



**Aproximación al estado del arte de la competitividad en las empresas pymes**

**Juan David Solís**

Código: 20312114427

**Katherine Ulloa Carabali**

Código: 20311929660

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santiago de Cali, Colombia

2022

**Aproximación al estado del arte de la competitividad en las empresas pymes**

**Juan David Solis**

**Katherine Ulloa Carabalí**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

**Administradores de Empresas**

Director (a):

Magister Carlos Alberto Duque Gallego

Línea de Investigación:

Administración, competitividad e Innovación

Grupo de Investigación:

Innovación, competitividad y Productividad de las organizaciones

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santiago de Cali, Colombia

2022

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

El trabajo de grado titulado Aproximación al estado del arte  
de la competitividad en las empresas pymes, Cumple  
con los requisitos para optar  
Al título de Administradores de Empresas.

---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado

Santiago de Cali, 28 de noviembre 2022

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	6
ABSTRACT.....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
1.1 Antecedentes.....	10
1.2 Descripción del problema .....	16
1.3 Pregunta de investigación .....	17
1.4 Sistematización del problema.....	17
2. OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	18
2.1 Objetivo General .....	18
2.2 Objetivos Específicos.....	18
3. JUSTIFICACIÓN .....	19
4. MARCO REFERENCIAL.....	20
4.1 Estado del Arte.....	20
4.2 Marco Teórico y Conceptual.....	23
4.3 Marco Legal.....	26
5. METODOLOGÍA.....	30
5.1 Definición y Tipo de estudio .....	30
5.2 Fuentes de recolección de información.....	30
5.2.1 Secundarias.....	30
5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	31
5.4. Fases de la investigación.....	31
6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
6.1. Clasificación de estudios y documentos encontrados.....	32
6.2. Elementos comunes y relevantes en los factores o modelos implementados sobre competitividad en las empresas pymes.....	41
6.3. Síntesis de los principales hallazgos que han tenido las empresas pymes en términos de competitividad .....	44
7. CONCLUSIONES .....	63
8. REFERENCIAS.....	65

## Lista de figuras

Figura 1. Flujograma empresarial innovación .....	46
Figura 2. Flujograma empresarial herramientas digitales.....	49
Figura 3. Gráficos circulares modelo descriptivo .....	57
Figura 4. Gráfico circular desviación estándar factor innovación .....	60
Figura 5. Gráfico circular desviación estándar factor calidad .....	61
Figura 6. Gráfico circular desviación estándar factor eficiencia .....	62

**Lista de tablas**

Tabla 1. Ficha RAE.....	33
Tabla 2. Frecuencia absoluta elementos comunes .....	42
Tabla 3. Variables comunes .....	43
Tabla 4. Puntuación componente innovación .....	51
Tabla 5. Modelo Regresión lineal.....	52
Tabla 6. Análisis de varianza .....	53
Tabla 7. Análisis intercepción variables .....	53
Tabla 8. Modelo descriptivo .....	56
Tabla 9. Desviación estándar factor innovación .....	59
Tabla 10. Desviación estándar factor calidad .....	61
Tabla 11. Desviación estándar factor eficiencia .....	62

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal indagar sobre el estado de avance de la competitividad de las empresas pymes de Colombia y el mundo, revisando diferentes fuentes bibliográficas sobre el tema. Para ello, se siguió un enfoque de investigación monográfico, recopilando información de tipo cualitativo y cuantitativo, donde la primera fase fue recopilar toda la información del estado en el que se encuentra la competitividad en Colombia y el mundo, y la segunda fase fue un análisis estadístico con técnica de modelos descriptivo y de regresión lineal. Los resultados muestran que la tecnología, la capacitación del capital humano, la calidad y la innovación son los factores determinantes en la competitividad de las empresas pymes.

*Palabras clave:* Factores de competitividad, pymes, innovación, herramientas digitales

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work is to investigate the state of progress of the competitiveness of SMEs in Colombia and the world, reviewing different bibliographic sources on the subject. For this purpose, a monographic research approach was followed, collecting qualitative and quantitative information, where the first phase was to collect all the information on the state of competitiveness in Colombia and the world, and the second phase was a statistical analysis with descriptive and linear regression modeling techniques. The results show that technology, human capital training, quality and innovation are the determining factors in the competitiveness of SMEs.

*Keywords:* Competitiveness factors, SMEs, innovation, digital tools.



## INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, la palabra competitividad se ha venido utilizando por lo general para señalar el éxito, la supervivencia o el fracaso de una empresa en el entorno socioeconómico nacional e internacional.

En este orden se entiende que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa de cualquier tamaño y sector de la economía para producir y/o vender productos o servicios de mejor calidad que el de su competencia; y según Stoner, et al, (2000), esto, permite alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. La competitividad incide en el modo o la manera de proponer y llevar a cabo cualquier idea de negocio, ocasionando evolución y cambios en el modelo empresarial y los empresarios, por ello, las organizaciones independientemente de la actividad que realicen, deben analizar estratégicamente las condiciones presentes y evaluar los componentes futuros a nivel interno y externo, para identificar factores que impulsan a la competitividad y que intervienen en el crecimiento y el desarrollo de los procesos competitivos.

La competitividad no es un concepto nuevo, pero sí lo es el contexto en el que ésta tiene lugar y las fuentes que la sustentan. El nuevo enfoque de competitividad se fundamenta en las ventajas competitivas, que son creadas propiamente por los empresarios a través de una serie de estrategias y actividades empresariales, con la finalidad de agregar valor.

En esencia, este trabajo responde al estudio realizado por los estudiantes de Administración de la Universidad Antonio Nariño sobre el estado del arte de la competitividad en las medianas y pequeñas empresas (pymes), comprendiendo los avances y la evolución que ha tenido a nivel mundial y nacional. Un estado del arte es un estudio analítico del conocimiento acumulado que hace parte de la investigación documental (la cual se basa en el análisis de documentos escritos) y que tiene como objetivo inventariar,

sistematizar la producción en un área del conocimiento, ejercicio que no debe quedarse tan solo en el inventario, sino que debe trascender más allá, porque permite hacer una reflexión profunda sobre las tendencias y vacíos en un área específica. (Vargas y Calvo, citado por Molina, 2005, p. 74)

La investigación realizada en los diferentes trabajos de investigación y publicaciones, centra su atención en aquellos estudios que se han ejecutado y desarrollado frente al tema de la competitividad, tomando como herramienta el análisis a través de una revisión documental exhaustiva de distintas fuentes bibliográficas académicas en relación a la temática. Con esta investigación se busca conocer las tendencias de la competitividad que se han generado en las pymes y generar un estudio que permita tener una guía sobre la evolución y aportes del tema.

La importancia de la innovación, el desarrollo del capital humano, la revolución de las tecnologías de la información y comunicación y la calidad de productos y servicios como punto de equilibrio del crecimiento de un país, han permitido la sostenibilidad de las empresas pymes.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Antecedentes

Se revisaron diferentes fuentes bibliográficas para consolidar los avances que han tenido las empresas sobre la competitividad y se encontraron hallazgos en los siguientes documentos:

En un estudio denominado *Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia*, realizado en el año 2019 por María Eugenia Saldarriaga Salazar, María Fernanda Guzmán González y Eduardo Andrés Concha Cerón, publicado en la Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 24, N.º2, págs. 151-166, se dio a conocer en sus resultados que la innovación es uno de los factores claves y primordiales para lograr una competitividad empresarial y además, se precisó que las compañías del grupo micro, pequeñas y medianas empresas, conocidas como MiPymes, pueden modificar o realizar mejoras constantes en los procesos tanto internos como externos, poner en marcha y realizar cambios en sistemas tecnológicos, manejar medios electrónicos y digitales como las páginas web, redes sociales o aplicaciones para teléfonos celulares. Los resultados revelan que la innovación tiene en cuenta las tecnologías para el constante mejoramiento en procesos, productos y servicios que se atribuyen como ventaja competitiva; enmarcados en factores externos para saber y/o estar enterados de los cambios del medio y de los beneficios de mejoras y avances tecnológicos, y en cuanto a los factores internos poner en marcha y/o ejecutar compromisos por innovación, liderazgo, buena toma de decisiones.

En un artículo denominado *Influencia de la planeación estratégica y las habilidades directivas como factores internos de competitividad empresarial de las PYMES*, realizado en la Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración Vol. 63 N.º3, págs. 1-21 por Alma Brenda Leyva Carreras, Judith Cavazos Arroyo, y Joel

Enrique Espejel Blanco, en el año 2018, se mencionó la importancia que los empresarios de las empresas Pymes de la ciudad de Hermosillo, Sonora reconocen a ciencia cierta la necesidad de buscar excelencia empresarial por medio del éxito de lo que realmente es favorable en el mercado, ya que todo lo descrito está vinculado con la competitividad de las empresas y, para obtenerla, es indispensable una alta dirección gerencial que sea diligente, emprendedora, modernizada, con capacidades, habilidades y competencias, que permitan estructurar y generar cambios organizacionales y tecnológicos, teniendo clara la necesidad que existe de adherir la planeación como una etapa del proceso administrativo y de toma de decisiones fundamentales al diseñar las estrategias necesarias.

En un artículo denominado *Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial*, realizado en el año 2016 por Florina Arredondo Trapero, José Carlos Vázquez Parra, Jorge de la Garza, recibido en la Universidad ICESI. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Artículo Open Access se evidenció que, de acuerdo a la realidad actual existen diferentes retos en los ámbitos sociales, políticos y económicos que han desencadenado una serie de límites en el espíritu innovador de los individuos, tal es el caso de la calidad en la educación, la falta de convenios entre instituciones universitarias y la industria y sin dejar a un lado, la poca colaboración para invertir en proyectos de investigación. Todo esto ha conllevado que los países de la alianza del pacífico insistan a las universidades, los gobiernos, las empresas, los encargados de las investigaciones a que impulsen la creación de valor compartido, en sus procesos de innovación y la transmisión de conocimientos, para involucrarse nacional e internacionalmente teniendo en cuenta la competitividad.

En un estudio denominado *Estándares de competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha*, realizado en el año 2018 por Lina Meza Andrade, Jeduard Ramirez Freyle, Carmen Romero Zúñiga, Publicado por la

Revista ESPACIOS. Vol. 39 (Nº 06) Año 2018. Pág. 24, se evidencia que, no en todos los productos y/o servicios, se innova, en ocasiones, se puede innovar en el diseño de los productos, lo que ayuda a ser más competitivos, a tener más diversidad los mismos y también ayuda a ganar más clientes en el mercado, sin embargo, los artesanos Wayuu, son fieles a sus costumbres, y mantienen su originalidad en el diseño de sus productos marcando la diferencia; pero entendiendo un poco, se menciona que Porter reitera que el proceso productivo es un criterio determinante de la competitividad, no es solo el diseño, hay que tener en cuenta los tiempos y la productividad en el proceso productivo, ya que, para ser competitivos se necesita tener un nivel de respuesta, efectividad y eficacia altos y los procesos productivos siguen siendo muy artesanales, mejor dicho, esto no ayudaría a ser competitivos si no hay un equilibrio. En el análisis del artículo, se observa que las empresas pymes de artesanía Wayuu saben que en el momento de elaborar y antes de exhibir y poner en venta un producto, es muy importante prestar atención a la calidad como factor y punto clave de la competitividad y en gran parte mantener una constante innovación en los diseños de los productos para mantener una competitividad a nivel global.

En un artículo denominado *Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú)*, realizado en el año 2020 por Benites Gutiérrez, Luis Alberto; Escobar, Claudio Ruff; Toledo, Marcelo Ruíz; Pérez, Alexis Matheu; Alayo, Martín Inca; Martínez, Paola Juica, Publicado por la Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa. junio de 2020, p 208-236., los resultados encontrados evidencian que, en la mayoría de los países de América Latina, para lograr ser o ubicarse entre las empresas más modernas, es una cuestión que no va muy rápido, y no se desarrolla muy oportunamente, porque se presentan muchas dificultades en los niveles de innovación, capacidad o conocimiento intelectual, y excelentes inversiones en infraestructuras inteligentes, que tienen un gran efecto en la productividad. En esta

investigación se detalla la situación competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la ciudad de Trujillo, en la cual se muestran los resultados obtenidos, indicando que el 70% de las empresas pertenecientes al sector calzado, y el 89% de las empresas pertenecientes al sector metalmecánico están en capacidad para responder al modelo estratégico de las cinco fuerzas competitivas que describe Porter, además, el 70% de las empresas del sector textil son competitivas. La calidad, las habilidades humanas, las inversiones, el plan estratégico, el marketing y las alianzas estratégicas tienen sin duda alguna, una correlación con la competitividad, ahora bien, cuando se tiene una relación o integración con las TIC no se aprecia la sinergia del negocio. Los hallazgos son convenientes para enriquecer el conocimiento en la toma de decisiones estratégicas de la alta Gerencia de las empresas PYMES, para responder a la Globalización y al desarrollo de la digitalización, por eso las compañías deben innovar y actualizarse para aprovechar los beneficios y avances que ya se tienen en cada uno de los sectores involucrados. Es importante la introducción de las TIC y una buena inversión tecnológica para hacer los procesos más sistemáticos y tener más beneficios a nivel de producción y tratar de generar más utilidad. (Benites et al., 2020)

En un artículo denominado *Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas pymes del cantón guayaquil*, realizado en el año 2021 por Francisco Cedeño Troya y José Townsend Valencia, En los resultados encontrados se evidencia que, de acuerdo al tamaño de las empresas, se determina la inversión que realizan en las tecnologías de la información y la comunicación, no precisamente en valores monetarios, sino en mejorar procesos internos y externos; y optimizar costos que ayudan de cierta manera al desarrollo de la organización. Una empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe invertir en tecnologías de la información y la comunicación a corto, mediano y largo plazo, y por supuesto invertir en capacitación a su personal más aún si se requiere un buen desarrollo en las TIC, y generar nuevos productos y servicios. Al evaluar la inversión,

se evidencia que las TIC son un factor de competitividad en las empresas pymes del mercado Guayaquil, además de que orienta el negocio y algunas variables futuras, permite identificar varios aspectos que contribuyen al éxito, mantenerse en el tiempo y sobre todo subsistir dentro del mercado ecuatoriano.

En un estudio denominado *Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso Corporación Universitaria Americana, sede Medellín – Colombia*, realizado en el año 2018 por Sandra Liliana Torres Taborda, Publicado por la Revista ESPACIOS. Vol. 39 (Nº 50) Año 2018. Pág. 3, en los resultados encontrados en esta investigación se evidencia que, es indispensable la formación en competencias digitales, teniendo en cuenta que las TIC han surgido y se han expandido a lo largo de los años como una de las herramientas que ha facilitado el aprendizaje y promovido los mejores desempeños a nivel laboral. En el ámbito académico se debe poner a disposición de los estudiantes las diferentes plataformas que ayuden a desarrollar habilidades y desempeño en el uso de las tecnologías para tener la capacidad de investigación, transformacional personal, acercamiento a la cotidianidad de las organizaciones comprendiendo las necesidades reales que contribuyen al fortalecimiento del tejido empresarial colombiano.

En un estudio denominado *Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial*, realizado en el año 2014 por Ivonne María Gil Osorio<sup>2</sup> y Sait Ibarra Lopesierra, Publicado por la Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 117-126, en los resultados encontrados en esta investigación se evidencia que, el mercado es un mundo cambiante, y para no quedarse atrás, es necesario empezar a innovar y actualizarse, ya sea en el liderazgo relacionado con los factores fuertes del éxito, en el cual se identifican qué estrategias competitivas planificar; o en la tecnología de la información y capacitación a empleados. Las empresas no solamente logran competitividad reduciendo costos, utilizando menos energía o siendo amigables con el medio ambiente, de hecho, deben

estar inmersas en los cambios tecnológicos, permitiendo ser exitosas en el mercado mediante una alta productividad tanto interna como externamente.

En un estudio denominado *Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las Mipymes de Tabasco*, realizado en el año 2010 por Aragón Sánchez Antonio; Rubio Bañón Alicia; Serna Jiménez Ana María y Chablé Sangeado Juan José, publicado en la Revista Investigación y Ciencia, Vol. 18, N.º47, págs. 4-12, los resultados obtenidos ratifican que la innovación que se puede reflejar en productos, servicios, procesos y capacidades intelectuales, actúa como un factor que se caracteriza por diferenciar las empresas frente a otras en el mercado y, además, es la clave del éxito en las mismas, de hecho, se menciona que una de las principales variables es prestar total atención a la calidad en los productos y servicios, considerando las solicitudes y necesidades de los clientes porque de esto depende la aceptación en el mercado y la fidelización ante los clientes que se han conseguido y los que están por conseguir en el mercado y también la inversión de la empresa. Las empresas con éxito requieren ser exploradoras, pues, como estrategia competitiva, les sirve para buscar mejores oportunidades de mercado mediante el desarrollo de la innovación, asimismo, generar cambios en diferentes ámbitos y sin dejar a un lado que las empresas pueden tener ventajas ante las situaciones emergentes que se presenten.

En un estudio denominado *Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura*, realizado en el año 2016 por Angélica María Sánchez y Daniel Eduardo Molina Ycaza, publicado por la Revista San Gregorio (2016). En los resultados encontrados en esta investigación se evidencia que, las empresas pueden ser competitivas si se desenvuelven en un entorno favorable, con capital humano capacitado que permita satisfacer las necesidades, teniendo en cuenta la innovación como eje principal en sus productos y servicios, además de utilizar tecnología avanzada y productos y servicios exclusivos.



## 1.2 Descripción del problema

Con el paso del tiempo y gracias a los cambios económicos y empresariales de la globalización, las empresas de cualquier tamaño y sector de la economía, necesitan actualizarse y deben competir para obtener beneficios y lograr un buen posicionamiento en el mercado, sin embargo, son muchas las organizaciones y empresarios que desconocen la importancia y la clave de la competitividad.

La revisión documental de los estudios realizados sobre competitividad denota que las medianas y pequeñas empresas se enfrentan a nuevos retos competitivos sin los conocimientos y pautas necesarias para fortalecerse, lograr el crecimiento, desarrollo deseado y un sostenimiento en el mercado.

En referencia al rol de las empresas para mejorar las fuentes de competitividad se hace a través de estrategias internas tales como reducción de costos o incremento de la productividad, y otras externas alterando el entorno del sector. Hay seis formas de mejorar la competitividad, la primera, mejorando la productividad con una mayor escala de producción, eficiencia y adecuación de equipos y procesos, capacidad innovadora, y mejor adaptación tecnológica, la segunda, a través de una política en recursos humanos, con mejor selección, capacitación, formación permanente, y estímulos para mejorar el desempeño. Tercera, usando estrategias en base al poder del mercado con dumping, subcontratación, y capacidad ociosa. Cuarta, lograr una reducción de costos a través de la mejora en la gestión financiera, y disminución de costos de transacción. Quinta, aumentando la calidad diferencial del producto por medio de controles y normas de calidad, resultados de investigación y desarrollo, y con estrategias de marketing. La última, mejorando las características. (Ubfal, 2004).

Las empresas no obtienen el éxito esperado o simplemente no triunfan porque los empresarios de las pymes no tienen conocimientos en algunos comportamientos o situaciones nuevas que evolucionan económica, social, política, y tecnológicamente, lo que implica desafíos que prácticamente obligan a enfrentarse a un tipo distinto de adaptación.

Es sumamente importante que, con base en el análisis de los estudios y la información extraída de los diferentes documentos, se oriente y se brinde acompañamiento a los empresarios para que mantengan alertas y hagan los respectivos análisis estratégicos del entorno, y puedan lograr avances significativos en lo que respecta la incursión en los procesos y factores generadores de ventajas competitivas de las empresas a nivel mundial y de Colombia.

### **1.3** Pregunta de investigación

¿Cuál es el desarrollo y/o avance que han tenido las empresas pymes sobre competitividad en Colombia y el mundo?

### **1.4** Sistematización del problema

- ✓ ¿Qué documentos o fuentes bibliográficas se encontraron con respecto al tema objeto de estudio?
- ✓ ¿Qué han demostrado los estudios e investigaciones realizadas sobre competitividad?
- ✓ ¿Cuáles son los hallazgos encontrados en los estudios y fuentes de información sobre la competitividad en las empresas?
- ✓ ¿Qué impactos ha tenido la competitividad en las empresas?

## **2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **2.1 Objetivo General**

Indagar sobre el estado de avance de la competitividad en las empresas pymes de Colombia y el mundo

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Clasificar los estudios o documentos encontrados sobre competitividad en las empresas pymes.
- Buscar elementos comunes y relevantes en los factores o modelos implementados sobre competitividad en las empresas pymes.
- Sintetizar los principales hallazgos que han tenido las empresas pymes en términos de competitividad.
- Concluir cual ha sido el desarrollo, que se ha demostrado y que aportes hay sobre la competitividad en las empresas pymes.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación acerca de la Aproximación al estado del arte competitividad en las empresas pymes, realizada por un grupo de estudiantes de la Universidad Antonio Nariño, línea de Investigación de Administración, Competitividad e Innovación; busca aclarar las incógnitas en los procesos socioeconómicos, geográficos, empresariales y educativos con el fin de determinar la viabilidad, ventajas y desventajas de cada uno de los factores incluidos en este estudio. El análisis de los datos que surgen de este trabajo puede ser utilizado para fortalecer o desestimar el objetivo de inicio, análisis y estudio de diferentes tipos de proyectos, que van direccionados a la misma relación de la aproximación al estado del arte competitividad en las empresas pymes.

En el entorno actual, este trabajo es de fundamental importancia, dado que ser competitivo es un factor que favorece a las empresas en el crecimiento y la supervivencia en los mercados globales, dejando claro que al buscar la competitividad es un reto para las empresas. De este modo, para que una empresa logre ser competitiva es primordial ajustar sus procesos y estar a la vanguardia, ya que debe articular planes, acciones, estrategias organizacionales y administrativas que se desarrollan interna y externamente.

## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1 Estado del Arte

Se revisaron diferentes fuentes bibliográficas y como fuentes investigativas más recientes relacionados con el tema que ocupa la línea de este trabajo, se encontraron varios estudios; el primero fue un artículo realizado en el año 2018 por Sandra Milena Velásquez Restrepo, Ana Alexandra Pino Martínez, Erika Juliett Restrepo Zapata y Nilza Elena Viana Rúa, se titula: *Innovación en empresas: estado del arte considerando tendencias para su implementación*, Publicado por la revista Espacios. Vol. 39 (Nº 48) Pág. 7; cuyo objetivo principal es analizar documentalmente las diversas clases de innovación y sus actividades en el sector empresarial tanto a nivel internacional como nacional, proporcionando criterios para escoger las estrategias más apropiadas que permitan responder con mayor rapidez a las dinámicas del entorno y las necesidades de la compañía.

En los resultados del estudio, se identifican las estrategias concernientes a la innovación, para que aquellos que desean aplicarla y conquistar el mercado; identifiquen diversos enfoques y tendencias de la sociedad y de la economía. Se ejemplifican varias empresas innovadoras de Colombia y la estrategia que utilizan para crecer empresarialmente, además, se muestra el número de empresas con potencial y tipo de innovación evidenciando que durante el periodo 2014-2016 la proporción de compañías innovadoras es realmente baja en el mercado.

Los autores concluyen y demuestran que, dado que las empresas tienen diferentes tipos de innovación según sus necesidades en particular, es fundamental tener muy en cuenta la planeación estratégica para que haya una articulación acorde con las actividades y las metas propuestas. Se destaca que la transferencia de conocimiento y tecnología entre los diferentes sectores productivos, han ayudado en gran parte a fortalecer la innovación.

El segundo fue un artículo realizado en el año 2018 por Sandra Liliana Torres Tabora, se titula: *Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso Corporación Universitaria Americana, sede Medellín – Colombia*, Publicado por la Revista Espacios. Vol. 39 (Nº 50) Pág. 3, cuyo objetivo principal es analizar cualitativamente el fundamento en la cotidianidad de lo que planean, y ejecutan las empresas mediante el uso de herramientas TIC, con el propósito de explicar en todos sus factores, las necesidades de formación que se debe suplir en esta área para brindar orientación a los estudiantes de la Corporación Universitaria Americana.

En el desarrollo, el documento reflexiona acerca de la formación en competencias TIC, entendiendo que es actualmente un proceso que compete la construcción, el cambio personal, pero también general-global, ya que la intervención en los espacios de clases con fines orientados a la actuación en el entorno empresarial recomienda una aproximación a la cotidianidad de las organizaciones para entender sus verdades y prioritarias necesidades, lo que conlleva a producir una sinergia que permite alcanzar buenos resultados.

El autor concluye que, la generación de valor que proporciona la investigación efectuada, no se orienta en poner en práctica las herramientas TIC en los procesos formativos, o en la actualización de contenidos a orientar; sino en tener habilidades y llevar a cabo técnicas didácticas que permitan un acercamiento a la identificación de la importancia de lo aprendido en los espacios de clases.

Por su parte, el tercer trabajo investigativo fue realizado en el año 2019 por María Eugenia Saldarriaga Salazar, María Fernanda Guzmán González y Eduardo Andrés Concha Cerón, denominado *Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia*, publicado en la Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 24, N.º2, págs. 151-166. Su objetivo primordial es determinar el papel de la innovación en las empresas de Popayán, como un componente de competitividad para que los individuos de la región puedan

alcanzar una mejor calidad de vida. Para realizar esta investigación, se tuvo en cuenta la metodología cualitativa, exploratoria y se utilizó como instrumento de recolección de información la entrevista semiestructura en treinta empresas.

Los autores de este trabajo, analizan de manera individual las empresas pymes comerciales y de servicios; y determinan algunos aspectos que son relevantes en la innovación, y, además, reconocidos por los empresarios entrevistados: factores internos y externos que desencadenen el potencial innovador, desarrollo e implementación de tecnología, de nuevos procesos, servicios, productos.

Los resultados indican que la innovación es un factor primordial para lograr ventaja competitiva y con ello el avance de la tecnología, pues en este mundo globalizado surgen cambios constantes que las empresas deben tener en cuenta para avanzar y ser más competitivos en el mercado.

Las MIPYMES deben identificar factores claves de éxito, aprovechar la flexibilidad para adaptarse al entorno, potenciar los procesos internos de planificación, mejorar la gestión directiva, dirigiéndose hacia una cultura corporativa orientada a una mayor colaboración y participación de todos los miembros de la empresa; obtener competencias que los diferencien, utilizando preferiblemente los recursos y capacidades intangibles. (Saavedra et al, citado por Saldarriaga, Guzmán, & Concha, 2019, p. 157)

El cuarto trabajo investigativo fue realizado en el año 2018 por Alma Brenda Leyva Carreras, Judith Cavazos Arroyo, y Joel Enrique Espejel Blanco, en la Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración Vol. 63 N°3, págs. 1-21, cuyo título es *Influencia de la planeación estratégica y las habilidades directivas como factores internos de competitividad empresarial de las PYMES*, tuvo como objetivo determinar la influencia que tiene las habilidades Gerenciales y la planeación estratégica en las empresa del

sector. Se realizó una investigación mixta, la cual consistió en realizar un análisis de los factores internos que influyen de manera significativa en la competitividad empresarial, los empresarios se dan cuenta que se requiere de personal dinámico, actualizado y abierto al cambio organizacional y tecnológico para la supervivencia.

En últimas, los autores de los diferentes documentos encontrados en la investigación, describen y explican las variables y los factores que influyen de manera significativa en la competitividad de las empresas. El eje fundamental es estudiar y analizar el comportamiento, la importancia, el conocimiento y los beneficios que trae consigo la aplicación de distintos aspectos que impacten de manera directa en el aumento de la competitividad.

## 4.2 Marco Teórico y Conceptual

### Marco teórico

Porter (2014) en el libro *“La ventaja competitiva de Michael Porter”* plantea que la competitividad determina el éxito o fracaso de las empresas, busca la oportunidad de generar una buena implementación de actividades tendientes a lograr el fin que persiguen las compañías y establece que el propósito de la estrategia competitiva es que la empresa consiga una posición provechosa y sostenible frente a las fuerzas existentes que determinan la competencia en el sector industrial. Porter enuncia la perspectiva de la competitividad de la siguiente manera:

La ventaja competitiva se deriva del valor que una compañía crea para los clientes, superando los costos asociados con él. Se entiende que el valor es aquello que los compradores están dispuestos a pagar, y cuando esto sucede, hay un incremento derivado de ofrecer precios más bajos que los competidores, conllevando a lograr beneficios y distinción en el mercado. Existen dos tipos principales de ventaja competitiva: el liderazgo en costos y la diferenciación.



El liderazgo basado en costos es una ventaja competitiva en la cual las empresas ofrecen al mercado productos similares o comparables en calidad que la competencia, pero a precios menores, favorables y asequibles. El costo de producción es fundamental para las estrategias de diferenciación, de hecho, para emplearlas, es necesario mantener vínculos estrechos con los competidores. El comportamiento de los costos también influye de manera profunda y es efectivo para las empresas que ofrecen los precios más bajos en la estructura global de la industria.

Una compañía se distingue de sus competidores con lo que sus clientes consideran valioso. La diferenciación es una ventaja competitiva disponible y nace a través de la cadena de valor en la cual las empresas ofrecen al mercado productos o servicios que sean diferentes en su diseño, material, y demás a lo que ofertan los competidores; de forma que el cliente está dispuesto a pagar más por aquello que se distingue, es especial y es único en el mercado. Las compañías creen que la diferenciación se basa en productos físicos o prácticas de marketing en lugar de cualquier parte de la cadena de valor.

Otro aspecto importante, es que Lewin en la *Teoría de la resistencia al cambio*, indica que dentro de los factores que existen en el entorno de los individuos hay fuerzas de atracción que aumentan de acuerdo al grado de confort o comodidad que se presente, provocando que el individuo se niegue a salir de dicha zona o contexto, es decir se niega, se resiste a cambiar.

Lo que se podría decir dentro del objeto que se estudia es que muchas de las empresas agropecuarias pymes no están bien preparadas, no tienen los conocimientos fundamentales, y esto hace que el objetivo de sobrevivir, trascender con éxito y obtener una buena posición dominante en el mercado, implique desarrollar y ejecutar planes. Las pequeñas y medianas empresas se encuentran en un punto en donde las aspiraciones a crecer más están limitadas y así están en una zona de confort y comodidad que no las deja crecer o avanzar más, con esto el tema de competitividad, que es importante para ellos, debido a que deben tener una

mentalidad hacia la innovación, de buscar permanentemente nuevas metodologías para que todo cambie.

### **Marco Conceptual**

Para llevar adelante el proyecto de investigación, es necesario tener claridad en los propósitos del mismo, así como en el conjunto de conceptos que son indispensables para desarrollarlo. A continuación, se definen algunos de ellos, los cuales hacen parte fundamental de la terminología utilizada en el desarrollo de esta investigación y que es necesario que se entienda para la comprensión e interpretación del tema.

**Competitividad empresarial:** Es un término que se define como a la capacidad de un negocio para producir y vender productos / servicios que cumplan con la calidad de los mercados, al mismo precio o con precios más bajos, y maximizando los rendimientos de los recursos consumidos para producirlos (Retos directivos, 2001).

**Empresas Agropecuarias:** “Son aquellas instituciones u organizaciones que tiene como función la producción y comercialización de productos agrícolas, ganaderos, silvícolas, pecuarias, frutales, hortícolas, forestales y otros productos alimenticios para satisfacer las necesidades de la población” (Encolombia, 2022).

**Innovación empresarial:** Una innovación es la introducción al uso de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas. Para que haya innovación hace falta, como mínimo, que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean nuevos (o significativamente mejorados) para la empresa (Minciencias, 2022).

**Mediana empresa:** Una mediana empresa es una unidad productiva que, dentro de las PYMES, es de mayor tamaño que una empresa pequeña, pero no tan grande para ser clasificada como una gran empresa, en relación con su número de empleados, ventas y activos. Una empresa mediana posee entre 50 y 250 trabajadores (Enciclopedia económica, 2021).

**Pequeña empresa:** Una pequeña empresa es una unidad productiva que, dentro de las PYMES, es de mayor tamaño que una microempresa, pero de menor tamaño que una mediana empresa, en relación con el número de empleados, el valor de las ventas y de sus bienes. Generalmente una pequeña empresa es aquella que posee entre 10 y 50 trabajadores (Enciclopedia económica, 2021).

**PIB:** El producto interno bruto es un indicador económico que muestra el valor total de bienes y servicios producidos en la economía durante un período de tiempo, normalmente un año. Es uno de los principales indicadores del crecimiento de la producción organizacional de un país, lo cual refleja su nivel económico (Enciclopedia económica, 2018).

**PYMES:** Las PYMES son pequeñas y medianas empresas, las cuales poseen un límite en cuanto su cantidad de puestos de trabajo y capital. Una empresa es considerada PYME cuando posee entre 1 y 250 empleados, aunque esto puede variar también según su nivel de facturación (Enciclopedia económica, 2018).

**Ventaja competitiva:** “Es la capacidad de superioridad que una empresa presenta con respecto a su competencia. De esta forma, una empresa puede posicionarse de mejor manera en el mercado, en relación con su competidor” (Enciclopedia económica, 2019).

### 4.3 Marco Legal

Las leyes, reglamentos y decretos que sustentan el proyecto, son las siguientes:

**Decreto 210 de 2003.** Por el cual se determinan los objetivos y la estructura orgánica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones.

Por su parte en el capítulo I Artículo 1°. Objetivo:

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior (Decreto 210, 2003, pág. 1).

Por su parte el Artículo 2°. Funciones Generales. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tendrá las siguientes funciones generales:

Literal 2. Formular la política en materia de desarrollo económico y social del país relacionada con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de bienes, servicios entre ellos el turismo y tecnología para la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio interno y el comercio exterior (Decreto 210, 2003, pág. 2).

Literal 3. “Formular la política y liderar el movimiento por el aumento de la productividad y mejora de la competitividad de las empresas colombianas” (Decreto 210, 2003, pág. 2).

**Ley 1253 de 2008.** Por la cual se regula la productividad y competitividad y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de la república de Colombia decreta en los artículos:

Por su parte el Artículo 1°. Importancia de la Productividad y Competitividad:

El desarrollo científico y tecnológico de un país permiten una mayor capacidad competitiva lo que a su vez facilita la incorporación de Colombia en la economía

global y el mejor desempeño exportador, lo que es un requisito esencial para el desarrollo económico del país y de sus regiones y facilita el mejoramiento del nivel de vida de la población. El Estado otorgará especial atención al desarrollo de una estrategia de largo plazo en este campo, y las diferentes ramas del poder público tendrán presente el impacto de sus decisiones en el fortalecimiento de dicha estrategia (Ley 1253, 2008, pág. 1).

Por su parte el Artículo 2°. Formulación de la política nacional para la productividad y competitividad:

El Gobierno Nacional velará porque la formulación y ejecución de políticas y programas que tengan impacto en la productividad y competitividad se desarrolle mediante la adecuada coordinación de las entidades del sector privado, la academia y el sector público y definirá indicadores que midan su evolución a nivel nacional y regional (Ley 1253, 2008, pág. 1).

Por su parte el Artículo 3°. Plan Nacional de Desarrollo:

El Gobierno y el Congreso velarán porque la formulación de la Ley del Plan Nacional de Desarrollo se encuentre alineada con los objetivos estratégicos de la competitividad internacional de Colombia, teniendo en cuenta, entre otros, los indicadores del Foro Económico Mundial. Al inicio y al final de cada Administración, el Conpes presentará un informe sobre la competitividad internacional de Colombia en los factores transversales, regionales y sectoriales. En la parte general del Plan Nacional de Desarrollo se señalarán los objetivos, metas, prioridades, políticas y estrategias dirigidas a lograr el aumento de la productividad y mejoramiento de la competitividad en los términos de la presente ley. Asimismo, incluirá medidas tendientes a reducirla brecha entre las diferentes regiones de Colombia y otorgará prioridad al desarrollo de

la infraestructura que conecte al país entre sí y con los mercados internacionales (Ley 1253, 2008, pág. 1).

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1 Definición y Tipo de estudio

Para llevar a cabo el proyecto objeto de estudio, se realiza una investigación de tipo monográfica, entendiéndose que es un texto redactado exclusivamente para informar, presentar, organizar y dar a conocer datos obtenidos sobre el estado de conocimiento de un tema específico o en particular desde una o más perspectivas posibles que se recolectan a partir de diferentes fuentes y que son generados por uno o varios autores.

De acuerdo con el propósito, la investigación es descriptiva con enfoque cualitativo y cuantitativo.

Es descriptiva porque mide o recolecta datos y reporta información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. En un estudio descriptivo el investigador selecciona una serie de cuestiones (que, recordemos, denominamos variables) y después recaba información sobre cada una de ellas, para así representar lo que se investiga (describirlo o caracterizarlo). (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 108).

El enfoque es cualitativo porque se busca definir ciertos aspectos, modelos y factores que tienen las empresas referentes a la competitividad, y en cuanto al enfoque cuantitativo, se busca medir y demostrar variables asociadas que permiten el desarrollo de la competitividad.

### 5.2 Fuentes de recolección de información

#### 5.2.1 *Secundarias*

Información o datos contenidos en documentos ya existentes y cuya característica principal es que no es obtenida, procesada y registrada directamente por el investigador sino por otros.

La información secundaria sobre competitividad de las empresas pymes se investigó en artículos científicos, libros, trabajos de grado, material bibliográfico y estudios económicos de la biblioteca de la universidad, los cuales ayudaron en gran parte a recolectar información que permitió realizar un análisis de la situación competitiva de dichas empresas.

### **5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Para llevar a cabo el proyecto se extraerá información de páginas y medios digitales oficiales y confiables; base de datos, trabajos de investigación, así como la literatura de los documentos de estudio, con la finalidad de demostrar el estado en el que se encuentra la competitividad.

### **5.4. Fases de la investigación**

Fase I: Contextualización sobre competitividad

Fase II: Búsqueda de documentos sobre el estado y evolución de la competitividad en Colombia y el mundo en las bases de datos científicas: Google académico y scopus.

Fase III: Recopilación y estudio de la información para conocer el estado del arte de la competitividad de las empresas pymes planteado por diferentes autores.

Fase IV: Sistematización en ficha RAE (resumen analítico especializado) de los diferentes documentos, estudios encontrados y por cada artículo leído, con la finalidad de registrar la información y facilitar la comprensión y el análisis del tema en cuestión.

Fase V: Selección de aspectos claves sobre los avances de la competitividad en las empresas pymes de Colombia y el mundo.

Fase VI: Realización del documento-anteproyecto soportado tanto en antecedentes como en el marco teórico del tema objeto de estudio.

Fase VII: Revisión y respectiva corrección del documento final.



## **6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **6.1. Clasificación de estudios y documentos encontrados**

Mediante un resumen analítico especializado, conocido como ficha RAE, el cual sintetiza la información implícita en documentos, estudios, y artículos de manera que permita al lector la comprensión, y el entendimiento del tema; se clasificaron los diferentes escritos sobre la competitividad en las empresas pymes encontrados en la base de datos bibliográfica de resúmenes y artículos científicos SCOPUS y GOOGLE ACADEMICO.

En la clasificación que se muestra a continuación, se esquematizó la información contenida en cada uno de los artículos, en la investigación se tuvo en cuenta los documentos más relevantes para entender de mejor manera el avance que ha tenido la competitividad en las empresas pymes, de hecho, se consultaron 15 artículos, a los cuales se les realizó lectura, se extrajo la información fundamental y se determinó el nivel de impacto y el país de origen de cada uno, con la finalidad de escoger aquellos que fueron determinantes al tema objeto de estudio.

Tabla 1. Ficha RAE

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
1	Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en popayán, Colombia	Saldarriaga Salazar, ME, Guzmán González, MF, Concha Cerón, EA	2019	<p>Se demostró que las MIPYMES pueden innovar utilizando menos recursos, con el mejoramiento de sus procesos, la implementación de sistemas de Software, hasta cambios tecnológicos, manejo de medios virtuales como páginas web o aplicaciones para celular, inversiones que están al alcance de ellas.</p> <p>Los resultados indican que la innovación se fundamenta en lineamientos o tecnologías para el mejoramiento continuo en procesos, productos y servicios que se aplican como ventaja competitiva; enmarcados en factores externos para estar al tanto de los cambios del entorno y aprovechamiento de mejoras tecnológicas, y factores internos en implementación de dirección abierta, participativa, descentralización en toma de decisiones, motivación del personal y compromiso por innovación</p>	<p>(2013). Informe De Diagnóstico, Mercado De Trabajo Popayán. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p> <p>(2016). 200 Empresas Generadoras De Desarrollo En El Cauca. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p> <p>(2018). Análisis De La Supervivencia De Las Empresas Den Popayán y El Cau-Ca. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p> <p>Bernal-Torres, C. A., &amp; Frost-González, S. (2015). Innovación abierta en empresas colombianas: Reto a superar Revista Venezolana De Gerencia, 20(70), 252-267. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p>	Saldarriaga Salazar, M. E., Guzmán González, M. F., & Concha Cerón, E. A. (2020). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. Revista Venezolana De Gerencia, 24(2), 151-166. <a href="https://doi.org/10.37960/0/revista.v24i2.31486">https://doi.org/10.37960/0/revista.v24i2.31486</a> . Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a>	Rol de la innovación en empresas de Popayán, como factor de competitividad para lograr mejoramiento de la calidad de vida en la región.	Competitividad Calidad de vida Innovación empresarial	Competitividad empresarial			X	Innovacion	Colombia	1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovacion)
2	Influencia de la planeación estratégica y las habilidades directivas como factores internos de competitividad empresarial de las PYMES	Alma Brenda Leyva Carreras, Judith Cavazos Arroyo, Joel Enrique Espejel Blanco	2018	<p>Los resultados obtenidos en esta investigación ponen de manifiesto la importancia que tiene para los empresarios Pymes de la ciudad de Hermosillo, Sonora reconocer con un sustento científico la necesidad de buscar excelencia empresarial mediante el logro de ventajas sostenidas en el mercado, porque la excelencia es asociada con la competitividad empresarial y, para lograrlo, es necesaria una gerencia dinámica, actualizada, con habilidades, abierta al cambio organizativo y tecnológico, y consciente de la necesidad de aplicar la planeación como estrategia de gestión dentro de sus negocios</p>	<p>(2003). Apoyo a Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Resultados y Perspectivas. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p> <p>(2009). Acuerdo Por El Que Se Establece La Estratificación De Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p> <p>Álvarez, H. F. (2008). El modelo de la tarea directiva en la pequeña y mediana empresa. Gestión Joven, 1, 121-217. Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a></p>	A. B. Leyva Carreras, et al. / Contaduría y Administración 63(3). 2018, 1-21 <a href="http://dx.doi.org/10.2201/fca.24488410e.2018.1085">http://dx.doi.org/10.2201/fca.24488410e.2018.1085</a> . Retrieved from <a href="http://www.scoopus.com">www.scoopus.com</a>	Relación que existe entre el éxito competitivo y dos factores relacionados con el ambiente interno de la Pyme (planeación estratégica, y habilidades gerenciales)	Competitividad empresarial Habilidades de gestión Pymes Planificación estratégica	Factores de competitividad			X	Negocios, Gestión Gerencial	México	2-5-6-13-15 (factor de competitividad: habilidades gerenciales)

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
3	Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial	Florina Arredondo Trapero José Carlos Vázquez Parra Jorge de la Garza	2018	Factores como la capacidad de innovar, la calidad de las instituciones de investigación científica, la adquisición de tecnología avanzada por parte de los gobiernos y la disponibilidad de científicos e ingenieros son aspectos en los que los Estados de la Alianza del Pacífico requieren invertir, pues son los elementos que mayor impacto llegan a tener en el mejoramiento de la competitividad de los países	Alianza del Pacífico. (2016). Temas de Trabajo [consultado 12 Jun 2016]. Disponible en: <a href="https://alianzapacifico.net/temas-de-trabajo/">https://alianzapacifico.net/temas-de-trabajo/</a>  Amorós, J. E., Basco, R. y Romani, G. (2014). Determinants of early internationalization of new firms: The case of Chile. <i>International Entrepreneurship</i> , 12(1), 283-307.  Amorós, J. E., Felzensztein, C. y Etochebarne, M. (2012). <i>Emprendimiento internacional en Latinoamérica: desafíos para el desarrollo</i> . <i>Esic Market Economics and Business Journal</i> , 1(1), 1-10.	F. Arredondo Trapero et al. / <i>Estudios Gerenciales</i> 32 (2016) 299-308. Retrieved from <a href="http://www.scoop.us.com">www.scoop.us.com</a>	Variables que influyen de forma significativa en el pilar de la innovación para la competitividad de los países de América Latina.	Innovación Tecnología Competitividad Alianza del Pacífico	Competitividad empresarial			X	economía, innovación	Latinoamérica	3-11-14 (competitividad económica) y 1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovación)
4	Estándares de competitividad empresarial en las PyMEs de artesanía Wayuu del distrito turístico y cultural de Riohacha	Meza Andrade, Lina M. Ramírez Freyle, Eduard Romero Zúñiga, Carmen	2018	Se puede concluir que dentro de las tres estrategias que enmarcan la competitividad global, las pymes de artesanía wayuu solo ejecutan diligentemente una de esta y es la de la calidad de sus productos; para con la innovación se muestran reacios e indiferentes, y la eficiencia tanto en producción como en tiempo es manejada con moderación, lo que podría ser perjudicial si en algún momento las ventas de sus productos aumentan en cantidad repentinamente.	ALIC, J. (1987). <i>Evaluating industrial competitiveness at the office of technology in society</i> . New York: Basic Book Inc.  ARAGÓN et al. 2010, revista <i>Investigación y Ciencia</i> , Universidad AGUASCALIENTES, Número 47, (4-12) Abril 2010  ARIAS, Fidias (2004). (P.04) <i>El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica</i> . Editorial Episteme, Caracas, Venezuela.  CABRERA, López, & Ramírez, 2011, Berumen, 2006), el servicio al cliente, el apoyo financiero.  GANGA y Navarrete	L. M. Meza Andrade, et al. Estándares de competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha / Vol. 39 (Nº 06) Año 2018. Pág. 24. Retrieved from <a href="http://www.scoop.us.com">www.scoop.us.com</a>	Factores internos y externos empresariales que permitan competir en el mercado global, basados en Innovación, Calidad, Eficiencia de las artesanías	Competitividad, innovación, calidad, eficiencia	Competitividad empresarial en las pymes			X	Innovación, calidad de productos y eficiencia en producción	Venezuela	1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovación)

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
5	La fuerza de ventas como determinante de la competitividad empresarial	León Valbuena, Noelia Isabel	2013	Se concluye que para alcanzar los objetivos empresariales y la competitividad, es vital contar con una excelente fuerza de ventas; representativa de un factor de cambio y diferenciación de las organizaciones hacia el logro y permanencia de una empresa competitiva. Utilizar la fuerza de ventas es una garantía de éxito para el futuro, ya que la empresa puede controlar, planificar y anticipar sus acciones moderándolas desde su gerencia de ventas sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero. Algunas empresas pueden decidir alcanzar diferenciación en precio, calidad e imagen que pueden resultar después de una gran inversión monetaria; mientras que otras empresas deciden diferenciarse desde su personal; en este caso el de ventas, otorgando a sus clientes ventajas en cuanto a atención personalizada, resolución de problemas, negociaciones y excelencia con optimización del servicio.	Ackoff, Russell y Sasien, Omar (2006). Administración y competencias en pequeñas dosis. Prentice-Hall España.  Naim, Moises (2002). Venezuela Competitiva. Caracas. Editado por IESA.  Porter, Michael (2003). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. México. 556 p.	Leon, N. (2013). La fuerza de ventas como determinante de la competitividad empresarial. Revista de Ciencias Sociales (RCS). Vol. 19 (2). pp. 379 - 389 Retrieved from www.scoopus.com	La fuerza de ventas y los elementos que la conforman determinantes de la competitividad empresarial	Fuerza de ventas, competitividad empresarial, cadena de valor, objetivos, estrategia	Competitividad empresarial		X		Técnicas gerenciales, organizacionales, laborales y de inversión	Venezuela	2-5-6-13-15 (factor de competitividad: habilidades gerenciales)
6	Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú)	Benites Gutiérrez, Luis Alberto Ruff Escobar, Claudio Ruiz Toledo, Marcelo Matheu Pérez, Alexis Inca Alayo, Martín Juica Martínez, Paola	2020	Los resultados obtenidos fueron que el 70% de las empresas del sector calzado están preparados para responder a las cinco fuerzas competitivas de Porter, para el sector metal mecánica el 89% de las empresas, y el 70% de las empresas para textil son competitivas. Se identificó que la calidad, capital humano, finanzas, plan estratégico, comercialización y las alianzas estratégicas, tienen una relación positiva con la competitividad; sin embargo, al integrarse con las TICs no se aprecia la sinergia del negocio	Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 195(1), 1104-1112.  Alvarez, I., Cilleruelo, E., & Zamanillo, I. (2018). Is Formality in Knowledge Management Practices Related to the Size of Organizations? The Basquet Case. Wiley Periodicals, 28(1), 126-144.  Amir, A., Md Auzair, S., & Ameruddin, R. (2018). Cost management, entrepreneurship and competitiveness of	Benitez, L. Ruff, C. Ruiz, M. Matheu, A. Inca, M. & Juica, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). REVISTA DE MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA, (29), 208-238. <a href="https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/3513/4263">https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/3513/4263</a> . Retrieved from www.scoopus.com	Situación competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en la ciudad de Trujillo, evaluando los factores claves para la productividad que tendrán una asociación con la competitividad sostenible	Factores claves para la productividad, competitividad sostenible, decisiones estratégicas	Factores de competitividad en empresas pymes			X	Calidad, capital humano, finanzas, plan estratégico, comercialización y las alianzas estratégicas,	Peru	2-5-6-13-15 (factor de competitividad: habilidades gerenciales)

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
7	Gestión por Procesos en la Competitividad de una PYME del Sector Gastronómico	Kishanda P. Castillo Fiestas, Elizabeth K. Bravo Huiuin, Frank P. Rivas Madrid, Odar R. Florián Castillo & Juan M. Deza Castillo.	2021	se pudo evidenciar que, algunas empresas de la región de La Libertad, en la actualidad no tienen incorporado un sistema de gestión por procesos, o si lo poseen no lo manejan ni conocen de manera integral, puesto que, por un lado, no están seguros que este sistema contribuya a la reducción y optimización de los costos operativos y de gestión y, así mismo, no reconocen los grupos de procesos que convergen en citado sistema. Otro aspecto a resaltar es que, las empresas no son conscientes de la importancia de la satisfacción de su personal para que el sistema de gestión por procesos dentro de la organización sea exitoso; este es un grave error, en la medida que el talento humano es el activo primigenio de toda organización y si este no se siente valorado y empoderado, difícilmente podrá darles continuidad efectiva a los procesos de la organización	[1] Coquillat, D. (2018). 5 empresas que ya están trabajando con restaurantes y comida en 3D. Recuperado de <a href="https://www.diegocoquillat.com/5-empresas-que-ya-estran-trabajando-con-restaurantes-y-comida-en-3d/">https://www.diegocoquillat.com/5-empresas-que-ya-estran-trabajando-con-restaurantes-y-comida-en-3d/</a> [2] Díaz, A.; Lorenzo, O.; Solís, L. (2016). "Procesos de negocios de Pymes insertas en redes colaborativas". Revista Latinoamericana de Administración, 34, Cladea, Bogotá. [3] World Bank (2011). Impact evaluation of small and medium enterprise programs in Latin America and the Caribbean. World Bank, Washington, D.C. Aroco Vacas, A. (1996). El ranking que no cesa. Cuestiones publicitarias. Revista internacional de comunicación y publicidad, 5, 37-44. -Bourdieu, P. (1986). Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste. Londres: Harvard University Press. -Delgado, E. (2012). Cómo se cocinan los rankings universitarios. Dendra Médica. Revista de Humanidades, 11(1), 43-58. -Eco, U. (2009). El vértigo de las listas. Barcelona: Lumen. -López, Z. (24 de julio de 2017). La inversión en publicidad no es prioridad para las empresas mexicanas. Expansión.	Castillo, K., Bravo, E., Rivas, F., Florián, O., & Deza, J. (2021). Gestión por Procesos en la Competitividad de una PYME del Sector Gastronómico. Universidad privada del norte Perú. <a href="https://www.lacoei.org/LACOEI2021-VirtualEdition/full_papers/FP128.pdf">https://www.lacoei.org/LACOEI2021-VirtualEdition/full_papers/FP128.pdf</a> . Retrieved from <a href="http://www.scopus.com">www.scopus.com</a>	La implementación de la gestión por procesos en la competitividad de Charlie's Chicken de la ciudad de Trujillo, Perú	Procesos; gestión de proceso; competitividad; factores clave del éxito; los procesos operativos	Proceso de competitividad		X		Calidad, innovación, contabilidad	Argentina	1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovación)
8	La creatividad como indicador de competitividad empresarial en el panorama publicitario mexicano	Estela Nuñez Barriopelo; Jorge García Martín; Rafael Ravina Ripoll	2018	El presente trabajo contribuye a la seguir una tendencia mejora continua en el comunicador mexicano, dando una visión del mercado de las agencias publicitarias más creativas, que ofrecen posibilidades de exposición a mercados internacionales. Para las agencias de publicidad la mejor herramienta de comunicación en la industria publicitaria actual es conseguir premios a la creatividad y conseguir posicionarse entre las agencias top del Ranking de Publicidad de México. Este hecho permite incrementar la fuente de ingresos y la competitividad (Wentz, 2005)	Aroco Vacas, A. (1996). El ranking que no cesa. Cuestiones publicitarias. Revista internacional de comunicación y publicidad, 5, 37-44. -Bourdieu, P. (1986). Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste. Londres: Harvard University Press. -Delgado, E. (2012). Cómo se cocinan los rankings universitarios. Dendra Médica. Revista de Humanidades, 11(1), 43-58. -Eco, U. (2009). El vértigo de las listas. Barcelona: Lumen. -López, Z. (24 de julio de 2017). La inversión en publicidad no es prioridad para las empresas mexicanas. Expansión.	Nuñez, E. García, J. Ravina, R. (2018). La creatividad como indicador de competitividad empresarial en el panorama publicitario mexicano, 39(34), 21. Retrieved from <a href="http://www.scopus.com">www.scopus.com</a>	La creatividad como una de las variables clave en el éxito de las agencias mexicanas en el Ranking Iberoamericano de Publicidad	Agencias de publicidad, Ranking: creatividad, posicionamiento, competitividad, tendencia	Competitividad empresarial	X		Publicidad, creatividad	Mexico	1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovación)	

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
9	Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas pymes del cantón guayaqui	Francisco Cedeño Troya, José Townsend Valencia	2021	Entre los principales resultados se encontró que la PYMES apuestan por personal capacitado y con experiencia para el desarrollo y gestión de las tecnologías de la empresa, también se observa como las PYMES ven a la tecnología como un aliado del usuario final.	<p>*Castellanos, J., Loaiza, M., &amp; Cuesta, C. (2018). Importancia de las TIC para la competitividad de las Pymes en Colombia. Puente Revista Científica, 10(1), 93-99.</p> <p>*Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2017). Gestión IT4+. MINTIC <a href="https://www.mintic.gov.co/gestioni/615/w3-propertyvalue-6204.html">https://www.mintic.gov.co/gestioni/615/w3-propertyvalue-6204.html</a></p> <p>*Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2011). ¿Qué es OSILAC? <a href="https://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/socio/noticias/paginas/5/44765/P44765.xml&amp;xml=/socio/noticias/paginas/5/44765/">https://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/socio/noticias/paginas/5/44765/P44765.xml&amp;xml=/socio/noticias/paginas/5/44765/</a></p>	Cedeño Troya, F., & Townsend Valencia, J. (2021). Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas Pymes del cantón Guayaquil. Revista Universidad y Sociedad, 13(2), 452-462. Retrieved from <a href="http://www.scopus.com">www.scopus.com</a>	Evaluación de la inversión en tecnologías de la información, que permitan generar competitividad en las empresas PYMES del cantón Guayaquil	PYMES, inversión, competitividad, modelo de gestión.	Factor de la competitividad			X	Inversion en las TIC	Ecuador	9-10-12-13-15 (factor de competitividad: tecnología)
10	Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso de la Corporación Universitaria Americana, Medellín, Colombia	Sandra Liliana Torres Taborda	2018	La formación en competencias digitales no corresponde a una realidad supuesta sino tangible en el mercado laboral y, que si bien su aprehensión puede considerarse como algo inherente al desarrollo y a la realización humana, en el contexto colombiano sigue existiendo una marcada brecha digital que sitúa a la persona en ciertos contextos sociales diferentes, por lo cual es necesario considerar aspectos y procesos cognitivos que se fusionan con las influencias sociales y culturales del entorno en el cual la persona está inmersa y con las cuales interactúa; de manera que la formación en competencias TIC es actualmente un proceso de construcción y de transformación personal, pero también colectiva, toda vez que la intervención en el aula de clase con propósitos orientados a la actuación en el contexto empresarial sugiere un acercamiento a la cotidianidad de las organizaciones para comprender sus necesidades reales e inmediatas, de manera que se produce una sinergia que produce resultados de mayor valor	<p>Aguado, D., Aranz, V., &amp; Valera, A. (2010). Desarrollo de la competencia transversal trabajo en equipo mediante contenidos elearning: una ayuda para la inserción laboral. RELADA-Revista Electrónica de ADA-Madrid, 4(2).</p> <p>Boyatzis, R. (1982). The competent manager. New York: Wiley.</p> <p>Caldeira, M. M. y Ward, J. M. (2002). Understanding the successful adoption and of IS/IT in SMEs: An explanation from Portuguese manufacturing industries. Information Systems Journal, 12(2), 121-152.</p> <p>Caiseda, C., &amp; Dávila, E. (2006). El aprendizaje basado en</p>	Torres, S. (2018). Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso de la Corporación Universitaria Americana, Medellín, Colombia, 39(50), 3. Retrieved from <a href="http://www.scopus.com">www.scopus.com</a>	Retos profesionales en un entorno cambiante en el uso de herramientas TIC impactando todo el funcionamiento organizacional a través de una de sus principales herramientas: internet	Gestión del conocimiento, productividad laboral, responsabilidad social, sociedad de la información, TIC.	competitividad empresarial			X	Tecnologías de la información y la comunicación, brecha digital	Colombia	9-10-12-13-15 (factor de competitividad: tecnología)

SINTESIS FICHA RAE																
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES	
										BAJO	MEDIO	ALTO				
11	El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior	América Ivonne Zamora Torres Oscar H. Pedraza Rendón	2013	<p>Los resultados obtenidos a través del Análisis de Componentes Principales indican que, si bien todas las variables incluidas en el estudio influyen en la competitividad del transporte internacional, aquellas de mayor peso son la distancia y los costos en el transporte internacional, seguida de los plazos de ejecución del transporte internacional.</p> <p>Los resultados derivados revelan que la infraestructura relativa al transporte internacional para el caso de Latinoamérica, aún no está del todo desarrollada y existen áreas de oportunidad donde es necesario trabajar</p>	<p>Banco Mundial (2013). Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE. Disponible en: <a href="http://datos.bancomundial.org/indicador">http://datos.bancomundial.org/indicador</a> [consultado 2 Ene 2013].</p> <p>Garaviz, E. (2009). Propuesta para el desarrollo de un cluster logístico para un corredor logístico nacional e internacional competitivo en Colombia. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.</p>	A.I. Zamora Torres et al. (2013). El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior Journal of Economics, Finance and Administrative Science, 18, pág 108-118. Retrieved from <a href="http://www.scholar.google.es">www.scholar.google.es</a>	Variables que inciden en los niveles de competitividad del transporte internacional en los países con mayor participación en el comercio internacional, y el grado de competitividad de dichos países en materia de transporte internacional.	Transporte internacional Competitividad Comercio exterior Análisis de Componentes Principales	Modelos de competitividad	X			Economía, comercio internacional	España	3-11-14 (competitividad económica) y 1-3-4-7-12-13-15 (factor de competitividad: innovación)	
12	Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco	Aragón Sánchez Antonio; Rubio Bañón Alicia; Serna Jiménez Ana María y Chablé Sangeado Juan José	2010	<p>Los resultados obtenidos confirman que todos los recursos y capacidades introducidos tienen influencia positiva en la competitividad de la empresa. La innovación se confirma como una de las ventajas competitivas encontradas como clave del éxito, resultado consistente con investigaciones previas como la de Pil y Holweg, 2003.</p> <p>Asimismo, la necesidad de adaptación a los requerimientos de los clientes debe realizarse prestando especial atención a la calidad del producto o servicio. El que los productos de las MiPyMEs certificadas sean mejor aceptados lleva a recomendar una mayor atención a la inversión en aseguramiento de la calidad. También, la ausencia de capacidad en el directivo es una de las principales causas de fracaso en las MiPyMEs. La revisión realizada permite afirmar que éstas deben estar dirigidas por personas que se adapten con facilidad a nuevas situaciones, manejen grandes volúmenes de información, sean capaces de gestionar en entornos inciertos y se orienten a la innovación. Por último, se concluye que el modelo propuesto se corrobora parcialmente. Se comprueba que la elección de la estrategia influye en el éxito competitivo, además de quedar patente</p>	<p>-AMISON, C., La competitividad de la PYME industrial española: estrategia y competencias distintivas, Madrid: Cívitas, 1997.</p> <p>-HANDLER, G.N. y S., HANKS, Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. Journal of Business Venturing, 9, 331-349, 1994.</p> <p>-IERICKX, I. y K. COOL, Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. Management Science, vol.35, (12) 1504-1513, 1989.</p> <p>-ÓMEZ MEJÍA, L.R., D. B. BALKIN y R.L. CARDY., Gestión de Recursos</p>	Aragón Sánchez, Antonio , & Rubio Bañón, Alicia , & Serna Jiménez, Ana Ma. , & Chablé Sangeado, Juan José (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. Investigación y Ciencia, 18(47),4-12. ISSN: 1665-4412. Disponible en: <a href="https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413393002">https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413393002</a> . Retrieved from <a href="http://www.scholar.google.es">www.scholar.google.es</a>	El éxito competitivo en las MiPyMEs (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) influenciado positivamente por la innovación, tecnología, calidad del producto o servicio, adecuada dirección gestión de los recursos humanos, la capacidad directiva y estrategias competitivas	Estrategia, competitividad, recursos y capacidades, MiPYME	Estrategias de la competitividad en las empresas			X		Innovación, tecnología, calidad del producto o servicio.	Mexico	9-10-12-13-15 (factor de competitividad: tecnología)

SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
13	Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial	Ivonne María Gil Osorio, Sait Ibarra Lopesierra	2014	<p>Los cambios tecnológicos obligan a las empresas a ser más competitivas, lo cual implica ser productivas hacia adentro y hacia afuera de la organización. No basta con ser los productores de costos bajos, de menor uso de energía o amables con el medio ambiente. También, entre otros, implica la utilización de capitales propios, también los de terceros con el propósito de producir constantemente siempre con capacidad incremental para ser líderes en un nicho de mercado.</p> <p>Así, las organizaciones no deberían obsesionarse con la competencia de forma ortodoxa, sino buscar oportunidades de mercado, enfocarse en la innovación estratégica, ser flexibles y eficientes con la tecnología de la información, mantener y reforzar la misión como los valores, luchar por obtener el liderazgo en el segmento con el fin de competir globalmente y dar valor al cliente superando sus expectativas. Deben satisfacer y promover el desarrollo de los empleados, enfatizando primero la retención y la capacitación de la gente, para así poder dar un servicio extraordinario que, finalmente, generará las utilidades buscadas.</p>	<p>Thompson, A.; Strickland, A. y Gamble, J. (2007). Administración estratégica. México: McGraw Hill.</p> <p>Villalba J. (2003). Menú estratégico: El arte de la guerra competitiva. Caracas: Ediciones IESA.</p> <p>Villareal, R. (2006) El modelo de competitividad sistémica de los agro negocios en la cadena global de valor. México: IOSD y CECID.</p> <p>Villegas, G. (1997). Gestión por factores críticos de éxito. Consulta junio de 2013. pp. 1-26. CULCyT// publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/.../1047.</p>	<p>Gil, I, M. e Ibarra, S. (2014). Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 117-128. Retrieved from <a href="http://www.scholar.google.es">www.scholar.google.es</a></p>	Liderazgo expresado como factores críticos del éxito, que se expresan en la influencia en el entorno.	Evaluación de la empresa, Factores temporales e intuitivos, Impacto de la estrategia de mercado sobre utilidades, Análisis de la competencia, Análisis ambiental	liderazgo en la competitividad			X	Factor humano-liderazgo. Innovación estratégica, cambios tecnológicos	Colombia	2-5-6-13-15 (factor de competitividad: habilidades gerenciales) y 9-10-12-13-15 (factor de competitividad: tecnología)
14	Procedimiento para evaluar la competitividad en destinos turísticos rurales	Alexandra Verónica Parra Cárdenas, Roberto Argelio Frías Jiménez	2021	<p>La investigación supera la carencia de un procedimiento para evaluar la competitividad en destinos turísticos rurales, al proponer uno estructurado en fases, etapas y pasos, válido y confiable, que en su implementación ha demostrado la pertinencia de su aplicabilidad.</p> <p>El cálculo de los indicadores e índices según el procedimiento propuesto permite monitorear la situación de la competitividad de cualquier unidad espacial de análisis tributando a la toma de decisiones de los diferentes actores que intervienen en la gestión del destino</p>	<p>Ecuador. Gobierno Autónomo Parroquial Rural de Rumipamba. (2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rumipamba 2015-2019. <a href="https://es.slideshare.net/gadrumipamba/pdy-ot-gad-parroquial-rural-rumipamba-2015-a-2019">https://es.slideshare.net/gadrumipamba/pdy-ot-gad-parroquial-rural-rumipamba-2015-a-2019</a></p> <p>Ecuador. Gobierno Autónomo Parroquial de Cotogchoa. (2015). Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial de Cotogchoa 2015-2019. Gobierno Cantonal Rumiñahui. <a href="http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/">http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/</a></p>	<p>Parra Cárdenas, A. V., &amp; Frías Jiménez, R. A. (2021). Procedimiento para evaluar la competitividad en destinos turísticos rurales. Revista Universidad y Sociedad, 13(8), 435-442. Retrieved from <a href="http://www.scholar.google.es">www.scholar.google.es</a></p>	Procedimiento para la evaluación de la competitividad en destinos turísticos rurales desde el punto de vista teórico como práctico	Competitividad, destino turístico, procedimiento, índice sintético	Procedimiento de la competitividad		X	Economía-turismo	Ecuador	3-11-14 (competitividad económica)	



SINTESIS FICHA RAE															
NUMERO	TITULO	AUTOR (ES)	AÑO	HALLAZGOS	BIBLIOGRAFIA	CITA	TEMATICA	PALABRAS CLAVES	ALGORITMO DE BUSQUEDA	IMPACTO			AREA	PAIS	SIMILITUDES
										BAJO	MEDIO	ALTO			
15	Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura	Daniel Eduardo Molina Ycaza Angélica María Sánchez-Riofrío	2016	Si las empresas se desenvuelven en un entorno favorable, ya sea teniendo un capital humano propicio para satisfacer necesidades específicas, contando con una excelente infraestructura económica y optando por la innovación como eje en sus bienes o servicios, se logrará ser competitivos.	Buendía, E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo de económico de los países. Análisis Económico, 55-78.  CEPAL. (Enero de 2013). Cómo mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de <a href="http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3094/S2013021_es.pdf?sequence=1">http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3094/S2013021_es.pdf?sequence=1</a>  García, J., & García, L. (2013). El mercado y otros factores de competitividad para la atracción de inversiones directas extranjeras. ICE: Unidad de mercado.	Ycaza, D. E. M., & Sánchez-Riofrío, A. M. (2016). Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: revisión de la literatura. Revista San Gregorio, 2(15), 104-111. Retrieved from <a href="http://www.scholar.google.es">www.scholar.google.es</a>	Los factores que determinan la competitividad de una empresa en América Latina	Latinoamérica; competitividad empresarial; globalización; ventaja competitiva; estrategias	Competitividad empresarial			X	Innovación, la productividad, la calidad, el desarrollo del capital humano, la inversión en I+D (investigación y desarrollo), y la gestión financiera.	Latinoamérica	2-5-6-13-15 (factor de competitividad: habilidades gerenciales) y 9-10-12-13-15 (factor de competitividad: tecnología)

Fuente: Elaboración propia basado en los estudios encontrados.

## 6.2. Elementos comunes y relevantes en los factores o modelos implementados sobre competitividad en las empresas pymes

Una vez clasificados los documentos y estudios encontrados, se seleccionaron los artículos que tienen alto impacto en el tema objeto de investigación y se buscó los elementos comunes y relevantes en los factores o modelos que se han implementado en la competitividad de las empresas pymes.

En la *tabla 3* se puede observar que, de acuerdo a la literatura académica de los artículos seleccionados y según los autores, para las empresas pymes, la innovación, el desarrollo e inversión en tecnologías; y la formación y desarrollo del capital humano son las variables determinantes de la competitividad empresarial. Ahora bien, son importantes estas variables porque las empresas deben fomentar el recurso humano, los sistemas de información y las capacidades tecnológicas conforme a los nuevos retos y desafíos, pues esto trae consigo la transformación, modificación y ampliación de productos y servicios, también de los procesos tanto internos como externos; cambios organizacionales y mejoras en las calificaciones del capital humano.

Con base en los factores de competitividad hallados como determinantes (*tabla 2*) de la competitividad de las PYMES, se observa que los más destacados son desarrollo e inversión en tecnologías, otorgándole así una valoración de 8 puntos, equivalente al 23% a este nivel de competitividad, seguidamente la formación y desarrollo del capital humano, otorgándole así una valoración de 7 puntos, con una participación del 20%, y por último, la innovación otorgándole así una valoración de 6 puntos, equivalente al 17%; para un total de las tres variables del 60% con respecto a las demás.

Tabla 2. Frecuencia relativa elementos comunes

<b>VARIABLE</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>FR</b>
DESARROLLO E INVERSIÓN EN TECNOLOGIAS	8	23%
FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO	7	20%
INNOVACIÓN	6	17%
CALIDAD	4	11%
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	2	6%
HABILIDADES GERENCIALES	2	6%
PLANEACION ESTRATEGICA	2	6%
ORGANIZACIÓN DE LOS PROCESOS	1	3%
INVERSIÓN EN I+D	1	3%
EFICIENCIA	1	3%
LIDERAZGO	1	3%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Variables comunes

VARIABLES												
TITULO	AUTOR (ES)	INNOVACION	DESARROLLO E INVERSIÓN EN TECNOLOGIAS	ORGANIZACIÓN DE LOS PROCESOS	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	HABILIDADES GERENCIALES	PLANEACION ESTRATEGICA	INVERSIÓN EN I+D	FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO	CALIDAD	EFICIENCIA	LIDERAZGO
Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en popayán, Colombia	Saldarriaga Salazar, ME, Guzmán González, MF, Concha Cerón, EA	X	X	X	X	X						
Influencia de la planeación estratégica y las habilidades directivas como factores internos de competitividad empresarial de las PYMES	Alma Brenda Leyva Carreras, Judith Cavazos Arroyo, Joel Enrique Espejel Blanco					X	X		X			
Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial	Florina Arredondo Traperó José Carlos Vázquez Parra Jorge de la Garza	X	X					X	X			
Estándares de competitividad empresarial en las PyMES de artesanía Wayuu del distrito turístico y cultural de Riohacha	Meza Andrade, Lina M. Ramírez Freyle, Eduard Romero Zúñiga, Carmen	X								X	X	
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú)	Benites Gutiérrez, Luis Alberto Ruff Escobar, Claudio Ruiz Toledo, Marcelo Matheu Pérez, Alexis Inca Alayo, Martín Juica Martínez, Paola	X	X				X		X	X		
Evaluación de la inversión en TIC como factor de competitividad de las empresas pymes del cantón guayaquí	Francisco Cedeño Troya, José Townsend Valencia		X						X			
Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso de la Corporación Universitaria Americana, Medellín, Colombia	Sandra Liliana Torres Taborda		X						X			
Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPYMES de Tabasco	Aragón Sánchez Antonio; Rubio Bañón Alicia; Serna Jiménez Ana María y Chablé Sangeado Juan José	X	X						X	X		
Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial	Ivonne María Gil Osorio, Sait Ibarra Lopesierra		X		X							X
Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura	Daniel Eduardo Molina Ycaza Angélica María Sánchez-Riofrío	X	X						X	X		
<b>TOTAL VARIABLE</b>		<b>6</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Fuente: Elaboración propia basado en los estudios encontrados.

### 6.3. Síntesis de los principales hallazgos que han tenido las empresas pymes en términos de competitividad

En el artículo Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia, realizado en el año 2019 por María Eugenia Saldarriaga Salazar, María Fernanda Guzmán González y Eduardo Andrés Concha Cerón, publicado en la Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 24, N.º2, págs. 151-166, se utilizó la metodología cualitativa exploratoria para hallar variables, relaciones y condiciones de la innovación en las empresas pymes, realizando una entrevista semiestructurada a treinta mipymes del municipio de Popayán, las cuales permitieron recopilar información primaria y a partir de allí, realizar un análisis discriminando entre las empresas para consolidar los resultados acerca de los aspectos innovadores aplicados por cada una de ellas.

Dicho lo anterior, mediante un cuadro comparativo, se describen algunas variables importantes de la innovación en el sector comercial y de servicios que fueron precisadas por los empresarios entrevistados y que tienen similitudes en los resultados obtenidos. Para comprender, las variables son las siguientes:

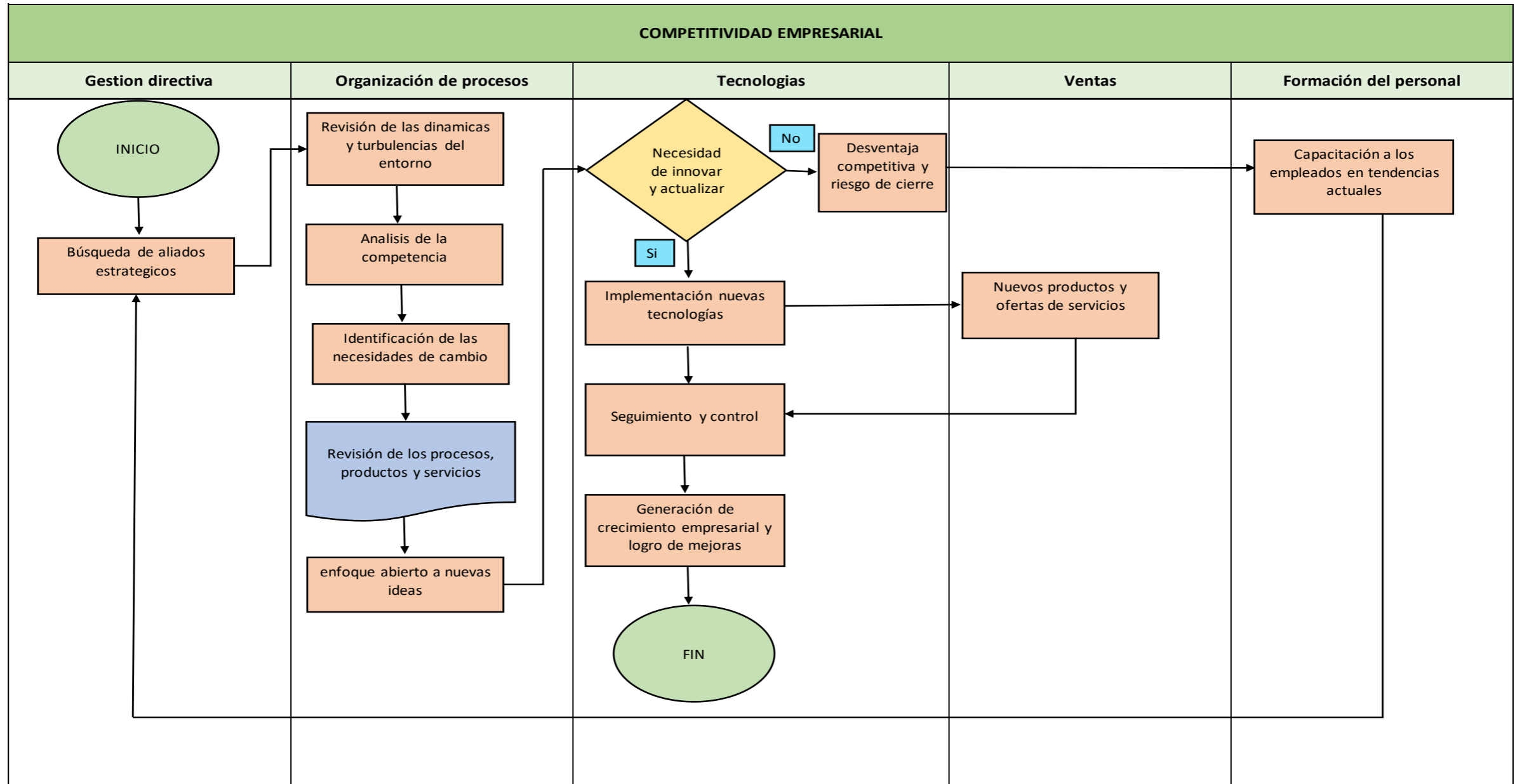
- Número de empleados,
- Innovación como ventaja competitiva
- Desarrollo y difusión de nuevos y mejores procesos
- Nuevos productos o servicios,
- Factores empresariales innovadores,
- Factores internos innovadores,

- Factores externos innovadores,
- Éxito empresarial relacionado con la innovación y el desarrollo de tecnologías
- Crecimiento empresarial,
- Organización de procesos,
- Análisis de la competencia,
- Influencia del entorno,
- Aliados estratégicos y
- La gestión directiva

Realizado el análisis, se determinó que el éxito de las empresas de Popayán está relacionado con la innovación y el desarrollo de las tecnologías, ya que se están implementando para generar cambios significativos en los procesos, permitiendo en gran modo cumplir a cabalidad con las metas, los objetivos y las exigencias de los clientes. También se evidencia y se detalla que para los empresarios la innovación es el factor diferenciador sumamente importante e imprescindible para distinguirse de la competencia, atendiendo los cambios que genera el entorno y buscando estrategias que conlleven al crecimiento y posicionamiento de las pymes de la ciudad en estudio.

Para ampliar más lo anterior, se muestra mediante un flujograma empresarial (*imagen 2*) las variables y factores que inciden en el desarrollo de la competitividad:

Figura 1. Flujograma empresarial innovación



En el artículo Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales, realizado en el año 2018 por Sandra Liliana Torres Taborda, publicado por la Revista Espacios (2018), por la Corporación Universitaria Americana, sede Medellín – Colombia, se utilizó la metodología cualitativa de investigación ya que no se recolecta ni se pretende tener análisis estadísticos. Se usa el método de recolección de información primaria a partir de trabajo de campo y análisis de la problemática actual. Mediante el análisis de los resultados encontrados en esta investigación se evidencia que, es indispensable la formación en competencias digitales, teniendo en cuenta que las TIC han surgido y se han expandido a lo largo de los años como una de las herramientas que ha facilitado el aprendizaje y promovido los mejores desempeños a nivel laboral.

En el ámbito académico se debe poner a disposición de los estudiantes las diferentes plataformas que ayuden a desarrollar habilidades y desempeño en el uso de las tecnologías para tener la capacidad de investigación, transformación personal, acercamiento a la cotidianidad de las organizaciones comprendiendo las necesidades reales que contribuyen al fortalecimiento del tejido empresarial colombiano.

De acuerdo a lo anterior se mencionan algunas variables relacionadas que son muy importantes en la apropiación de las herramientas digitales TICS. Las cuales son:

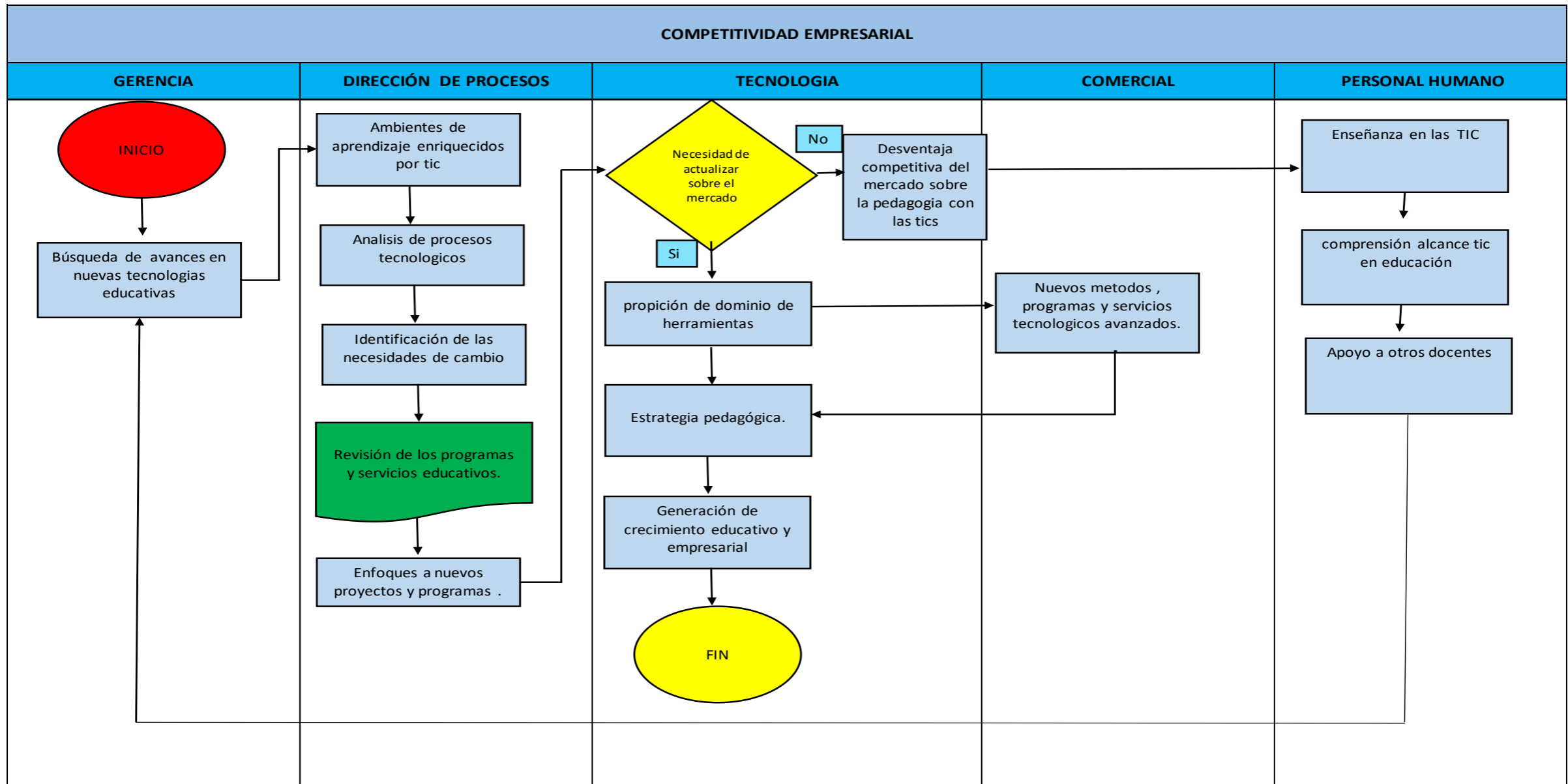
- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
- Capacidad de investigación.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.



- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Adquirir habilidades de trabajo en equipo en entornos virtuales.
- Adquirir habilidades de análisis, tratamiento e interpretación de información digital.
- Adquirir habilidades de elaboración, estructuración y presentación de la información digital y multimedia.

Para ampliar más lo anterior, se muestra mediante un flujograma empresarial (imagen 3) las variables y factores que inciden en el desarrollo de la competitividad:

Figura 2. Flujoograma empresarial herramientas digitales



Fuente: Elaboración propia basado en el artículo Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales

En el artículo Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial, realizado en el año 2016 por Florina Arredondo Trapero, José Carlos Vázquez Parra, Jorge de la Garza, recibido en la Universidad ICESI. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Artículo Open Access es una investigación no experimental transeccional (describir variables y analizar su incidencia), a través del modelo estadístico de regresión lineal múltiple (efectúa una modelación estadística que permite predecir el comportamiento de una variable respuesta a través del análisis de dos o más variables independientes) se cuantificó la recopilación y el análisis de los datos identificando las variables específicas que inciden sobre la innovación para la competitividad de los países latinoamericanos. El estudio se llevó a cabo en 21 países latinoamericanos que fueron evaluados por WEF (World Economic Forum's) prediciendo el comportamiento de la innovación en Latinoamérica en función de 7 variables listadas y una variable dependiente, con los siguientes datos extraídos del informe de índice de competitividad global del foro económico mundial. *Ver tabla 4.*

Para comprender un poco más, las variables planteadas en el estudio fueron las siguientes:

(v151) = Capacidad para innovar

(v152) = Calidad de las instituciones de investigación científica

(v153) = Inversión de las empresas en I+D

(v154) = Colaboración universidad-industria I+D

(v155) = Gobierno y productos de tecnología avanzada

(v156) = Disponibilidad de científicos e ingenieros

(v157) = Patentes aplicadas ante el Tratado de cooperación en materias de patentes

El índice de competitividad se calificó o se evaluó de 1 a 7, siendo 7 la puntuación más alta

Tabla 4. Puntuación componente innovación

Pais	Capacidad de innovar (v151) X1	Calidad de las instituciones de investigación científica (v152) X2	Inversión de las empresas en I+D (v153) X3	Colaboración universidad - industria (v154) X4	Gobierno y productos de tecnología avanzada (v155) X5	Disponibilidad de científicos e ingenieros (v156) X6	Patentes aplicadas ante el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) (v157) X7	12.o pilar: innovación Y
Argentina	3,67	4,1	2,8	3,64	2,54	3,81	1,36	3,04
Bolivia	3,52	3,21	3,54	3,54	3,5	3,65	0,08	3,15
Brasil	4,1	4,03	3,53	3,8	3,37	3,31	3,23	3,31
Chile	3,71	4,03	3,06	4,2	3,79	4,63	6,69	3,54
Colombia	3,55	3,48	2,98	3,93	3,69	3,84	1,24	3,21
Costa Rica	4,32	4,79	3,55	4,36	3,49	4,76	1,34	3,78
RepublicaDon	3,71	2,95	2,77	3,25	3,58	3,29	0,48	2,96
El Salvador	4,39	3,61	3,96	3,81	3,98	3,69	0,01	3,5
Guatemala	4,2	3,04	3,07	3,62	2,97	3,55	0,08	3,07
Guyana	3,84	3,77	3,68	3,76	3,8	4,14	0	3,42
Haití	2,86	2,17	2,2	2,29	2,64	2,88	0	2,28
Honduras	4	3,26	3,2	3,94	3,47	3,55	0	3,23
Jamaica	3,98	4,08	2,99	3,79	2,94	3,47	0,64	3,22
México	3,72	3,94	3,09	3,97	3,4	3,95	1,83	3,31
Nicaragua	3,18	2,71	2,62	2,95	2,92	3,14	0,09	2,68
Panamá	4,16	4,12	3,66	4,04	4,27	3,88	1,37	3,65
Paraguay	3,15	2,16	2,57	2,7	2,86	2,59	0,11	2,44
Perú	3,41	2,87	2,58	3,1	3,05	3,31	0,28	2,76
Puerto Rico	4,91	4,66	3,46	4,24	3,09	5,31	2,11	3,96
Uruguay	3,54	3,66	3	3,59	3,36	3,37	2,38	3,15
Venezuela	2,83	2,51	2,49	3,13	1,85	3,26	0,25	2,39

Fuente: Tomado de Foro económico mundial, 2014

El modelo de regresión lineal múltiple trata de predecir el comportamiento del pilar 12 de innovación en latinoamericana de acuerdo a los datos extraídos del informe de competitividad global del foro económico mundial y a las variables descritas anteriormente.

Tabla 5. Modelo Regresión lineal

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,998
Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,996
R <sup>2</sup> ajustado	0,994
Error típico	0,035231
Observaciones	21

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados del modelo de regresión (*tabla 5*), se puede inferir:

- El coeficiente de correlación múltiple es de 0.998, lo que significa que las variables se mueven en el mismo sentido o de manera similar, y dado que el valor es cercano a 1, indica que es más fuerte la asociación lineal entre las variables. En este caso la pendiente es positiva porque las variaciones de las variables independientes X son directamente proporcionales a las variaciones de la variable Y.
- El coeficiente de determinación es de 0.996, lo que implica que por ser un valor cercano a 1, la mayor parte de la variabilidad de la variable dependiente Y (pilar de innovación) está explicada por las variables independientes. Esto puede deberse a que estas variables inciden altamente en la innovación de las empresas. El 99.6% del pilar de innovación puede ser explicado mediante la aplicación y el desarrollo de las variables Capacidad para innovar, Calidad de las instituciones de investigación científica, Inversión de las empresas en I+D, Colaboración universidad-industria I+D, Gobierno y productos de

tecnología avanzada, Disponibilidad de científicos e ingenieros, Patentes aplicadas ante el Tratado de cooperación en materias de patentes.

### Análisis de varianza

Tabla 6. Análisis de varianza

ANÁLISIS DE VARIANZA					
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	7	3,966187571	0,566598224	456,47423	1,6295284E-14
Residuos	13	0,016136238	0,001241249		
Total	20	3,98232381			

Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos (tabla 6) podemos inferir que: El estadístico F es de 456,4 y que su valor crítico es cero, lo que significa que los coeficientes son conjuntamente significativos

Tabla 7. Análisis intercepción variables

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad (valor p)	Inferior 95,0%	Superior 95,0%
Intercepción	-0,007169309	0,071498887	-0,100271618	0,92165858	-0,16163326	0,147294646
Variable X 1	0,212408846	0,03120468	6,806954868	1,2492E-05	0,14499523	0,279822458
Variable X 2	0,143881826	0,028159702	5,109493863	0,00020038	0,08304649	0,204717165
Variable X 3	0,103088497	0,038154321	2,701882667	0,01812877	0,0206611	0,185515896
Variable X 4	0,099995833	0,042794609	2,336645571	0,03611341	0,0075437	0,192447965
Variable X 5	0,168437454	0,022572456	7,462079031	4,7508E-06	0,11967263	0,217202282
Variable X 6	0,168110605	0,02397041	7,013255157	9,1582E-06	0,11632568	0,219895528
Variable X 7	0,006241552	0,00694893	0,898203386	0,38541101	-0,0087707	0,021253802

Fuente: Elaboración propia

### Coefficientes:

- Coeficiente Capacidad para innovar (Variable X1): por cada puntaje adicional de capacidad para innovar, se puede esperar que la innovación aumente en 0,21 puntos

- Coeficiente Calidad de las instituciones de investigación científica (Variable X2):  
por cada puntaje adicional de Coeficiente Calidad de las instituciones de investigación científica, se puede esperar que la innovación aumente en 0,14 puntos
- Coeficiente Inversión de las empresas en I+D (Variable X3): por cada puntaje adicional de Coeficiente Inversión de las empresas en I+D, se puede esperar que la innovación aumente en 0,10 puntos
- Coeficiente Colaboración universidad-industria I+D (Variable X4): por cada puntaje adicional de Coeficiente Colaboración universidad-industria I+D, se puede esperar que la innovación aumente en 0,09 puntos
- Coeficiente Gobierno y productos de tecnología avanzada (Variable X5): por cada puntaje adicional de Coeficiente Gobierno y productos de tecnología avanzada, se puede esperar que la innovación aumente en 0,16 puntos
- Coeficiente Disponibilidad de científicos e ingenieros (Variable X6): por cada puntaje adicional de Coeficiente Disponibilidad de científicos e ingenieros, se puede esperar que la innovación aumente en 0,16 puntos
- Coeficiente Patentes aplicadas ante el Tratado de cooperación en materias de patentes (Variable X7): por cada puntaje adicional de Coeficiente Patentes aplicadas ante el Tratado de cooperación en materias de patentes, se puede esperar que la innovación aumente en 0,006 puntos

Probabilidad:

Si  $P \leq$  nivel de significancia de 0.05, entonces la variable X rechaza la hipótesis nula, y por tanto la variable X está aportando en forma significativa a la explicación de la variable Y, dado que ya están las otras variables en el modelo, se infiere lo siguiente:

De acuerdo con las hipótesis realizadas (*tabla 7*), Las variables Capacidad para innovar, Calidad de las instituciones de investigación científica, Inversión de las empresas en I+D, Colaboración universidad-industria I+D, Gobierno y productos de tecnología avanzada, Disponibilidad de científicos e ingenieros no presentan diferencia significativa en los países de Latinoamérica, dado que se encuentran en niveles por debajo del criterio estadístico ( $P < 0.005$ ), se confirma que son variables innovadoras que influyen de forma significativamente al modelo de los países en estudio, por otro lado, tenemos la variable de patentes aplicadas, la cual no es significativa, pues al tener un resultado de  $P = 0.38$  y sabiendo que este valor es  $> 0.005$ , se afirma que no es una variable innovadora y no forma parte de las ventajas competitivas de los países de Latinoamérica.

En el artículo Estándares de competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha, realizado en el año 2018 por Lina Meza Andrade, J Eduard Ramírez Freyle, Carmen Romero Zúñiga, Publicado por la Revista Espacios. Vol. 39 (Nº 06) Año 2018. Pág. 24 adopta una metodología descriptiva mediante el análisis del contenido como un método de investigación que ayuda tener una visión sobre la competitividad y la innovación de las pymes, calidad, eficiencia en proceso de comercialización de las artesanías Wayuu. En el cual se hace una investigación tomando una muestra, entre la población constituida por 156 empresas de artesanías Wayuu registradas y establecidas en el distrito turístico y cultural de Riohacha.



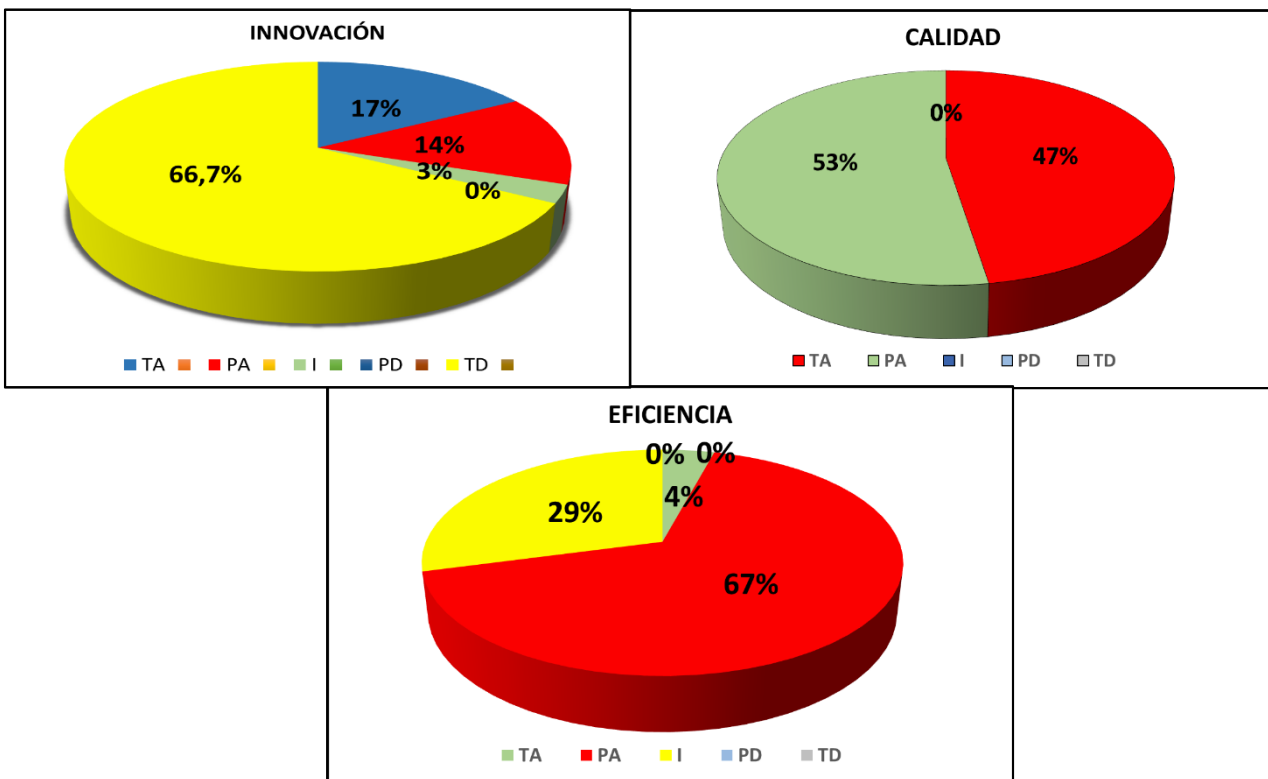
La estadística descriptiva que se entiende como la técnica que recolecta, organiza, almacena un conjunto de datos y resume sus resultados mediante gráficas y tablas, se utilizó como método para demostrar y medir los datos recolectados de manera directa de las empresas de artesanía wayuu frente a los estándares de competitividad empresarial. Se utilizó las medidas de tendencia central (media aritmética, mediana) y medida de dispersión (desviación estándar) para tabular los datos según muestra tomada.

Tabla 8. Modelo descriptivo

	INNOVACIÓN		CALIDAD		EFICIENCIA	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR
<b>TA</b>	6	16,7%	19	47,5%	1	4,2%
<b>PA</b>	5	13,9%	21	52,5%	16	66,7%
<b>I</b>	1	2,8%	0	0,0%	7	29,2%
<b>PD</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0
<b>TD</b>	24	66,7%	0	0,0%	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	100%	<b>40</b>	100%	<b>24</b>	100%
<b>MEDIA</b>	7,2		8,0		4,8	
<b>MEDIANA</b>	5,00		0,00		1,00	
<b>D. ESTANDAR</b>	9,7		11,0		6,9	

Fuente: Elaboración propia basado en el artículo Estándares de competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha

Figura 3. Gráficos circulares modelo descriptivo



Fuente: Elaboración propia

La encuesta (*tabla 8*) se realizó para conocer la percepción de los artesanos wayuu con respecto a los estándares basados en innovación, calidad y eficiencia.

#### Frecuencia relativa:

Innovación: según los datos recolectados y la tabulación del estándar innovación, la mayor parte de las empresas encuestadas, es decir el 66.7%, están totalmente en desacuerdo (TD), y el 16.7% afirman que están totalmente de acuerdo (TA) que hay relación en que la innovación contribuye a: la implementación de un nuevo o mejorado producto, y proceso productivo, la implementación de un sistema de comercialización o marketing y la implementación de un sistema de organización, esto quiere decir, que teniendo en cuenta que las pymes wayuu solo aplican innovación en el diseño de sus productos, para ellos el método de

comercialización nunca cambia, de hecho, no es importante una tienda virtual, prefieren que las personas se acerquen a sus tiendas físicas para que escojan sus productos de mayor gusto y también siempre es igual su sistema organizacional, mantienen a los indígenas como la principal población para llevar a cabo los procesos de producción.

Los empresarios le dan importancia a la innovación como estándar de competitividad de las empresas Wayuu solo en el diseño de sus productos.

Calidad y eficiencia: según los datos recolectados y la tabulación del estándar calidad y eficiencia, la mayor parte de las empresas encuestadas, es decir el 52.5%, y el 66.7% respectivamente, están parcialmente de acuerdo (PA) con que la calidad es un factor importante en la elaboración de los productos y los métodos de producción son eficientes porque la mano de obra es abundante y altamente calificada para tal fin.

Ahora bien, observando los tres indicadores (*imagen 4*), para las empresas wayuu la calidad es el factor más determinante para la competitividad, toda vez que, con un porcentaje del 47.5% respecto a las otras variables innovación con 16.7% y eficiencia con 4.2%, la población encuestada respondió que están totalmente de acuerdo (TA) con que las pymes de artesanías wayuu cumplan con los estándares exigidos de competitividad nacional y global para elaborar y ofrecer productos de calidad, además, de encargarse de hacer un control de calidad antes de exhibir y poner en venta sus productos.

#### Media aritmética:

En promedio 7, 8, y 5 empresas (*tabla 8*) respondieron que la innovación, la calidad y la eficiencia respectivamente son factores determinantes en la competitividad. Dando a entender que, entre los tres indicadores, el promedio más alto es el factor calidad, pues, para las empresas

wayuu, es lo más importante para elaborar y ofrecer sus productos, porque con base en el cumplimiento de los estándares mínimos, se logra la satisfacción en los consumidores y la competitividad a nivel global.

### Mediana:

El valor máximo de los datos es 5 (*tabla 8*) correspondiente al indicador innovación, por lo tanto, se puede expresar que el 50% respondió que menos de 5 empresas se encuentran parcialmente de acuerdo con que la innovación es determinante para la competitividad. El valor máximo de los datos es 0 correspondiente al indicador calidad, por lo tanto, se puede expresar que el 50% respondió que menos de 0 empresas se encuentran parcialmente en desacuerdo o les es indiferente que la calidad es determinante para la competitividad. El valor máximo de los datos es 1 correspondiente al indicador eficiencia, por lo tanto, se puede expresar que el 50% respondió que menos de 1 empresa se encuentra totalmente de acuerdo que la calidad es determinante para la competitividad.

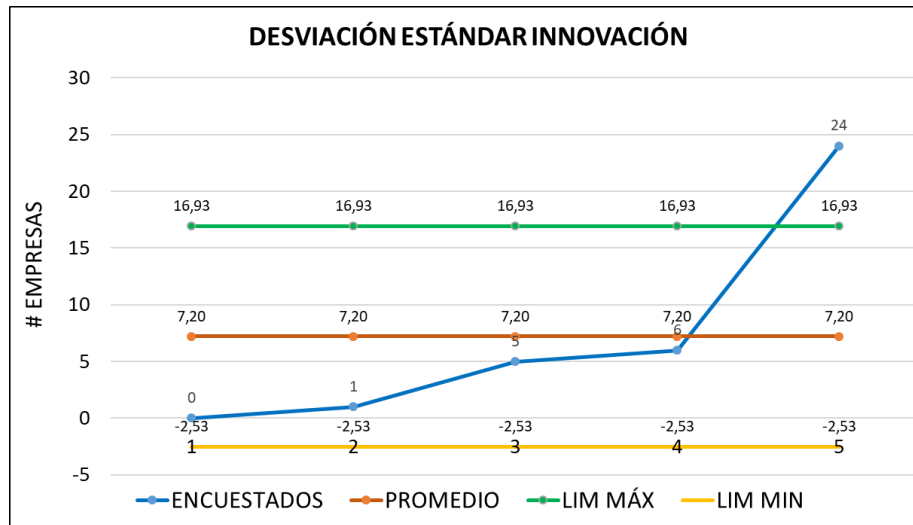
### Desviación estándar:

Tabla 9. Desviación estándar factor innovación

INNOVACIÓN	
PROMEDIO	7,20
DESVIACION ESTANDAR	9,73
LIMITE MÁXIMO	16,93
LIMITE MINIMO	-2,53

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Gráfico circular desviación estándar factor innovación



Fuente: Elaboración propia

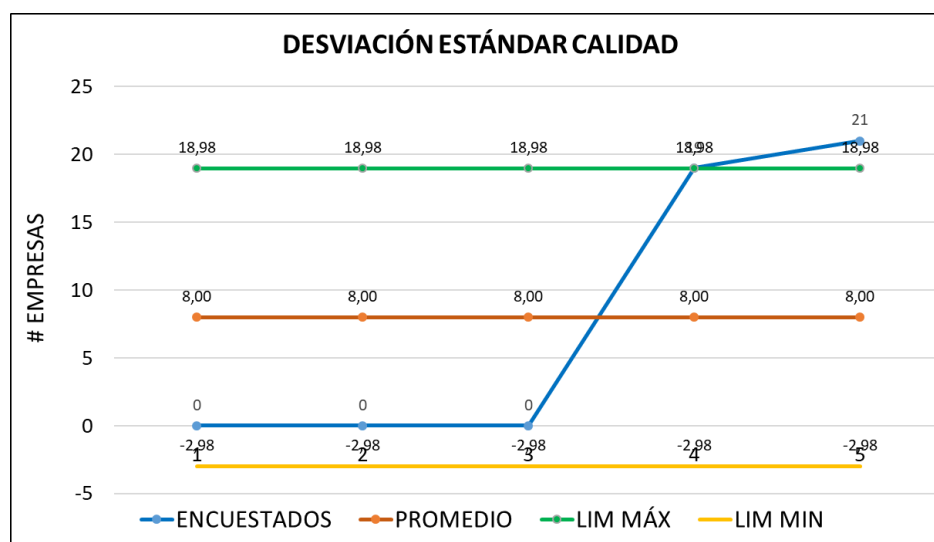
Se puede observar (*tabla 9*) que, con respecto a la media aritmética, el límite máximo y mínimo de empresas encuestadas que respondieron que la innovación es determinante y que guarda relación con el diseño de los productos, el método de comercialización y el sistema de cambio organizacional en lo que respecta a competitividad fue 16.93 y -2.53 respectivamente, es decir, la desviación estándar indica que hay 9.73 por encima y por debajo del promedio de las empresas encuestadas que toman la innovación como factor importante, en otras palabras, el valor entre la línea amarilla y verde (*imagen 5*) es el promedio más normal que actúa en este caso, y aquellos que están por encima y por debajo de esto, están por fuera de lo normal.

Tabla 10. Desviación estándar factor calidad

CALIDAD	
PROMEDIO	8,00
DESVIACION ESTANDAR	10,98
LIMITE MÁXIMO	18,98
LIMITE MINIMO	-2,98

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Gráfico circular desviación estándar factor calidad



Fuente: Elaboración propia

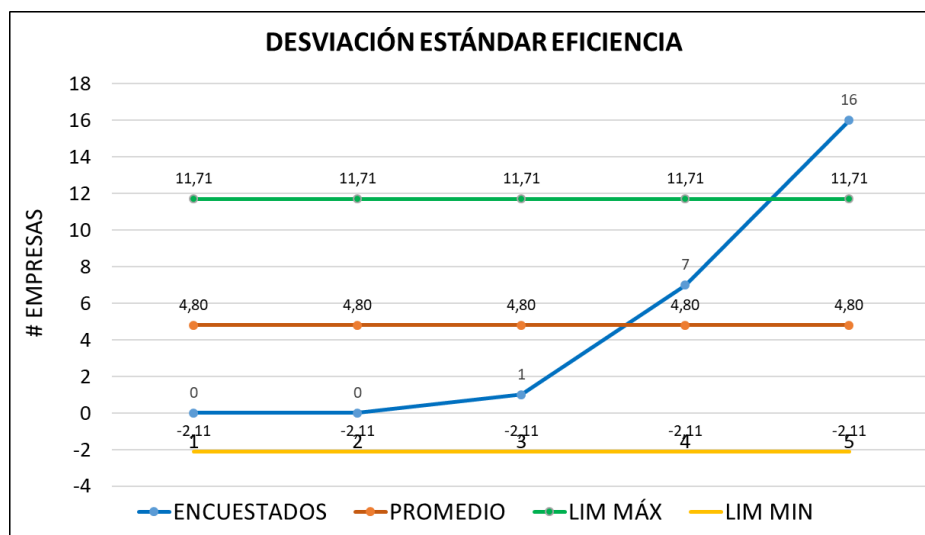
Se puede observar (*tabla 10*) que, con respecto a la media aritmética, el límite máximo y mínimo de empresas encuestadas que respondieron que la calidad es determinante en la elaboración de los productos para la competitividad fue 18.98 y -2.98 respectivamente, es decir, la desviación estándar indica que hay 10.98 por encima y por debajo del promedio de las empresas encuestadas que toman la calidad como lo más importante, en otras palabras, el valor entre la línea amarilla y verde (*imagen 6*) es el promedio más normal que actúa en este caso, y aquellos que están por encima y por debajo de esto, están por fuera de lo normal.

Tabla 11. Desviación estándar factor eficiencia

EFICIENCIA	
PROMEDIO	4,80
DESVIACION ESTANDAR	6,91
LIMITE MÁXIMO	11,71
LIMITE MINIMO	-2,11

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Gráfico circular desviación estándar factor eficiencia



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar (*tabla 11*) que, con respecto a la media aritmética, el límite máximo y mínimo de empresas encuestadas que respondieron que la eficiencia es determinante en los métodos de producción para la competitividad fue 11.71 y -2.11 respectivamente, es decir, la desviación estándar indica que hay 4.8 por encima y por debajo del promedio de las empresas encuestadas que toman la eficiencia como lo más importante, en otras palabras, el valor entre la línea amarilla y verde (*imagen 7*) es el promedio más normal que actúa en este caso, y aquellos que están por encima y por debajo de esto, están por fuera de lo normal.

## 7. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos indican que los factores que inciden en la competitividad e impulsan el crecimiento de las empresas pymes son de nivel micro y macroeconómico, y se encuentran relacionados independientemente del contexto en el que se encuentren.

Las revisiones de diferentes artículos relacionados con el tema objeto de estudio, muestran que algunas variables permiten fomentar la sostenibilidad, el desarrollo económico, el crecimiento económico, y la ventaja competitiva en el mercado de las empresas y que además juegan un papel esencial a la hora de generar estrategias para mejorar la posición en el mercado y suplir las necesidades de cada nicho económico.

A partir de la construcción del estado del arte, la forma como ha sido tratado y el avance en el que se encuentra la temática en estudio en el momento de realizar la investigación, se logran identificar específicamente cuatro variables determinantes en las empresas, innovación, tecnología-herramientas digitales, capacitación al capital humano y la calidad como factores que aportan y promueven la competitividad, por ello, alcanzar los objetivos empresariales, es cuestión de enfocarse en los componentes que añaden valor y que permiten el desarrollo sostenible y sustentable tanto económico como social y ambientalmente.

Mediante distintos modelos cualitativos y cuantitativos se puede demostrar cual es el avance en términos de competitividad que han tenido las empresas pymes de Colombia y el mundo.

El estudio realizado en las distintas fuentes bibliográficas servirá de guía para futuras investigaciones de otras personas que estén interesadas en indagar sobre la temática, mejor dicho, servirá como línea base para otros investigadores que quieran investigar sobre el tema



objeto de estudio, pero de igual manera servirá para conocer los factores que tienen mayor incidencia y viabilidad en la competitividad.

## 8. REFERENCIAS

- Aragón, A., Rubio, A., Serna, A., & Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Investigación y Ciencia*, 4-12.
- Arredondo, F., Vasquez, J., & de la Garza, J. (2016). Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial. *Estudios Gerenciales*, 299-308.
- Benites, L., Ruff, C., Ruiz, M., Matheu, A., Inca, M., & Juica, p. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 29, 208-236. Obtenido de <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/3513/4263>. Retrieved from [www.scopus.com](http://www.scopus.com)
- Cedeño, F., & Townsend, J. (2021). Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas pymes del cantón guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 13(2), 452-462.
- Congreso de la República de Colombia. (27 de noviembre de 2008). Ley 1253 de 2008. Colombia: Gaceta oficial del congreso. Obtenido de [www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co)
- Departamento administrativo de la función pública. (3 de febrero de 2003). Decreto 210 de 2003. Bogotá, Colombia: Diario oficial. Obtenido de [www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

El turismo en Colombia. (2022). Información General de Palmira, Colombia – Valle del Cauca.

Obtenido de <https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/valle-del-cauca-turismo/palmira-turismo/informacion-general-de-palmira/>

Enciclopedia económica. (2018). *Producto interno bruto*. Grudemi. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/pbi/>

Enciclopedia económica. (2018). *Pymes*. Grudemi. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/pymes/>

Enciclopedia económica. (2019). *Ventaja competitiva*. Grudemi. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/ventaja-competitiva/>

Enciclopedia económica. (2021). *Mediana empresa*. Editorial Grudemi. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/mediana-empresa>

Enciclopedia económica. (2021). *Pequeña empresa*. Grudemi. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/pequena-empresa/>

Encolombia. (2022). *Empresas agropecuarias*. Obtenido de

<https://encolombia.com/economia/economia-intro/empresas-agropecuarias/>

Foro económico mundial. (2014). *Informe de competitividad global 2014-2015*.

Gil, I., & Ibarra, S. (2014). Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial. *Dimensión empresarial*, 12(2), 117-126.

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Leyva, A. B., Cavazos, J., & Espejel, J. E. (2018). Influencia de la planeación estratégica y las habilidades directivas como factores internos de competitividad empresarial de las

- PYMES. *Contaduría y administración*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Live valle del cauca. (s/f). *Información General de Pradera, Valle del Cauca*. Obtenido de <https://www.livevalledelcauca.com/pradera/informacion-general.html#:~:text=Se%20encuentra%20al%20norte%20del,en%20el%20turismo%20de%20Aventura>.
- Meza, L., Ramirez, E., & Carmen, R. (2018). Estándares de competitividad empresarial en las PYMEs de artesanía Wayuu del distrito turístico y cultural de Riohacha. *Espacios*, 39(6), 24.
- Minciencias. (2022). *Innovación empresarial*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/portafolio/innovacion/empresarial->
- Molina, D., & Sanchez, A. (2016). Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura. *San Gregorio*(15), 104-111.
- Molina, N. (2005). ¿Qué es el estado del arte? *Ciencia y Tecnología para la salud Visual y Ocular*, 73-75.
- Porter, M. (2014). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2a. ed ed.). Mexico: Grupo editorial patria. Obtenido de <https://ezproxy.uan.edu.co:2830/es/lc/bibliouan/titulos/114080>
- Retos directivos. (2001). *Competitividad empresarial*. Business school. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/cuatro-decisiones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>

- Saldarriaga, M. E., Guzmán, M. F., & Concha, E. A. (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. *Revista venezolana de gerencia*.  
Obtenido de <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31486>
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (2000). *Administración*. Mexico: Compañía Editorial Continental SA. De CV.
- Torres, S. (2018). Estrategia de competitividad profesional basada en la apropiación de herramientas digitales. Caso de la Corporación Universitaria Americana, Medellín, Colombia. *Espacios*, 39(50), 3.
- Ubfal, D. (2004). *El concepto de competitividad. medición y aplicación al caso Argentino*. Buenos Aires: Instituto de investigaciones económicas.