3gicos,llegar%20a%20ser%20m%c3%a1s%20efectivo>.
- Pumpin, c. Y. (2017). Cultura empresarial . España: diaz de santos .
- Quiroa, m. (2020). Competidor. Economipedia.com.
- Ramíre, a. R. (2009). Influencia del entorno en el desarrollo del direccionamiento estratégico. Colombia: scielo.
- Roger, c. (2016). Recueros tecnologicos tangibles y intangibles. Innovacion, 30.
- Romero, k. P. (2018). Factores de compettividad. Eco ibm, 52-58.
- Roncancio, g. (21 de enero de 2019). <https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>.
- Sanabria rangel, p. E. (2017). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. Colombia: universidad del rosario.
- Santana, f. B. (2018). Factores del crecimiento empresarial. Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales, vol., 43-56.
- Sawaf, a. (2018). Estrategias emocional para ejecutivo. España: martiz roca.
- Socatelli, m. A. (2017). Análisis de competencia. Intermark, 4.
- Socatelli, m. A. (2017). Fundamentos para emprendimientos turísticos sostenibles. La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles. La universidad estatal a distancia de costa rica., 2-5.
- Suñol, s. (2018). Aspectos teóricos de la competitividad. Santo domingo, república dominicana: ciencia y sociedad, vol. Xxxi, núm. 2.

Thompson, i. (6 de agosto de 2020). Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/cliente/>.

Valencia, g. M. (2022). Microempresas patentes.

Valls, a. (2017). Las habiidades directivas. España: gestion 2000.

Varisco, c. (2018). Recursos comerciale. Aportes y transferencias, vol. 9, 112-126.

16. ANEXO

Anexo 1. Datos informativos del tutor de investigación

DATOS PERSONALES

Nombres: Mario Fernando
Apellidos: Navarrete Fonseca
Nacionalidad: ecuatoriano.
Fecha de nacimiento: 01 de agosto del 1988
Cédula de identidad: 1804354890
Teléfono/ celular: 0995672612
Dirección domiciliaria: La Maná, Cotopaxi
Cantón: La Maná
Correo electrónico: navarretemario1988@gmail.com



TÍTULOS OBTENIDOS

Universidad Técnica de Ambato título de Ingeniero de empresas en Ecuador

Universidad Técnica de Ambato título de Licenciado en ciencias de la educación mención educación básica en Ecuador

Universidad Técnica de Ambato título de Magister en gestión del talento humano en Ecuador

EXPERIENCIAS ACADÉMICAS E INVESTIGACIÓN

Docente Investigación en la Universidad Técnica de Cotopaxi

Docente de Investigación, Estadística, Emprendimiento Y Proyectos Socios Productivos. Instituto Tecnológico Superior “Manuel Lezaeta A.”

Docente de Investigación en la Fundación Caminos del Sol

Docente de Matemáticas en la Unidad Educativa Mayor Ambato

Anexo 2. Datos informativos del investigador del proyecto.

DATOS PERSONALES		
Nombres:	Vicky Andreina	
Apellidos:	Cabrera Macías	
Nacionalidad:	Ecuatoriana	
Fecha de nacimiento:	04-enero-2001	
Lugar de nacimiento:	Quevedo	
Cédula de identidad:	125011966-4	
Estado civil:	Soltera	
Teléfono:	0989546533	
Dirección domiciliaria:	La Unión	
Cantón:	Valencia	
Correo electrónico:	vicky.cabrera9664@utc.edu.ec	
ESTUDIOS REALIZADOS		
Instrucción primaria:	Escuela Fiscal Mixta Gregorio Valencia	
Instrucción secundaria:	Unidad Educativa “Ciudad de Valencia”	
TÍTULOS OBTENIDOS		
➤ Bachiller en Contabilidad		
CERTIFICADOS OBTENIDOS		
➤ Primeras Jornadas Administrativas en Creatividad, Innovación y Emprendimiento		
➤ II Jornadas Administrativas		
➤ V Congreso Internacional de Investigación científica		
➤ IV Congreso Internacional de Investigación científica		

Anexo 3. Datos informativos del investigador del proyecto.

DATOS PERSONALES		
Nombres:	Ibeth Aracelly	
Apellidos:	Terán Chevez	
Nacionalidad:	Ecuatoriana	
Fecha de nacimiento:	21-septiembre-1994	
Lugar de nacimiento:	Valencia	
Cédula de identidad:	092198153-6	
Estado civil:	Casada	
Teléfono:	0993292574	
Dirección domiciliaria:	Martínez Peñaherrera y 2 de agosto	
Cantón:	Valencia	
Correo electrónico:	ibeth.teran1536@utc.edu.ec	
ESTUDIOS REALIZADOS		
Instrucción primaria:	Escuela Fiscal Mixta Galo Plaza Lasso	
Instrucción secundaria:	Colegio Técnico Experimental Eloy Alfaro	
TITULOS SUPERIOR		
Técnico Superior en Administración de Empresas		
TÍTULOS OBTENIDOS		
➤ Bachiller en Comercio Exterior		
➤ Técnico Superior en Administración de empresas		
CERTIFICADOS OBTENIDOS		
➤ Primeras Jornadas Administrativas en Creatividad, Innovación y Emprendimiento		
➤ V Congreso Internacional de Investigación científica		
➤ IV Congreso Internacional de Investigación científica		

➤ I Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento en Tiempos de Pandemia y Post Pandemia
--

➤ Certificado de Cajero Bancario y

Anexo 4. Encuesta a los propietarios de las microempresas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA - CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PROPIETARIOS DE LAS
MICROEMPRESAS

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

“FACTORES DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA 2021.”

Objetivo del trabajo: Analizar los factores determinantes en la competitividad de las pequeñas microempresas, para la generación de mejores condiciones económicas en el sector comercial de Cantón Valencia.

Objetivo de la encuesta: Recaudar información a los propietarios de las pequeñas microempresas del cantón Valencia.

Compromiso: Los investigadores le solicitamos de manera atenta, se digne responder el siguiente cuestionario, el mismo que nos permitirá obtener la información necesaria para cumplir con el objetivo del trabajo. Nos comprometemos a guardar confidencialidad y absoluta reserva de la información que usted nos proporcione, expresando desde ya nuestros sinceros agradecimientos por la ayuda brindada.

Instrucciones: Selecciones con una X la respuesta que usted considere oportuna en cada una de las preguntas en el instrumento adjunto.

Tabla 32. Encuesta a propietarios de pequeñas empresas

Pregunta	Siempre	Frecuente mente	A veces	Rara vez	Nunca
Factores determinantes					
Crecimiento de la empresa					
Considera que en estos últimos años ha tenido crecimiento su empresa					
El crecimiento de su empresa ha sido satisfactorio en su perspectiva					
Análisis de la competencia					
Considera que el análisis de competencia ayuda a observar a sus competidores.					
Considera que establecer estrategias le ayuda a examinar la competencia					
Influencia de entorno					
Considera que, identificando fortalezas y debilidades de los rivales le ayudan en su empresa					
Considera que su microempresa hay un direccionamiento estratégico para la competencia.					
Aliados estratégicos					
Considera que tiene mayor conocimiento y experiencia en el mercado hacia sus competidores					
Considera que ampliando su empresa atrae a los clientes de la competencia					
Considera que la franquicia de su empresa es potencial en el mercado					
Gestión directiva					
Considera que tiene una buena planificación en su empresa					
Considera que existe una buena administración en la empresa para sus competidores.					
Factores Competitivos					
Recursos tecnológicos					
Considera que el uso de la tecnología fomenta el incremento de competitividad o transacciones económicas en las microempresas					
Considera que en la actualidad la tecnología es parte fundamental en					

la competitividad de las microempresas					
Recursos comerciales					
Considera que existe una buena planificación estratégica ayudara a su empresa.					
Considera que en las microempresas existen habilidades novedosas para permanecer en el mercado.					
Calidad del producto					
Considera que su microempresa satisface al cliente en sus productos y precios.					
Considera que su microempresa tiene el grado de cobertura en el mercado.					
Recursos humanos					
Considera que la capacitación de ventas a los empleados brindar mejores servicios a los clientes					
Considera que se debe tomar en cuenta las opiniones de sus empleados.					
Capacidad directiva					
Considera que tiene habilidades y capacidad de liderazgo el administrador de su empresa					
Considera que debe existir una buena comunicación de los empleados con el directivo de la empresa					
Cultura empresarial					
Considera que la innovación en productos y servicios hace sostenible a la empresa					
Considera que sus empleados están aplicando los valores de la empresa.					

Realizado por: Autoras

Anexo 5. Validación por expertos (1) de cuestionario para encuesta propietario y colaborador

La Maná, 30 de mayo de 2022

Ing. Mg. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

Docente

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras, Ibeth Aracelly Terán Chevez con C.I.0921981536, Vicky Andreina Cabrera Macías con C.I. 1250119664 me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: “FACTORES DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA 2021.”, previo a la obtención del Título de licenciatura de administración de empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Vicky Andreina Cabrera Macías

C.I. 1520119664

Tutor del proyecto

Terán Chevez Ibeth Aracelly

C.I: 0921981536

Autor del proyecto

Anexo 6. Validación 1 de la encuesta

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Tabla 33. Validación 1 de encuesta

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación	X			

Realizado por: Autoras

Apreciación cualitativa

Observaciones

Validado por:

Ing. Mg. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

Docente Evaluador

C.I: 1712317195

CEL: 098955167

Anexo 7. Validación por expertos (2) de cuestionario para encuesta propietario y colaborador

La Maná, 30 de mayo de 2022

Ing. Enry Gutember Medina López

Docente

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras, Ibeth Aracelly Teran Chevez con C.I.0921981536, Vicky Andreina Cabrera Macías con C.I. 1250119664 me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: “FACTORES DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA 2021.”, previo a la obtención del Título de licenciatura de administración de empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Vicky Andreina Cabrera Macías

C.I. 1520119664

Tutor del proyecto

Terán Chevez Ibeth Aracelly

C.I: 0921981536

Autor del proyecto

Anexo 8. Validación 2 de la encuesta

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Tabla 34. Validación 2 de encuesta

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación	X			

Realizado por: Autoras

Apreciación cualitativa

Observaciones

Validado por:

Ing. Enry Gutember Medina López

Docente Evaluador

C.I: 0501134514

CEL: 0992448049

Anexo 9. Validación por expertos (3) de cuestionario para encuesta propietario y colaborador

La Maná, 30 de mayo de 2022

Ing. Mg. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

Docente

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras, Ibeth Aracelly Teran Chevez con C.I.0921981536, Vicky Andreina Cabrera Macías con C.I. 1250119664 me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: “FACTORES DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS MICROEMPRESAS DEL CANTÓN VALENCIA 2021.”, previo a la obtención del Título de licenciatura de administración de empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Vicky Andreina Cabrera Macías
C.I. 1520119664
Tutor del proyecto

Terán Chevez Ibeth Aracelly
C.I: 0921981536
Autor del proyecto

Anexo 10. Validación 3 de la encuesta

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Tabla 35. Validación 3 de encuesta

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación	X			

Realizado por: Autoras

Apreciación cualitativa

Observaciones

Validado por:

Ing. Mg.Mayra Elizeth Valencia Neto

Docente Evaluador

C.I: 0503124463

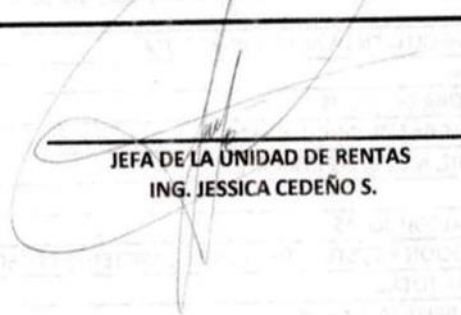
CEL: 0989297695

Anexo 11. Datos de microempresas del sector comercial del cantón Valencia.

Ilustración 1. Reporte de emisión

Reporte de Emision		
Periodo: 2021-2022		
Visualizar: [Impuesto, Tasas]		
Categoria: TODOS		
Actividad: TODOS		
Reporte: Modulo Patentes / Reportes / Emisiones		
TIPO	ACTIVIDADES	NO.
GENERAL	ACTIVIDAD CYBER, AQLUILER EQUIP. INFORMATICOS, SERVCIO INTERNET, JUEGOS ELECTR	32
	ACTIVIDADES AGRICOLAS Y GANADERAS, ASOCIACIONES GREMIALES	12
	ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y RECREATIVAS, DEPORTIVAS, GIMNASIOS, ARBITRO, G	21
	ACTIVIDADES DE MASAJES FACIALES, SPA, MANICURA Y PEDICURA, TERAPIA FISICA, MAQ	7
	ACTIVIDADES DE SERVICIOS DIVERSOS	3
	ACTIVIDADES REALIZADAS POR CHOFER	3
	ACTIVIDADES TODO TIPO DE SERVICIOS	13
	ALQUILER DE VEHICULO, MAQUINARIA, CAMION, CAMIONETA	18
	ALQUILER DE DISCO MOVIL, ESCENARIO, CARPAS, VIDEOS	4
	ALQUILER (DEPARTAMENTO, VIVIENDA, LOCALES COMERCIALES, CULTIVO)	18
	ARTICULOS (CERAMICA, PLASTICOS, FIESTAS INFANTILES)	7
	CARGAS Y DESCARGAS DE MERCANCIAS	1
	CARPINTERIA, CERRAJERIA	5
	COMISIONISTA , COSMETICOS AMBULANTES, COMERCIO, LOTERIA	33
	CONFECCION DE ROPA A LA MEDIDA, SASTRERIA, ZAPATERIA, REMACHADORA	14
	CONSTRUCCION, ALBAÑILERIA (EDIFICIOS, VIVIENDAS, RESIDENCIALES)	9
	CONTRATISTA MANO OBRA SECTOR AGROPECUARIO, SERV. OCACIONALES	5
	CRIADERO DE POLLO, GANADO, PORCINO, PECES, OBTENCION DE HUEVOS	10
	CULTIVO (MAIZ, CACAO, BANANO)	7
	ELABORACION DE PAN, PANECILLOS, PASTELES, CHIFLES	8
	EMBOTELLADO DE AGUAS MINERALES, VENTA DE AGUA	2
	ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO, GUARDERIA, ENSEÑANZA PRIMARIA, GENERAL, PRIMER	4
	ESTUDIO FOTOGRAFICO	2
	FABRICA DE CARROCERIAS Y VENTA	4
	FABRICACIÓN MUEBLES DE MADERA Y PARTES HOGAR	3
	FARMACIA VETERINARIA	1
	FARMACIAS, BOTIQUIN	11
	FERRETERIA, MATERIALES DE CONSTRUCCION, MATERIAL PETREO, VIDRIO	20
	FUNERARIA	6
	INVESTIGACION Y DESARROLLO EN LA AGRONOMIA TOTAL	1
	LAVADORA, LAVANDERIA	4
	LAVADORA Y LUBRICADORA DE AUTOS	14
	LIBRERÍA, PAPELERIA, ART BAZAR, CINCUENTAZO	31
	MECANICA (AUTOMOTRIZ, MOTO, ELECTRICA, ETC)	40
	MULTISERVICIOS TOTAL	1
	NIGHT CLUB Y BEBIDAS ALCOHOLICAS	24
	ORGANIZACION, PROMOCION Y GESTION DE EVENTOS, ASISTENTE COREOGRAFO	6
	PANADERIA Y PASTELERIA TOTAL	25
	PELUQUERIA, SALON DE BELLEZA, GABINETE	42
	PLANTAS, VIVEROS	3
	PRODUCTOS DIVERSOS TOTAL	2

PUBLICIDAD AIRE LIBRE, RADIO EMISORA, TELEVISION	9
REPARACION Y MANT. DE CELULARES, EQUIPOS ELECTRONICOS, CABINAS, RELOJES	32
REPARACION DE (VEHICULOS AUTOMOTRIZ, VULCANIZADORA, MOTOS, BICICLETAS)	32
SALA DE BILLAR Y VTA. BEB. ALCOHÓLICAS TOTAL	69
SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOTEL, HOSTAL, MOTEL	5
SERVICIOS MULTIPLES, LIMPIEZA, EMPLEADO DOMESTICO	4
TALLER (SOLDADURA, PINTURA, TAPICERIA, CARPAS, EBANISTERIA, CARPAS)	35
TIENDA, MINI TIENDA, COMISARIATO, VIVERES, ABARROTES, BAZAR, BISUTERIA	473
TRATAMIENTO ALCOHOLISMO Y DROGODEPENDENCIA TOTAL	2
VENTA AL POR MAYOR DE ARTICULO , VARIOS	2
VENTA DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS, GRANOS, SEMILLAS	30
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MADERA, CAÑA, DEPOSITO	13
VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMESTICOS, COMERCIAL	6
VENTA AL POR MENOR DE MARISCOS	8
VENTA AL POR MENOR DE PINTURA, ACTIVIDAD DE PINTURA	4
VENTA AL POR MENOR DE PLATANO, CACAO, FRUTAS TROPICALES, MAIZ	5
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, ALIMENTOS PREPARADOS	13
VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS, LICORERIA, BAR, KARAOKE, DISCOTECA, BAR, BARRA, C	117
VENTA DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS TOTAL	9
VENTA DE CALZADO, ROPA, BIZUTERIA, PRENDAS DE VESTIR, BOUTIQUE	68
VENTA DE COMBUSTIBLE AL POR MENOR, DEPOSITO DE GAS	11
VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN COMEDOR, SODA BAR, RESTAURANT, ASADERO, MAR	238
VENTA DE INSUMOS AGRICOLAS, FERTILIZANTES, BALANCEADOS	20
VENTA DE MUEBLES, MUEBLERIA	3
VENTA DE PRODUCTOS	6
VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS, EMBUTIDOS, POLLO, TERCENA	39
VENTA DE PRODUCTOS NATURALES	4
VENTA DE REPUESTOS, ACCESORIOS (MOTO, VEHICULO, BICICLETA, ETC)	31
VENTA DE VARIOS ARTICULOS, TROFEOS, PARA EL HOGAR, MATERIALES SANITARIOS	4
VENTA MENOR PAÑALES Y ARTICULOS USO PERSONAL	6
VENTA POR MAYOR Y MENOR DE ARROZ	7
VTA. AL POR MENOR COMPUTADORAS, MANT. Y REP. EQUIP ELECTRONICOS, CD AUDIO	19
VTA. DESECHOS, DESPERDIC. Y/O MAT. RECICLAJE TOTAL	5
PROFESIONAL	
PROFESIONAL (MEDICO, INGENIERO, ABOGADO, ARQUITECTO, ETC)	160
TRANSPORTE	
TRANSPORTE (CARGA, PASAJERO, CAMION, VOLQUETA, TAXI, ETC)	187
TOTAL	2152

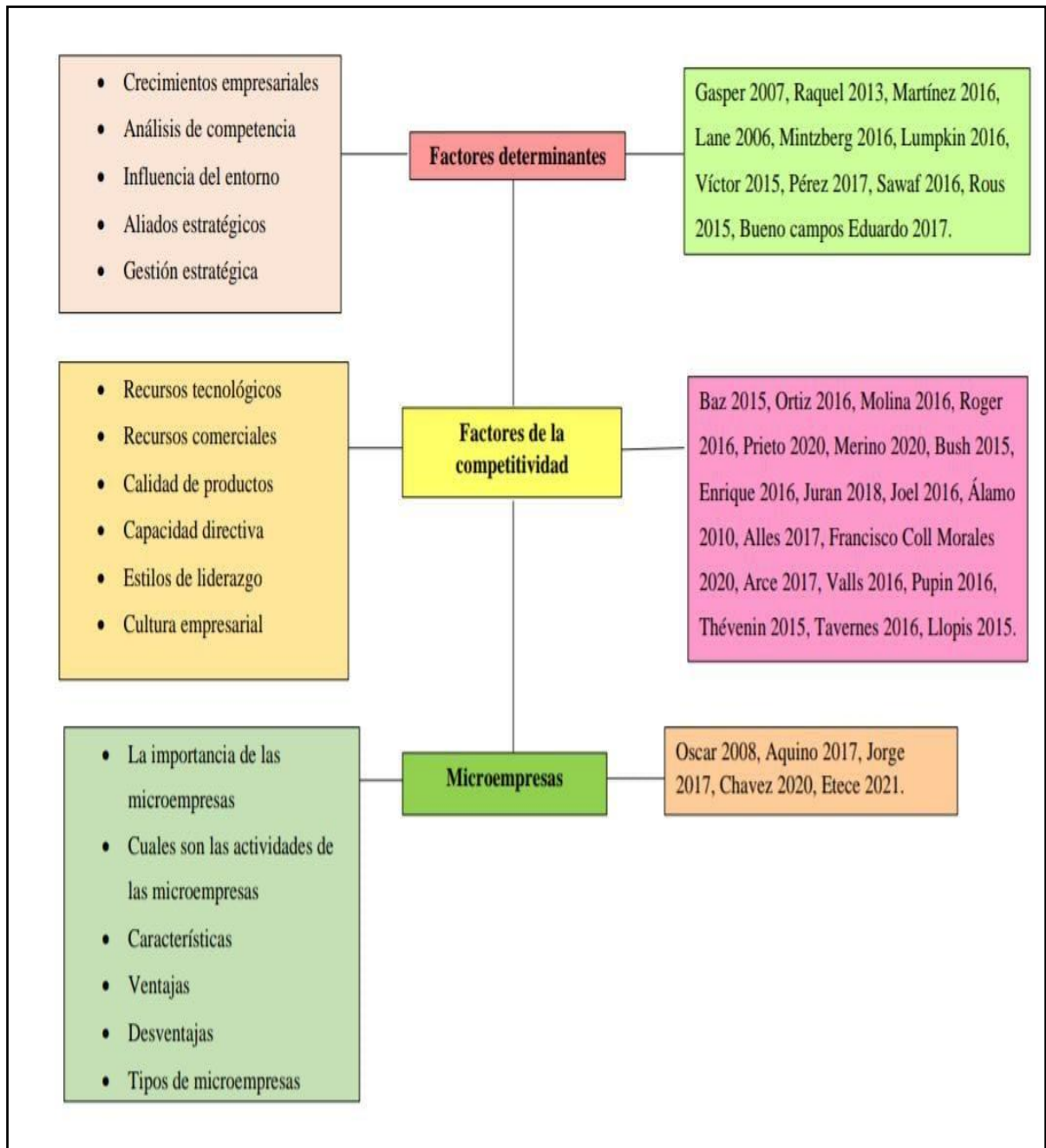


 JEFA DE LA UNIDAD DE RENTAS
 ING. JESSICA CEDEÑO S.

Realizado por: Autoras

Anexo 12. Método mapeo

Ilustración 2. Método de mapeo



Realizado por: Autoras

Anexo 13. Evidencias fotográficas

Foto 1. Encuesta al propietario a las pequeñas microempresas

Ilustración 3. Evidencias 1 de encuesta a pequeñas empresas



Tomada por: Ibeth Aracelly Teran Cheves









Foto 2. Encuesta al propietario a las pequeñas microempresas

Ilustración 4. Evidencia 2 de encuesta a pequeñas empresas



Tomada por: Vicky Andreina Cabrera Macías

Anexo 15. Similitud de contenido.

Ouriginal <small>by Turnitin</small>		
Document Information		
Analyzed document	WORD-CABRERA VICKY-TERAN IBETH (3).docx (D143301375)	
Submitted	2022-08-26 23:38:00	
Submitted by	Marilyn	
Submitter email	marilin.albarrasin@utc.edu.ec	
Similarity	8%	
Analysis address	marilin.albarrasin.utc@analysis.orkund.com	
Sources included in the report		
W	URL: https://core.ac.uk/download/pdf/336839772.pdf Fetched: 2022-06-29 01:32:51	 5
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / PROYECTO KARINA Y ANGEL.docx Document PROYECTO KARINA Y ANGEL.docx (D84403569) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.orkund.com	 11
W	URL: https://www.researchgate.net/publication/338231573_La_competitividad_en_las_microempresas_en_Manta_2019 Fetched: 2020-09-17 22:17:02	 1
SA	PROYECTO DE INVESTIGACION COMPETITIVIDAD.docx Document PROYECTO DE INVESTIGACION COMPETITIVIDAD.docx (D85199651)	 1
SA	Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil.docx Document Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil.docx (D29694724)	 2
SA	Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil.docx Document Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil.docx (D29485045)	 1
SA	TESIS FINAL COMPETITIVIDAD- ROMERO VALERIA.docx Document TESIS FINAL COMPETITIVIDAD- ROMERO VALERIA.docx (D111529381)	 1
SA	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .pdf Document PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .pdf (D93317077)	 1