

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ARTÍCULO PROFESIONAL

**FACTORES QUE AFECTAN A LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES
DEDICADAS A LA VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES
DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

LORENA ELIZABETH ARIAS OCHOA

DIRECTOR: MGTR. EDWIN JAVIER SUQUILLO GUIJARRO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ
DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE
LOCAL Y GLOBAL**

QUITO, AGOSTO 2025

DIRECTOR

Mgtr. Edwin Javier Suquillo Guijarro

DOCENTES LECTORES

Mgtr. Elisa Bravo Ramírez

Mgtr. Santiago Muñoz Solórzano

DEDICATORIA

A mi esposo Victor, mi compañero de vida, quien me ha demostrado con su ejemplo que todo sueño es posible cumplir con responsabilidad, dedicación y amor.

A mis hijos Martina, Joaquín y Nicolás, en quienes veo un potencial inmenso de futuros profesionales pero sobre todo de valiosos ciudadanos por los valores y cariño que han recibido en el hogar. Les dedico este proyecto esperando que mi techo sea su piso en la educación.

INDICE GENERAL

RESUMEN	V
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
2.1 La competitividad en las Pymes	8
2.2 Factores externos que afectan la competitividad	9
2.3 Factores internos que afectan la competitividad.....	10
2.4 La innovación en las pymes	12
3. DISEÑO METODOLÓGICO	14
3.1 Tipo de estudio.....	14
3.2 Recolección y procesamiento de datos	15
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	16
4.1 Datos Generales de las empresas	16
4.1.1 Número promedio de empleados	16
4.1.2 Zona donde se ubica la empresa	17
4.1.3 Cargo de la persona que llena la encuesta.....	18
4.1.4 Tiempo de trabajo de la persona que llena la encuesta.....	18
4.1.5. Género del gerente / director	19
4.1.6. Formación del Gerente / Director	20
4.2 Resultados de los factores que afectan la competitividad.....	20
4.2.1 Factores Externos que afectan la competitividad	21
4.2.2. Factores Internos que afectan la competitividad.....	23
4.2.3. Acciones importantes para el desarrollo futuro de las Pymes	25
4.2.4. Innovación de productos, procesos y gestión	28
4.3 Fiabilidad de los constructos	31
4.4. Relación de las variables	32
5. CONCLUSIONES.....	33
6. REFERENCIAS	35
APENDICE.....	38
Apéndice A. Tablas de información general de las empresas	38
Apéndice B. Tablas de Informe de resultados de SPSS	39
ANEXO 1.....	42

RESUMEN

La competitividad es un tema importante en el entorno empresarial y globalizado en el que se desenvuelven las Pymes.

El objetivo del estudio fue analizar las estrategias que requieren las Pymes dedicadas a la venta al por de otros enseres domésticos en comercios especializados en el Distrito Metropolitano de Quito para mejorar su competitividad. Se aplicó un estudio descriptivo y correlacional por medio de una encuesta cuantitativa que se aplicó a gerentes y directivos. Las estadísticas demostraron que el principal factor externo que afecta a la competitividad es la alta informalidad de las Pymes y el factor interno con mayor incidencia son los problemas de morosidad y se destaca que la principal acción que les ayudaría a mejorar la competitividad es una mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a Pymes.

Palabras clave: Pymes, competitividad, sector comercio.

ABSTRACT

Competitiveness is an important issue in the globalized business environment in which SMEs operate.

The objective of the study was to analyze the strategies required by SMEs engaged in the wholesale sale of other household good in specialized stores in the Metropolitan District of Quito to improve their competitiveness. A descriptive and correlational study was conducted through a quantitative survey administered to managers and executives. The statistics showed that the main external factor affecting competitiveness is the high informality of SMEs, and the most significant internal factor is late payment problems. It is highlighted that the main action that would help them improve competitiveness is greater dissemination and promotion of public aid or services for SMEs.

Keywords: SMEs, competitiveness, trade sector.

1. INTRODUCCIÓN

El dinamismo empresarial que se vive actualmente hace necesario tener un conocimiento de los factores clave para el éxito competitivo. Conocer los problemas de las empresas tanto a nivel interno como externo facilita que los líderes tomen decisiones adecuadas para mejorar la competitividad.

La competitividad en las empresas se define como la capacidad que tienen para alcanzar el éxito y mejorar su rentabilidad a largo plazo. Según Porter, M. (2008), es importante medir las empresas para conocer sus puntos fuertes y áreas a mejorar e ir adaptándose a los cambios y a las nuevas oportunidades que ofrece el entorno.

Los factores externos que afectan la competitividad de las Pymes en el Ecuador son variados, según Pesántez (2024), uno de los más importantes es el entorno económico, que incluye fluctuaciones en la inflación y el crecimiento del PIB. Además, las políticas gubernamentales y municipales juegan un papel importante; regulaciones excesivas o impuestos altos limitan el crecimiento y la flexibilidad de las Pymes.

Otro factor relevante es el acceso a financiamiento, ya que muchas Pymes enfrentan dificultades para obtener créditos que les permitan invertir en tecnología y capacitación, lo que reduce su competitividad. Según Ríos et al., (2023), la intensa competencia del mercado, tanto de empresas locales como de multinacionales, fuerza a las Pymes a diferenciar sus productos y servicios para mantener su cuota de mercado. Por último, las condiciones sociales y culturales también influyen, ya que las expectativas de los consumidores sobre la calidad y el servicio determinan el éxito de estas empresas en el contexto ecuatoriano.

Thomas et al., (2023), señala que las Pymes son afectadas por una serie de factores tales como, infraestructura tecnológica, la falta de líderes, mano de obra cualificada, limitaciones para innovar y la incertidumbre política, lo cual limita la competitividad, la innovación y supervivencia, lo que demanda de un proceso de investigación por parte de todos los sectores tanto públicos como privados para abordar esta problemática de tal forma que el sector minorista del Distrito Metropolitano de Quito pueda asegurar su permanencia.

Los factores internos que afectan la competitividad parten de la eficiencia administrativa; por ejemplo, liderar correctamente al personal, capacidad de innovar tanto en productos como en tecnología, una correcta gestión financiera para controlar gastos y tener oportunidades de ahorro e inversión, eficiencia en los procesos internos para reducir tiempos y costos; finalmente una cultura organizacional orientada a la mejora continua.

La Cámara de Comercio de Quito (2024), reconoce a las Pymes como un pilar clave en la estructura económica del Ecuador ya que este sector genera una parte importante de empleo y contribuye significativamente a la dinámica de la economía local y nacional.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2023), en el Ecuador existen 1'161.861 entre micro, pequeñas y medianas empresas, de las cuales 263.938 son inactivas, es decir no registran ventas ni afiliación de empleados, por lo tanto, el número de micro y pymes activas en el año 2023 es de 897.923, cifra que demuestra que este sector es el más numeroso de la economía total del Ecuador, por encima de este grupo están las grandes empresas con 5.240 unidades de negocio. El mismo estudio señala que en Quito existen 287.280 empresas de las cuales 285.747 son micro, pequeñas y medianas empresas, que representa el porcentaje mayoritario de las empresas en Quito, por lo tanto, es un sector neural económico que merece la pena analizar ciertos detalles de su comportamiento.

Dentro del grupo de las Pymes dedicadas a la Venta al por Menor de otros Enseres Domésticos en Comercios Especializados en el Distrito Metropolitano de Quito, la actividad se clasifica bajo el código CIIU G475 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2009) y se enfoca en la venta de productos específicos como por ejemplo textiles, insumos de ferretería, productos eléctricos, alfombras, pinturas, vidrio, artículos de plástico, instrumentos musicales, utensilios de cocina, productos de decoración y acabados de la construcción, entre otros. Es un importante grupo de empresas que amerita un análisis específico.

Las Pymes necesitan medirse con sus similares para establecer el contraste de sus acciones pasadas con las del presente y trazar un plan de acción futuro. Los estudios en materia de competitividad existen para las grandes corporaciones del país, sin embargo, las Pymes tienen limitaciones en obtener dichos parámetros y replantear sus estrategias al entorno económico actual, es por ello que el presente trabajo tiene como finalidad determinar los principales factores externos e internos que afectan a la competitividad y

establecer acciones para el desarrollo de las Pymes dedicadas a la venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados en el Distrito Metropolitano de Quito. Adicionalmente se analizará la influencia de dichos factores en las innovaciones que realizan las Pymes de este sector.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 La competitividad en las Pymes

La competitividad es clave en el mundo empresarial ya que permite mejorar la posición en el mercado al ser más eficientes, innovadores y sostenibles. Según Kaplan & Norton (1992), la competitividad es una sinergia para alinear personas, recursos y una clara visión estratégica; la competitividad no es mala ya que fomenta una cultura de mejora continua, crecimiento y supervivencia a largo plazo.

La competitividad según Pindyck & Rubinfeld (2009), se mide por la capacidad que tienen las empresas de maximizar sus beneficios, es decir una empresa es competitiva cuando alcanza el nivel más alto posible de ganancias y asegura su crecimiento.

La competitividad de las pequeñas y medianas empresas se ve afectada en un contexto de globalización por la rápida evolución de distintos factores internos y externos que plantean tanto oportunidades como riesgos, por ejemplo, las Pymes tienen mayor facilidad para competir ya que son unidades de negocio que pueden tomar decisiones rápidas, a diferencia de las empresas más grandes que tienen procesos claros pero más lentos para llevar a cabo; eso le da una ventaja a las Pymes en su proceso de cambio y transformación; sin embargo, también tienen una menor capacidad de innovación ya que tienen recursos limitados para enfrentarse a competidores más grandes.

Según Ríos y Preciado, (2023), la digitalización abre nuevas oportunidades y vías de comercio, donde varias Pymes luchan por adaptarse a las condiciones demandantes del mercado y a sus competidores. A medida que la demanda de los consumidores cambia las Pymes deben enfocarse en ser más responsables y sostenibles, la innovación y la sostenibilidad se vuelven un elemento crítico para su supervivencia.

2.2 Factores externos que afectan la competitividad

Los aspectos externos que no pueden ser controlados directamente pero que afectan a la competitividad de las empresas influyen significativamente, por ejemplo, factores económicos del país, políticos, socioculturales, ambientales y globales.

Krugman & Wels (2020), señalan que la política económica de un país influye en la competitividad de las empresas, ya que crean oportunidades o amenazas que deben anticipar; es decir está íntimamente ligado el contexto económico de un país con el crecimiento de las empresas. Por otro lado, Pfeffer & Salancik (1978), manifiestan que cuando la política monetaria es restrictiva se les dificulta a las empresas financiarse o invertir en su crecimiento, ya que las tasas de interés altas hacen más difícil y costoso que accedan las empresas a créditos; esto demuestra que las condiciones económicas del país influyen directamente en la competitividad de las empresas.

El alto costo de energía es otro factor que incide significativamente en la competitividad de las empresas ya que representa un gasto operativo considerable en sus estados financieros y es un factor que no puede controlar por ser un servicio público dado por el Estado. En sectores económicos donde el uso de energía es intenso, como por ejemplo fábricas de manufactura o agroindustria el impacto es neural; existen muchas empresas grandes que pueden costear en energía renovable o invertir en eficiencia energética, sin embargo, la mayoría de Pymes tienen menor capacidad de adoptar estas medidas, quedando en desventaja y no pueden trasladar altos costos de energía al consumidor final por temor a perder clientes.

Kotler (2012), afirma que las costumbres, las creencias, el nivel de educación modelan el comportamiento de las compras en los consumidores y eso impacta al ingreso de las empresas. Actualmente la conciencia ambiental ha impulsado que muchas empresas adopten prácticas sostenibles para no perder competitividad, lo que ayuda a mejorar la percepción frente a sus clientes y sigan manteniendo su lealtad hacia la empresa.

Las Pymes en el Ecuador, tienen una serie de dificultades a las cuales se enfrentan en su actividad económica, si bien son empresas que generan un aporte importante de empleo, tienen un nivel de competitividad relativamente bajo, reflejado en sus resultados financieros. En Ecuador hay temas que saltan a la luz, como la corrupción, inseguridad,

burocracia en el sector público y falta de política pública de apoyo; así también existen temas como la informalidad que genera una competencia desleal para las Pymes formales.

La corrupción y la inseguridad incrementan costos operativos y desmotiva a nuevas inversiones, por ejemplo, ha obligado a las empresas en el Ecuador a gastar en seguridad privada, modificar horarios en ciertas zonas por robos; esto genera incertidumbre y se dificulta una correcta planificación empresarial; en lugar de que los recursos económicos se destinen a mejorar las condiciones de las empresas, éstos se usan para aplacar los temas de inseguridad y limita la competitividad en el país y de manera especial en las Pymes que tienen menos recursos para adaptarse.

2.3 Factores internos que afectan la competitividad

Los factores internos están en manos de las empresas y dependen de ellas mismas hacer una evaluación para mejorar, existen varios factores internos que afectan la competitividad de empresas. Según Drucker (1999), hasta las mejores ideas y recursos se desperdician sin una correcta dirección, esto da a entender que una mala dirección puede llegar a desvanecer hasta los mejores proyectos; por ello es importante que el líder inspire, comunique bien y aporte para el buen clima laboral.

Uno de los factores son los problemas de calidad de productos o servicios. Un producto o servicio de mala calidad lleva a quejas, devoluciones y pérdida de confianza. Kotler (2012), afirma que están destinadas a perder competitividad las empresas que no ofrecen productos o servicios de calidad ya que dañan la reputación de la empresa y además generan costos extras para corregir errores, reemplazar productos defectuosos y gestionar las quejas. En la era digital que se vive actualmente, una mala experiencia se difunde rápidamente lo que desencadena en una mala imagen para la empresa.

Existen Pymes que tienen la visión de acceder a mercados internacionales, aunque son pocas, enfrentan desafíos por su limitada capacidad financiera, falta de información y escasa experiencia. Según la OCDE (2019), los altos costos logísticos y las barreras arancelarias son desventajas para las Pymes que intentan ofrecer sus productos fuera del país, ya que tienen marcas poco conocidas y carecen de redes de contacto internacionales lo que limita su expansión.

Otro factor que afecta la competitividad es el personal de la empresa poco cualificado. Las Pymes generalmente no pueden ofrecer salarios altos, planes de carrera atractivos o beneficios competitivos y las coloca en desventaja frente a empresas que tienen los recursos para captar profesionales capacitados. Según la OECD (2020), las Pymes enfrentan mayores restricciones para invertir en capacitación, lo que genera brechas grandes frente a otras empresas.

Otro factor es la cultura empresarial. Una cultura empresarial eficiente contribuye al alto rendimiento de la organización. Según Robbins & Judge (2009), una cultura fuerte tiene valores centrales y normas bien comunicadas que están sostenidos y ampliamente compartidos por todos los miembros de la organización, lo cual genera un mayor compromiso, una baja rotación de personal y genera un sentido de identidad porque se promueven valores éticos que brinda confianza entre empleados, clientes, proveedores y todos los actores que tienen relación con la empresa.

Por el contrario, una cultura empresarial débil tiene valores inconsistentes y poco compartidos lo cual genera una baja motivación y compromiso entre los empleados, terminando en una alta rotación de personal.

Existe otro factor que afecta a la competitividad y son los problemas relacionados con innovación de productos y servicios, procesos y gestión. Sin innovación pierde ventaja competitiva la empresa y queda atrapada en un ciclo decreciente. Según Drucker (1999), el empresario puede crear nuevos recursos de riqueza o mejorar los existentes mediante la innovación. Los productos y servicios que se ofrecen repetitivos y sin innovación se vuelven obsoletos, por ende, los clientes migran a marcas actualizadas y a lugares donde el servicio es más eficiente. Este conjunto de malas prácticas puede llevar a la empresa al declive operativo, comercial y finalmente al colapso.

El factor de la escasa digitalización en las empresas es un tema complejo porque si bien es cierto la gran mayoría de empresas dispone de sistemas contables, también existe un porcentaje pequeño de empresas que no se han digitalizado. Las empresas poco digitalizadas no pueden competir eficientemente con otras que utilizan tecnologías ya que sus procesos se vuelven lentos e ineficientes, se incrementa el tiempo de respuesta ya que dependen en exceso del trabajo manual, así mismo, no permite tomar decisiones basadas en datos ya que carecen de información en tiempo real, conlleva a costos operativos más altos y se incrementan los errores. Las nuevas generaciones de profesionales no se sienten

atraídos por este tipo de empresas ya que prefieren trabajar en entornos tecnológicos modernos, por ende, no pueden atraer ni retener nuevos talentos.

Otro factor que se menciona son los problemas de ciberseguridad en la empresa. Los ataques cibernéticos evolucionaron para afectar los sistemas operativos estratégicos de una empresa. Según Solms & Nieker (2013), un ciberataque puede paralizar todas las operaciones de una empresa, lo que conlleva a costos elevados de rescate para recuperar los sistemas y pérdida de confianza en los clientes.

El factor de los altos costos asociados a medidas de sostenibilidad (huella de carbono, residuos), es un tema de prácticas de sostenibilidad que son necesarias y generan un beneficio a largo plazo, representan un problema económico inicial para las empresas por los altos costos de implementación. En el Ecuador, aún no es obligatorio esta transición por parte de las empresas, sin embargo, ese es el rumbo que en un futuro se debe transitar, en este sentido se propone a las empresas a tener la visión clara del futuro, hacer un análisis del alcance de sus residuos y preparar un plan de acción que aborde esta problemática.

Finalmente, el factor que afecta a la competitividad de las Pymes es la dificultad para la transición generacional de la empresa. Hay muchos problemas que inciden en la transición generacional sobre todo en empresas familiares, por ejemplo, la falta de preparación del sucesor ya que el líder no planifica adecuadamente su salida, además hay líderes que se aferran al poder por miedo a perder el control, finalmente la empresa corre el riesgo de romper relaciones importantes con socios, proveedores y clientes sino gestiona bien el traspaso del liderazgo. Según Gallo (1998), las nuevas generaciones aportan nuevas ideas que pueden enriquecer una empresa, es importante mantener un ambiente que permita expresar su creatividad manteniendo los valores que han caracterizado a la empresa.

2.4 La innovación en las pymes

Innovar es crear un valor extra a los productos o servicios existentes mediante su mejoramiento. Según Roza (2020), hay que reconocer que el cambio es una constante y no una amenaza, hay muchas personas que se reúsan al cambio porque les ha ido bien en

un tiempo determinado y creen que así será siempre, en ese sentido los líderes deben abrir paso al cambio en lo que consideren conveniente. A veces no se necesitan cambios extremos, un simple y sencillo cambio hace una gran diferencia, simplemente hay que entender la dinámica y ver soluciones simples y prácticas.

La innovación en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) es un factor que marca la diferencia para mantenerse en el entorno económico competitivo y cambiante en que nos encontramos. Hay muchas formas de innovación que pueden ir desde procesos internos, hasta el desarrollo de nuevos productos y servicios, lo importante es enfocar donde está el problema y actuar marcando una diferencia en el mercado para mejorar la competitividad

En el campo de la innovación hay varios temas que abordar, uno de ellos son los cambios o mejoras en productos o servicios existentes. Conocer las preferencias de los clientes ayudará a las empresas a tomar decisiones sensatas a la hora de realizar cambios o mejoras en sus productos o servicios, asegurando que sigan siendo atractivos. Es una forma de manifestar que el cliente es importante y que sus necesidades son tomadas en cuenta. Mejorar un producto alarga su ciclo de vida y cada vez se hace más simple producirlos, porque hay la experiencia y la retroalimentación para la mejora continua.

Otro tema innovador es lanzar al mercado nuevos productos o servicios. Ofrecer un producto novedoso o un servicio diferente puede atraer más clientes lo que genera una oportunidad de crecimiento de la empresa, sin embargo, lanzar productos o servicios nuevos es una combinación entre oportunidades y riesgos. En primer lugar, hay que disponer del capital adecuado para invertir en investigación de mercado, cambios en la producción o logística, capacitación al personal, momento de lanzamiento y cumplir con las normativas legales vigentes; eso quiere decir que si el producto cumple con las expectativas del cliente puede convertirse en un acierto económico, caso contrario puede haber insatisfacción y pérdida de credibilidad frente a los consumidores.

Un tema innovador pero muy delicado es el acceso a nuevos mercados. Expandir la empresa y crecer fuera de sus mercados habituales es una estrategia clave para mantener la competitividad en una empresa, por ejemplo, abrir una sucursal en otro mercado permite diversificar el riesgo al no depender de un solo mercado. Se incrementan los ingresos al obtener mayores ventas y poco a poco se hace conocida la empresa, posicionando su marca en el mercado. También se pueden establecer nuevas alianzas y

colaboraciones; esto se refiere a asociarse con otras empresas o instituciones para alcanzar objetivos que serían difíciles alcanzarlos de manera individual, por ejemplo, ingresar a un nuevo mercado con apoyo de gente local, compartir inversiones para reducir riesgos, o aumentar la innovación mediante trabajo conjunto.

Un factor innovador es la adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones; se refiere a la compra de activos para mejorar el buen funcionamiento de la empresa, como por ejemplo máquinas industriales, equipos informáticos, vehículos, sea para renovar y mantener una buena calidad en los productos, como también para incorporar bienes nuevos que son útiles en el giro del negocio. También se refiere a la compra de propiedades como terrenos u oficinas.

Finalmente, otro factor de innovación son los cambios o mejoras en organización y gestión. Dentro de los cambios o mejoras en la organización está por ejemplo el reestructurar departamentos y formar nuevos equipos de trabajo. El trabajo en equipo influye notablemente en una organización ya que los esfuerzos coordinados de todos sus miembros, da como resultado la eficiencia de toda la unidad o departamento. Según Whetten & Cameron (2011), desarrollar equipos de trabajo eficientes y bien cohesionados tiene sus etapas, como la formación, creación de normas y reglas, el enfrentamiento cuando hay desacuerdos y el desempeño para trabajar con rapidez y desempeño extraordinario.

Los cambios o mejoras de gestión instan a mejorar procesos, usar herramientas tecnológicas que ayuden a optimizar el tiempo en las tareas.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de estudio

Para el presente estudio se optó por un alcance descriptivo correlacional, que tiene como finalidad precisar cuáles son los factores externos e internos que afectan la competitividad del sector de estudio y las acciones para mejorar.

El enfoque de ésta investigación es cuantitativa donde se hacen preguntas de carácter general concernientes a la información de cada empresa y posteriormente otras preguntas relacionadas con el tema de competitividad, innovación y las acciones para mejorar la competitividad.

La línea de tiempo de esta investigación se llevó a cabo tomando en cuenta un horizonte transversal y se tomaron los datos en un momento determinado de tiempo que fueron los meses de noviembre 2024 hasta abril 2025 en la ciudad de Quito – Ecuador.

3.2 Recolección y procesamiento de datos

Para llevar a cabo el presente estudio se aplicó una encuesta (Ver Anexo 1), a gerentes de empresas del sector económico CIIU 475: Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados en el DMQ. La aplicación de la encuesta se realizó de manera presencial, telefónica o virtual.

Para obtener la información, se aplicó un cuestionario como guía para realizar la encuesta. El cuestionario base ha sido tomado del proyecto Estrategias para mejorar la competitividad de la MIPYME en Iberoamérica (García et al., 2023).

La información general de las empresas (nombre empresa, ubicación, datos de contacto, nombre del gerente, tamaño de la empresa, sector económico, entre otros), se tomó de las bases de datos de la Superintendencia de Compañías (2023) donde constan 124 empresas registradas de las cuales se entrevistaron 57.

En la primera parte de la encuesta se ingresaron datos generales de la empresa como el número promedio de empleados, zona donde se ubica la empresa, cargo y tiempo de trabajo, género del gerente y nivel de formación académica del gerente, para comprender el entorno de la empresa.

En la siguiente parte de la encuesta se hicieron 9 preguntas relacionadas con la innovación de productos, procesos y gestión; la siguiente parte abordó el tema de la competitividad con 9 preguntas para los factores externos y 13 preguntas para los factores internos; la última parte de la encuesta hacía referencia a las acciones para el desarrollo de las Pymes con 15 preguntas.

La encuesta se realizó a través de la plataforma Microsoft Forms donde se utilizó una escala de Liker de 1 a 5 para medir cada constructo, donde 1 es muy poco importante y 5 muy importante.

Los datos se procesaron utilizando el programa SPSS y Microsoft Excel, los mismos que ayudaron a generar los resultados del presente estudio. Los programas estadísticos según Diaz (2009), ayudan con rapidez y precisión al procesamiento de datos eliminando el error humano. En el SPSS se ingresó la información obtenida donde se evaluaron los datos mediante el Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad del instrumento utilizado y posteriormente la relación que existe entre las variables.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Datos Generales de las empresas

Dentro de este análisis se encuentran los datos generales de las Pymes del sector CIU G475 (Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados) del Distrito Metropolitano de Quito.

4.1.1 Número promedio de empleados

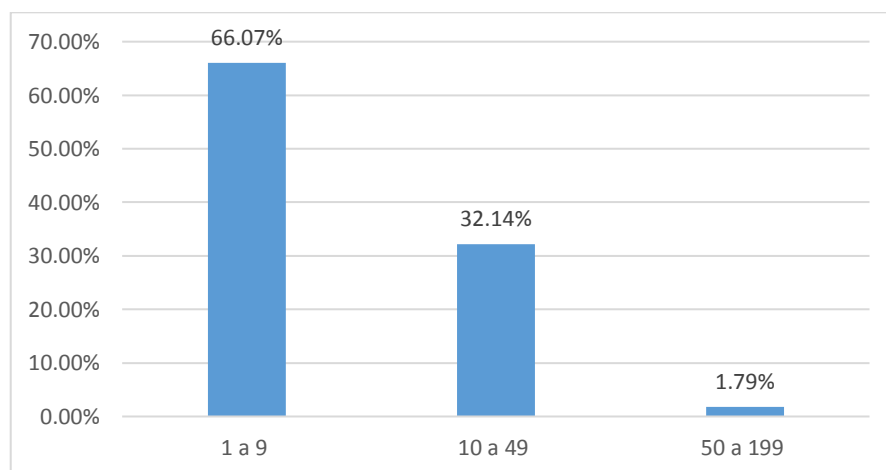


Figura 1. Encuesta número promedio de empleados

Según la muestra tomada, la Figura 1 indica el número promedio de empleados.

El 66.07 % de estas empresas tiene de 1 a 9 empleados en su nómina. Según Gómez y López (2016), por su naturaleza las Pymes trabajan con recursos limitados, operan con pocos empleados los mismos que tienen muchas funciones dentro de la empresa, teoría que se confirma en el presente estudio donde la mayoría de empresas trabajan con pocos empleados.

El 32.14 % de las empresas de este sector tiene entre 10 y 49 empleados. Solamente 1 de las 57 empresas encuestadas tiene personal entre 50 y 199. La Cámara de Comercio de Quito (2017), y la Superintendencia de Compañías, acogiendo la resolución de la Comunidad Andina (2009), divide como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas según el personal ocupado que aporten a la seguridad social, el valor de las ventas y el monto de los activos.

4.1.2 Zona donde se ubica la empresa

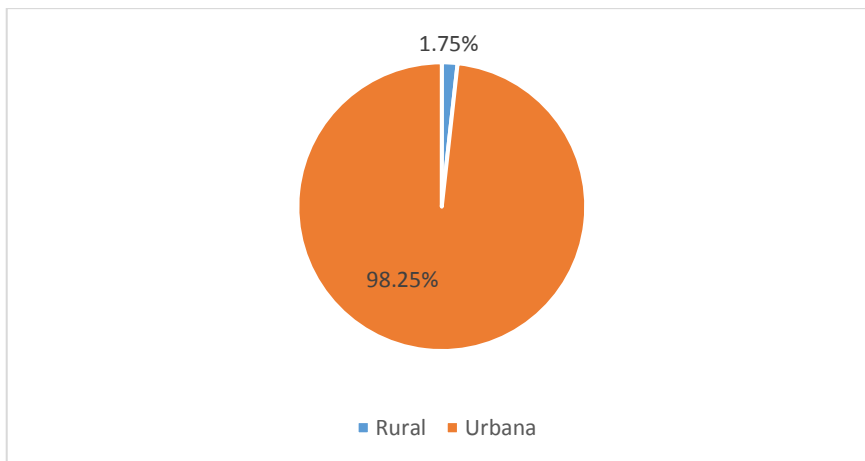


Figura 2. Encuesta con porcentajes de la zona donde se ubica la empresa

Geográficamente el 98.25 % de este tipo de empresas se encuentra en la zona urbana, escasamente 1 de las 57 empresas encuestadas está en la zona rural. Según Garza (2021), las zonas urbanas tienen mayor densidad poblacional y su infraestructura en transporte, servicios financieros facilitan las operaciones empresariales ya que se aprovecha positivamente los factores externos que ocurren dentro de las aglomeraciones como la reducción en costos de transporte y la provisión de servicios.

4.1.3 Cargo de la persona que llena la encuesta

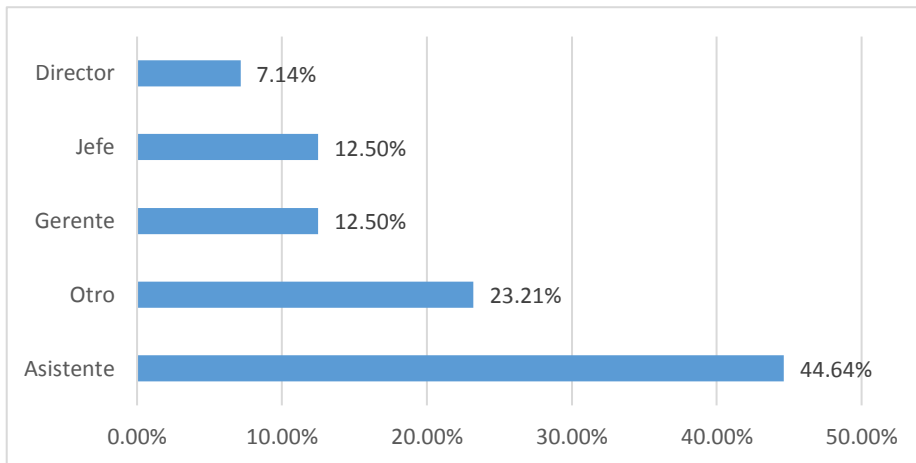


Figura 3. Cargo de la persona que llena la encuesta

El porcentaje total entre directores, jefes y gerentes que accedieron a la entrevista es de 32.14 %; muchos otros delegaron la encuesta a su personal de confianza debido a las limitaciones de tiempo. Como se observa en la Figura 3 los cargos que más accedieron a la entrevista fueron: asistentes y otros, que totaliza el 67.85 %. Puede existir un sesgo en la información en cuanto el porcentaje mayor de entrevistados no conocen a profundidad el negocio como el gerente o el director.

4.1.4 Tiempo de trabajo de la persona que llena la encuesta

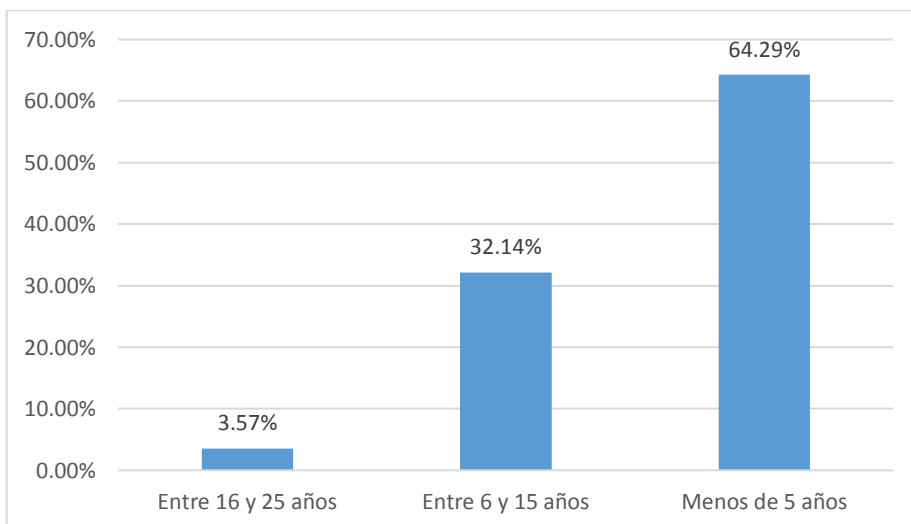


Figura 4. Promedio de tiempo de trabajo de la persona que llena la encuesta

Como se observa en la Figura 4, en cuanto al tiempo de trabajo de las personas que llenaron la encuesta el 35.71 % tienen un alto conocimiento de las mismas ya que trabajan más de 6 años, según Durán (2010), se establecen relaciones de confianza entre el trabajador y el empleador lo que genera una mayor permanencia, ya que al ser estructuras pequeñas tienen un trato directo y personalizado. Por otra parte, el 64.29 % trabajan menos de 5 años, según Chiavenato (2009), existe una alta rotación de personal en las pequeñas empresas porque no hay estrategias de retención de talentos por las bajas remuneraciones y la inestabilidad financiera.

Las personas encuestadas que trabajan más de 6 años son las que mayor tienen conocimiento del negocio a diferencia de los que son nuevos y trabajan menos de 5 años, por esa razón puede haber un sesgo en las respuestas de los encuestados.

4.1.5. Género del gerente / director

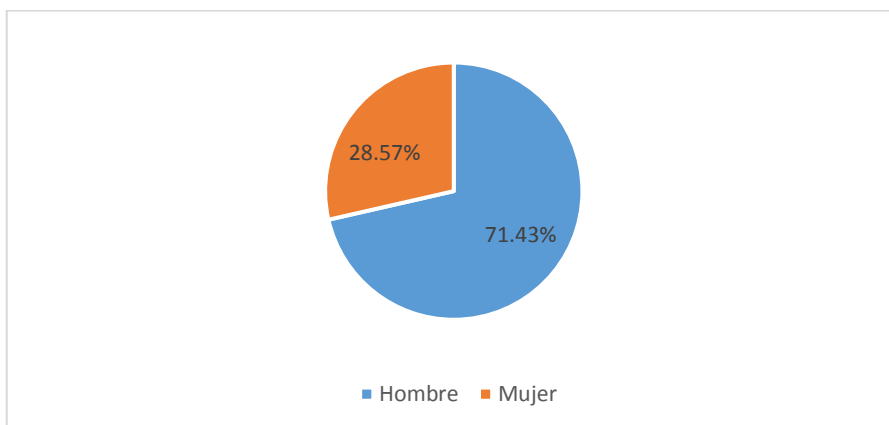


Figura 5. Promedio del género del gerente / director

En referencia al género del gerente, el 71.43 % está liderado por hombres, seguido por las mujeres con un 28.57 % según indica la Figura 5. Las cifras indican un progreso en la inclusión de mujeres en los roles de liderazgo. La Asamblea Nacional en el Registro Oficial 481 aprueba la Ley Orgánica para la igualdad salarial entre hombres y mujeres, donde establece normas para que participen las mujeres en espacios de poder, donde se pretende garantizar la igualdad de remuneración para eliminar la brecha salarial por motivos de género, así mismo se dispone reformar la Ley de Compañías para haya una mujer por cada 3 integrantes en un directorio empresarial.

4.1.6. Formación del Gerente / Director

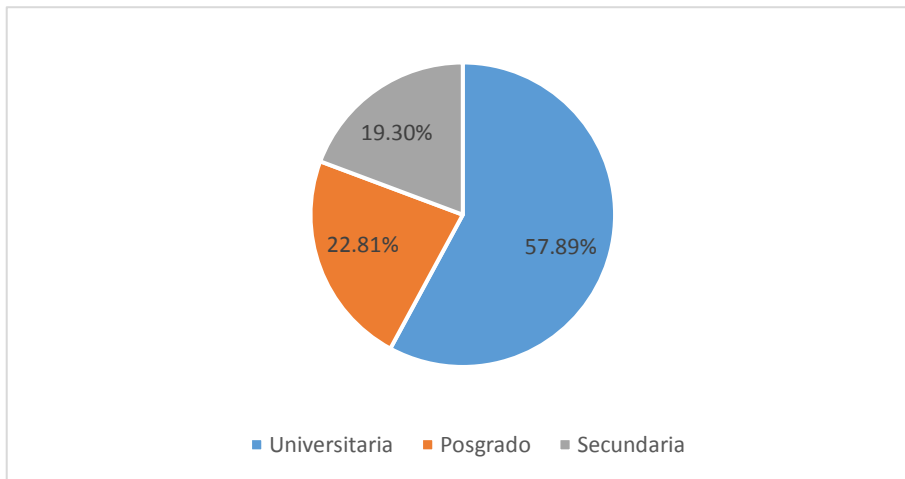


Figura 6. Formación académica del Gerente / Director

La Figura 6 indica el nivel de formación académica de los gerentes, el 57.89 % tienen educación Universitaria lo que indica que los líderes de las empresas están capacitados y formados, por ende, tienen conocimiento de innovación, administración estratégica, manejo de tecnología, lo cual es positivo para este sector. El 22.81 % que tienen estudios de posgrado, lo que refleja una tendencia creciente en la formación académica de los gerentes y directores.

En el Apéndice A se encuentran todas las tablas estadísticas descriptivas con los resultados de esta sección de la encuesta.

4.2 Resultados de los factores que afectan la competitividad

En la sección de competitividad se midió el grado de importancia que tiene para los encuestados los factores externos, factores internos y las acciones a tomar para mejorar la competitividad, los mismos que fueron medidos en una escala de Liker de 1 a 5 como se describió en el diseño metodológico. Sin embargo, para interpretar correctamente se promediaron las respuestas de cada variable asumiendo que la escala de Liker nos ayuda a aproximar los datos del intervalo para identificar los constructos que tuvieron mayores y menores valoraciones.

Los resultados del estudio respecto a los factores externos que afectan la competitividad de este sector económico son: la alta informalidad de las Pymes, los elevados tipos de interés y los problemas burocráticos con la Administración pública, citando los tres primeros y más relevantes.

4.2.1 Factores Externos que afectan la competitividad

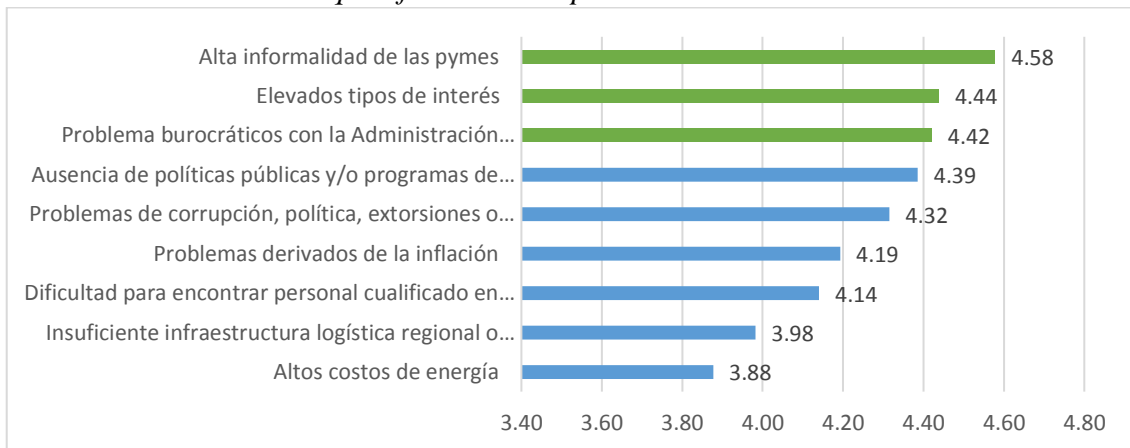


Figura 7. Promedio de los factores externos que afectan la competitividad

Los encuestados de éste sector económico perciben la informalidad como el principal obstáculo para la competitividad; muchas Pymes se sienten amenazadas por microempresas que evaden regulaciones fiscales por considerarlas costosas y excesivas; por ejemplo tener personal sin afiliación al IESS ni pagos de beneficios laborales, no declarar impuestos o no contar con permisos y patentes, son algunas de las condiciones en que operan muchos negocios pequeños por los que no se puede competir en igualdad de condiciones con los que si cumplen todas las regulaciones y normas.

El análisis de Beltrán (2018), concluye que las empresas que enfrentan competencia informal son, en promedio, 10% menos productivas que aquellas que no la sufren; y las que fueron informales en sus inicios presentan hasta un 40% menos productividad en comparación con las que se formalizaron desde el comienzo. Los negocios informales al no estar registrados legalmente tienen acceso muy limitado al financiamiento formal, lo que restringe su capacidad de inversión y expansión, obligándose a operar por debajo de su nivel óptimo o recurrir a un financiamiento más costoso y limitado, además genera un nivel bajo de selección de talentos dejando a los menos preparados en el sector informal.

Dicho análisis coincide con el resultado del presente estudio donde el principal factor externo que afecta a la competitividad de las Pymes es la alta informalidad de las Pymes.

La competencia informal afecta a las empresas formales, ya que éstas últimas enfrentan costos asociados a la legalidad que las informales evaden, esto permite a las empresas informales ofrecer precios más bajos y ganar cuota de mercado. Entre los costos evadidos se encuentran impuestos, licencias, constitución legal y regulaciones laborales. Los efectos negativos de la informalidad afectan de forma generalizada sin importar el tipo de industria

En segundo lugar, se encuentran los elevados tipos de interés; el crédito caro es un inhibidor del crecimiento ya que limitan la operatividad de las Pymes de manera especial en mercados emergentes; además las instituciones financieras piden requisitos o garantías que no todos están en la capacidad de conseguir, también muchas Pymes tienen un historial crediticio limitado por lo que las instituciones financieras consideran un riesgo alto.

En el estudio realizado por García et al. (2023), que analizan las Pymes a nivel Iberoamericano, se identifica que en el Ecuador, los tres principales factores externos que afectan la competitividad son: problemas de corrupción política, extorsiones o inseguridad ciudadana; elevados tipos de interés y problemas burocráticos con la administración pública (Ver Anexo 2). Dos de estos factores: los elevados tipos de interés y los problemas burocráticos coinciden con el presente estudio; lo que indica que el sector dedicado a la venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados está alineado a ese comportamiento general.

El tercer factor externo que incide en la competitividad de éste sector de las Pymes son los problemas burocráticos con la Administración Pública, que se refiere a los procesos lentos y engorrosos que lejos de solucionar los problemas terminan siendo una inversión de tiempo y recursos importante, por ejemplo la burocracia para sacar licencias, permisos, patentes o arreglar problemas como daños en el fluido eléctrico o el agua potable, incluso la desinformación de los funcionarios públicos hacen que se ralenticen los procesos.

Respecto a los problemas burocráticos con la Administración Pública, según un estudio de Levy-Carcient et al. (2021), donde estudian los índices de burocracia en América Latina señala que las pequeñas empresas pueden invertir desde 114.5 hasta 1043.3 horas al año en cumplir con trámites burocráticos donde el costo de este tiempo equivale a varias

semanas de trabajo de un empleado a tiempo completo. El estudio analiza tres ramas donde involucra al sector público con trámites necesarios para el funcionamiento de las Pymes. En primer lugar, todo lo relacionado al empleo desde los trámites de seguridad social, exámenes de salud exigidos, informes de tiempo de trabajo, vacaciones, permisos por enfermedad o accidentes. En segundo lugar, todo lo relacionado a la operación, por ejemplo, impuesto a la renta, a la propiedad, administración residuos, de vehículos y documentos obligatorios para el funcionamiento, finalmente en tercer lugar, la categoría otros que abarca las inspecciones, fiscalizaciones como los bomberos y otras entidades públicas. El estudio señala la necesidad urgente de transformar la burocracia gubernamental para que se ponga al servicio de los ciudadanos, por eso es importante una revisión profunda de cada obligación eliminando aquellas que no sean indispensables evaluando si suman eficacia y fomentan la transparencia. Éste estudio coincide con la tercera respuesta del presente estudio como un factor importante que afecta la competitividad en este sector económico donde se percibe que los problemas burocráticos frenan el desarrollo de las Pymes.

El factor con menor incidencia en este sector es el costo de energía, se entiende que es un sector de comercio, donde hay pocas empresas manufactureras que por lo general son las que demandan mayor consumo energético.

4.2.2. Factores Internos que afectan la competitividad

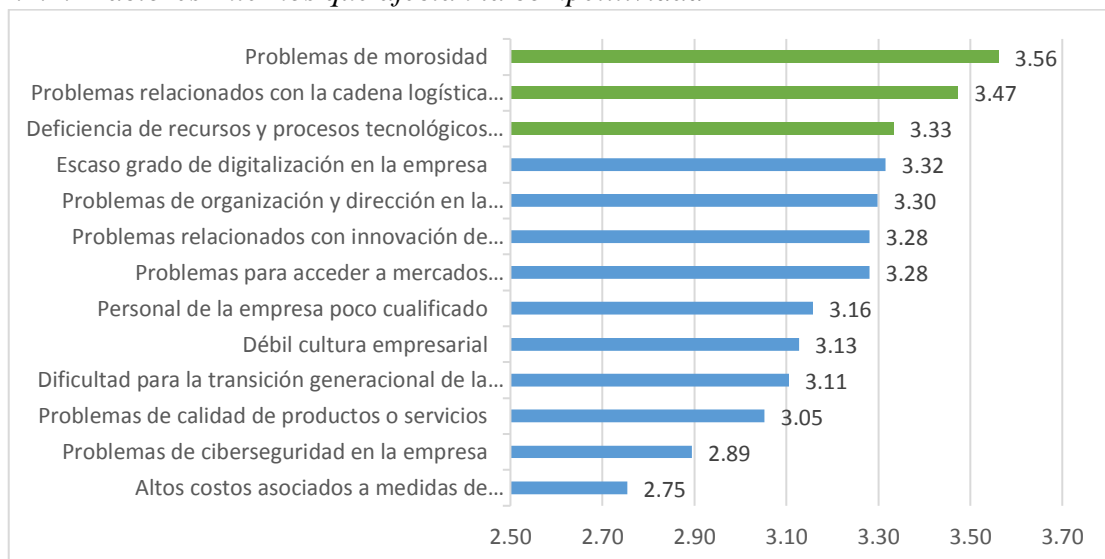


Figura 8. Promedio de los factores internos que afectan la competitividad

Dentro de los factores internos de este sector económico, revela que el problema más importante es la morosidad de los clientes. La realidad de muchas empresas encuestadas es que otorgan crédito directo en sus productos, lo que significa un perjuicio grande y un limitante a la hora de competir y crecer. Las Pymes enfrentan el retraso o incumplimiento en los pagos por parte de sus clientes debido a la dependencia de pocos compradores, débil capacidad de negociación y ausencia de mecanismos formales de cobranza, lo que afecta el flujo de caja y también retrasa los pagos con sus proveedores. La falta de control sobre las cuentas por cobrar, aumentan los riesgos de morosidad; además las Pymes no cuentan con departamentos formales de cobranzas y les resulta difícil controlar el crédito y recuperar pagos.

Un estudio realizado por el Banco Central del Ecuador (2024), analizó el aumento de la morosidad en 23 bancos privados del Ecuador entre el 2017 y 2022 concluyendo que el decrecimiento del PIB, el alza de la inflación, desempleo y tasa de interés activa incrementaron la morosidad, lo cual tiene relación con el resultado del presente estudio que posiciona a los problemas de morosidad como el principal obstáculo que afecta la competitividad de las Pymes, dentro de los factores internos.

El segundo factor que afecta a la competitividad de este sector de estudio son los problemas relacionados con la cadena logística (con proveedores y clientes). Una de las dificultades que enfrentan muchas empresas es que el cliente no está dispuesto a esperar mucho tiempo para recibir su producto final, lo que pone a prueba a las empresas para gestionar correctamente su inventario. El exceso o escasez de inventario influye en pérdidas económicas para la empresa e inconformidad del cliente; además las demoras en el transporte dañan la reputación de la empresa. De la misma forma, las relaciones con los proveedores mal gestionadas inciden en rupturas en el abastecimiento, por eso es necesario conocer el negocio y anticiparse a la demanda de los clientes con agilidad.

La investigación Christopher (2005), considera vital la aplicación de logística en pequeñas y medianas empresas que no se limite únicamente al transporte de productos sino que abarque la gestión eficiente de todos los recursos necesarios para asegurar que los productos lleguen al cliente de manera oportuna en las condiciones adecuadas y con la calidad esperada, dicha investigación coincide con el segundo resultado del presente estudio para éste sector que considera los problemas relacionados con la cadena logística como un obstáculo que afecta la competitividad.

El tercer factor relevante que revela este estudio es la deficiencia de recursos y procesos tecnológicos de la empresa. Las empresas sin acceso a recursos valiosos quedan en desventaja. La escasez de recursos financieros, humanos o materiales impide invertir en capacitación, tecnología o marketing, lo que restringe su crecimiento. La tecnología es clave para competir, por lo que las empresas sin automatización cometen más errores y tardan más en obtener resultados, operan con baja eficiencia y se les dificulta competir con empresas con asignación potente de recursos.

Los hallazgos del presente estudio coinciden con los resultados obtenidos por García et al. (2023), en la segunda y tercera respuesta, en ambos casos se identifican como factores externos que afecta la competitividad a los problemas relacionados con la cadena logística y la deficiencia de recursos y procesos tecnológicos. Esta coincidencia refuerza la validez de los resultados obtenidos y subraya la persistencia de estos desafíos para mejorar la competitividad de las Pymes.

4.2.3. Acciones importantes para el desarrollo futuro de las Pymes



Figura 9. Promedio de las acciones importantes para el desarrollo de las Pymes

La primera acción que lidera el estudio en este sector económico es la necesidad de difundir y divulgar sobre las ayudas o servicios públicos para las Pymes ya que muchas empresas desconocen los programas existentes, ésta falta de información impide que se

beneficien de ayudas, capacitaciones e incentivos. La información sobre ayuda de créditos, por ejemplo, no llega de forma oportuna ya que los canales de comunicación son limitados y no siempre tiene el alcance de llegar a las pequeñas y medianas empresas. Las Pymes desconocen la existencia de créditos preferenciales por falta de difusión masiva ya que las campañas no siempre usan canales accesibles para los microempresarios. La información debe fluir entre gobierno, instituciones financieras y Pymes; la desconexión entre dichas instituciones impide que la ayuda pueda llegar a los sectores que necesitan.

Según Dini y Stumpo (2020), estudios realizados por la CEPAL señalan que a pesar de los esfuerzos de los gobiernos el fomento al desarrollo de las Pymes ha sido insatisfactorio, debido al desconocimiento de los programas disponibles. Una mejor difusión es clave para que las Pymes accedan a recursos y oportunidades que necesitan, además la falta de información clara y accesible sobre requisitos, procesos y beneficios dificulta que las Pymes puedan postularse y beneficiarse. Para que las políticas de apoyo sean efectivas es indispensable que llegue a su público objetivo, una difusión deficiente puede resultar en programas con bajas tasas de adopción, desperdicio de recursos públicos y un impacto limitado en el desarrollo empresarial. Dicho análisis concuerda con el resultado de éste estudio, donde la primera acción más importante para el desarrollo de las Pymes en éste sector económico es promover una mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a Pymes, que pueden ser promocionar portales y sitios web oficiales, redes sociales, boletines electrónicos, ferias, eventos, talleres presenciales o virtuales, alianzas con gremios y cámaras empresariales, sin dejar atrás los medios de comunicación tradicionales como radio, televisión y prensa.

La segunda acción importante que resulta de este estudio, es promover un sistema bancario especializado en la financiación de las Pymes. Un sistema financiero adecuado para las Pymes ayuda al dinamismo y equilibrio de la economía, ya que requieren productos flexibles, con menores garantías y procesos simplificados. Adaptar los requisitos a las Pymes les permitiría mejorar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La revista de Estudios políticos y estratégicos (2021), afirma que las Pymes en el Ecuador se financian principalmente con créditos en bancos y cooperativas, no obstante, muchas de ellas tienen dificultades para expandirse y no superan los diez años de funcionamiento;

esto se debe, en gran medida, a que no logran satisfacer las exigentes condiciones de garantía y requisitos establecidos por las instituciones financieras, problemática que encaja con la segunda respuesta más destacada de ésta sección que es promover un sistema bancario especializado en la financiación de las Pymes que ayude y soporte adecuadamente a los negocios para garantizar su permanencia en el mercado. Ratificando ésta respuesta el estudio de García et al. (2023), coincide como segunda propuesta de acción para mejorar la competitividad con el resultado del presente estudio donde se plantea facilitar el acceso al financiamiento mediante tasas de interés accesibles, reducción de requisitos, períodos de gracia, asesoría financiera especializada y productos financieros adaptados a la realidad de las Pymes como préstamos blandos, capital semilla, créditos para infraestructura y capital de trabajo, finalmente sugiere un programa de financiamiento para nuevas generaciones de empresas.

La tercera acción más importante que refleja este estudio, es el mayor fomento a la transformación digital de las Pymes para mejorar su modelo de negocio en cuanto a procesos, productos y servicios. Si bien es cierto la gran mayoría de las Pymes cuentan con un software para sus actividades comerciales, sin embargo, la mayor necesidad radica en la creación de páginas web, plataformas on-line, redes sociales o marketing digital; ya que no existe la formación para uso de estas herramientas tecnológicas y su implementación requiere de inversión en diseño, publicidad y personal capacitado para la gestión de redes. La limitación de recursos económicos y la falta de tiempo por la saturación de las actividades diarias hacen que no se priorice la estrategia digital como parte del crecimiento del negocio.

Según Martínez (2020) en el estudio llevado a cabo a la empresa Driveline en México que implementó los componentes de la industria 4.0 para unir conocimientos del proceso con la experiencia digital se logró integrar lo que ya existía al mundo de los datos, rastreando los componentes a lo largo de su proceso, donde el internet de las cosas apoya el monitoreo de forma remota. El éxito en ésta importante empresa afirma que abiertos al cambio se contribuye al incremento de la productividad y competitividad. Dicho estudio concuerda con la necesidad de ofrecer un mayor fomento a la transformación digital de las Pymes que evidencia este sector económico para interconectar los departamentos de una empresa y compartir información en tiempo real.

Por otro lado, se encuentra como menos importante el incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales ya que no existe el interés dentro de su visión de crecimiento internacional y prefieren trabajar localmente.

4.2.4. *Innovación de productos, procesos y gestión*

4.2.4.1 Innovación de productos

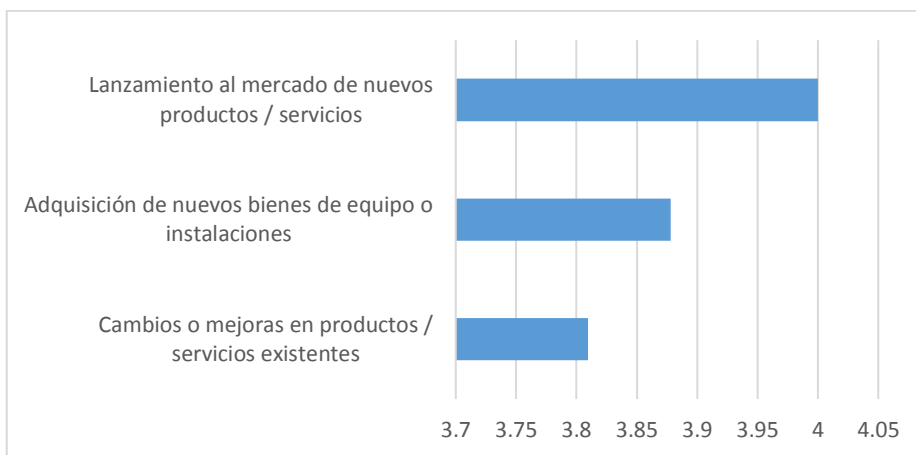


Figura 10. Innovación de productos

Las Pymes consideran prioritario innovar en el lanzamiento de nuevos productos y servicios porque el mercado está en constante evolución y los clientes demandan lo novedoso, lo diferente de acuerdo a sus gustos y necesidades. El desarrollo tecnológico trae productos mejorados o nuevos y las empresas que se adelantan al cambio garantizan la fidelidad de sus clientes.

La innovación de productos según Kotler (2012), considera entender las necesidades del cliente ofreciendo un producto factible, funcional e interesante que se adapte a las tendencias del mercado. En cuanto a la innovación de servicios se trata de como hacer tangible lo intangible, donde el cliente sea escuchado y deposite su confianza y lealtad hacia la empresa.

Según el estudio presentado por Schroiff (2011), algunas empresas desarrollan servicios o productos para persuadir a los consumidores que los adquieran mientras que otras inician su proceso de innovación centrando su atención en las verdaderas necesidades del

cliente, en lugar de limitarse a lo que están en capacidad de ofrecer. Dicho estudio concuerda con la importancia de lanzar al mercado nuevos productos y servicios para cubrir las necesidades y expectativas logrando una conexión con el consumidor.

4.2.4.2. Innovación de procesos

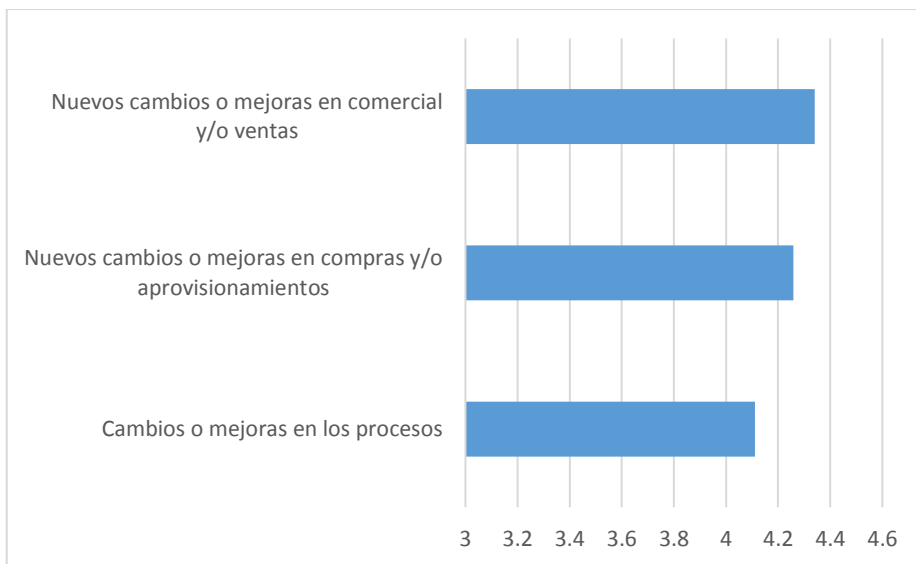


Figura 11. Innovación de procesos

Referente a la innovación de procesos las Pymes consideran prioritario innovar en sus estrategias de ventas, para adaptarse a los cambios del mercado, esto incluye principalmente el desarrollo de estrategias de marketing efectivas por medio del uso de plataformas digitales, redes sociales y comercio electrónico. A nivel interno necesitan mejorar los equipos de trabajo comercial con capacitación al personal de ventas sobre todo en el desarrollo de habilidades blandas como la escucha activa, empatía, negociación y resolución de conflictos. Innovar los procesos de marketing y ventas es crucial para conectar con los clientes sobre todo en la era digital actual. Actualmente es esencial el uso de nuevas tecnologías porque se mantiene una comunicación con el cliente, se llega a una audiencia más amplia lo que incrementa las oportunidades de venta con mayor comodidad para el cliente que no necesita trasladarse a un local físico.

Las empresas deben superar los miedos a participar en un entorno digital e ir adaptándose a ofrecer una experiencia integral. La Asociación española de Economía digital (2025), revela que los millennials (edad entre los 31 y 43 años), son el grupo más activo en

volúmenes de compra, seguido de la generación Z (edad entre los 16 y 30 años), evidenciando la integración de los jóvenes al comercio digital, lo que concuerda con el resultado del presente estudio donde refleja la necesidad de innovar el área comercial y de ventas para conectar con los consumidores y crecer paulatinamente. La tecnología juega un papel importante para mejorar el área comercial y de ventas que se convierte en un aliado para la fuerza de ventas debe estar capacitada y tener información completa del producto, precios y usar dispositivos con tecnologías que le permitan al vendedor ser autónomo y generar una experiencia única y personalizada con cada cliente.

4.2.4.3. Innovación de gestión

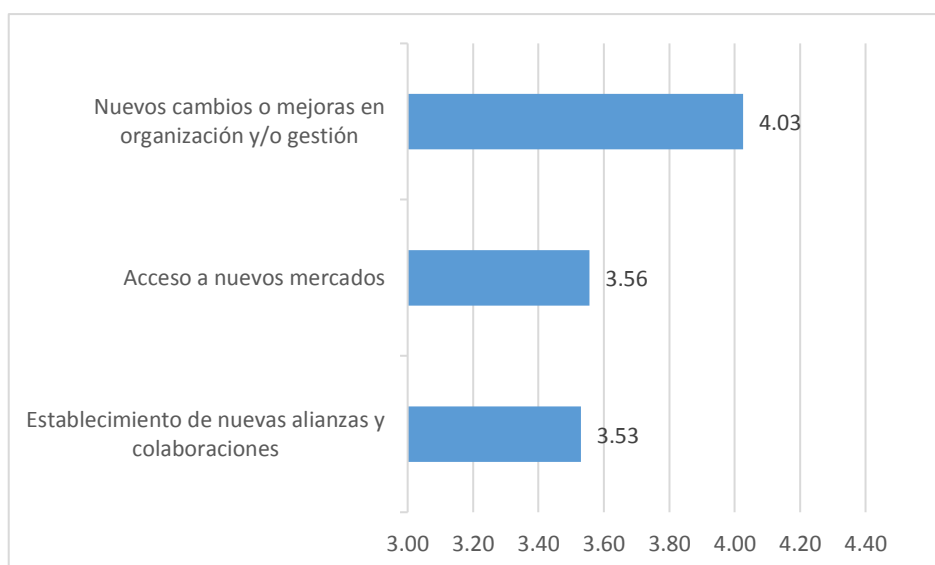


Figura 12. Innovación de gestión

Respecto a la innovación de la gestión, las Pymes requieren mejoras en la gestión para adaptarse a los cambios actuales ya que eso les permitiría ser más eficientes, optimizando sus recursos. La eficiencia operativa permite cambiar los procesos internos para reducir tiempos muertos, errores y costos. Modificaciones estructurales en la organización como los equipos de trabajo pueden fomentar la creatividad, la comunicación generando una mayor colaboración entre sus empleados, de la misma manera establecer sistemas de incentivos para recompensar a empleados que colaboren con ideas innovadoras

Según García del Junco y Brás-Dos (2017), las mejoras en la organización y gestión están directamente relacionadas al rol del gerente en áreas clave de la empresa, comenzando

por su integridad personal lo cual es fundamental para captar la confianza y lealtad del personal a cargo. Seguido de la capacidad de gestionar adecuadamente las relaciones con clientes, proveedores, intermediarios y otros actores cercanos. Además, abarca funciones clave como planificación, organización, control, toma de decisiones y comunicación, sin dejar de lado un factor clave como es la gestión del talento humano. El directivo debe facilitar el trabajo, fomentar un clima de respeto para tener compromiso y motivación del personal.

Según Bizneo blog (2024), informa que el 55% de los ingresos está relacionados directamente a las estrategias de gestión del talento humano considerando, por ejemplo, un sistema de incentivos hacia el equipo en conjunto, más que recompensas individuales generando un impacto positivo en el vendedor y en la dinámica grupal. En conclusión, la innovación busca generar valor sea económico, funcional u operacional introduciendo un cambio en la forma de hacer las cosas en muchas áreas de la empresa para atraer la atención de los consumidores. La adecuada gestión del conocimiento de la empresa es clave para incrementar la productividad, mejorar la toma de decisiones y potenciar las capacidades del personal partiendo del uso de los datos que se dispone y aprendiendo a interpretarlos correctamente.

4.3 Fiabilidad de los constructos

Según Vara (2012), es imperdonable utilizar un instrumento sin verificar su fiabilidad, donde la precisión y congruencia se relacionan. Hay varios métodos estadísticos para determinar la fiabilidad, uno de ellos y el más popular es el Alfa de Cronbach, que es un coeficiente que varía entre 0 y 1 donde los valores cercanos a 1 indican alta consistencia interna y por debajo de 0.6 indica que no pueden estar midiendo lo mismo, mientras se acercan a cero habrá mayor error en la medición. Según Hernández (2018), considera que el coeficiente debe estar entre 0.8 y 0.9. para ser confiable. Cuando se pasa del 0.9 significa que hay redundancia.

Se realizó un análisis de fiabilidad con el Alfa de Cronbach para los cuatro temas principales que se abordará en el presente estudio: factores externos, internos, acciones e innovación.

Tabla 1. Análisis de fiabilidad

Estadísticas de Fiabilidad	Alfa de Cronbach	N. de elementos
Fiabilidad de innovación	0,880	9
Fiabilidad de factores externos	0,904	9
Fiabilidad de factores internos	0,933	13
Fiabilidad de las acciones	0,941	15

Como se observa en la Tabla 1, la variable de innovación con un resultado de 0.880, indica que es aceptable para los 9 elementos que se miden. La segunda variable de factores externos tiene un resultado de 0.904, valor que sobrepasa el rango de 0.9 lo que indica que hay variables que están midiendo lo mismo, puede ser el caso ya que los factores externos se relacionan unos con otros. Los factores internos, que es la tercera variable, con un resultado de 0.933 que es alto, lo que demuestra redundancia, pero no significa que el instrumento no sea válido. Finalmente se mide la confiabilidad de las acciones, con un resultado de 0.941 que también es alto. En general se puede resumir que hay una alta fiabilidad en las escalas utilizadas para medir cada factor.

4.4. Relación de las variables

Luego de aplicar la estadística descriptiva, se llega a la conclusión que no existe una distribución normal y se procede a utilizar el coeficiente de Spearman para determinar si dos o más variables están asociadas, en otras palabras, saber si tienen correlación. Según Hernández y Mendoza (2018), los resultados van de -1 a 1 donde los valores positivos muestran relaciones directas mientras que los valores negativos demuestran relaciones inversas entre las variables correlacionadas, es decir no tienen relación cuando tienden a cero. Junto a los resultados se encuentran uno o dos asteriscos; cuando hay un asterisco (*) significa que hay una correlación significativa al nivel de confianza del 95 %, mientras que los dos asteriscos en los resultados (**) significa que hay un nivel de confianza del 99 %, es decir es una evidencia fuerte y mucho más real.

El resultado del análisis de la correlación entre factores externos e innovación, según se observa en la tabla del Apéndice B.1., tiene un coeficiente de Spearman de 0.311*, significa que existe una correlación positiva débil entre estos dos factores y se concluye que los factores externos si influyen en la innovación.

En el Apéndice B.2. se observa el resultado del coeficiente de Spearman para el análisis entre los factores internos y la innovación es 0.572**, lo que indica una relación positiva moderada, concluyendo que los factores internos tienen una mayor influencia en la innovación que los factores externos. Finalmente, en el Apéndice B.3. se observa la correlación entre las acciones y la innovación con un resultado de 0.341* que significa una correlación positiva débil; es decir que las acciones influyen en la innovación.

Se analiza la correlación entre cada uno de los factores internos con la innovación y demuestra que el factor que tiene una correlación fuerte y positiva es el personal de la empresa poco cualificado, con un coeficiente de Spearman de 0.663**. Se concluye que los factores internos organizacionales tienen relación con la innovación.

Como conclusión, los tres componentes influyen significativamente en la innovación, tanto factores externos, internos y acciones los mismos que afectan la innovación en la organización.

5. CONCLUSIONES

Las principales características del sector económico dedicado a la venta de otros enseres domésticos en comercios especializados en el Distrito Metropolitano de Quito son las siguientes: el 66.07 % tiene entre 1 y 9 empleados, se ubica mayoritariamente en la zona urbana con 98.25 %, la dirección de estas empresas la lideran 71.43 % hombres con un nivel de formación académica de 57.89 % universitarios y 22.81 % con posgrados.

Existen teorías que fundamentan la competitividad en las Pymes como una sinergia donde se alinean personas, recursos y una clara visión estratégica donde la competitividad fomenta la mejora continua de las empresas.

Las entrevistas ayudaron a identificar los principales obstáculos que enfrentan las Pymes de este sector. Dentro de los factores externos se encuentran, la alta informalidad de las Pymes, los elevados tipos de interés y los problemas burocráticos con la Administración pública. Los factores internos más significativos son problemas de morosidad, problemas relacionados con la cadena logística con proveedores y clientes y deficiencia de recursos y procesos tecnológicos de la empresa.

Las acciones más relevantes para el desarrollo de las Pymes de este sector son: mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a Pymes, promover un sistema bancario especializado en la financiación de las Pymes y un mayor fomento a la transformación digital de las Pymes.

En el ámbito de la innovación de productos consideran importante lanzar al mercado nuevos productos y servicios. Respecto a la innovación de procesos es relevante hacer cambios o mejoras en el área comercial y de ventas. Por último, en la innovación de la gestión encuentran necesario hacer nuevos cambios o mejoras en organización y gestión.

En el análisis de correlación entre constructos se concluye que los factores internos tienen mayor influencia en la innovación con un coeficiente de Spearman positivo moderado de 0.572**. Finalmente se identifica al personal de la empresa poco cualificado como el factor interno más relevante que afecta a la competitividad con un coeficiente de Spearman de 0.663**.

Se concluye que los factores internos tienen mayor influencia en el desempeño innovador y pueden abordarse directamente desde el interior de las organizaciones, por ello se sugiere a los gerentes de este sector económico que tomen en cuenta el presente análisis para mejorar los problemas de morosidad desde su origen, lo que implica establecer criterios más rigurosos en la selección de clientes, mejorar procesos de cobranza y establecer políticas de crédito claras y realistas. En segundo lugar, fortalecer la cadena logística tanto con proveedores como con clientes, a través de una planificación eficiente de inventarios que permita evitar tanto exceso como desabastecimiento implementando el uso de tecnología que optimicen la trazabilidad y la gestión de tiempos. Además, establecer procesos claros y estandarizados que fomenten relaciones colaborativas de largo plazo y reduzcan costos operativos. Finalmente, mejorar los procesos tecnológicos de la empresa mediante la adopción de herramientas digitales que optimicen la gestión interna, reduzcan errores operativos y aumenten la eficiencia.

6. REFERENCIAS

- Asamblea Nacional. (2024). *Ley Orgánica para la Igualdad Salarial entre Mujeres y Hombres*. Registro Oficial Suplemento 481. https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2024/02/registro_oficial_-_ley_organica_para_la_igualdad_salarial.pdf
- Asociación española de economía digital. (2025). *El consumidor digital en España*. <https://www.adigital.org/?noticias=43-las-empresas-espanolas-b2b-ya-venden-online>
- Banco Central del Ecuador. (2024). *Factores microeconómicos y macroeconómicos que inciden en la morosidad de los créditos bancarios en el Ecuador, período 2017-2022*. *Cuestiones Económicas*, 34(1). https://estudioeconomicos.bce.fin.ec/index.php/RevistaCE/article/view/466?utm_source=
- Beltrán, A. (2018), Blog latinoamericano de economía y política. *Los efectos de la informalidad en la productividad de las empresas*. https://dev.focoeconomico.org/2018/07/27/los-efectos-de-la-informalidad-en-la-productividad-de-las-empresas/?utm_source
- Bizneo blog (2024), 8 claves para la gestión del talento en recursos humanos. <https://www.bizneo.com/blog/gestion-del-talento->
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). *Clasificación de las PYMES*. https://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf
- Cámara de Comercio de Quito. (2024). Como impacta en tu Pyme un buen proceso de selección. <https://ccq.ec/como-impacta-en-tu-pyme-un-buen-proceso-de-seleccion/>
- Comunidad Andina. (2009). *Resolución 1260. Disposición Técnica para la transmisión de datos de estadísticas de PYME de los países miembros de la Comunidad Andina*. <https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/RESO1260.pdf>
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw-Hill.
- Christopher, M. (2005). *Logistics and Supply Chain Management*. Pearson Education
- Díaz, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta*. Editorial UOC
- Dini, M. y Stumpo G. (2020). MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>
- Druker, P. (1999). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.
- Durán, J. J. (2010). *La pequeña y mediana empresa en América Latina: condiciones y retos para su desarrollo*. CEPAL
- Gallo, M. (1998). *La sucesión en la empresa familiar*. Instituto de la Empresa Familiar.
- García del Junco, J. y Brás-Dos, J. (2017). *Habilidades directivas*. Madrid Pirámide
- García, D., Beltramino, N., Castillo, M., Duréndez, A., Gálvez, E., Albarracín, E., Meroño, Á., Somohano, F., Heredia, L., & Valdez, L. E. (2023). *Informe mipyme 2023: Estrategias para mejorar la competitividad de la mipyme en Iberoamérica*. www.faedpyme.es

- Garza, G. (2021). *Economía política de la estructuración espacial del comercio y los servicios en la Ciudad de México. La ciudad como fuerza productiva*. ePrometheum Ediciones Digitales.
- Gómez, D. y López, S. (2016). *Gestión de pequeñas y medianas empresas*. Editorial Universidad EAN
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana Editores
- INEC. (2023). *Censo de Empresas*. Dirección de Estadísticas Económicas.
- Kaplan, R. & Norton, D. (1992). *El cuadro de mando integral*. Harvard Business School.
- Krugman, P. & Wels, R. (2020). *Macroeconomía*. Worth Publishers - Macmillan Learning.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Pearson
- Levy, S., Leonardi, A., Bongiovanni, J., Bongiovanni, A., Berlanza, L., Matos, I., Chacón, C., Gallego, M., O'Mullony, A., Gómez, A., Moreno, A., Torrealba, O., Guijarro, R. (2021). *Índice de Burocracia en América Latina 2021*. Atlas Network [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglcfeindmkaj/https://icpcolombia.org/wp-content/uploads/2024/04/1%CC%81ndice-de-Burocracia-en-Ame%CC%81rica-Latina-2021-Spreads-1-1.pdf](https://icpcolombia.org/wp-content/uploads/2024/04/1%CC%81ndice-de-Burocracia-en-Ame%CC%81rica-Latina-2021-Spreads-1-1.pdf)
- Martinez, A. (2020). *Industria 4.0 en México*. Universidad Nacional autónoma de México
- OCDE (2019). *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*
- OECD. (2020). *The impact of the coronavirus (COVID-19) crisis on development finance*. OECD Publishing.
- Organización Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)*. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf
- Pesántez, L. B. (2024). *Las pymes en Ecuador; factores internos y externos que influyen en su competitividad. año 2023*. Notas de Economía UPS Análisis de Coyuntura de la Carrera de Economía de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, 5(77), 12. doi:10.13140/RG.2.2.34500.64644
- Pfeffer, J. & Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations*.
- Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Pearson.
- Revista de Estudios políticos y estratégicos (2021). *Políticas públicas orientadas a impulsar a las pymes ecuatorianas*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Ríos Gaibor, C., & Preciado Ortiz, F. (2023). estrategias de Innovación y Competitividad en PYMEs Ecuatorianas: Un Análisis Cualitativo. *Revista Científica Zambos*, 2(2), 15. doi:<https://doi.org/10.69484/rcz/v2/n2/41>
- Ríos Morante, A., Maliza Cerezo, G., Rodríguez Flores, J., Echeverría Briones, P., & Smolij Nuñez5, I. (2023). *Financiamiento y competitividad de PYMES en Ecuador: Desafíos y oportunidades*. *Revista Latinoamericana de Finanzas*, 7(18), 15. doi:https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/157/128
- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

- Rozo, I. (Anfitrión). (13 de julio de 2020). *Derrumbando mitos y sembrando innovación*. [Episodio de Podcast].
- Schroiff, A. (2011). *Efficient Consumer Response*.
- Solms, R. & Niekerk, J. (2013). *From information security to cyber security*. *Computers & Security*, 38, 97–102
- Superintendencia de Compañías (2023). *Portal de Información sector Societario*. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/sector_societario.html
- Thomas, M., Lau, T., & Chan, K. (2023). *The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies*. *Revista de Negocios Venturing*, 17(2), 14. doi:[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6)
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustención: Siete pasos para una tesis exitosa*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad San Martín de Porres.
- Whetten, D. & Cameron, K. (2011). *Desarrollo de habilidades directivas*. Pearson.

APÉNDICE

Apéndice A. Tablas de información general de las empresas

Las siguientes tablas muestran detalladamente los resultados obtenidos de los Datos generales de las empresas.

Tabla A.1. Encuestas Número promedio de empleados

Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje
1 a 9	37	66.07 %
10 a 49	18	32.14 %
50 a 199	1	1.79 %
Total general	56	100.00 %

Tabla A.2. Encuestas Zona donde se ubica la empresa

Zona	Frecuencia	Porcentaje
Rural	1	1.75 %
Urbana	56	98.25 %
Total general	57	100.00 %

Tabla A.3. Cargo de la persona que llena la encuesta

Cargo de la persona que llena la encuesta	Frecuencia	Porcentaje
Asistente	25	44.64 %
Director	4	7.14 %
Gerente	7	12.50 %
Jefe	7	12.50 %
Otro	13	23.21 %
Total general	56	100.00 %

Tabla A.4. Tiempo de trabajo de la persona que llena la encuesta

Tiempo de trabajo de la persona que llena la encuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 16 y 25 años	2	3.57 %
Entre 6 y 15 años	18	32.14 %
Menos de 5 años	36	64.29 %
Total general	56	100.00 %

Tabla A.5. Encuestas género del Gerente / Director

Género del gerente / director	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	40	71.43 %
Mujer	16	28.57 %
Total general	56	100.00%

Tabla A.6. Encuestas nivel académico Gerente / Director

Nivel académico del Gerente / Director	Frecuencia	Porcentaje
Posgrado	13	22.81 %
Secundaria	11	19.30 %
Universitaria	33	57.89 %
Total general	57	100.00 %

Apéndice B. Tablas de Informe de resultados de SPSS

Tabla B.1. Correlación de Spearman Factores Externos con Innovación

Correlaciones

		Factores_Ext	Innovación
Rho de Spearman	Factores_Ext	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	57
	Innovación	Coeficiente de correlación	,311*
		Sig. (bilateral)	,019
		N	57

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla B.2. Correlación de Spearman Factores Internos con Innovación

Correlaciones		Factores_Int	Innovación	
Rho de Spearman	Factores_Int	Coeficiente de correlación	1,000	,572**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	57	57
	Innovación	Coeficiente de correlación	,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	57	57

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla B.3. Correlación de Spearman Acciones con Innovación

Correlaciones		Acciones	Innovación	
Rho de Spearman	Acciones	Coeficiente de correlación	1,000	,341**
		Sig. (bilateral)	.	,009
		N	57	57
	Innovación	Coeficiente de correlación	,341**	1,000
		Sig. (bilateral)	,009	.
		N	57	57

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla B.4. Correlación entre Factores Internos e Innovación

Coefficiente de correlación

Factores Internos	Innovación
1. Problemas de organización y dirección en la empresa	,642**
2. Problemas de calidad de productos o servicios	,622**
3. Problemas para acceder a mercados internacionales	-,075
4. Deficiencia de recursos y procesos tecnológicos de la empresa	,544**
5. Personal de la empresa poco cualificado	,663**
6. Problemas de morosidad	,437**
7. Débil cultura empresarial	,516**
8. Problemas relacionados con innovación de productos/servicios, procesos y gestión	,503**
9. Escaso grado de digitalización en la empresa	,529**
10. Problemas relacionados con la cadena logística (con proveedores y clientes)	,593**
11. Problemas de ciberseguridad en la empresa	,069
12. Altos costos asociados a medidas de sostenibilidad (huella carbono, residuos,)	,043
13. Dificultad para la transición generacional de la empresa	,445**

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

ANEXO 1

ENCUESTA - PROYECTO DE INVESTIGACIÓN 2024

GESTION ESTRATÉGICA, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES

Estimado empresario:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el grupo de investigación en Gestión de las MiPYMES de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el cual está llevando a cabo una investigación que permita determinar la relación entre la gestión estratégica, capacidad de innovación y estrategias de competitividad en las empresas del sector comercio en el Distrito Metropolitano de Quito. Los resultados del presente estudio serán de mucha utilidad para su empresa y el sector al cual representa.

Cabe mencionar que la encuesta es anónima y se garantizará la confidencialidad de la información proporcionada, la cual será utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación.

Con los antecedentes mencionados, solicitamos su colaboración respondiendo las siguientes preguntas, la cuales requieren un tiempo estimado de 20 minutos.

Muchas gracias.

Manifiesto conocer el objetivo de la presente investigación; por tanto, estoy de acuerdo en responder el siguiente cuestionario:

- Sí No

A. DATOS GENERALES

1. Nombre de la empresa:	
2. Actividad principal de la empresa:	
3. Número promedio de empleados:	<input type="radio"/> 1 a 9 <input type="radio"/> 10 a 49 <input type="radio"/> 50 a 199 <input type="radio"/> 200 o más
4. Zona donde se ubica la empresa:	<input type="radio"/> Urbana <input type="radio"/> Rural
5. Cargo de la persona que llena la encuesta:	<input type="radio"/> Gerente <input type="radio"/> Jefe <input type="radio"/> Director <input type="radio"/> Asistente <input type="radio"/> Otro
6. Tiempo de trabajo en la empresa de la persona que llena la encuesta:	<input type="radio"/> Menos de 5 años <input type="radio"/> Entre 6 y 15 años <input type="radio"/> Entre 16 y 25 años <input type="radio"/> Más de 25 años
7. Género del gerente / director:	<input type="radio"/> Hombre <input type="radio"/> Mujer
8. Nivel de formación académica del gerente / director:	<input type="radio"/> Básica <input type="radio"/> Secundaria <input type="radio"/> Universitaria <input type="radio"/> Posgrado

B. INNOVACIÓN

Señale el grado de importancia que se da a las siguientes acciones en su empresa.

1. CAPACIDAD DE INNOVACION	Muy poca			Mucha	
1. Probar nuevas ideas	1	2	3	4	5
2. Buscar nuevas formas de hacer las cosas	1	2	3	4	5
3. Ser creativa en sus métodos operativos	1	2	3	4	5
4. Desarrollar nuevos productos/servicios	1	2	3	4	5
5. Percibir a la innovación con bajo riesgo; por tanto, aceptable	1	2	3	4	5
6. Incrementar el número de productos nuevos introducidos en el mercado	1	2	3	4	5

Indique si su empresa ha realizado, en los dos últimos años (2022-2023), las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas.

2. INNOVACION PRODUCTOS, PROCESOS Y GESTION	¿Ha realizado?		Muy poca			Mucha	
1. Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
2. Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
3. Acceso a nuevos mercados	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
4. Establecimiento nuevas alianzas o colaboraciones	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
5. Cambios o mejoras en los procesos	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
6. Adquisición de nuevos bienes de equipo o instalaciones	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
7. Nuevos cambios o mejoras en organización y/o gestión	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
8. Nuevos cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5
9. Nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas	<input type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No	1	2	3	4	5

C. COMPETITIVIDAD

Indique el grado de importancia que tiene para su empresa los siguientes factores que afectan la competitividad.

1. FACTORES EXTERNOS	Muy poca			Mucha	
1. Altos costos de energía	1	2	3	4	5
2. Elevados tipos de interés	1	2	3	4	5
3. Problemas derivados de la inflación	1	2	3	4	5
4. Problemas burocráticos con la Administración Pública	1	2	3	4	5
5. Ausencia de políticas públicas y/o programas de apoyo a las pymes	1	2	3	4	5
6. Problemas de corrupción política, extorsiones o inseguridad ciudadana	1	2	3	4	5
7. Alta informalidad de las pymes	1	2	3	4	5
8. Insuficiente infraestructura logística regional o nacional (conexiones, infraestructuras de transporte)	1	2	3	4	5
9. Dificultad para encontrar personal cualificado en el mercado laboral	1	2	3	4	5

2. FACTORES INTERNOS	Muy poca			Mucha	
1. Problemas de organización y dirección en la empresa	1	2	3	4	5
2. Problemas de calidad de productos o servicios	1	2	3	4	5
3. Problemas para acceder a mercados internacionales	1	2	3	4	5
4. Deficiencia de recursos y procesos tecnológicos de la empresa	1	2	3	4	5
5. Personal de la empresa poco cualificado	1	2	3	4	5
6. Problemas de morosidad	1	2	3	4	5
7. Débil cultura empresarial	1	2	3	4	5
8. Problemas relacionados con innovación de productos/servicios, procesos y gestión	1	2	3	4	5
9. Escaso grado de digitalización en la empresa	1	2	3	4	5
10. Problemas relacionados con la cadena logística (con proveedores y clientes)	1	2	3	4	5
11. Problemas de ciberseguridad en la empresa	1	2	3	4	5
12. Altos costos asociados a medidas de sostenibilidad (huella carbono, residuos,)	1	2	3	4	5
13. Dificultad para la transición generacional de la empresa	1	2	3	4	5

Indique el grado de importancia que tiene para su empresa las siguientes acciones para el desarrollo futuro de la pyme

3. ACCIONES	Muy poca			Mucha	
1. Reducción de impuestos	1	2	3	4	5
2. Aumentar la flexibilidad laboral	1	2	3	4	5
3. Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	1	2	3	4	5
4. Incrementar las ayudas a la inversión	1	2	3	4	5
5. Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	1	2	3	4	5
6. Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	1	2	3	4	5
7. Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	1	2	3	4	5
8. Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	1	2	3	4	5
9. Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes	1	2	3	4	5
10. Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	1	2	3	4	5
11. Reducción de los trámites para la creación de empresas	1	2	3	4	5
12. Mayor fomento a la transformación digital de las pymes	1	2	3	4	5
13. Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes	1	2	3	4	5
14. Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	1	2	3	4	5
15. Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	1	2	3	4	5

D. ¿Desea recibir los resultados de la presente investigación?

Correo electrónico:

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 2

INFORME MIPYME 2023
Estrategias para mejorar la competitividad de la MIPYME en Iberoamérica

ECUADOR

Nivel de obstáculo de los Factores Externos	
Altos costos de energía	3,67
Elevados tipos de interés	4,30
Problemas derivados de la inflación	3,76
Problemas burocráticos con la Administración Pública	4,16
Ausencia de políticas públicas y/o programas de apoyo a mipymes	4,15
Problemas de corrupción política, extorsiones o inseguridad ciudadana	4,37
Alta informalidad de las mipymes	3,76
Insuficiente infraestructura logística regional o nacional (conexiones, infraestructuras de transporte)	3,76
Dificultad para encontrar personal cualificado en el mercado laboral	3,58
Nivel de obstáculo de los Factores Internos	
Problemas de organización y dirección en la empresa	3,48
Problemas de calidad de productos o servicios	3,49
Problemas para acceder a mercados internacionales	3,85
Deficiencia de recursos y procesos tecnológicos de la empresa	3,70
Personal de la empresa poco cualificado	3,37
Problemas de morosidad	3,37
Débil cultura empresarial	3,50
Problemas relacionados con innovación de productos/servicios, procesos y gestión	3,80
Escaso grado de digitalización en la empresa	3,39
Problemas relacionados con la cadena logística (con proveedores y clientes)	3,55
Problemas de ciberseguridad en la empresa	3,29
Altos costos asociados a medidas de sostenibilidad (huella carbono, residuos)	3,41
Dificultad para la transmisión generacional de la empresa	3,35
Propuestas para mejorar la competitividad	
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,24
Aumentar la flexibilidad laboral	4,09
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	4,03
Incrementar las ayudas a la inversión	4,30
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	4,19
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	3,51
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	3,94
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	4,11
Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las mipymes	4,37
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	4,28
Reducción de los trámites para la creación de empresas	4,11
Mayor fomento a la transformación digital de las mipymes	4,15
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a mipymes	4,11
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	4,16
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	4,42