



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 460-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

Año: X

Número: Edición Especial.

Artículo no.:22

Período: Diciembre 2022.

TÍTULO: Potencial de empresas comercializadoras y envasadoras de agua en Santo Domingo, Ecuador.

AUTORES:

1. Máster. Mario Javier Cabezas Arellano.
2. Máster. Héctor Omar Samaniego Salcán.

RESUMEN: El estudio está basado en la metodología del Banco Interamericano de Desarrollo que sirve para evaluar la competitividad y el potencial de la principal empresa envasadora de agua de Santo Domingo, considerándose variables como gestión estratégica, servicios y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistema de información. Se concluye que estas empresas obtuvieron calificaciones altas en servicios y operaciones, contabilidad y finanzas, sistemas de información y talento humano, evidenciándose mejorar radicalmente en aspectos como implementación de estrategias, análisis de resultados, evaluación del sector, estudios de mercado, aplicación de indicadores financiero, manejo adecuado de desechos e innovación constante de productos y servicios, y al fortalecer estos aspectos, las empresas alcanzarán un desarrollo sostenido con más alto potencial.

PALABRAS CLAVES: potencial, desarrollo, talento humano, envasadoras, comercializadoras.

TITLE: Potential of water marketing and bottling companies in Santo Domingo.

AUTHORS:

1. Master. Mario Javier Cabezas Arellano.
2. Master. Héctor Omar Samaniego Salcán.

ABSTRACT: The study is based on the methodology of the Inter-American Development Bank, which is used to assess the competitiveness and potential of the main water bottling company in Santo Domingo, considering variables such as strategic management, services and operations, quality assurance, marketing, accounting and finance, human talent, environmental management, and information system. It is concluded that these companies obtained high ratings in services and operations, accounting and finance, information systems and human talent, showing radical improvement in aspects such as implementation of strategies, analysis of results, evaluation of the sector, market studies, application of financial indicators, proper waste management and constant innovation of products and services, and by strengthening these aspects, companies will achieve sustained development with higher potential.

KEY WORDS: potential, development, human talent, packers, marketers.

INTRODUCCIÓN.

Toda empresa o negocio que pretenda posicionarse en el mercado donde se desenvuelve, debe evaluar las variables que repercuten en gran medida en la competitividad, para que en base a los resultados arrojados, se puede establecer acciones y directrices que permitan maximizar los niveles de competitividad, siendo fundamental que los esfuerzos se direccionen en el aseguramiento de la calidad, diseño y ejecución de estrategias e innovación constante de productos y servicios, generando una importante diferenciación con los competidores actuales y potenciales (Porter, 2015).

La competitividad de las compañías se fundamenta en tres grandes niveles, el primero de ellos se refiere a la competitividad de cada país, enfocándose en la estabilidad económica, la facilidad de

acceso a la adquisición de bienes y servicios, y a mercados internacionales, y por último, las regulaciones del sector; el segundo se refiere a la infraestructura regional en la cual se desenvuelve la empresa, y el último, se fundamenta en las acciones internas para potencializar la competitividad (Horta & Jung, 2002).

En otro sentido, para Franch & Chávezt (2017), la competitividad es primordial para el desarrollo sostenido de una compañía; permite diseñar aspectos diferenciadores con un país, región, sector, empresa o negocio, con el fin de mejorar la captación de clientes, y por ende, el posicionamiento en el mercado objetivo donde se desarrolla, enfocándose en el aseguramiento de la calidad con una mejora ostensible de los procesos, organización, gestión y planificación de actividades, que permitan alcanzar un crecimiento integral.

Todos los agentes económicos deben contribuir en la maximización de la eficiencia del funcionamiento de los mercados, elevando los niveles de competitividad, como condicionamiento para alcanzar un importante desarrollo sostenido de la economía de mercado; en base a que todos y cada uno de los competidores promueven la productividad de los factores económicos de una región o país, pero impulsados por elementos innovadores que contribuyan a maximizar la satisfacción de los clientes (Marín, 2018).

Para impulsar drásticamente el mejoramiento de la competitividad, es primordial que se desarrolle una eficiente administración (Dosi, 1988), pero sin descuidar elementos importantes tales como la capacidad para generar nuevos sistemas y procesos de producción, potencializar la productividad, ampliar el capital de trabajo e inversión, reducción de costos con integración vertical, y potencializar la innovación a través de la investigación y desarrollo de nuevos productos (Padilla, 2006).

Varios estudios sobre competitividad se enfocan en dos corrientes, así Nara et al.(2019) señalan, que la primera se fundamenta en la respuesta de las compañías a sistemas económicos abiertos, los cuales están influenciados por factores externos que no pueden ser controlados por las empresas, y en lo

referente a la segunda, se distingue la teoría de los recursos y capacidades de las compañías, señalando que los logros en competitividad son la resultante de todos los esfuerzos, capacidad y gestión, que estas desarrollan diferenciándose de la competencia.

En lo que respecta a la evaluación y cuantificación de la competitividad desde la óptica financiera, existen un sin número de metodologías, que se enfocan principalmente en los indicadores de rentabilidad, solvencia y endeudamiento (Kim et al., 2008), pero algunos autores estiman que estos indicadores son insuficientes, ya que excluyen otros factores que tienen una importante injerencia en la competitividad y no necesariamente son medibles, porque sostienen el enfoque cualitativo que tendría que considerarse (Zahra et al., 2007; Okamuro, 2007). Al respecto (Rubio & Aragón, 2006), estiman que los indicadores a utilizarse para medir la competitividad son: tecnología, innovación, mercadotecnia, recursos humanos, gestión, finanzas, cultura y calidad.

Algunos de estos indicadores también son considerados por Gómez et al. (2006), que además incluyen la producción, la logística y la capacidad empresarial, como aspectos relevantes para fortalecer la competitividad, y que además, se convierten en factores diferenciadores de la competencia, permitiendo cuantificar el nivel de inversión, así como los riesgos y expectativas de crecimiento y posicionamiento en el mercado objetivo. En otro estudio, Martínez et al. (2009), estimaron que los indicadores de mayor influencia en la competitividad son los relacionados con el ambiente, la tecnología, la calidad, la innovación, el compromiso, la gestión, la internacionalización con acceso a nuevos y diversos mercados, y la opima fusión del financiamiento propio y con acreedores.

La competitividad a nivel macro se sostiene en varias políticas, los esfuerzos de un estado deben direccionarse a alcanzar un desarrollo económico sostenido, teniendo como ejes primordiales a la educación, la salud y la inversión pública, potencializando así la creación de ventajas competitivas; por otra parte, la competitividad a nivel micro tiene como ejes a la gestión financiera, la calidad, la innovación, el marketing, el desarrollo del talento humano, el liderazgo en ventas, entre otros; las

empresas deben ser productivas, eficientes, y adaptables a nuevas condiciones, asegurando la calidad en aras de la satisfacción de los clientes (Flores, 2008).

La innovación, para Schumpeter (2015), es primordial, para que el capitalismo alcance un desarrollo sostenido, lo cual es considerado y ampliado, si una empresa pretende ser más competitiva en su mercado objetivo; debe inmiscuirse en desarrollar elementos innovadores, aspecto que también coinciden (Díaz et al., 2019). En cualquiera de los casos, la innovación cobra un papel primordial para que las empresas que requieren abrir o permanecer en un mercado desarrollen productos y servicios que satisfagan plenamente las necesidades de los clientes, considerando para tal efecto una profunda transformación en todo ámbito y que las distinga de la competencia, permitiéndoles alcanzar, maximizar sus ingresos, y los niveles de rentabilidad (Michel & Barragán, 2018).

En lo que respecta a competitividad, el Banco Interamericano de Desarrollo promueve que las variables a considerar son: gestión estratégica, servicios y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización de servicios, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de información. Esta metodología también ha sido utilizada por Franch & Chávez (2017), así como por Mejía et al. (2019) y Ramírez et al. (2018); en todos estos estudios, se concluye que los factores con mayor repercusión en la competitividad son la calidad, y la flexibilidad de la producción e innovación.

América Latina posee una amplia variedad de PYMES, estas son vitales para el diseño y ejecución de estrategias que potencialicen el crecimiento y desarrollo económico, debido fundamentalmente a su contribución en la generación de empleo (Zamora-Torres & Fávila, 2019). Las PYMES latinoamericanas son muy heterogéneas, en primer lugar, se encuentran microempresas que se crearon para satisfacer necesidades de autoempleo, y que normalmente tienen un manejo empírico e informal, poca o nula internacionalización, complicaciones para ser sujetos de crédito y limitaciones técnicas en el desarrollo de las actividades (Van Hoof & Gómez, 2015).

Al otro lado, se encuentran las PYMES de alto crecimiento, que incrementan sus ingresos en cada periodo, y que contribuyen así al desarrollo socio económico del lugar, región y país, donde desarrollan sus actividades, generando fuentes de empleo, y a la vez, incrementando la contribución tributaria a través del cumplimiento de sus obligaciones; este tipo de pymes maximiza las oportunidades que le brinda el mercado, a través del correcto diseño de estrategias innovadoras para maximizar la participación en el mercado (Dini et al., 2018). Normalmente, las PYMES se desarrollan bajo un conjunto de normas que rigen un determinado territorio, conviviendo con distintos agentes económicos; en este contexto se ubican las envasadoras de agua que ofertan sus productos y servicios a la comunidad en general.

Las compañías con altos estándares de competitividad se diferencian de sus competidores sobre todo en innovación, productividad, gestión, nivel tecnológico y estrategias como respuesta a una planificación estratégica a largo plazo (Estrada et al., 2009), por lo que las envasadoras de agua tienen la imperiosa necesidad de diseñar e implementar estrategias adaptables a las necesidades cambiantes de los mercados, siendo en todo momento flexibles (Murcia et al., 2014).

Por otra parte, Vega & Rincón (2008) señalan, que las compañías deben diseñar y aplicar herramientas administrativas contemporáneas, enmarcadas en los constantes cambios de los gustos y preferencias de los clientes en mercados altamente competitivos, por lo que la información debe fluir de manera oportuna y objetiva, con el fin de plantearse estrategias y tácticas que solucionen los problemas e inconvenientes que puedan presentarse en una determinada situación o evento inesperado.

En base a lo descrito, las envasadoras de agua deben poseer un sólido sistema de información que contribuya a la optimización de la gestión empresarial, además deben poseer una adecuada planificación estratégica que responda a los desafíos de crecimiento y desarrollo empresarial a largo

plazo, por lo que no puede quedar plasmada solo en papel, sino que tiene que estar muy bien ejecutada, siendo adaptable a las condiciones del mercado bajo la premisa de la constante innovación. De acuerdo a la base de datos, el SRI en Santo Domingo, Ecuador se encuentran registradas 13 empresas y negocios dedicados a envasar agua, y de estas 6 son las que tienen mayor infraestructura, capital y presencia en el mercado.

La investigación se enfocó en realizar la evaluación de la competitividad de este tipo de empresas y negocios, utilizando los preceptos y metodología sugerida por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el propósito de establecer un diagnóstico competitivo de este sector, para que pueden diseñarse acciones que permitan el fortalecimiento de las envasadoras de agua que operan en Santo Domingo.

DESARROLLO.

Materiales y métodos.

El presente estudio tiene un enfoque mixto, ya que se recolectaron datos de carácter cuantitativo para la tabulación y análisis de los mismos, y por otra parte, con los criterios y opiniones de los gerentes y administradores de las empresas y negocios de las envasadoras de agua, se pudo complementar la visión desde la óptica de la competitividad e innovación de este tipo de empresas, reflejándose un profundo análisis cuantitativo en base a la extracción de datos medibles que sustentaron el estudio (Hernández, 2018).

En lo que respecta a la determinación de la población fueron consideradas las empresas y negocios envasadoras de agua, que tienen el mayor posicionamiento en la ciudad de Santo Domingo, Ecuador y que son las siguientes: Qué Rica, Máxima 2, Fénix, Antártida, Capital Water y C-ro2; la investigación de campo se enfocó en la aplicación de los instrumentos a los administradores, gerentes y propietarios de las empresas citadas, y que permitieron delinear los resultados alcanzados por el presente estudio.

La cuantificación de los datos obtenidos se fundamentó en la ponderación de cada una de las dimensiones y variables inmersas en la ponderación realizada, aplicando la metodología del BID sugerida para evaluar la competitividad de todo tipo de compañía, cuyos rangos de calificación ponderada, y su significado se observa en la tabla 1; por otra parte, el detalle de las calificaciones de las variables e indicadores evaluados se observan en la tabla 2; el instrumento fue aplicado a toda la población, y por el número de la misma, no fue necesario calcular el tamaño de la muestra.

En referencia a los rangos de calificación de los niveles de competitividad, el desglose se visualiza en la tabla 1, considerando cinco rangos de calificación numérica, siendo: 5 muy alta, 4 alta, 3 media, 2 baja, 1 muy baja, y 0 nula; estas calificaciones corresponden a los rangos de calificación porcentual con su debido significado.

Tabla 1. Rangos de calificación niveles de competitividad.

Rango calificación numérica	Rango de calificación %	Significado
> 4 <= 5	> 80 <= 100	Muy alta
> 3 <= 4	> 60 <= 80	Alta
> 2 <= 3	> 40 <= 60	Media
> 1 <= 2	> 20 <= 40	Baja
> 0 <= 1	> 0 <= 20	Muy baja

Tabla 2. Indicadores de competitividad empresarial.

Variables	Indicadores
Gestión estratégica	Proceso
	Aplicación de estrategias
Servicios y operaciones	Toma de decisiones
	Planificación
	Capacidad del servicio
	Mantenimiento
	Investigación y desarrollo
	Aprovisionamiento
	Administración de inventarios
Aseguramiento de calidad	Localización e infraestructura
	Aspectos generales
Comercialización productos y servicios	Sistemas de calidad
	Mercado objetivo
	Ventas
	Servicios
	Distribución del servicio
Contabilidad y finanzas	Promoción de productos y servicios de las envasadoras
	Control contable y de gastos
	Gestión financiera
Talento Humano	Normativa tributaria
	Generalidades
	Capacitación y promoción
	Clima y cultura organizacional
Gestión ambiental	Salud y seguridad ocupacional
	Gerencia ambiental
Sistema de información	Planificación de la información
	Entradas de información
	Procedimientos
	Salidas de información

Resultados.

En base a la metodología descrita, se observan los resultados ponderados, por indicador considerado en el presente estudio.

En lo que respecta a servicios y operaciones, las envasadoras de agua obtienen altas calificaciones, en: localización e infraestructura 93%, seguido de mantenimiento (75%), inventarios (74%) y aprovisionamiento (73%), lo cual reafirma que este tipo de empresas tienen una importante infraestructura, y las máquinas y equipos deben estar en constante mantenimiento por los altos niveles de producción.

Tabla 5. Calificaciones competitividad en aspectos de aseguramiento de la calidad.

Escala Ponderada	Aspectos generales				Sistemas de calidad					Total Aseguramiento de calidad	
	Sistema de mejoramiento continuo	Normas de calidad documentadas	Normas de higiene y bioseguridad	Total Aspectos generales calidad	Comparación necesidades con servicio	Controles de calidad	Estándares de calidad socializados	Compras con especificaciones técnicas	Aplicación de programas de calidad		Oferta de servicios complementarios
Muy alta > 80 <= 100											
Alta > 60 <= 80	67%	63%	67%	66%		63%		67%			
Media > 40 <= 60					60%		60%		53%		57%
Baja > 20 <= 40										40%	
Muy baja > 0 <= 20											

Por otra parte, en la evaluación referente al aseguramiento de la calidad, este tipo de empresas alcanzó una calificación media de apenas el 60%, lo cual refleja que los esfuerzos de las envasadoras de agua de Santo Domingo deben encaminarse a fortalecer aquellos aspectos que debilitan este factor competitivo, y una importante mejora provocaría un importante incremento de los clientes en el mediano y largo plazo.

Una de las áreas fundamentales en toda empresa o negocio, sin duda es la financiera contable; evaluando la competitividad de este tipo de variables, se observa en la tabla 7 que la calificación más alta corresponde al cumplimiento de la normativa tributaria con un 85%, al contrario, la calificación más baja es de la gestión financiera con apenas un 59%, destacándose la limitada aplicación de indicadores financieros y la poca evaluación de rendimientos, aspectos que inciden negativamente en la calificación indicada.

Tabla 8. Calificaciones competitividad en aspectos de talento humano.

Escala Ponderada	Generalidades				Capacitación y promoción				Clima y cultura organizacional				Salud y seguridad ocupacional			Total Talento humano			
	Estructura adecuada	Cuenta con manuales de funciones	Cumple obligaciones patronales	Total Generalidades	Programa de capacitación	Plan de promoción	Monitorea resultados de capacitación	Evalúa el desempeño del RRHH	Total Capacitación y promoción	Adecuada comunicación	Compromiso con objetivos	Fomenta trabajo en equipo	Plan de incentivos	Total Clima y cultura organizacional	Plan de salud y seguridad ocupacional		Ambiente de seguridad	Documentación programas de salud	Total Salud y seguridad ocupacional
Muy alta > 80 <= 100			87%																
Alta > 60 <= 80	73%	70%		77%	63%	67%		67%	61%	67%	70%	67%		62%	73%	73%		64%	65%
Media > 40 <= 60							47%					43%				47%			
Baja > 20 <= 40																			
Muy baja > 0 <= 20																			

En lo referente a la competitividad del talento humano, los indicadores de mayor a menor calificación son generalidades (77%), salud y seguridad ocupacional (64%), clima y cultura organizacional (62%), capacitación y promoción (61%), la calificación del talento humano en lo concerniente a competitividad es del 65% correspondiente a media.

Tabla 9. Calificaciones competitividad en aspectos de gestión ambiental.

Escala Ponderada	Gerencia ambiental					Total Gestión ambiental
	Instalación con regulaciones	Manejo adecuado de desechos	Socialmente responsable	Cuantificación de desperdicios	Total Gerencia ambiental	
Muy alta > 80 <= 100 Alta > 60 <= 80 Media > 40 <= 60 Baja > 20 <= 40 Muy baja > 0 <= 20	70%	47%	53%	43%	53%	53%

Hoy en día, la sostenibilidad es un aspecto muy a tener en cuenta para todo tipo de actividad económica, las envasadoras de agua no pueden estar ajenas a esta realidad y deben manejar muy bien los desperdicios que generan, ya que los mismos incrementan los niveles de contaminación; en la evaluación de la competitividad de esta dimensión, este tipo de empresas alcanzan una calificación del 53%, lo cual refleja sin duda, que alguna debe mejorar ostensiblemente la gestión ambiental.

Tabla 10. Calificaciones competitividad en aspectos de sistemas de información.

Escala Ponderada	Planificación de la				Entradas de			Procedimientos			Salidas de		Total Sistemas de información	
	Sistema de información satisfactorio	Adecuado sistema informático	Proporciona información oportuna	Total Planificación información	Adecuado archivo de documentación	Cuenta con respaldos digitales	Total Entradas información	Protección de información relevante	Aseguramiento preventivo de Discos duros en lugares seguros	Total Procedimientos	Confianza de la información	Definición de reportes del sistema		Total Salidas información
Muy alta > 80 <= 100 Alta > 60 <= 80 Media > 40 <= 60 Baja > 20 <= 40 Muy baja > 0 <= 20	70%	67%	70%	69%	70%	70%	70%	67%	67%	64%	73%	50%	62%	66%

La calificación de todos los componentes de la competitividad de los sistemas de información es alta, lo que provoca una ponderación total del 66%, denotando que los mismos son los adecuados, pero precisando que podrían mejorarse el manejo preventivo de discos duros y la definición de espera de los sistemas utilizados.

Discusión.

En base al incremento poblacional, el consumo de agua debidamente tratada es indispensable para salvaguardar la salud de los individuos de una familia, y en este contexto a nivel mundial, han proliferado de manera significativa las empresas y negocios dedicados a embotellar y envasar agua; Santo Domingo no ha sido la excepción de esta tendencia, por lo cual la investigación se centró en evaluar la competitividad de las principales envasadoras de agua potable, siguiendo la metodología aplicada, cuyos resultados han sido plasmados en el presente estudio.

En la ciudad de Santo Domingo, de acuerdo con la base de datos del SRI, se dedican a envasar agua potable 13 empresas o negocios, pero apenas 6 tienen un importante posicionamiento a nivel local y regional, es importante acotar, que esta actividad económica está regida por organismos de control sanitario y de regulación ambiental, buscando mitigar los riesgos de todo tipo de contaminación ambiental, ya que este es un factor imprescindible para minimizar el calentamiento global (Félix et al., 2020).

Las empresas y negocios de este tipo ofrecen a la comunidad agua envasada, y en algunos casos, botellas de agua y servicios complementarios relacionados a la actividad principal, adaptándose a todo tipo de necesidades y presupuesto de clientes individuales o corporativos (Leyva et al., 2018).

En lo referente a los servicios ofertados, Porter (2015) considera, que el precio y la calidad son factores primordiales para ampliar la competitividad de una empresa o negocio, sin descuidar, la existencia y consideración que debe darse a otras variables relevantes para alcanzar distinción entre los competidores que permitan la fidelización de clientes en mercados cada vez más competitivos,

priorizando los aspectos inherentes a la calidad, la innovación, el precio, y sobre todo, la diferenciación del producto y de los servicios antes, durante y después de efectuada la venta, siendo estos factores que permiten que una empresa alcance una mayor presencia en su mercado meta.

Las empresas y negocios evaluados en el presente estudio, ratificaron importantes logros alcanzados en función a la metodología de evaluación de la competitividad desarrollada por el BID; esta se convirtió en una importante herramienta para dar un diagnóstico de la situación referente a la competitividad, pero este tipo de empresas y negocios deben preocuparse también en otros aspectos tales como la innovación, para garantizar en primera instancia la fidelización y la captación en gran medida de nuevos clientes. En este contexto, todo tipo de compañía debe desarrollar importantes esfuerzos para enfocarse en la innovación, López et al. (2016) señalan, que las empresas deben ser competitivas, pero la mayoría no lo es, debido a que existe una pronunciada escasez de empresarios que se enfoquen en la constante innovación de bienes y servicios para satisfacer y crear nuevas necesidades en los mercados, además deben garantizar la calidad en todo proceso con el fin de desarrollar un crecimiento sostenido y enfocado en la total satisfacción de clientes y usuarios, creando valor en las compañías e incrementando a la vez su posicionamiento en el mercado objetivo en el que se desenvuelven a través del incremento de las ventas.

La innovación, acorde a Mackay et al. (2015) y Beltrán et al. (2019), es un aspecto primordial para fortalecer en gran medida la competitividad y productividad de las empresas y negocios, por lo que las envasadoras de agua de Santo Domingo deben tomar muy en cuenta los aspectos que les permitan desarrollar importantes innovaciones en sus productos y servicios, con el propósito de ampliar la participación en el mercado local y regional.

En lo que respecta a la gestión contable financiera, la evaluación de la competitividad de este tipo de empresas guarda una importante similitud con estudios relacionados, ya que las PYMES mexicanas también evidenciaron en esta dimensión una ponderación alta (Chavéz et al., 2021), que concuerda

con la alta calificación alcanzada por las envasadoras de agua de la ciudad de Santo Domingo, confirmando la importancia que debe darse, sobre todo, al aspecto tributario relacionado al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

CONCLUSIONES.

Se ha demostrado, que aún al contar con un plan estratégico, las empresas y negocios que envasan agua en Santo Domingo no implementan adecuadamente estrategias y tácticas, además, tampoco analizan resultados y evalúan periódicamente al sector, lo cual limita en gran medida las acciones que puedan permitir un mayor desarrollo de este tipo de empresas en su mercado objetivo, afectando así a la evaluación de la competitividad en lo que respecta a la gestión estratégica.

Ha quedado evidenciado, que en la evaluación de la competitividad referente a las dimensiones servicio y operaciones, comercialización de servicios, contabilidad y finanzas, talento humano y sistemas de información, la calificación es alta, pero a pesar de esto, se deben enfocar en fortalecer todos aquellos aspectos que limitan el crecimiento y desarrollo de este tipo de empresas, por lo se concluye indicando, que deberían enfocarse de mejor manera en la innovación de productos y servicios, pero siempre garantizando la calidad, el desarrollo integral de su talento humano, y el adecuado diseño y ejecución de estrategias; todo este conjunto de esfuerzos les permitirá crecer de manera sostenida en función de la satisfacción y fidelización de clientes.

La metodología aplicada concluye que las dimensiones con las calificaciones más bajas corresponden al de gerencia ambiental y al de aseguramiento de la calidad, lo cual debe generar una importante preocupación, debido a que al tratarse de un empresa productiva, esta debe alinearse a los incesantes y globales esfuerzos sobre la sostenibilidad del medio ambiente; por lo tanto, estas empresas y negocios deben ser socialmente responsables al manejar adecuadamente los desperdicios que generan, estableciendo acciones para mitigar los factores contaminantes, y en lo que respecta a la calidad, este tipo de empresas debe mejorar sus procesos productivos, desarrollando acciones que

permitan garantizar la calidad en cada uno de los etapas del proceso de producción, con el fin de satisfacer plenamente a los clientes en un mercado altamente competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Beltrán, I., Cepeda, A., & Cuevas, C. (2019). Aproximación de una propuesta metodológica para el emprendimiento e implementación de la innovación en PYMES. *SAPIENTIAE*, 4(2), 266-279.
2. Chávez, T., Lorenzo, M. D., & Ludlow, L. (2021). Negocios y servicios en la Ciudad de México a finales del siglo XIX. Análisis espacial y re-clasificación: el directorio de comercio de Figueroa Doménech y los criterios del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. *Revista de Historia*, (84), 466-494.
<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/historia/article/view/15614/22069>
3. Díaz, D. J., Páez, A. L. C., & Padilla, R. T. (2019). Impacto del capital social e innovación en la competitividad de productores de amaranto en México. *Mercados y Negocios*, (40), 105-127.
<https://www.redalyc.org/journal/5718/571860888007/571860888007.pdf>
4. Dini, M., Stumpo, G., & Eueopea, U. (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: CEPAL.
5. Dosi, G. (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. *Journal of economic literature*, 26(3), 1120-1171. <https://www.jstor.org/stable/2726526>
6. Estrada, B., García, P., & Sánchez, T. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169-82.
7. Félix, L. O., Hernández, F. S., & Prats, G. M. (2020). Objetivo de Desarrollo Sostenible: agua limpia y saneamiento. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, (32), 1-22.

<https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/319/283>

8. Flores, T. (2008). El papel de la inversión extranjera directa en el desarrollo de la competitividad en México. El caso de la industria del tequila en Jalisco (1998-2005) (Doctoral dissertation, Tesis de Doctorado). Facultad de Economía, UNAM, México DF).
9. Franch, K., & Chávez, R. (2017). Metodología para la gestión de la competitividad con un enfoque estratégico: caso de estudio Cooperativa de Ahorro y Crédito " Juan Pío de Mora": Ecuador. Cofin Habana, 11(2), 226-239. <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v11n2/cofin16217.pdf>
10. Gómez, I., Morales, J., & Carrasco, G. (2006). Construcción de un instrumento de evaluación de capacidades en la empresa: una propuesta metodológica. México: In X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas (ACACIA).
11. Hernández, R. (2018). Metodología de la Investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
12. Horta, R., & Jung, A. (2002). Competitividad e industria manufacturera. Aportes para un marco de análisis. Revista electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica, 1(1), 1-38.
13. Kim, K., Knotts, T., & Jones, S. (2008). Characterizing viability of small manufacturing enterprises (SME) in the market. Expert Systems watt applications, 34, 128-34.
14. Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. Contaduría y administración, 63(3), 159-179.
15. López, G., Guzmán, G., Castro, S., & Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. Contaduría y administración, 61(3), 568-581.

16. Mackay, R., Pino, F., & Silva, R. (2019). Cadena productiva: productividad e innovación en PYMES, de la ciudad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 148-152.
17. Marín, J. (2018). La CNMN: cinco años favoreciendo el correcto funcionamiento de los mercados y la competitividad de la economía española. *ICE, Revista de Economía*, (905), 59-71.
<https://scholar.archive.org/work/h5kpid2y4zaatfz7qbat6kpw7a/access/wayback/http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/download/6726/6672>
18. Martínez, M. I., Santero, R., Sánchez, L., & Marcos, M. A. (2009). Factores de competitividad de la pyme española 2008. Colección EOI EMP Empresas. Madrid: Fundación EOI.
19. Mejía, A., Barrero, M., & Gómez, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *PODIUM*, 35, 97-118.
20. Mejía, A., Mendieta, C., & Bravo, M. (2015). Estrategias de innovación y capital social en la pequeña y mediana empresa. *Ingeniería industrial*, 36(3), 286-296.
21. Michel, Á. L., & Barragán, E. H. (2018). Competitividad sistémica y pilares de la competitividad de Corea del Sur. *Revista Análisis Económico*, 29(72), 155-175.
<http://analisiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/105/100>
22. Murcia, A., Cardozo, J., Botero, J., & Chávez, T. (2014). Competitividad de las escuelas de vigilancia y seguridad privada en Bogotá DC. *Estrategia Organizacional*, 3, 41-58.
23. Nara, E., Schaefer, J., De Moraes, J., Tedesco, L., Furtado, J., & Baierle, I. (2019). Obtención de documentos de investigación sobre la competitividad de las pequeñas y medianas empresas: un enfoque basado en las redes de autores. *Revista española de Documentación Científica*, 42(2), 230.
24. Okamuro, H. (2007). Determinants of successful R&D cooperation in Japanese small businesses: the impact of organizational and contractual characteristics. *Research Policy*, 36, 15929-1544.
25. Padilla, R. (2006). Instrumento de medición de la competitividad. México: Cepal.

26. Porter, M. (2015). Ventajas competitivas. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Patria.
27. Ramírez, R., Israel, R., & Ampudia, D. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. REDICUC, 4(1), 16-32.
28. Rubio, A., & Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. Revista de empresa, 17, 32-47.
29. Schumpeter, J. (2015). Análisis económico. Madrid-España: Ariel S, A. https://static0planetadelibroscom.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/30/29425_Historia_analisis_economico.pdf
30. Van Hoof, B., & Gómez, H. (2015). Pyme de avanzada: motor del desarrollo en América Latina. Ambato: Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.
31. Vega, A., & Rincón, E. (2008). Sistemas de información como una estrategia de desarrollo, crecimiento y competitividad. de las pequeñas y medianas empresas del sector servicios de vigilancia en Bogotá. Avances en Sistemas e Informática, 5(2), 122-130.
32. Zahra, S., Neubaum, D., & Naldi, L. (2007). The effects of ownership and governance on SMEs International knowledge-based resources. Small Business Economics, 29(3), 309-327.
33. Zamora-Torres, A., & Favila, A. (2019). Innovation among the OECD members. An approach through Dynamic Network Data Envelopment Analysis and Hierarchical Conglomerate Analysis. Acta universitaria, 29, 44-61.

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Mario Javier Cabezas Arellano.** Magíster en Gerencia de Negocios. Docente titular de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Japón, Santo Domingo de los Tsáchilas-Ecuador. E-mail: mcabezas@itsjapon.edu.ec

2. Héctor Omar Samaniego Salcán. Magíster en Dirección Comercial y Marketing Estratégico.

Docente titular de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico

Japón, Santo Domingo de los Tsáchilas-Ecuador. E-mail: hsamaniego@itsjapon.edu.ec

RECIBIDO: 10 de octubre del 2022.

APROBADO: 14 de noviembre del 2022.