



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

TEMA:

“DISEÑO DE UN MODELO ESTÁNDAR PARA DETERMINAR LA
COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DEL
CANTÓN MILAGRO-ECUADOR”

AUTORES: GUERRERO GARCIA KEYLA ISELA
ORELLANA GUALLPA NANCY ALEXANDRA

ACOMPañANTE: ING. MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA, MG.

MILAGRO, NOVIEMBRE 2018

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

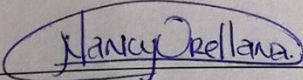
Presente.

Yo, **Orellana Gualpa Nancy Alexandra** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi (nuestro) Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 19 días del mes de noviembre de 2018



Orellana Gualpa Nancy Alexandra
CI: 030255473-8

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

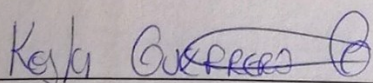
Presente.

Yo, **Guerrero García Keyla Isela** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi (nuestro) Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 19 días del mes de noviembre de 2018

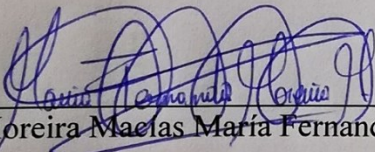


Guerrero García Keyla Isela
CI: 092976075-9

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **Moreira Macías María Fernanda** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por las estudiantes **Orellana Gualpa Nancy Alexandra y Guerrero García Keyla Isela**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **Diseño de un Modelo Estándar para determinar la Competitividad en las Pymes del Sector Comercial del Cantón Milagro-Ecuador**, que aporta a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** previo a la obtención del Grado **Licenciatura en Gestión Empresarial**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 19 días del mes de noviembre de 2018.



Moreira Macías María Fernanda

Tutor

C.I.: 1310715535

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Presidente: Moreira Macías María Fernanda

Secretaria: Peralta Carpio Faviola Lissette

Integrante: Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Licenciada en Gestión Empresarial presentado por la señorita **Orellana Gualpa Nancy Alexandra**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **Diseño de un modelo estándar para determinar la competitividad en las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro-Ecuador**.

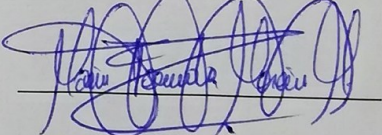
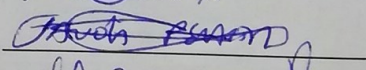
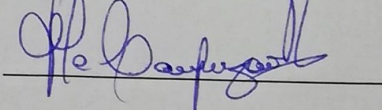
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 19 de noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos		Firma
Presidente	Moreira Macías María Fernanda	
Secretaria	Peralta Carpio Faviola Lissette	
Integrante	Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Presidente: Moreira Macías María Fernanda

Secretaria: Peralta Carpio Faviola Lissette

Integrante: Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Licenciada en Gestión Empresarial presentado por la señorita **Guerrero García Keyla Isela**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **Diseño de un modelo estándar para determinar la competitividad en las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro-Ecuador.**

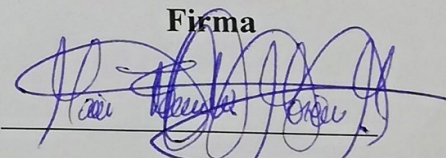
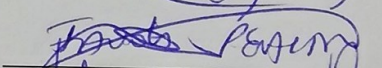
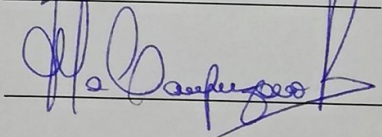
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[18,67]
Total	[98,67]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 19 de noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Moreira Macías María Fernanda	
Secretaria	Peralta Carpio Faviola Lissette	
Integrante	Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios, quien me ha dado la sabiduría y el valor suficiente para no rendirme en este largo proceso, y me ha acompañado siempre y me ha permitido cumplir cada uno de mis sueños; y a los seres que más amo, mis queridos padres Ana y Manuel quienes me han apoyado en todo momento, y con sus consejos han logrado darme la fortaleza necesaria y se han convertidos mis dos pilares fundamentales en mi vida.

Nancy Alexandra Orellana Gualpa

Dedico este trabajo de investigación a primero a Dios porque si no hubiese sido por él, nunca hubiera alcanzado este logro de ser una profesional .y a mis padres Lautaro Guerrero y Margarita García, también a mis hermanos Gustavo y Salomón ; porque sin la ayuda de ellos, no estaría culminando este meta profesional en mi vida, debido que han sido mi principal motor, fuentes de apoyo y ánimo para no rendirme ante los obstáculos que se me presentaron durante la formación de mi etapa profesional, también a mis cuñadas Elena, Diana y mi mejor amiga Yoselyn Armijos por estar pendiente de mí, brindándome consejos de que cada día luche por alcanzar mis sueños, a mis cuatro sobrinos: Madeleine , Gustavo, Emanuel y Valentina quienes son mi adoración.

Keyla Isela Guerrero García

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por todas sus bendiciones, por darme salud, bienestar y por permitirme culminar una etapa más en mi vida; y gratitud a mis padres, que me han brindado su apoyo y confianza en todo momento, y que hoy retribuyo y comparto este logro. A los docentes, amigos, compañeros y a las personas que me han acompañado en esta hermosa etapa; que con sus palabras y consejos me han incentivado y alentado a seguir y no decaer. A nuestra tutora por su sabiduría, comprensión y guía en este proceso.

Nancy Alexandra Orellana Gualpa

Primero agradezco a Dios por el infinito amor que me tiene y por todas las bendiciones que ha derramado en mi vida, por regalarme a mi amada Familia Guerrero García que me han sabido guiar por el camino de nuestro Padre Celestial y sobre todo por inculcarme excelentes valores. A la Universidad Estatal De Milagro y a sus docentes por haberme instruido durante mi formación académica. A mi tutora Ing. María Fernanda Moreira y mi compañera Nancy Orellana que en conjunto trabajamos para culminar el proyecto de Titulación.

Keyla Isela Guerrero García

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
DERECHOS DE AUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	7
METODOLOGÍA.....	18
DESARROLLO DEL TEMA.....	20
CONCLUSIONES.....	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución Competitiva de Ecuador 2006-2013	10
Figura 2. Factores del Mapa de Competitividad planteado por el BID	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	9
Tabla 2.....	14
Tabla 3.....	17
Tabla 4.....	21
Tabla 5.....	23
Tabla 6.....	24

DISEÑO DE UN MODELO ESTÁNDAR PARA DETERMINAR LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DEL CANTÓN MILAGRO

RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en proponer el diseño de un modelo estándar que permita determinar los niveles de competitividad de las pymes comerciales del Cantón Milagro, el cual toma como base: indicadores de carácter cualitativo y cuantitativo; también factores internos y externos que ayudaran para la creación de dicho diseño. Este modelo permitirá que las empresas de este sector busquen estrategias efectivas para ser competitivas dentro del mercado, ya que constituyen una parte fundamental de la economía y el sector empresarial, sin embargo, estas necesitan de herramientas que le permitan conocer su desenvolvimiento empresarial, y buscar las tácticas y estrategias suficientes para mejorar competitivamente. Para ello se aplicó una investigación documental que consistió en la búsqueda de estudios empíricos- analítico que se han desarrollado con el fin de identificar y medir indicadores bases, como también se consideró la perspectiva en general de los rankings de competitividad global. El resultado obtenido de esta investigación toma en consideración el mapa de competitividad que expone el Banco Interamericano de Desarrollo y estudios de campos realizados por destacados docentes de la Universidad Estatal de Milagro, enfocados en Estrategias Competitiva de Enfoque e Identidad Corporativa. Permitiendo diseñar un modelo estándar, que sea adaptable a cualquier Pyme comercial, con variables e indicadores manejables y de fácil interpretación.

PALABRAS CLAVE: Competitividad, Diseño, Indicador, Pymes Comerciales.

DESIGN OF A STANDARD MODEL TO DETERMINE COMPETITIVENESS IN SMEs OF THE COMMERCIAL SECTOR THE MILAGRO CANTON

ABSTRACT

The objective of this work is to propose the design of a standard model that allows determining the competitiveness levels of commercial SMEs of Cantón Milagro, which takes as a basis: qualitative and quantitative indicators; also internal and external factors that will help in the creation of said design. This model will allow companies in this sector to search for effective strategies to be competitive within the market, since they are a fundamental part of the economy and the business sector, however they need tools that allow them to know their business development, and look for enough tactics and strategies to improve competitiveness. To this end, a documentary research was applied that consisted in the search of empirical-analytical studies that have been developed in order to identify and measure baseline indicators, as well as the perspective in general of global competitiveness rankings. The result obtained from this research takes into account the competitiveness map presented by the Inter-American Development Bank and field studies carried out by outstanding teachers from the Universidad Estatal de Milagro, focused on Competitive Strategies of Approach and Corporate Identity. Allowing the design of a standard model that is adaptable to any commercial SME, with variables and indicators that are easy to interpret and manageable.

KEY WORDS: Competitiveness, Design, Indicator, Commercial SMEs.

INTRODUCCIÓN

Al hablar de “Gestión de Empresas”, podemos llegar a diferentes enfoques, teorías y métodos; sin embargo todos coinciden en un objetivo, el cual es contribuir y mejorar la productividad y competitividad de las empresas (sector empresarial), en base a un conjunto de métodos, estrategias y tácticas efectivas, haciendo que una gestión sea optima, y por ende obtener los mejores resultados; pero como se desarrolla en la presente investigación, uno de los sectores con gran potencial, y que sin embargo, no poseen un nivel de competitividad alto frente al mercado empresarial, son las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Las cuales se caracterizan por ser emprendimientos que llegan a un nivel de estabilidad empresarial, y que los administradores consideran rentable.

Sim embargo, al ser un sector potencialmente competitivo, que contribuyen al desarrollo económico y local de donde estas se encuentran ubicadas, desconocen y carecen de herramientas y guías de fácil uso que pueden orientarlas a su éxito empresarial; por ello una de las herramientas para hacer de un negocio exitoso, es un modelo estándar que le permita determinar y medir su competitividad, en el cual se consideren tanto factores internos y externos y que este les permita identificar sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades; y que de acuerdo a los resultados obtenidos, las Pymes apliquen estrategias efectivas para mejorar productiva y competitivamente.

Este modelo se basa en investigaciones realizadas en las Pymes comerciales del Cantón Milagro desarrollados por (Zúñiga Santillán, 2017) y (Espinoza Solís, Espinoza Solís, & Medina Hinojosa, 2017), en donde determinan factores y estrategias relacionados con la competitividad, evaluando a 35 empresas (Pymes), en comparación al nivel de competitividad que tienen las grandes empresas, que por su nivel de estructura, formalidad y cobertura de mercado han logrado llegar a un gran éxito, y que en algún momento se iniciaron como una pequeña empresa; pero con estrategias y tácticas han logrado pertenecer a esta categoría empresarial.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El sector empresarial conformado por las pequeñas y medianas empresas (PYMES), actualmente constituyen un factor clave e influyente en la economía de cualquier país; por lo que es importante que se le otorgue un mayor grado de importancia. Y uno de los factores clave en el ámbito empresarial es la competitividad, ya que juega un papel transcendental, pues nos permite identificar la capacidad de un país para captar y mantenerse en mercados nacionales e internacionales, e incluso su transcendencia y alteración positiva a diferentes variables de la economía (Maldonado Mera, Lara Burbano, & Maya Carrillo, 2018).

Sin embargo, actualmente, a nivel mundial Ecuador se encuentra en el puesto 97º, según el Índice Competitividad Global (ICG) del Foro Económico Mundial (FEM); el cual permite medir y clasificar a varios países, según el potencial y la posibilidad de una economía para competir en los mercados internacionales (World Economic Forum, 2017). Según este indicador Ecuador se ha encontrado en mejores posiciones, sin embargo, actualmente muestra una posición contraria (descendente); y se destaca como el único país Latinoamericano que ha presentado desfases periódicamente en los últimos 3 años.

Y, por otro lado, encontramos las economías más competitivas lideradas por Suiza y Estados Unidos, que, al ser considerados países con escalas económicas superiores a nivel global, demuestran un alto grado de competitividad, innovación, cobertura en el mercado, madurez y modernización empresarial. El resultado favorable de estas economías se debe a la progresiva integración de modelos de evaluación y determinación que permitan tomar medidas correctivas y de mejoramiento, así como del compromiso de los diferentes actores de la economía y el sector empresarial. Por lo que es de suma importancia que, en el sector empresarial ecuatoriano, se enfoque en determinar y aplicar sistemas que permitan evaluar su nivel de competitividad y productividad, los mismos que deben ser adaptables a cualquier tipo de empresa, sea de tipo comercial, manufactura, servicios o de cualquier otra categoría.

Además, podemos mencionar que uno de los sectores empresariales, que genera un gran movimiento en el sector económico y empresarial; lo constituyen las Pymes del sector comercial, un caso particular es el Cantón Milagro que según datos estadísticos oficiales existen 5099 establecimientos económicos, distribuidos en diferentes categorías por

actividades; evidenciándose que el sector comercial es la principal actividad que contribuye al desarrollo económico del cantón, seguido de servicios, agricultura y manufactura respectivamente. Dentro del sector comercial las Pymes constituyen un total de 35 empresas, de las cuales 34 son tipo pequeñas que comprende de 10 a 49 trabajadores y 1 de tipo mediana A que oscila entre 50 a 99 trabajadores (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

Por ello esta investigación se concentra en las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro, ya que este ha presentado un constante crecimiento y es de gran aporte para el desarrollo económico y productivo del cantón; debido a que el mercado es potencialmente competitivo; el mismo que debe ser aprovechado por cada uno de los líderes y empresarios. Sin embargo, al ser empresas de tipo pequeña y mediana, en muchos casos no existe un sistema o modelo que permita evaluar su competitividad en el mercado, donde se analicen tanto factores externos como internos; ya que estas suelen funcionar de manera empírica. El objetivo de estos modelos es contribuir a la mejora continua de sus empresas y por ende mejorar la competitividad dentro del mercado, desde el área local, regional e incluso nacional.

En base a estudios realizados se puede decir que existe un conjunto de formatos y modelos que permiten determinar la competitividad, pero muchos suelen resultar complejos para este tipo de empresa; por lo que se determina la relevancia de plantear modelos prácticos que permitan un análisis y determinación de la competitividad en las Pymes, pues para este sector empresarial la competitividad constituye un gran reto frente al crecimiento acelerado que se presenta en el mercado, donde surge dudas de ¿qué hacer?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿por qué? y ¿para qué?; por ello la importancia de formular la siguiente interrogante ¿Qué modelo se necesita para determinar la competitividad de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro?

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo estándar que permita determinar la competitividad de las PYMES del sector comercial del Cantón Milagro - Ecuador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los diversos indicadores de productividad y competitividad que aplican las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro-Ecuador.
- Determinar los principales factores internos y externos que miden la competitividad empresarial de las Pymes.
- Considerar el registro de ranking empresarial de los entes reguladores como la SUPERINTENDENCIA y el Foro Económico Mundial

JUSTIFICACION

La presente investigación es de gran importancia debido que no existen estudios pertinentes que analicen los niveles de competitividad o que tomen una lista de indicadores base, que los permita medir, para clasificar a las pequeñas y medianas empresas; por tal motivo se procederá a considerar fuentes de información primarias que valide y ayude a la creación del diseño estándar que medirá el desarrollo evolutivo de las pymes direccionado en mejorar los estándares económicos y de calidad que repercuten en el progreso local de las diferentes actividades tales como: comercio, manufactura y servicio del Cantón Milagro, pero dando un mayor realce a las actividades del sector comercial que se destacan por el comercio al por mayor y al por menor.

Para ello se procederá a analizar, determinar y considerar cada uno de los indicadores tales como: innovación, calidad, cultura organizacional, rentabilidad del negocio, control de ventas, tecnología, recurso humano, recurso financiero, estrategias de marketing, identidad corporativa, estructuración y planificación estratégica, gestión de calidad, relación de los clientes y los proveedores entre otros; los mismo que promueven o aportan a las pymes para que estas se vuelvan más competitivas entre sí.

Con este estudio se pretende generar un impacto favorable por parte de todas las empresas en general del cantón, ya que se expondrá la creación de un diseño estándar que beneficie y analiza cada uno de los indicadores que se implementan para medir la competitividad que las hace diferentes una de otras, tomando en consideración las actividades comerciales a las que se dedican; para ello también se dará a conocer cómo influye la perspectiva de liderazgo, control y dirección que dan los propietarios de las PYMES, como también el ambiente político, social y económico a nivel general que Ecuador está viviendo estos últimos años.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Antecedentes de Competitividad

Dentro el contexto existen varias expresiones teóricas de competitividad, una de ellas es mencionada por Porter (1990), quien es fundador y pionero de la teoría de la competitividad, mencionada en su libro *The Competitive Advantage of Nations*, donde sugiere que la competitividad sea medida desde la productividad declarando lo siguiente “la prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad”; aclarando que las bases de la prosperidad de una economía no son únicamente los factores macroeconómicos, como las instituciones y políticas; sin embargo, estas son necesarias. Mientras que los factores microeconómicos constituyen una base sólida para determinar la competitividad en el mercado, como la operatividad, estrategias y ambiente, citado por (García Ochoa, León Lara, & Nuño de la Parra, 2017).

En concordancia otros autores mencionan que la competitividad, es una representación del entorno microeconómico, como lo mencionaba Porter; y señalan que este término se refiere al ambiente empresarial en el que se desenvuelven las empresas y; su habilidad y capacidad para competir con otras empresas en el mercado. Ampliando su concepto, mencionan teóricamente una Competitividad Estructural, esta se enfoca en establecer bases, que permitan un crecimiento continuo y sostenido de la productividad; y que estos contribuyan con los grupos de interés para mejorar la calidad de vida de estos colectivos. Y que el éxito de la competitividad no está en reducir costos, para competir en el mercado a como dé lugar; sino en ser estratégico empresarialmente. Además se menciona que Paul Krugman destaca otros factores importantes de estudio como la innovación, diversificación de productos, marca, entre otros; que conllevan a la competitividad en un mercado parejo y heterogéneo (Estrada, Paz, Sanabria, & Uxó, 2013).

De acuerdo a la definición planteada por Porter, el Foro Económico Mundial (FEM); considera un conjunto de variables e indicadores para obtener un Índice de Competitividad Global, que tiene el objetivo de medir el nivel de competitividad de las económicas a nivel mundial. Este se fundamenta en 12 aspectos siguiente Instituciones, Infraestructura, Ambiente macroeconómico, Salud y Educación básica, Educación Superior y

Entretenimiento, Eficiencia en el mercado de bienes, Eficiencia en el mercado laboral, Sofisticación en el mercado financiero, Disponibilidad y uso de nuevas tecnologías, Tamaño de mercado, Sofisticación de negocios e Innovación (World Economic Forum, 2017).

Indicadores de Competitividad

No se ha determinado con exactitud un concepto claro y específico para la palabra “indicador”, pero se puede considerar que el indicador es una herramienta útil que permite realizar comparaciones entre una o más variables medibles, sean de carácter cuantitativo o cualitativo; para mostrar datos estadísticos de un caso en particular. Por otro lado, la palabra “competitividad” hace referencia a la virtud particular que distingue a una empresa determinada, mediante sus niveles de rentabilidad frente al mercado competitivo. Partiendo de estos conceptos afirmamos que el indicador de competitividad, según (Camara de Comercio de Guayaquil, 2017):”Permite evaluar la capacidad de una economía para competir en los mercados globales”. Es decir que este indicador sirve como ayuda para el desarrollo de las pymes, para una mejor competitividad en el mercado global (p. 1).

El Foro Económico Mundial (FEM) indica que “ciertos países gozan de una economía exitosa y a la vez competitiva, que se refleja en los ingresos que reciben dichos países; por medio de factores que contribuyen directamente al crecimiento” (Fuentes Pilaló & Véliz Salazar , 2017). Para que los países gocen de este tipo de economía deben de considerar herramientas útiles que sirvan de base para la creación de estrategias económicas que respondan a las necesidades de la población; para determinar el crecimiento económico se debe considerar la palabra competitividad como un indicador que se centra en 12 pilares construido con más de 100 variables, dividida en 3 pilares fundamentales:

Requerimientos básicos: donde los niveles de competencia se ven limitados a utilizar lo que los recursos naturales les ofrece, considerándose como economías emergentes tal es el caso de Ecuador, es decir que su economía radica en los factores naturales que posee.

Factores de eficiencia: segunda etapa donde interviene el uso de tecnología que permite mejorar el diseño y desarrollo de los procesos productivos y de servicio, este segundo pilar se centra en la eficiencia como medio impulsador de las economías, tal es el caso de Chile.

Factores de innovación: etapa donde la eficiencia, la innovación y la tecnología moderna son las principales bases que se relacionan directamente para mejorar los procesos productivos que favorecen el desarrollo potencial del país; como es el caso de Suiza.

Indicadores de Competitividad en Ecuador

Los rankings de competitividad que Ecuador ha evidenciado durante los años 2011-2018 han sido alarmante generando alteraciones en los niveles de productividad, debido a los siguientes factores:

- La estructuración económica del país, es decir que si no se vincula con una gobernación de calidad, el país no prospera y por donde los recursos naturales que se consideran como fuentes potenciales de ingresos se desgastan, como tal es el caso del petróleo, que es un recurso no renovable que aporta directamente al Producto Interno Bruto (PIB) del país, pero con el transcurrir del tiempo se va agotando, por tal motivo se debe de generar otras fuentes de ingresos que aporten a la económica del país.
- El poco crecimiento industrial por parte de las empresas ecuatorianas, debido a la falta de desarrollo en políticas económicas, que se relacionen en incentivar la productividad de la nación.
- Los altos índices de desempleo y subempleo que se generan en el país.

Tabla 1

Ranking de Competitividad Global de Ecuador 2012-2017

Año	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2012	101°	3,82
2013	86°	3,94
2014	71°	4,18
2016	76°	4,07
2017	97°	3,91

Fuente: adaptado de Global Competitiveness Index

El indicador de competitividad que maneja Ecuador durante los periodos 2012-2017 es preocupante, debido a que sufrido ciertas alteraciones que repercute en el desarrollo económico. Ecuador compite contra 137 economías a nivel global, durante los años 2012-2013 subió de ranking debido a que se desarrolló de manera eficiente en la implementación de: tecnologías, infraestructura, innovación y estabilidad macroeconómica; pero para el periodo de 2013-2018 este ranking decayó al puesto 97° porque experimento un decrecimiento con el precio del petróleo y sumado a esto un deterioro en las materias primas. “Los pilares en los que Ecuador supera la media de los índices de competitividad son: las instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria” (Uzcáteguix, Pérez, & Solano, 2017).

A continuación, podemos observar la evolución del nivel de competitividad de Ecuador durante los periodos comprendidos entre 2006-2007 y 2013-2014; donde es notorio que para Ecuador no son resultados favorables:

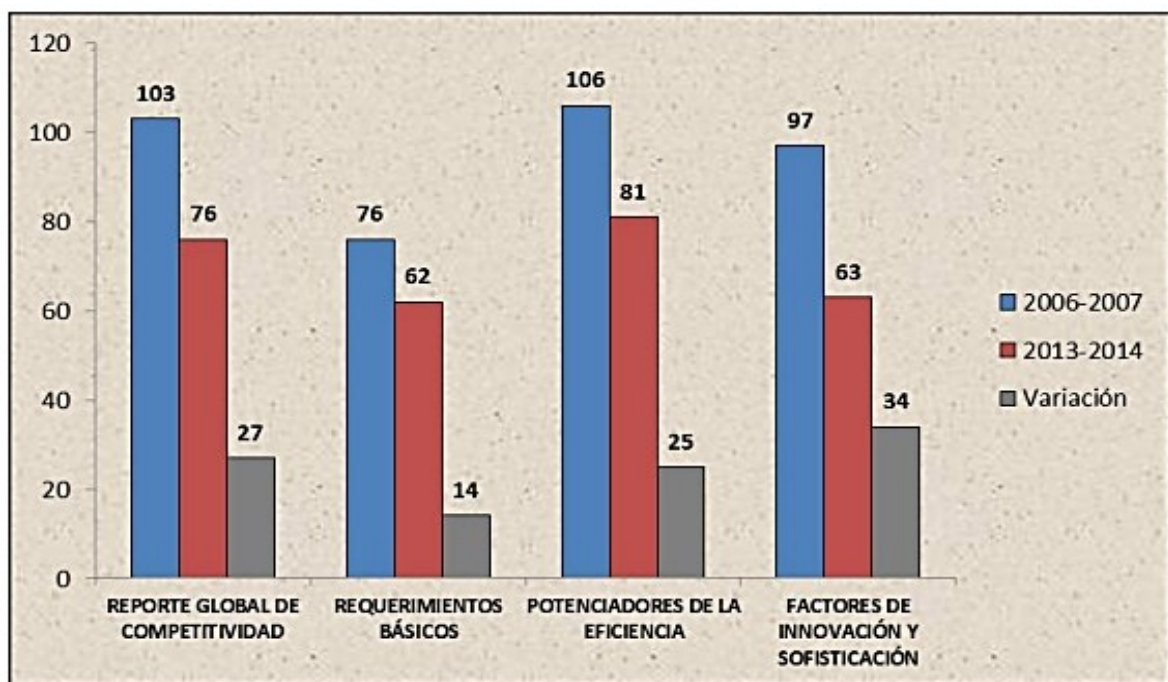


Figura 1. Evolución Competitiva de Ecuador 2006-2013

Nota: Ecuador es un país que esta posesionado en el Primer Pilar de índices de competitividad debido que solo cumple con los requerimientos básicos. Mejoraron los factores de: “Infraestructura debido al plan relámpago que se lo implemento en el 2007 para contrarrestar los problemas invernales, los planes de capacitación en los sistemas educativos y la evolución en los niveles de innovación que se incrementaron” (Ramírez Guzmán & Álvarez Serrano, 2015).

Estudios de Factores de Competitividad en las Pymes del Cantón Milagro

Milagro es uno de los cantones de la Provincia del Guayas que se caracteriza por el desarrollo comercial de las pequeñas y grandes empresas, que de una u otra forma compiten entre sí para destacarse y tener la acogida favorable por parte de la población, a ciencia cierta no hay un estudio específico desarrollado en el Cantón Milagro en la que abarque a un solo indicador base que mida la competitividad de las pequeñas y grandes empresas del cantón, pero si se han realizado estudios de campos por destacados docentes de la Universidad Estatal de Milagro que toman en consideración los siguientes índices:

Estrategia Competitiva de Enfoque

La estrategia competitiva de enfoque fue desarrollada por Michael Porter la cual se centra en segmentar un mercado específico, al que se le ofrecerá una diversidad de línea de servicios o productos que satisfagan la necesidad de dichos clientes. Por medio de estas estrategias las empresas controlarían a un mercado más reducido (sector comercial), que le permitirá tener un mejor desenvolvimiento, aumento de la eficiencia que generara un equilibrio para que las economías de escalas no afecten a la rentabilidad y al crecimiento potencial que se desarrollara en dicho mercado.

En el Cantón Milagro se realizó un estudio de campo a las 35 pequeñas y medianas empresas del sector comercial, donde considera que “el diseño y la implementación de estrategias competitivas desde la temática de Michael Porter permite operar de manera más productiva y eficiente, para alcanzar niveles óptimos de liderazgo en el mercado” (Zúñiga Santillán, 2017). Este estudio consistió en la realización de una encuesta de 6 preguntas claves que se enfocaban en medir:

1. La capacidad que poseen los propietarios de las pymes para desempeñarse en el mercado.
2. La atención que ofrece las pymes enfocada a un solo segmento.
3. El abastecimiento de un mercado específico aumentaría los niveles de satisfacción en los clientes.
4. La infraestructura de las pymes permite atender a un mercado específico y no a un mercado global.

5. La mezcla de productos que ofrecen las pymes para satisfacer las necesidades de los clientes.
6. Las pymes comerciales de consumo máximo lideran el mercado.

Los resultados de la encuesta realizada afirmó que al implementar la Estrategia de Enfoque en las Pymes comerciales, se volverían más competitivas debido que lanzan al mercado objetivo una línea de productos o servicios diversificados que satisfaga las necesidades de los clientes, teniendo en consideración la aptitud y actitud que poseen los propietarios para desempeñarse, la relación directa que se ofrece a los consumidores, la correcta adecuación de la infraestructura y el liderazgo que ejercen sobre las pequeñas y grandes empresas del sector comercial pertenecientes al Cantón Milagro; debido que estas características cualitativas sirven de base para identificarlos, como indicadores que permiten evaluar el nivel de competitividad que existe dentro de las mismas.

La Identidad Corporativa

Hoy en día la economía a nivel mundial se está desarrollando en un ambiente muy competitivo que le permite a las empresas crear su propio sello distintivo o marca que las diferencie de las demás, es decir que la identidad corporativa es la representación física, filosófica y estética de la empresa sea esta pequeña, mediana o grande, que toma en consideración características cualitativas como: imagen, diseño, color, tipo de cultura organizacional, entorno en el que se desenvuelve, conducta que refleja los miembros de las organizaciones que las hace ser únicas y de esa manera se queden establecidas como bases sólidas en la mente de los clientes.

La Imagen Corporativa va más allá que un simple logotipo o membrete. Es la expresión más concreta y visual de la identidad de una empresa, organismo o institución. En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento (Acosta, 2001, pág. 209).

La imagen corporativa que crean las empresas deben de regirse a pautas esenciales que reflejan su ser único en comparación con otras, donde resalten la filosofía que manejan, es decir el ser de la empresa conocida como misión, hacia donde quiere llegar y en que lapso lo lograría denominada visión y por ende la cultura corporativa que engloba los valores morales y políticos que reflejan los principios profesionales; para que todo se compagine, se

debe de implementar estrategias de comunicación y marketing que logran una relación directa con los clientes, llamando su atención y al mismo tiempo fidelizarlo con la imagen que la empresa u organización crean en la mente del mercado y de esa manera enfocarla como un indicador clave para medir la competitividad. Según (Espinoza Solis, Espinoza Solis, & Medina Hinojosa, 2017) afirman que la identidad corporativa: “Generan valor e innovación de manera constante lo que permitirá abrirse competitivamente a nuevos espacios de mercado y contribuir al desarrollo del territorio” (p.3). Es decir que la Identidad corporativa permite medir la competitividad de las empresas, teniendo en consideración que en el Cantón Milagro para el año 2017 se realizó la aplicación de una encuesta de 6 preguntas claves a 237 pymes, donde consideraban la identidad corporativa como un factor base para medir dicha competitividad. Dentro de ese estudio que realizaron se toma en consideración las siguientes pautas:

- El conocimiento de la palabra identidad corporativa que manejan las pymes.
- La estructuración de la misión y visión de las pymes.
- La relación que se da entre los clientes, proveedores y trabajadores.

La validación de estas pautas se da mediante los análisis de resultados e interpretación que se desarrollaron en dicha encuesta, demostrando que al tener conocimiento sobre la identidad corporativa presentan una ventaja competitiva que permite hacer la diferenciación de una pyme con otra, debido a la imagen que crearon y transmitieron a los clientes, haciéndoles fidelizar no solo con una marca o logotipo sino directamente con la esencia de las pymes, considerándola como un indicador de carácter cualitativo que permite analizar los índices de competitividad.

Antecedentes de pequeñas y medianas empresa (Pymes)

El termino Pymes es definido de diversas formas , pero con un significado particular e igual; para ello comenzamos describiendo que las Pymes, es la denominación de que se dan a las empresas de tamaño pequeño y mediano; las mismas que pueden ser clasificadas por su volumen de ventas y número de trabajadores (personas ocupadas), según lo describe el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

Tabla 2

Clasificación de Pymes en Ecuador

Tamaño de la empresa	Variables	
	Volumen de ventas anual (V)	Número de personas ocupadas (P)
Pequeña	\$100.001 a \$1'000.000	10 a 49
Mediana A	\$1'000.001 a \$2'000.000	50 a 99
Mediana B	\$2'000.001 a \$5'000.000	100 a 199

Fuente: adaptado de INEC, Directorio de Empresas y Establecimientos (2014)

La clasificación de la Pymes, pueden ser categorizadas por diferentes instituciones acorde a sus objetivos y prioridades; así es como en el Reglamento para la aplicación de las NIIF para sector Pymes y según la Superintendencia de Compañía de Valores y Seguros, consideran Pymes a aquellas empresas que tienen un monto de hasta \$5'000.000 en ventas brutas anuales, activos que no superen el valor de \$4'000.000 y que la nómina de personas laborando en la misma no sea superior a 200 (trabajadores), estas características coinciden con las planteadas y determinadas por el INEC. Sin embargo, para el Registro Especial Bursátil (REB), las Pymes son consideradas como empresas que registran ventas desde \$100.00 hasta \$1'000.000 anual (Coca Benítez, Ortiz Guevara, & Coca Benítez, 2016).

Característica esencial de las Pymes

Las Pymes pueden ser descritas según varias características, una de las más importantes es que tiene la capacidad de ofrecer fuentes de empleo, y que a su vez contribuye al desarrollo local y sectorial. Ya que ofrecen una oportunidad laboral para la comunidad que es considerada como un sector vulnerable de la población, ya que por su nivel de conocimiento y estudios académicos-técnicos, no les permiten acceder al campo laboral en las grandes empresas, debido al nivel de exigencia y requisitos para ingresar en las mismas. Por ello mencionamos que la importancia de este sector en el desarrollo económico de un país, haciendo que esta sea más competitiva y sostenible (Cámara Argentina de Comercio y Servicios, 2018).

Este sector Pymes a su vez que tiene el potencial empresarial, asume el riesgo, ya que no cuenta con personal capacitado y calificado; para seguir y avanzar competitivamente en el mercado. Pero por otro lado mejoran la situación económica de la sociedad; y a su vez obtiene beneficios y ayuda de los organismos e instituciones públicas, que promueven las decisiones de las Pymes. Esto las hace competitivas y les permite ingresar con ventajas en el mercado regional, nacional e internacional. Adicionalmente, que es una oportunidad para los que deciden ser emprendedores; que inician con un pequeño negocio; que con sus habilidades y capacidades logran convertirse en grandes empresarios, aunque en todos los casos no es el mismo éxito; sin embargo, el ser competitivos depende únicamente de ellos.

Una frase acertada de quien fue presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Enrique Iglesias García, quien en una importante asamblea de la institución menciona que “las Pymes son el mejor antídoto contra la pobreza” señalado por la (Cámara Argentina de Comercio y Servicios, 2018) ; esta mención, es de gran acierto puesto que surgen dudas de cómo mejorar la economía de un país, sin embargo existen paradigmas que impiden que los pequeños sectores empresariales logren ser competitivos en el mercado empresarial, y que a su vez contribuyan al mejoramiento de la economía, ya que un gran porcentaje de empresas son de este tipo.

El sector comercial y las Pymes

La actividad comercial se entiende por el intercambio de bienes, servicios o productos que se da entre el productor y el cliente. Según (Saavedra García, 2012) indica que la comercialización es: “El proceso que se realiza con el fin de que el producto o servicio llegue del productor al consumidor final, teniendo como premisa incrementar la participación en el mercado” (p.14). Las actividades comerciales se involucran directamente con los volúmenes de compra- ventas al por mayor y menor, las mismas que aportan directamente a la economía de un país y a su vez ayuda a solventar a la población en general mediante la generación de fuentes de empleos.

En Ecuador, “las actividades comerciales representan el 5.5 % del Valor Agregado Bruto (VAB) y la provincia del Guayas es la que se destaca por las actividades mobiliarias que generan dinamismo en las actividades comerciales” (Banco Central del Ecuador , 2017).

Por otro parte el: “sector comercial de las pymes del Cantón Milagro genera la suma de \$651 millones de dólares”, distribuida en ventas de comercio no especializado como alimentos, bebidas, tabaco, mantenimiento y reparación de automóviles (INEC, 2011).

Las Pymes en la economía ecuatoriana

La Pymes ecuatorianas posee dinamismo, creatividad e innovación, y que por su tipo de estructura pueden adaptarse a los cambios actuales que exigen el ámbito económico-empresarial. Logrando que estas sean más competitivas; además este sector es considerado uno de las principales actividades en la economía ecuatoriana. Así los demuestran las cifras, ya que en los últimos años se ha incrementado la población económicamente activa (población que se encuentra laborando) y los ingresos le han permitido generar un mayor consumo (Investigacion Ekos Negocios & Unidad de Investigación Económica y de Mercado, 2013).

Según estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), y otras investigaciones realizadas en el país; las grandes empresas constituyen una minoría, y en mayoría las Pymes, lideran el mercado empresarial y económico, identificando que Ecuador en un país Pymes, por lo que esta investigación permite un direccionamiento y estudio de la competitividad dentro de este sector. El aporte de Rodríguez (2014), en su investigación enfocada en el Cantón Milagro, menciona que las Pymes aportan el 24% al Producto Interno Bruto (PIB), y dentro del sector comercial el 32,36%; identificando que este sector aun con sus desventaja, debe ser considera para potenciarlo y ser aún más competitivo, citado por (Pincay Sancan, Sánchez Astudillo, TasigchanaAguilar, & Gonzalo Mantilla, 2017).

Ranking de Pymes en el Cantón Milagro

Las Pymes registradas según el Ranking de Empresarial del 2018 emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SC); se presenta a continuación, con sus características:

Tabla 3

Ranking Empresarial 2018 del Cantón Milagro Sector Pymes

Nombre	Tamaño	Cant. Empleados	Activo	Patrimonio	Ingresos por venta	Utilidad
			2017	2017	2017	2017
COHERVI S.A.	Mediana	6.00	8,456,260.93	5,319,039.42	7,111,909.04	-99,290.12
INDUSTRIA ARROCERA PORTILLA S.A. PORTIARROZ	Pequeña	28.00	7,786,430.05	4,687,674.95	13,842,403.80	336,895.18
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	Pequeña	4.00	1,211,310.05	-349,121.08	0.00	379,447.93
ROXANA VILLACIS S.A. (ROXVILL)	Pequeña	4.00	1,208,281.42	146,397.36	10,020,859.20	82,372.01
SERRESA S.A.	Mediana	10.00	832,652.37	63,538.79	1,580,143.69	9,068.20
GARVELPRODUCT S.A.	Mediana	54.00	679,062.72	43,501.80	1,653,810.59	42,701.80
DISPROYSER S.A.	Pequeña	36.00	499,486.08	64,982.34	5,081,262.64	-21,178.85
MELAV CIA.LTDA.	Mediana	9.00	484,112.46	342,758.05	1,300,055.27	55,557.97
PREDIAL MILAGRO PREMILSA S.A.	Pequeña	2.00	475,268.65	10,944.60	142,340.00	10,610.32
OLEXPORT S.A.	Pequeña	4.00	424,489.12	75,555.16	316,331.24	31,337.79
ECUAKEY S.A.	Pequeña	71.00	395,263.15	164,896.09	211,555.07	-93,304.85
BASEDON S.A.	Pequeña	10.00	369,723.14	335,153.28	575,421.50	20,692.89
GASOLINA & DIESEL COLON S.A. GASDCOLON	Mediana	4.00	283,532.00	89,176.54	3,347,692.64	39,174.36
AGRICAMPO S.A.	Pequeña	3.00	205,000.00	205,000.00	0.00	0.00
IMPORTADORA DE REPUESTOS Y MAQUINARIA AGRICOLA E INDUSTRIAL SUNWORLD S.A.	Pequeña	4.00	185,054.04	3,571.49	150,519.37	2,287.68
AGRIJOJO S.A.	Pequeña	4.00	160,085.00	109,945.69	142,386.97	44,391.67
EMJURO S.A	Pequeña	6.00	145,269.44	26,832.40	324,042.33	1,032.40
JCEGASINSUMOS S.A.	Pequeña	3.00	103,444.27	19,505.27	118,394.02	18,505.27
ECUADORIAN QUALITY FRUIT EQFRUIT S.A.	Mediana	5.00	100,016.52	88,429.23	1,261,827.17	17,954.24
CORPORACION DISTRIMAVINSA S.A.	Pequeña	3.00	74,136.49	74,136.49	660,120.59	0.00
RESEGRIN S.A.	Pequeña	3.00	67,054.41	9,811.90	124,354.10	8,620.08
SELMIND SERVICIOS ELECTRICOS, MECANICOS E INDUSTRIALES S.A.	Pequeña	6.00	62,165.26	25,556.85	335,220.44	19,556.85
DISLAFAMI S.A.	Pequeña	22.00	31,149.10	-14,478.40	445,371.25	-15,278.40
SUMINISTROS MEDICOS DEL ECUADOR PUCO REA CIA LTDA	Pequeña	3.00	27,784.25	18,358.89	275,887.00	6,439.96

Fuente: adoptado del Ranking Empresarial 2018, Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros

Nota: en la Tabla 3 se observa el Ranking de Pymes del Cantón Milagro (2018), que tienen como actividad el comercio, las 22 empresas descritas son las que el ente regulador tiene registrada en su base de datos. La tabla se encuentra organizada de manera según el indicador “ACTIVOS”, es decir en base al valor monetario registrado como activos de la empresa.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación de tipo documental, se basa en la recolección de información secundaria; obtenidas de fuentes bibliográficas que permita describir y argumentar la temática planteada. Además, por medio de esta búsqueda de información cualitativa y cuantitativa, se describió un marco teórico conceptual, en el cual se describen los antecedentes, teoría y conceptos de la investigación. Dentro de las fuentes consultadas, mencionamos a libros, artículos, revistas, informes y reportes de organismos reguladores, A continuación, se describen los tipos de investigación empleadas en este trabajo:

Investigación descriptiva

La aplicación de este tipo de investigación permite que el investigador describa “fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan (...), únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a la que se refiere, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas”(Hernández Sampieri, 2014).

El alcance de investigación permitió comprender la evolución actual de la competitividad y su evolución tanto a nivel global, como en caso de Ecuador. Además, se pudo detallar la situación actual de las Pymes del sector comercial en el Cantón Milagro-Ecuador, y los factores que inciden en el nivel de productividad y competitividad empresarial de las mismas; y de cómo lograr penetrar efectivamente en el mercado, y contribuir mayoritariamente a la economía ecuatoriana.

Investigación Correlacional

En este tipo de investigación la finalidad es “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables” (Hernández Sampieri, 2014).

Permitió comprender la relación entre las diferentes variables como la competitividad y las Pymes milagreñas; además que permitió relacionar los diferentes modelos que miden la competitividad del sector empresarial, entre ellos el mapa de competitividad presentado por BID, el Índice Competitividad Global planteado por el FEM, así como estudios realizados en el cantón, que permitieron plantear un modelo estándar para determinar la competitividad.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

De acuerdo a la investigación realizada, y con los precedentes expuestos; se diseña un modelo para determinar la competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el Cantón Milagro. Este enfoque propuesto comprende el análisis de factores externos como internos, que se vinculan directa e indirectamente con las empresas de esta categoría.

Para ello se considera las diferentes investigaciones desarrolladas en el cantón, así como las de enfoque global; para medir la competitividad a nivel interno, se considera el mapa de competitividad planteada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) citado por (Arévalo & Sosa, 2015) y; los estudios de “Estrategias Competitiva de Enfoque” desarrollado por (Zúñiga Santillán, 2017) y “La Identidad Corporativa” elaborado por (Espinoza Solís et al., 2017), desarrolladas en el cantón Milagro.

Mapa de Competitividad/Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe, para ello desarrollo estrategias y planes que le permitan contribuir al desarrollo de los países, de forma sostenible y respetuosa con el ambiente. Una de las prioridades actuales del BID, conlleva un gran reto para alcanzar un desarrollo competitivo; “la inclusión social e igualdad, **productividad e innovación e integración económica**”. Esta visión ha sido plasmada en la Estrategia Institucional del BID, que en conjunto con otros actores de la economía y desarrollo, sean organismos públicos y/o privados trabajaran hasta alcanzar este objetivo (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015).

Además, dentro de la visión de BID, está en incentivar la productividad de las Pymes, para lograr ser competitivas; como el uso de la tecnología, en complementariedad con el capital humano, las instituciones de apoyo, y los recursos naturales. Por ello el gran reto de este sector es de cambiar el chip empresarial, para abrirse a mercado y adaptarse a los cambios, pues esto le generara mayores ventajas competitivas.

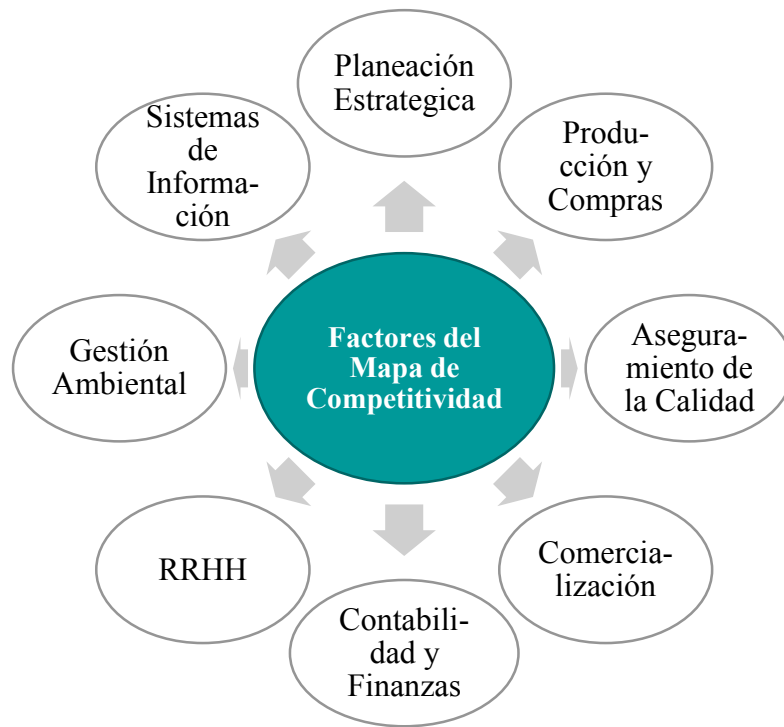


Figura 2. Factores del Mapa de Competitividad planteado por el BID

Modelo para determinar la competitividad de las Pymes del sector comercial

Tabla 4

Variables internas para determinar la competitividad de las Pymes

Variables	Indicadores
Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proceso de planeación estratégica ▪ Misión de la empresa ▪ Visión de la empresa
Producción y operaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de operaciones ▪ Aprovisionamiento ▪ Manejo de inventarios ▪ Productividad ▪ Ubicación e infraestructura

Continúa...

Variables	Indicadores
Aseguramiento de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Requisitos generales de calidad ▪ Sistema de calidad
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercadeo nacional: ventas y distribución ▪ Plan de ventas y marketing ▪ Diversificación de productos ▪ Plan de exportación ▪ Aspectos y claves de negociación ▪ Participación en misiones y ferias ▪ Porcentaje de exportación
Contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros contables ▪ Sistema de costos ▪ Normas legales, financieras y tributarias
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboración y compromiso ▪ Productividad de los colaboradores ▪ Cultura organizacional ▪ Estabilidad, salud y seguridad ▪ Capacitación y formación
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política ambiental interna ▪ Plan de protección ambiental ▪ Compromiso y concientización ambiental a los colaboradores ▪ Sistema de administración de residuos y desperdicios
Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Automatización y sistematización de los equipos operativos ▪ Cadena de valor

Fuente: elaboración y adaptación a partir del Mapa de Competitividad del BID, Zúñiga (2017) y (Espinoza, Espinoza, & Medina (2017).

Esta presentación planteada que se muestra en la tabla 5, es adaptable a cualquier categoría de Pyme; este enfoque puede ser evaluado a diversas ponderaciones; que determinaran el nivel de competitividad de la empresa. De los resultados finales se podrá determinar el nivel de productividad y competitividad; de cada una de las variables identificadas.

Además, otro aspecto no menos importante para determinar la competitividad de las pymes; son los variables externas como lo mencionaba Porter (1990), en su obra *The Competitive Advantage of Nations*; para este modelo los pilares claves son la teoría de Porter pionero en los estudios de competitividad citado por (García Ochoa et al., 2017), los indicadores de competitividad formulados por (World Economic Forum, 2017), y la propuesta metodológica para las Pymes Latinoamericanas formulada por (Saavedra García, 2012); los cuales permiten medir el nivel de competitividad empresarial.

Según el Foro Económico Mundial, existen tres pilares fundamentales que permiten evaluar el nivel de competitividad de la economía de un país; a través de indicadores claves que son:

Tabla 5

Indicadores de Competitividad según el Foro Económico Mundial

I. Requerimientos Básicos
1.- Instituciones
2.- Infraestructura
3.- Estabilidad macroeconómica
4.- Salud y educación primaria
II. Factores de Eficiencia
5.- Educación superior y entrenamiento
6.- Eficiencia en los mercados de bienes
7.- Eficiencia en los mercados laborales
8.- Sofisticación del mercado financiero
9.- Preparación tecnológica
10.- Tamaño de mercado
III. Factores de Innovación
11.- Sofisticación del negocio
12.- Innovación

Fuente: adaptado de Global Competitiveness Index 2017-2018 Rankings

Tabla 6

Variables externas para determinar la competitividad de las Pymes

Variables	Indicadores
Entorno (macro)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema político, comercial, fiscal y cambiario. ▪ Estabilidad económica ▪ Infraestructura y recursos (materiales y conocimiento) ▪ Apertura del mercado financiero
Entorno (micro)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovación ▪ Capacidad de gestión y administración ▪ Factores socioculturales

Fuente: elaboración y adaptación a partir del (World Economic Forum, 2017) y (Saavedra García, 2012).

Este enfoque nos permitirá determinar las oportunidades y amenazas, que afectan al sector económico y empresarial, siendo una partida para determinar las mejores estrategias que permitan a las Pymes ser aún más productivas y competitivas.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

Este trabajo documental, basado en la revisión de fuentes bibliográficas del tema planteado; acudiendo a fuentes de información secundarias en buscadores, las cuales facilitaron la comprensión del tema propuesta en la investigación, concluyendo en los siguientes puntos:

- Se ha diseñado un modelo estándar que permita determinar el nivel de competitividad de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro-Ecuador; este modelo de fácil uso, permitirá que cualquier Pyme comercial conozca sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, permitiéndoles aplicar estrategias para mejorar su nivel de competitividad en el mercado empresarial.
- De acuerdo al análisis de los diversos indicadores de competitividad y productividad, que aplican las Pymes comerciales del Cantón Milagro, se pudo concluir que los de mayor relevancia y uso son los indicadores que miden “el sistema de calidad, la diversificación de productos, productividad laboral, planeación estratégica, misión y visión”.
- El entorno empresarial constantemente se ve afectado por aspectos macro o micro; estos cambios pueden hacer que una empresa sea exitosa o fracase. Sin embargo, existen factores fundamentales y trascendentales que ayudan a que una Pyme sea más competitiva, y según la investigación se determina que la innovación, la estabilidad política, y la apertura a mercados financieros; hacen que una Pymes sea competitiva.
- Considerando los registros oficiales de entes reguladores como la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros se obtuvo el Ranking Empresarial 2018 del cantón Milagro, y según el Foro Económico Mundial que brinda un reporte Global de Competitividad de 137 economías, se conoce que Ecuador se ubica en el puesto 97° al 2017.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J. (2001). Imagen Corporativa en el siglo XXI. LA CRUJIA EDICIONES CICCUS.
- Arévalo, J. L., & Sosa, J. H. (2015, September). Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). *Puente Revista Científica*, 89–96. <https://doi.org/10.18566/puente.v9n2.a09>
- Banco Central del Ecuador, B. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Resumen: Actualización de la estrategia institucional 2016-2019*. Retrieved from <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=39581613>
- Cámara Argentina de Comercio y Servicios. (2018). *Las pymes: antídoto contra la pobreza*. Retrieved from <https://fecoi.org.ar/las-pymes-antidoto-contra-la-pobreza/>
- Camara de Comercio de Guayaquil. (2017). *Índice de Competitividad Global 2017-2018*. Guayaquil. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/APE-002-Indice-de-Competitividad-Global-WEF.pdf>
- Coca Benítez, J. M., Ortiz Guevara, D. del R., & Coca Benítez, O. G. (2016, December). Comercio. *Camara de Comercio de Guayaquil*, 22–25. Retrieved from <http://www.lacamara.org/website/revista-comercio/RevistaDiciembre2016.pdf>
- Espinoza Solís, E. J., Espinoza Solís, R. C., & Medina Hinojosa, D. J. (2017). Identidad Corporativa como factor diferenciador en la competitividad de las PYMES del Cantón Milagro en la Zona 5 del Ecuador. *Perspectiva Socioeconómica*, 5, 155–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.21892/24627593.322>
- Estrada, B., Paz, M. J., Sanabria, A., & Uxó, J. (2013). *Qué hacemos con la competitividad*. (Ediciones Akal, Ed.). Madrid: Creative Commons. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unemisp/detail.action?docID=3221624&query=competitividad#>

- Fuentes Pilaló, E., & Véliz Salazar, G. (Diciembre de 2017). LA COMPETITIVIDAD GLOBAL. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*, 11(44), 41-47. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6479348.pdf>
- García Ochoa, J. J., León Lara, J. de D., & Nuño de la Parra, J. P. (2017). Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial. *Contaduría Y Administración*, 62(3), 775–791. <https://doi.org/10.1016/J.CYA.2017.04.003>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (Interamericana Editores, Ed.), *Metodologia de la investigacion* (6th ed.). Mexico: McGraw-Hil. <https://doi.org/ISBN-978-92-75-32913-9>
- INEC, I. N. (2011). *Resultados Censo Nacional Económico*. Milagro. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Milagro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Resultados Censo Nacional Económico*. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). *Directorio de Empresa y Establecimientos*. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- Investigacion Ekos Negocios, & Unidad de Investigación Económica y de Mercado. (2013, September). Pymes: contribución clave en la economía. *Corporación Ekos*, 28–93. Retrieved from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2476>
- Maldonado Mera, B. del R., Lara Burbano, G. J., & Maya Carrillo, A. M. (2018). Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador. *Research Papers in Economics*, 6(1), 29–44. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ibf/rgnego/v6y2018i1p29-44.html>
- Pincay Sancan, D. R., Sánchez Astudillo, J. E., TasigchanaAguilar, L. L., & Gonzalo Mantilla, L. S. (2017). Las NIIF y su impacto en el sector comercial de electrodomésticos del Cantón Milagro. *3C Empresa*, 6(1), 63–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.060129.63-76>

- Ramírez Guzmán, E. E., & Álvarez Serrano, J. E. (10 de Julio de 2015). *Universidad De La Salle*. Obtenido de Universidad De La Salle: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17769/551.098614%20A473e.pdf;jsessionid=C652754AE21C239265A64577BAD45694?sequence=1>
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, 6276(33), 93–124. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200005&script=sci_abstract&tlng=es
- Uzcáteguix, C., Pérez, M., & Solano, J. (2017). Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial. *II CONGRESO INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS DEL SIGLO XXI*, (pág. 10). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/14-competitividad-en-ecuador.pdf>
- World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. Geneva. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>
- Zúñiga Santillán, X. L. (2017). La Estrategia Competitiva de Enfoque y su influencia en el Desarrollo Empresarial de las PYMES comerciales de productos de consumo masivo del cantón Milagro, Ecuador 2012 – 2016. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*. Retrieved from <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/consumo.html>