

La Competitividad como Herramienta de Gestión Empresarial de las MIPYMES Comerciales de la ciudad de Ambato.



Competitiveness as a Business Management tool for Commercial MIPYMES in the city of Ambato.

Padilla Martínez Mario Patricio¹, Mejía Salinas Carlos Enrique², & Quispe Otacoma Ana Lucia³

Recibido: 11-02-2019 / Revisado: 13-02-2019 / Aceptado: 05-03-2019/ Publicado: 04-04-2019

Abstract

DOI: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.381>

In Ecuador there are Micro, Small and Medium Enterprises is known as MIPYMES to different projects or undertakings generally constituted by financial resources or family where they focus on the creation of innovative products to penetrate such a competitive market, usually MSMEs create thousands of jobs by taking advantage of the growth of the economically active population (EAP), boosting the economy. But as every company faces different internal problems generally administrative and managed by a single person and this have little or no administrative capacity, in addition the distribution of responsibility is scarce and they do not have a correct business management, the external problems that MIPYMES have are the limited ability to save or access loans from national financial systems and fight against large corporations with better human, economic and logistic capacities. For organizations there are business management tools that help them improve processes and we can avoid the high failure rate that MIPYMES have if put into practice, since in 80% of these they die before 5 years becoming a variable that affected the country that fell in the ranking of competitiveness at a global level, since these help the GDP growth by employing 53,965 people and their annual sales estimated at \$ 1 926 862 177 only in the province. The research could determine competitiveness as a tool in the commercial management of MSMEs in the city of Ambato, province of Tungurahua, 41 213 are distributed in commercial, production, service and agricultural so it is important to determine the different tools, which are They use for business management. To carry out the respective analysis, the descriptive

¹ Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias de Administrativas, mp.padilla@uta.edu.ec

² Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias de Administrativas, crosfire77@yahoo.es

³ Universidad de las Fuerzas Armadas-Latacunga (ESPEL), anilu_quispe@yahoo.es

qualitative research method was used, since it aims to determine the different factors that exert influence on the MSMEs and, within the research techniques, in-depth surveys, documentation, direct observation, questionnaires by that through field research different criteria were collected about entrepreneurship and entrepreneurship, related to entrepreneurship, occupation, educational level, academic training, training, business management and with the use of the approach allowed us to be immersed in the MIPYMES to be able to understand the proposed model with the relationship of the implementation hypothesis so that these organizations can design their business management with different tools to improve the competitiveness of companies in the city of Ambato.

The information obtained helped us to analyze the most essential aspects of the different variables that affect MSMEs, both internal to business management focusing on a correct management of the inventory, as well as constant innovation on the part of them in their administration, processes marketing, new products or services, while external variables that focus on several subvariables that affect all organizations indistinctly as is the case of public policies, which help to strengthen the growth and development of MSMEs, called by the government New Production Code.

Keywords: Competitiveness; Business management; Tools; MIPYMES

Resumen

En el Ecuador existen Micro, Pequeñas y Medianas empresas se lo conoce como MIPYMES a diferentes proyectos o emprendimientos generalmente constituido por recursos financieros propio o familiares donde se enfocan en la creación de productos innovadores para penetrar en un mercado tan competitivo, generalmente las MIPYMES crean miles de puestos de trabajos aprovechando el crecimiento de la población económicamente Activa (P. E. A.) dinamizando la economía. Pero como toda empresa enfrenta diferentes problemas internos generalmente administrativos y manejados por una sola persona y esta cuentan con pocas o nulas capacidades administrativas, además la distribución de responsabilidad es escasa y no cuentan con una correcta gestión empresarial, los problemas externos que cuentan las MIPYMES es la escasa capacidad de ahorro o acceder a préstamos de sistemas financiero nacional y luchar contra grandes corporaciones con mejores capacidades humanas, económicas y logísticas mas grandes. Para las organizaciones existen herramientas empresariales de gestión que les ayudan a mejorar los procesos y podremos evitar el alto índice de fracaso que tienen las MIPYMES si se pusiera en práctica, pues en un 80% de estos mueren antes de los 5 años llegando a ser una variable que afecto al país que descendió en el ranking de competitividad a nivel mundial, pues estas ayudan al crecimiento del PIB llegando a emplear a 53 965 personas y sus ventas anuales estimadas en \$1 926 862 177 solo en la provincia. La investigación pudo determinar la competitividad como herramienta en la gestión comercial de las MIPYMES de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, son 41 213,

distribuidas en comerciales, producción, servicio y agrícolas por lo que es importante determinar las diferentes herramientas, que se utilizan para la gestión empresarial. Para realizar el respectivo análisis se utilizó el método de investigación cualitativa de carácter descriptivo, puesto que pretende determinar los distintos factores que ejercen e influencia en los MIPYMES y dentro de las técnicas de investigación se utilizó las encuestas en profundidad, documentación, observación directa cuestionarios por que mediante la investigación de campo se recogió diferentes criterios sobre los emprendedores y el emprendimiento, relacionado a emprendedor, cargo que ocupa, nivel educativo, formación académica, capacitación, gestión empresarial y con la utilización del enfoque nos permitió estar inmersos dentro de las MIPYMES para poder entender el modelo planteado con la relaciona la hipótesis de implementación para que desde esta manera estas organizaciones puedan diseñar su gestión empresarial con diferentes herramientas para mejorar la competitividad de las empresas de la ciudad de Ambato.

La información obtenida nos ayudó a analizar los aspectos mas esenciales sobre las diferentes variables que afectan a las MIPYMES, tanto internas a la gestión empresarial enfocándose en un correcto manejo de los inventario, además la constante innovación por parte de las mismas en su administración, procesos de comercialización, productos o servicios nuevos, mientras que las variables externas que se enfocan en varias subvariables que afectan indistintamente a todas las organizaciones como es el caso de políticas públicas, que ayudan para fortalecer el crecimiento y desarrollo de las MIPYMES, llamado por el gobierno Nuevo Código de la Producción.

Palabras clave: Competitividad; Gestión Empresarial; Herramientas; MIPYMES

Introducción.

Para entender el concepto de competitividad debemos basarnos a las diferentes teorías que lo definen que es la capacidad o habilidad que tienen las empresas tanto públicas como privadas para mantenerse en un ámbito económico aceptable o a su vez mejorar continuamente con el desarrollo de ventajas competitivas. Entre los primero pensadores que enmarcan el concepto de competitividad tenemos a (Smith, 1776) donde estipulan los conceptos de ventajas comparativas en las nuevas teorías de comercio entre países y empresas, estas organizaciones pueden establecer diferentes estrategias para establecer una ventaja sobre otras pero sobre todo solo sirve a una organización con fines de lucro sino que además puede servir para diferentes países ser más competitivos que otros aprovechando estas ventajas . La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Las políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. (Ricardo, 1900). La competitividad está fundamentada en las bases

microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional (Porter, 1991)

La Ventaja Competitiva de las Naciones (Porter, 1991) podemos hallar diferentes autores y conceptos que nos enfocan cada vez más en una teoría más explícita, la competitividad es un proceso que se encarga del diseño de ventajas competitivas tales como son establecer diferentes estrategias de innovación para poder llegar a más grupos objetivos, como está analizado las concepto de competitividad según varios Autores teorías en el Cuadro No.1 pero no solo se enmarcan en la mejora física y tecnológica de las empresas sino que se debe enfocarse en las necesidades del cliente además satisfacer los gustos y necesidades. Además, para que una empresa u organización sea competitiva debe establecer estrategias para poner a prueba las capacidades tecnológicas, informáticas, humanas y económicas de las mismas para tener un crecimiento de acuerdo a las capacidades del mercado

Cuadro 1. Conceptos de Competitividad.

Año	Autor	Título	Concepto
1981	Chesnais	El fin de un ciclo	Afirma que la competitividad es una medida de la capacidad inmediata y futura de un sector económico para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares a los ofrecidos por los competidores
1997	Henry Mintzberg	El Proceso Estratégico	Afirma que la competitividad empresarial es entendida como el logro de ventajas sostenidas en los mercados a través de estrategias de liderazgo dinámico y en constante adaptación a los cambios en los esquemas de las organizaciones y desarrollos tecnológicos
2012	Michael Porter	Ventaja Competitiva	Define la competitividad como la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos

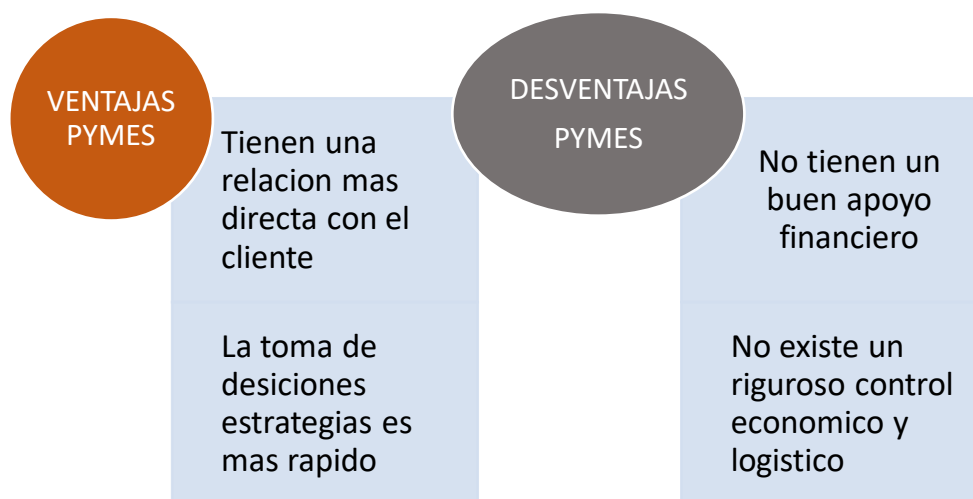
2011	Foro Económico Mundial	Informe Nacional de Competitividad	Define como la capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, por lo que es necesario desarrollar un clima económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción
1992	Leonard-Barton	Capacidad Básica Y rigidez de Núcleo	Sistema de conocimientos interdependientes que provee una ventaja competitiva y que posee cuatro dimensiones: conocimientos y habilidades de los empleados; sistemas Técnicos, que consisten en acumular, codificar y estructurar conocimiento tácito; sistemas de dirección que incluyen procedimientos formales e informales de crear y controlar el conocimiento
2013	Oyarce	Excelencia empresarial y competitividad	Podemos entender por competitividad de una empresa a la capacidad que tiene la empresa de ofrecer productos y servicios que cumplan ciertos estándares de calidad de los mercados locales y mundiales a precios competitivos y que provean un adecuado retorno por los recursos empleados o consumidos en la producción de estos
2012	Luna	Competitividad y factores de éxito en empresas	Indica que una empresa es competitiva, cuando tiene la posibilidad de mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico

Fuente: Equipo de investigación, 2018.

Según los diferentes conceptos de MIPYMES esta palabra proviene del acrónimo de mediana y pequeña empresa y tiene sus principales características que tienen pocos trabajadores o también sus ingresos son moderados en comparación con empresas grandes. Pero podemos basarnos de acuerdo con el número de trabajadores que si es de 1-10 trabajadores se lo considera microempresa, de 11-50 trabajadores se lo denomina pequeña empresa y si posee 50-250 trabajadores esta se lo llama mediana empresa, pero a más de esta en el país se lo puede clasificar de acuerdo al volumen de ventas realizado por las mismas. Pero a diferencia de las grandes corporaciones la MIPYMES deben tener un especial interés y protección por parte de estado ecuatoriano pues son piezas

fundamentales para la generación de nuevos empleos. Así mismo debido a su naturaleza debe tener beneficios impositivos, planes de créditos especiales y políticas tributarias que favorezcan el crecimiento de las mismas.

Figura 1. Ventajas y desventajas



Fuente: Equipo de investigación, 2018.

A las MIPYMES en el Ecuador se lo conoce como Micro, Pequeñas y Medianas empresas, así mismo para ser catalogadas en esta definición se toma como punto referencial diferentes variables tales como el número de trabajadores, ventas anuales y diferentes niveles de producción para las MIPYMES que se dedican a elaborar productos posteriores comercializarlos. Pero uno de los puntos más críticos ha sido el descuido a este sector económico del país que generen ventas anuales entre \$100.000 y \$1.000.000 que enfocan más en la comercialización de productos, agricultura, fabricación y prestación de servicios, además en el país están registradas 52 554 empresas y de las cuales 21 922 son MIPYMES que estas llegan a representar el 265 del PIB nacional que demuestran la importancia de este sector en el desarrollo económico del país (Huancavilca, 2017). Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) enfrentan varios obstáculos o problemas para adaptarse al mercado en constante cambio y obtener una posición competitiva favorable. El éxito o fracaso de esas empresas está íntimamente ligado a la economía nacional y, al mismo tiempo, son determinantes para el mantenimiento y crecimiento de la capacidad productiva del país (Rohvein, y otros, 2013)

En la vida de las Micro, pequeñas y mediana empresas encontramos innumerables problemas que se definen como problemas internos y externos, entre los problemas internos que presentan es que cuentan con poca especialización en administración o gestión empresarial ya que la mayoría de MIPYMES son dirigidas por una sola persona y esta cuenta con muy pocos auxiliares que no tienen experiencias previas al puesto. Otros de los problemas internos que presentan las micro, pequeñas y medianas empresas es la escasa o poca utilización de la tecnología ya que esta representa una fuerte inversión para las mismas que produce que su capacidad de producción sea bajo o se ralentice y en el

ámbito financiero estas cuentas con un capital reducido una baja capacidad de ahorro pues muchas veces se lo destina para la compra de materia prima, insumos pago de sueldos o mercadería por lo tanto la utilización de los servicios financieros es escaso o nulo

Sus problemas externos se enfocan en la competencia con empresas más grandes que cuentan con una fuerte inversión en materia de infraestructura, logística y financiera pues cuentan con menores costos de operación, eficientes procesos, niveles de inventarios altos y calidad de producto. Las cifras de fracaso de las MIPYMES son abrumadoras en cualquier país que se analicen. Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las MIPYMES fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de MIPYMES, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias MIPYMES y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables. (Claudio, 2005)

Es muy importante la creación desarrollo y crecimiento de las MIPYMES en el país ya que estas son factores claves en la creación de nuevos puestos de trabajos y tienen un peso fundamental en el crecimiento socioeconómico pues aportan al PIB, además estas son creadoras de nuevos avances tecnológicos y emprendimientos locales que pueden desarrollarse como estrategias de competitividad. Las MIPYMES entre sus cualidades es que al ser pequeñas pueden cambiar y adaptarse al entorno de cambio constante que sufren las empresas al existir en la economía de un país recesiones económicas o tiempos de bonanzas (Porrás Cardenas, 2016)

La parte más importante de las MIPYMES es su bajo coste de inversión por lo que pueden dinamizar la economía ya que pueden adaptarse a cualquier cambio, además en la mayoría de estas pequeñas y medianas empresas encontramos que existen a través de un patrimonio familiar. Sin dejar de un lado la responsabilidad medio ambiental las MIPYMES pueden ser supervisadas y adaptarse a manejos sustentables de los recursos e insumos que generan (Porrás Cardenas, 2016).

Herramientas de gestión empresarial

La gestión es parte esencial de la gestión administrativa o de cualquier organización para llegar a sus objetivos y metas pues para obtener una correcta planificación de los sistemas en una empresa son necesarias una serie de herramientas de informáticas para optimizar sus tiempos de prestación de servicio, transformación de productos y la distribución al consumidor final. Entre estos sistemas de gestión tenemos los Modelos y Sistemas de Gestión (Del Salto, 2015)

En estos sistemas vamos a obtener mejores resultados a la hora de controlar los procesos y actividades de una organización para esto vamos a utilizar sistemas informáticos donde nos ayuden a: automatizar procesos, gestionar todas las áreas de la empresa, alinear objetivos y metas empresariales para maximizar ganancias a menor tiempo (Del Salto, 2015); las herramientas de gestión empresarial las describimos a continuación:

Balanced Scorecard

Esta es una herramienta de gestión en ya que con esta vamos a medir el cumplimiento de los objetivos estratégicos planteados a través de un software de indicadores el desempeño global de la organización y entre las principales variables que controla los sistemas son: costos, calidad del producto o servicios, procesos y manejo de talento humano.

Calidad Total

Es un estilo de gestión empresarial que involucra a todos los trabajadores de una empresa con el mejoramiento de la calidad y procesos de la que se efectúan dentro de una organización, esta herramienta de gestión empresarial indica que todos los integrantes buscan mejorar la calidad de procesos constante y gradualmente pero no solo enfocados en el producto sino también en los procesos, satisfacción del cliente y la mejora continua de la relación con los proveedores.

Reingeniería de procesos

Esta es una técnica o herramienta que nos sirve para reinventar de rediseñar procesos dentro de las empresas con el fin de cambiar los esquemas de funcionamiento como: la organización los empleados, los insumos la atención al cliente; Pero para su funcionamiento no se basa solo en hacer pequeñas correcciones sino también establecer nuevos procesos y organizadores con inversión en un sistema de automatización para mejorar a la organización

Empowerment

En esta herramienta lo que se desea es delegar y transferir autoridad a trabajadores o departamentos de la empresa para darles autonomía y las mismas puedan tomar o elegir decisiones importantes sin tener que pedir autorización a los jefes departamentales.

Benchmarking

Esta es una herramienta muy utilizadas por muchas empresas que consiste en el seguimiento y comparación de productos similares o empresas que se dedican a la misma actividad económica mientras que el fin de esta técnica es realizar un análisis sistemático y minucioso de nuestros productos con los de la otra empresa.

Mientras que la aplicación de las herramientas y podremos tomar los puntos fuertes de nuestra competencia y aplicarlos a la de nosotros, ya que con esto no solo significa copiar sino detectar los errores de nuestro producto o servicio y tomando en consideración las diferentes teorías de la gestión empresarial como podremos apreciar en el Cuadro 2, se analiza principios y métodos de gestión científica donde se enfoca a la gestión de los trabajadores y la responsabilidad, la estructura de las funciones y los principios de las empresas, para lograr el aumento de la productividad y competitividad, y cumplir con los objetivos establecidos.

Cuadro 2. Diferentes teorías de la gestión empresarial.

Año	Autor	Título	Concepto
1911	Frederick Winslow Taylor	Principios y métodos de gestión científica	Afirma que la teoría científica de gestión empresarial puede aplicarse en todos los aspectos sociales donde la gestión debe enfocarse a favor de los trabajadores y al mismo tiempo la responsabilidad tiene que ser igual tanto entre los empleados y la dirección
1916	Henry Fayol	Enfoque funcional	Hace énfasis en la estructura y las funciones que debe tener una empresa para ser eficiente y entra los principios de organización dirección planeación y control por lo que se empieza a emplear la jerarquización de funciones, la división de trabajo para mayor eficacia en la producción y un salario justo
2000	Vargas Zúñiga	De las virtudes laborales a las competencias	La lógica de la administración científica, orientada a la minimización de los tiempos y movimientos necesario para producir, facilitó que las habilidades demandadas a los trabajadores se
		clave: un nuevo concepto para antiguas demandas	centraran en la puntualidad y confiabilidad, enmarcadas en un ambiente caracterizado por la economía de tiempos o de habilidades y destrezas que configuraba los puestos de trabajo
2001	Julio García del Junco, Francisca Martín Jiménez y Rafael Periañez	Administración y Dirección	La gestión empresarial como es el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización”.
2002	Reinaldo O. Da Silva	Teoría de la administración	Define la Gestión empresarial como “un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización”.
2004	Harold Koontz y Heinz Weihrich	Administración: una perspectiva global	La administración o gestión empresarial es “el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”.

2012	Idalberto Chiavenato	Teoría General de la Administración	Define la gestión empresarial como “el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.”
2015	Maria Sanchez Garcia	Nuevas tendencias de Gestión Empresarial	Es definir la forma en las que las actividades de las organizaciones logran el aumento de la productividad y competitividad, y cumplir con los objetivos establecidos, esto a través de la aplicación de las cuatro fases del proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control.
2018	Jose Luis Marin	Tendencias en Gestión empresarial	Las nuevas tendencias será una oportunidad perfecta para mejorar la gestión empresarial en cuatro elementos básicos: procesos para el aumento de la productividad y reducción de costes, colaboración entre las áreas y los trabajadores con herramientas digitales, toma de decisiones más rápidas y oportunas con los retos correspondientes y, finalmente, proporcionar a los clientes experiencias cada vez más originales y únicas.

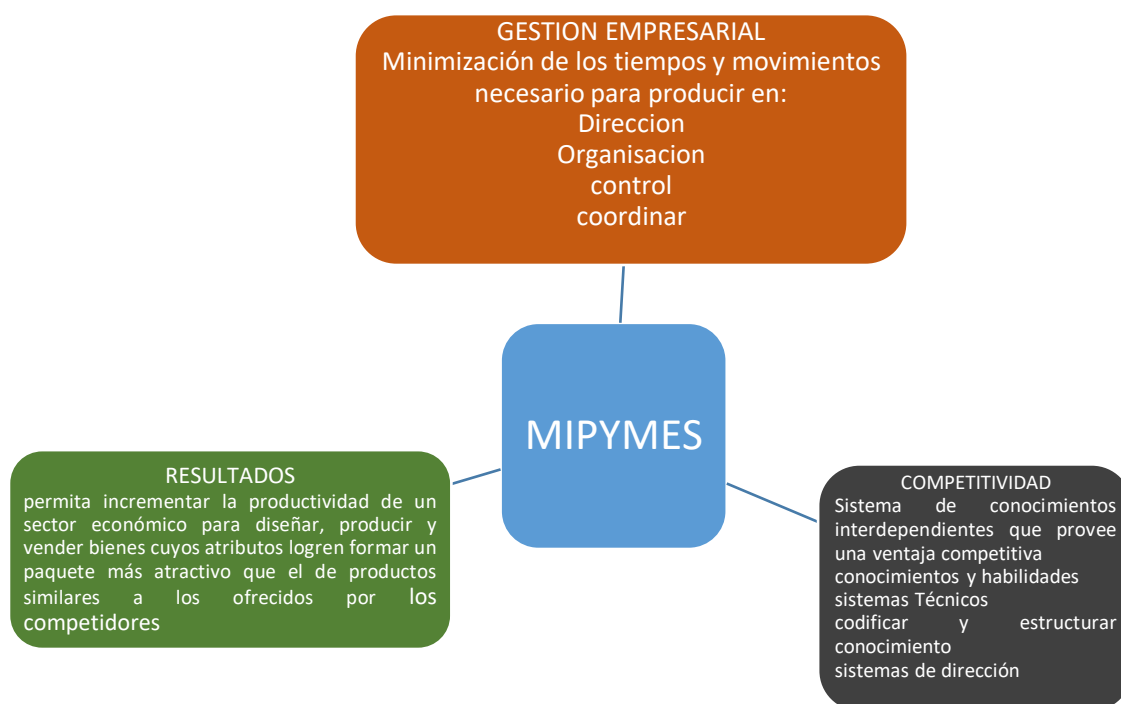
Fuente: Equipo de investigación.

Enfoque sistema de gestión Empresarial y la competitividad en las MIPYMES

Introducctoria

La gestión empresarial en las organizaciones es muy importante pues nos ayudara a mejorar la productividad y competitividad de la empresa o MIPYMES, para una buena gestión administrativa o financiera es necesario manejar y gestionar correctamente varios factores como es el caso de financieros, logísticos, productivos y humanos (Editorial Definición MX, 2013). Así pues en la gestión empresarial tenemos cuatro factores claves como la planificación que se encarga de gestionar los procesos productivos o de comercialización, la organización pieza fundamental para el desarrollo de una correcta gestión del talento humano para optimizar tiempos, la dirección que se encarga de mantener un buen entendimiento entre los departamentos y sus administradores, por ultimo tenemos el control que es una herramienta para los administradores puedan cuantificar ganancias y tiempos exigidos para la comercialización como esta en la figura N°2 donde se engloban todas estas herramientas para obtener resultados (Ucha, 2016).

Figura 2. MIPYMES Y ENFOQUES



Fuente: Equipo de investigación, 2018.

Métodos.

Se empleará un tipo de investigación cualitativa de carácter descriptivo, puesto que se pretende determinar los distintos factores que ejercen influencia en el emprendimiento en MIPYMES. Afirma (Bonilla, 1997), la investigación cualitativa intenta hacer una aproximación global a las situaciones sociales para explorarlas, definir las y comprenderlas de manera inductiva, es decir, a partir del acercamiento al conocimiento e interpretación que tienen las personas de sí mismas y no a partir de hipótesis formuladas por el investigador externo. Acercarse así a la comprensión de estas interpretaciones permitirá conocer las razones de la acción de las personas.

Se opta por desarrollar una investigación cualitativa no experimental, transeccional descriptivo, ya que tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. Para los efectos de la presente investigación, la muestra será del tipo no probabilística ya que se seleccionará de forma arbitraria.

Para desarrollar, sustentar y profundizar el presente estudio de investigación acudiremos a las siguientes fuentes de información que a continuación detallamos:

Investigación bibliográfica o documental

La investigación se basó: investigación bibliográfica el cual nos ayudó a obtener información relacionada la MIPYMES, secundaria con documentos científicos tales como; libros, revistas, informes técnicos, tesis de grado, monografías, Internet, y toda aquella información que se requiera para tener una idea clara de lo que investigo.

Investigación de Campo

Para la elaboración de la investigación fue necesario realizar una investigación de campo ya que nos proporcionó información primaria para tener la realidad de estudio y obtener información sobre el problema a ser investigado.

Investigación Exploratoria

El propósito por el cual se realizará este tipo de investigación es, como su nombre lo indica, explorar, buscar e indagar sobre todo lo relacionado con el problema objeto de estudio, para tener una idea precisa del mismo.

Segmentación de fuentes de información

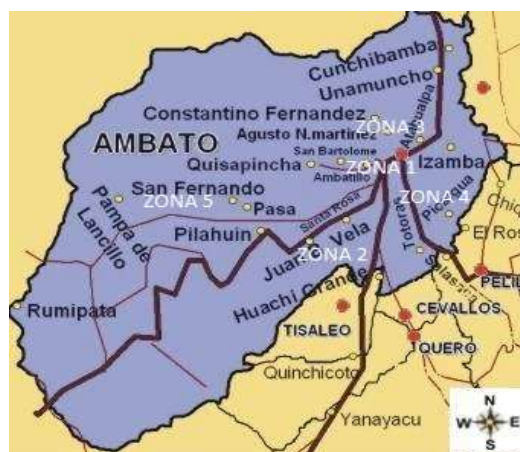
Segmentación del público objetivo

El segmento objetivo de la investigación de mercado es las MIPYMES, residente en la ciudad de Ambato, que corresponde a todos los emprendimientos.

Geográfica

Provincia:	Tungurahua		
Ciudad:	Ambato		
Zonas:			
Zona 1:	Centro		(379 MIPYMES)
Zona 2		Sur	(47 MIPYMES)
Zona 3		Norte	(88 MIPYMES)
Zona 4		Suroriente	(84 MIPYMES)
Zona 5		Occidente	(43 MIPYMES)

Figura 3. Zonas Grupo Objetivo



Fuente: Equipo de investigación, 2018.

El tamaño del universo de la presente investigación es Finito, debido a que las personas que conforman nuestra población están definidas en base a características determinantes

tales como son: su estado de salud y la ubicación de su vivienda permanente. Para el objetivo de este estudio se ha tomado en cuenta a la población de MIPYMES de la ciudad de Ambato con un total de 756 organizaciones y la información que nos brinda el INEC. Dado que en el segmento objetivo que hemos determinado en la selección del segmento de mercado, vamos a tomar en cuenta con variables de situación económica

MIPYMES DE LA CIUDAD DE AMBATO 756 EMPRESAS

Cálculo de Muestra con Población Segmentada, Delimitación de la población MIPYMES registradas en el censo económico del INEC del Cantón de Ambato, Tipo de muestra, El tipo de muestra a utilizarse en este estudio es probabilístico.

Tamaño de la muestra

N= tamaño de la población =756

n= será el número de la muestra tomada para la aplicación de las encuestas

p=éxito = 0,9

q=fracaso = 0,1

e²=Error en la proporción de la muestra, se considera un = 5%.

z₂=nivel de confianza del 95% o 1.96

$$n = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} =$$

$$n = 255 \approx 255 \text{ encuestas}$$

Según la fórmula aplicada y tomando en cuenta el margen de error del 5% nos arroja como resultado que el tamaño de la muestra que se va a encuestar es de 137 personas.

Proceso de selección.

La selección de la muestra que se hará es de tipo probabilístico y el procedimiento a utilizarse es de forma aleatoria porque se obtendrá al azar, es decir, que todo número tenga la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de uno no dependa de la elección del otro.

Definición de herramientas de investigación (Encuestas – fichas, etc.)

La encuesta está basada en un cuestionario de veinte preguntas para poder recoger las diferentes opiniones por parte de la muestra de 255 MIPYMES que se encuentran repartido en toda la zona de Ambato y el objetivo principal de las mismas es Identificar las herramientas de gestión empresarial para determinar la competitividad en el sector MIPYME de la ciudad de Ambato posteriormente con los resultados obtenidos vamos comprobar la hipótesis de la propuesta y si es que existe una correlación o es nula la correlación.

Resultados.

Para entender mejor el análisis de las diferentes variables se estimó una encuesta con 20 preguntas las cuales se distribuyen en una muestra de 255 MIPYMES pertenecientes a la ciudad de Ambato validando diferentes aspectos organizacionales de la empresa así como la gestión empresarial que están enmarcadas en diferentes operaciones de la organización y de acuerdo al Análisis de fiabilidad o Análisis de Cronbach tenemos un 0.99 de resultados que muestran la aceptación de las MIPYMES para enfocarse en la competitividad como herramienta de gestión como se detalla en el cuadro N°3.

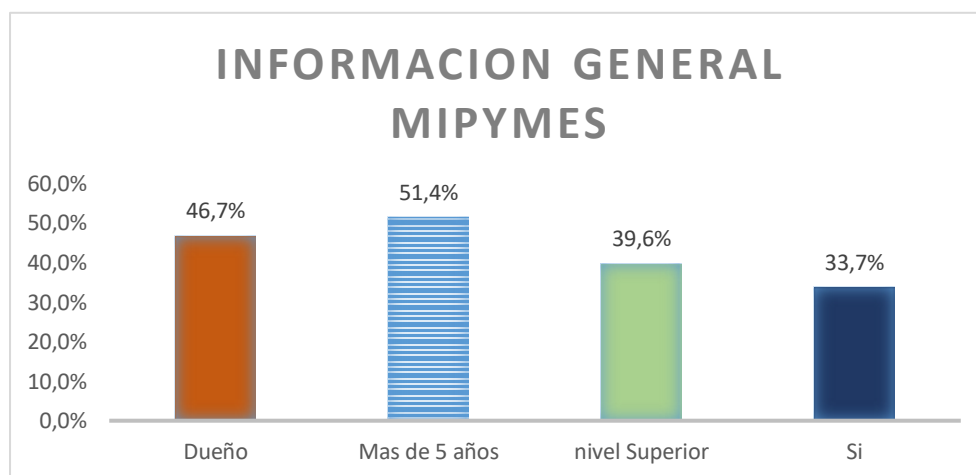
Cuadro 3. Análisis de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,225	,099	15

Fuente: Equipo de investigación.

Cuadro 4. Análisis de la situación general MIPYMES

RESULTADOS ANALISIS ENCUESTAS INFORMACION GENERAL MIPYMES



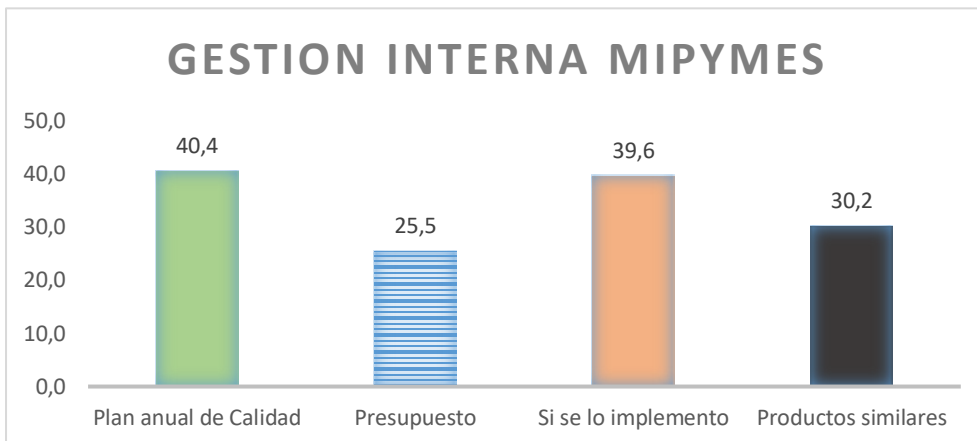
Fuente: Equipo de investigación.

La información general que nos dio como resultado de la encuesta al grupo objetivo es que existe un número alto de quien se encarga de dirigir a las MIPYMES es el dueño con 119 personas que corresponde al 46.7 %, así mismo se tiene a que las personas encuestadas tiene un mayor nivel de estudios para dirigir a las empresas con el 39.6% tiene estudios superiores o 101 personas as mismo las MIPYMES tienen en cuenta implementar capacitaciones futuras para sus miembros con el 33.7% u 86 personas en

comparación de otras respuestas por ultimo 131 organizaciones tienen más de 5 años de existencia con 51.4%.

Cuadro 5. Análisis de la Gestión Interna MIPYMES

GESTION INTERNA MIPYMES

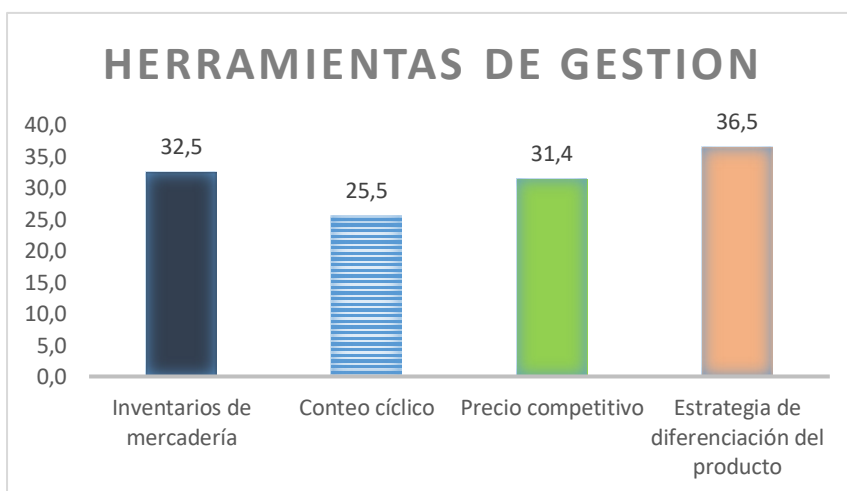


Fuente: Equipo de investigación.

Para establecer la gestión interna de la MIPYMES se ha validado diferentes variables como es el caso de la gestión de calidad que es del 40.4% o 103 empresas tienen un Plan Anual de Calidad, mientras que las decisiones financieras se basan de acuerdo al presupuesto con 65 respuestas favorables o el 25.5% así mismo tenemos que las empresas para constituirse formalmente implementaron políticas empresariales con el 39.6% o 101 empresas por ultimo para determinar un precio al producto se basa en productos similares con el 30.25 o 77 MIPYMES.

Cuadro 6. Herramientas para la Gestión Interna MIPYMES

HERRAMIENTAS DE GESTION EMPRESARIAL EN LAS MIPYMES



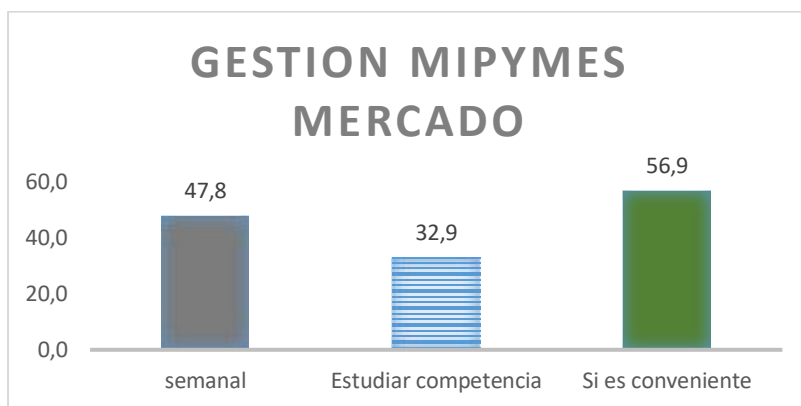
Fuente: Equipo de investigación.

Para tener un correcto manejo la mayoría de las empresas utiliza el inventario de mercaderías como su principal herramienta con el 32.5% u 83 empresas, para el abastecimiento de

nuevos insumos las MIPYMES utilizan el conteo cíclico con un 25.5% o 65 empresas como herramienta, mientras para poder comercializarles utilizan la estrategia de precios competitivos en su mayoría para atraer nuevos clientes con el 31.4% u 80 empresas lo implementan, por último la mayoría de empresas implementan estrategias competitivas como es el caso de diferenciación del producto con el 36.5 o 93 empresas en comparación con otras respuestas.

Cuadro 7. Gestión externa MIPYMES

GESTION EMPRESARIAL MIPYMES EN EL MERCADO

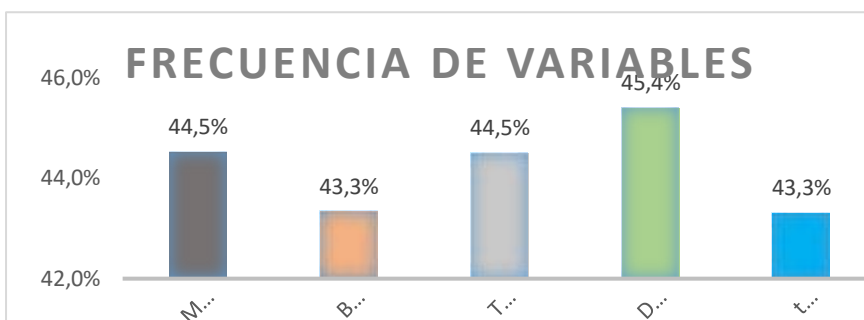


Fuente: Equipo de investigación.

Para darnos una idea del inventario de las MIPYMES la mayoría de empresas realiza un inventario semanalmente con un 47.8% o 122 empresas que lo realizan así mismo para estas empresas encontrar nuevos clientes y nichos de mercado utilizan el estudio a la competencia o Beachmarketing para lanzar nuevos productos con el 32.9% de u 84 empresas por último los propietarios de las MIPYMES creen que si es conveniente establecer convenios con la banca privada para la facilitación de más microcréditos con el 56.9% o 145 opiniones.

Cuadro 8. Frecuencia de estrategias y políticas gubernamentales a favor de las MIPYMES

RESULTADO DE VARIABLES ESCALA DE LIKERS



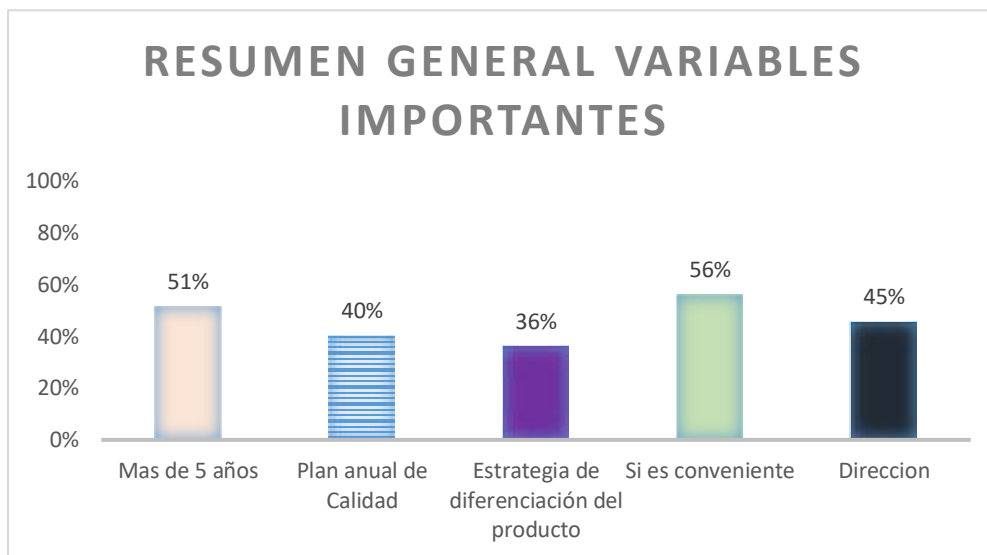
Fuente: Equipo de investigación.

Para analizar las diferentes respuestas en base a la escala de Likert de analizaron como respuestas multivariantes pues la frecuencia que emplean las estrategias competitivas las MIPYMES es que siempre utilizan el Mejoramiento de producto con un 44.5%, mientras

que se emplean la variable de Dirección para mejorar los procesos administrativos y maximizar el tiempo con un 43.3% de empresas, así mismo las personas encuestadas opinan que es conveniente entablar convenios con la banca privada para así fortalecer la economía de las MIPYMES con un 44.5% totalmente acuerdo, para las personas encuestadas estarían dispuestas a utilizar el Beachmarketing con el 45.4% para mejorar el producto que comercializa por último la reducción del impuesto a la renta ayudaría bastante a las MIPYMES como una política gubernamental de ayuda con un 43.3% de personas encuestadas.

Cuadro 9. Resumen Variables más sobresalientes.

RESULTADO GENERAL DE VARIABLES MAS IMPORTANTES



Fuente: Equipo de investigación.

Como resumen general tenemos que la mayoría de empresas que corresponden el 51% o 131 MIPYMES tiene más de 5 años de existencia, así mismo su gestión de calidad se basa en un plan anual que lo emplean el 40% o 103 empresas, mientras que el 36% ósea 93 empresas utiliza la estrategia de diferenciación de productos y con un 45.4% de respuestas nos arroja que falta más políticas gubernamentales de apoyo a las MIPYMES con reducción de impuestos y facilidades de microcréditos para poder fortalecer este segmento de empresas y aportar a la dinamización de la economía del país

Discusión.

Analizado las encuestas podemos ver que las personas que representan a las MIPYMES están conscientes de la importancia de la implementación de las diferentes herramientas de gestión administrativas que ayudarían en un mejor rendimiento en cuanto a tiempos y procesos de producción o comercialización, se aplicó un sondeo en el ámbito interno y externo de la empresa para llegar a un correcto análisis de variables tanto dependientes e independientes que dan como resultado la factibilidad de la hipótesis que vamos a trabajar con la hipótesis de investigación que es $H=1$ donde nos muestra el resultado de correlación entre variables que se lo realizo en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua

Los resultados generales nos demuestran que la mayoría de las MIPYMES fueron establecidos como parte de personas innovadoras que desean aportar al crecimiento económico del país y que corresponde a 756 empresas en la ciudad de Ambato y que 101 personas o el 39.6% encuestadas tiene un estudio universitario, asimismo de la encuesta nos da resultado que 119 o 49.7% de empresas son dirigidas por dueños mientras, su existencia es de más de 5 años con 131 o el 51% de MIPYMES A través del análisis cuantitativo se obtuvo información relacionada a la gestión empresarial interna con herramientas de gestión de calidad, aplicando una planificación y cumpliendo con normas del país para asegurar la calidad, muchas empresas desean implementar un sistema informático donde puedan controlar mejor sus inventarios para así poder evitar el deterioro de los mismos; En el ámbito externo es muy importante estudiar a la competencia y fijar sus precios de acuerdo a la competitividad del mercado y que tienen la pre disponibilidad de implementar nuevas estrategias de mercado para poder mejorar la competitividad con el 56.9% de personas encuestadas

Este porcentaje nos da la pauta para empezar en un nuevo enfoque hacia las MIPYMES con estrategias comerciales y de gestión, dedicado a este segmento que aporta al PIB del país, Además encontramos que por parte de políticas gubernamentales falta mas apoyo a este segmento pues no tienen una información y capacitación eficaz por parte de entes estatales y se necesitaría establecer alianzas estratégicas con el sector financiero del país.

Cuadro 9. Frecuencia de estrategias y políticas gubernamentales a favor de las MIPYMES

Relación de Spearman Variable Dependiente – Variable Independiente

Correlaciones					
		La empresa ha considerado capacitaciones o mejoras de conocimientos de gestión empresarial, administración, competitividad, administración de inventarios, de MIPYMES y afines	La MIPYME cuenta con un sistema de Gestión de calidad que aseguren la satisfacción del cliente al momento de comprar el producto	Qué aspectos considera la política interna de la organización al momento de la toma de una decisión financiera o de inversión	Qué factores afectan al momento de establecer el precio al producto o servicio que comercializa la empresa
Rho de Spearman	Sus productos tienen alguna estrategia de comercialización que permitan atraer a clientes.	-,048	,070	,041	-,013
	Ud. alguna vez ha implementado algunas estrategias competitivas aplicadas por otras empresas y o piensa aplicarlas en su MIPYME	-,121	,031	-,104	,043
	cuentan con alguna herramienta de Negocios que les permitan encontrar otros nichos de mercado rentable	-,053	,141	,014	,033
	Considera Ud. que se deben establecer convenios entre el sector empresarial MIPYME y las Instituciones de Financieras del país para facilitar la aprobación de microcréditos que ayuden a dinamizar la economía	-,028	-,190	,027	,023

Fuente: Equipo de investigación.

Para medir la relación competitividad gestión empresarial por parte de las MIPYMES tenemos el cuadro de correlación de Spearman presentado en el cuadro N°9, tomadas las variables dependientes e independientes donde -1 es una correlación grande y perfecta hasta una correlación negativa y baja mientras que si la correlación es 0 tenemos que no existe correlación o es nula, mientras que dese 0.01 hasta 1 existe una correlación entre las variables dependientes e independientes por lo que en general tenemos una correlación positiva baja ya que la mayoría se encuentra en un rango moderado relacionando la gestión empresarial en las MIPYMES con un bajo desempeño de competitividad.

Tenemos la percepción de la correlación positiva de 0.23 cuando se relacionan las variables de que factores toman en cuenta las MIPYMES para establecer un costo de producto o servicio con la dinamización de la economía a través de convenios con el sector financiero ya que si esta se otorga deben aumentar el precio para cumplir con la obligación. La correlación positiva entre las variables de la toma de decisión financiera de inversión y el establecimiento de convenios con el sistema nacional bancario es de 0.27 que tiene un nivel moderado. Para las variables que si las MIPYMES cuentan con estrategias de nichos de mercado se relaciona con el 0.33 que es un nivel moderado aceptable con la variable de que factores afectan a la toma de decisión del valor de un producto pues al ingresar en un nicho de mercado el precio debe ser bajo. Por último, la correlación positiva más alta se da con el 0.43 entre las variables que si algún rato ha aplicado alguna estrategia competitiva utilizado en la competencia y la selección de las estrategias para determinar el precio de un producto o servicio que nos dio una relación moderada alta pues se puede establecer un precio referencial tomado de la competencia

Conclusiones.

- Podemos definir que las MIPYMES son pieza fundamental en la economía del país ya que aporta con la dinamización de la economía pues aporta al PIB y genera muchas fuentes de trabajo, pero como toda empresa presenta problemas internos y externos por lo que su porcentaje de fracaso es alta con el 80% antes de ser rentable por lo que la aplicación de diferentes estrategias ayudaran a la competitividad como es el caso de mejoras de la gestión administrativa, implementación de sistemas informáticos y un mejor control de inventarios para mejorar procesos y productos.
- A través de la segmentación de las MIPYMES existentes en la ciudad de Ambato que son 756 empresas la mayoría de las empresas están ubicados en el casco urbano de la ciudad con 379 empresas por lo que demuestra que la economía de la ciudad es ideal para la inversión por parte de personas naturales o jurídicas, pero se debería implementar estrategias de competitividad para poder establecer un mayor desarrollo de las MIPYMES
- Mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos o encuestas, la tabulación de los resultados y su posterior análisis podemos apreciar que la mayoría de MIPYMES tiene una existencia superior a 5 años o 131 empresas y mayoritariamente es administrada por sus dueños con 119 personas mientras que 101 personas poseen un título universitario tanto así que están en busca de nuevas

oportunidades de capacitación acerca de la mejora de la gestión empresarial.

- Las personas encuestadas están de acuerdo en la utilización de diferentes herramientas para mejorar sus controles de inventario, los procesos MVNMMN gestionando con mayor eficacia los insumos y talento humano para así mejorar la competitividad en las MIPYMES
- Las MIPYMES por lo general para implementar estrategias de competitividad utilizan el mejoramiento continuo de los productos y servicios que comercializan pues de las opiniones obtenidas 86 personas tienen la continua capacitación en gestión empresarial y encontramos que 103 empresas tienen sistemas de gestión de calidad como un plan anual y las 52 empresas que comercializan productos de consumo se rigen de acuerdo a la normativa INEN. Siguiendo este parámetro fijan sus precios de acuerdo a la oferta y la demanda del mercado
- Por lo tanto, para mejorar sus estrategias de comercialización se puede evidenciar por las opiniones del 43.3% de personas encuestadas que falta más apoyo por parte de políticas públicas en brindar asesoría, capacitaciones y un mejor programa de ayuda a las MIPYMES evitando el consumo de productos importados que ayudaría al productor nacional.

Referencias Bibliográficas

- Bonilla, E. (1997). Más allá del dilema de los métodos. Buenos Aires: Norma.
- Claudio, S. (1 de Noviembre de 2005). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/por-que-fracasan-las-pymes/>
- Del Salto, L. (27 de Abril de 2015). ISOtools. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/04/27/principales-herramientas-de-gestion-empresarial-funcionamiento-y-caracteristicas/>
- Editorial Definición MX. (25 de 07 de 2013). Definición MX. Obtenido de Definición MX: <https://definicion.mx/gestion-empresarial/>.
- Huancavilca, R. (27 de Septiembre de 2017). Radio Huancavilca. Obtenido de Radio Huancavilca: <https://radiohuancavilca.com.ec/cifras/2017/09/27/las-pymes-representan-42-del-total-delas-empresas-del-ecuador/>
- Molina, S. R., Lopez, S. A., & Contreras, S. R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 59-72.
- Oyarce, J. (2013). Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera? *Panorama Socioeconómico*, 58-63.
- Porras Cardenas, J. (16 de Mayo de 2016). El Nuevo Diario. Obtenido de <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/392282-importancia-pymes-economia/>
- Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones .

- Ricardo, D. (1900). Las Ventajas comparativas.
- Rohvein, C., Paravie, D., Urrutia, S., Roark, G., Nunes, D., & Ottogalli, D. (2013). METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES. *Revista Ciencias Estratégicas*, 49-68.
- Santamaria Peraza, R. (2017). Factores críticos de la gestión de la calidad determinantes del éxito sostenido. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 105-118.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones.
- Tamayo, Y., & Agudelo López, E. (2015). Análisis teórico en la construcción de herramientas de competitividad empresarial. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 46-52.
- Ucha, F. (3 de Agosto de 2016). Definicion Abc. Obtenido de Definicion Abc: <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>

Para citar el artículo indexado.

Padilla M., Mejía C. & Quispe A. (2019) La Competitividad como Herramienta de Gestión Empresarial de las MIPYMES Comerciales de la ciudad de Ambato. *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 138-160. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/381/829>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.

