



ANIVERSARIO

Revista Venezolana de Gerencia

Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: Pérez Peralta, C. M., Chirinos Araque, Y., Ramírez García, A. G., y Barbera Alvarado, N. (2021). Factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(Número Especial 5), 35-369. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.23>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 26 Número Especial 5 2021, 350-369
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia

Pérez Peralta, Claudia Milena*
Chirinos Araque, Yamarú del Valle**
Ramírez García, Adán Guillermo***
Barbera Alvarado, Nataliya****

Resumen

El objetivo del estudio fue analizar los factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. Es importante destacar que las PYMES para afrontar con éxito las condiciones en un contexto mundial globalizado y aperturista, deben ser eficientes, flexibles y adaptables, para lo cual, deben propiciar ventajas competitivas, que, se alcanzan desde el logro de economías de escala en la producción, distribución y comercialización; la competitividad además de ser considerada como un concepto que implica capacidad, se puede concebir como un indicador que mide dicha capacidad. Metodológicamente, el estudio se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es descriptivo, cuya fuente de información fundamental fue primaria, siendo el instrumento para obtener los datos un cuestionario con base en la aplicación de una encuesta a una muestra de 142 empresas manufactureras en la ciudad de Sincelejo-Colombia. Como resultado principal se tuvo, que el 63.4% de las compañías analizadas se ubica en un nivel bajo de competitividad, mientras que solo el 31.7% se ubica en niveles medio y apenas un 4.1% presenta un resultado superior con

Recibido: 23.02.21

Aceptado: 24.05.21

* Economista – CECAR, Magister en Economía – Universidad de Manizales, Magister en Educación – Universidad de Sucre, Magister en Negocios Internacionales e Integración – Universidad Tecnológica de Bolívar. Doctorante de Economía en la Universidad del Norte Colombia. Investigadora Asociada categorizada por Min ciencias. Docente investigadora en la Corporación Universitaria del Caribe – CECAR; del grupo de investigación ESAC; claudia.perezpe@cecar.edu.co. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3799-9642>

** Doctora en Gestión de la innovación Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín Venezuela. Investigadora Senior categorizada por Min ciencias. Docente- investigadora del grupo: GORAS y ECOSOL. Universidad Católica Luis Amigó. Medellín – Colombia. Email yamaru.chirinos@amigo.edu.co - urumay78@gmail.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0471-9859>

*** Ingeniero Agrícola – Universidad Autónoma Chapingo, México, Magister en Ciencias en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional – Colegio de Postgraduados, Puebla, Doctor en Geografía – Universidad Nacional Autónoma Nacional de México. Docente investigador en el Centro Regional Universitario del Noroeste, Universidad Autónoma de Chapingo; gramirezq@taurus.chapingo.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1711-5942>

**** Doctora en Planificación y Gestión del Desarrollo Regional, Universidad del Zulia Venezuela. Investigadora Asociada categorizada por Min ciencias. Docente Investigadora de la Universidad del Sinú-Elías Bechara Zainum. Montería-Colombia. Correos electrónicos: nataliaberbera@unisinu.edu.co; nataliyabarbera@gmail.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4566-5052>

alto nivel de competitividad. Se concluye sobre la necesidad de fortalecer las áreas débiles más importantes de estas empresas a nivel productivo y comercial, en el área financiera, en la formación del talento humano y tecnológico.

Palabras clave: factores; competitividad; pyme manufacturera; globalización.

Competitiveness Factors in Manufacturing SMEs in Colombia

Abstract

The objective of the study was to analyze the competitiveness factors in manufacturing SMEs in Colombia. It is important to highlight that SMEs to successfully face the conditions in a globalized and open world context, must be efficient, flexible and adaptable, for which, they must promote competitive advantages, which are achieved from the achievement of economies of scale in the production, distribution and marketing; Competitiveness, in addition to being considered as a concept that implies capacity, can be conceived as an indicator that measures said capacity. Methodologically, the study was developed under a quantitative approach, the type of research is descriptive, whose source of fundamental information was primary, being the instrument to obtain the data a questionnaire based on the application of a survey to a sample of 142 manufacturing companies in the city of Sincelejo-Colombia. The main result was that 63.4% of the companies analyzed are located at a low level of competitiveness, while only 31.7% are located at medium levels and only 4.1% present a superior result with a high level of competitiveness. It concludes on the need to strengthen the most important weak areas of these companies at a productive and commercial level, in the financial area, in the training of human and technological talent.

Keywords: factors; competitiveness; sme manufacturing; globalization,

1. Introducción

La competitividad en las empresas, en los países, en las regiones, e incluso en las personas, es un tema que reviste de mucha importancia, toda vez que se considera como un requisito para lograr importantes beneficios económicos. Se asume como un hecho que el logro de la competitividad, como capacidad es necesaria en el contexto actual, el cual, es cada vez más exigente. Porter y Kramer (2011) afirman que la competitividad es la capacidad de las

organizaciones para competir con sus rivales. La misma, está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias conexas y de apoyo y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas; tales atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones. En el mundo de hoy, donde, las empresas para lograr el crecimiento deben dirigir su mirada hacia los mercados extranjeros (Puerto,

2010), es fundamental el desarrollo de productos y servicios cada vez más competitivos (Quero, 2008).

En este entorno, las mediciones de la competitividad son cada vez más importantes. Dichas mediciones, constituyen información útil para la formulación e implementación de estrategias que apalancen un mayor desarrollo (CPC & CEPEC, 2013). En este sentido, y siguiendo a Porter (1991a), además de considerar la competitividad como un concepto, se debe concebir como un indicador que `mide` dicha capacidad. Ahora bien, para construir indicadores de competitividad, se debe tener en mente una distinción fundamental entre medición y explicación de este concepto; la primera implica el uso de indicadores e índices que cuantifican el desempeño económico relativo de las unidades de análisis, y es meramente descriptivo; por su parte, la segunda radica en el estudio de las variables que la determinan, es decir, los factores o ventajas competitivas de la unidad de análisis en cuestión (Sobrinho, 2005).

La competitividad de una economía se sustenta en condiciones y acciones enfocadas en cuatro niveles: meta, macro, meso y micro. El nivel meta hace referencia a la estructura estatal funcional y estable para la organización y conducción jurídica, política y económica, así como, la existencia de patrones de organización e integración que permitan movilizar la capacidad creativa de la sociedad; el nivel macro, incluye la estabilización de precios y se manifiesta en el crecimiento pleno y sostenido del país a mediano plazo; el nivel meso se refiere a la idoneidad de las políticas económicas para incentivar la producción, y al grado de adecuación del territorio para facilitar tanto el proceso

productivo como el de comercialización y distribución; y finalmente, el nivel micro (o a nivel de empresa), es el punto de partida de la competitividad sistémica.

Estos niveles actúan de manera integrada, y se pueden estudiar varios indicadores sobre los mismos, para analizar los factores de la competitividad. En tal sentido, es importante mencionar que por las cualidades de las PYMES objeto de estudio de la presente investigación, se considera un análisis desde el nivel micro – meta, donde se incluyen factores relacionados con las firmas, así como relacionados con sus distintos stakeholders, y su incidencia en la organización. Además, se tiene en cuenta que dichas firmas actúan en un contexto, afectado por otros agentes e instituciones, tal como, el gobierno y su aparato institucional, que generan externalidades positivas para la inversión y el desarrollo, en el marco, de las políticas públicas tanto de demanda, como de oferta para incentivar el crecimiento, el empleo, y la estabilidad macroeconómica. Lo anterior, apalancado por un sistema político estable que ejerza su gobernanza desde un liderazgo legítimo (Pérez y Pizarro 2016); lo que no solo crea condiciones físicas atractivas para la inversión, sino también, una atmosfera optimista que el inversionista tenga expectativas favorables para la misma.

Cabe destacar que, en el caso de las firmas objeto de estudio, las variables antes mencionadas se tienen en cuenta a la hora de construir indicadores de competitividad, donde se han empleado varias metodologías, para la construcción de índices sintéticos, que van desde agregaciones simples, como es el trabajo realizado por Castaño & Gutiérrez (2011), hasta la construcción de indicadores más complejos desde

técnicas estadísticas, como el análisis discriminante, tal es el caso, del trabajo de Schmuck (2007). Para el tema de Pymes hay varias investigaciones, que tienen por objeto evaluar los niveles de competitividad, una de las metodologías pioneras para intentar tener una medida de la competitividad empresarial, es el denominado mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo - BID (Montoya & Silvestre, 2008). Independientemente de cual sea el modelo o la técnica el objetivo siempre radica en generar información para la toma de decisiones estratégicas.

Por consiguiente, es importante describir la situación que atraviesan las PYMES del sector estudiado. Éstas principalmente elaboran calzado, ropa, muebles para el hogar, así como, productos alimenticios y materiales básicos para la construcción; son empresas familiares, siendo los dueños a la vez administradores de las mismas, los cuales, desempeñan labores productivas dentro de éstas, desde el conocimiento que tienen de un arte o un oficio. En estas unidades productivas, los integrantes se conocen entre sí, con predominio de relaciones de parentesco. No existe mayor división del trabajo, ni tampoco una diferencia clara entre la propiedad y la administración, se podría decir, que la mayoría de estas empresas son más cercanas al taller de tipo artesanal, que, a la fábrica, donde, el número de trabajadores es pequeño.

Las PYMES seleccionadas, no elaboran productos para mercados regionales, nacionales, ni muchos menos internacionales, son empresas tradicionales, que no gozan de mayores garantías para sobrevivir que la de mantenerse en un mercado local pequeño, sin mayores competidores, y donde, sus clientes tienen

conocimiento de su existencia, gracias a las relaciones de largo tiempo con los mismos. A pesar de la importancia que tiene la Pyme para el municipio, en general este tipo de firmas, tienen problemas relacionados con una baja capacidad de adaptación e innovación en sus sistemas de administración y organización de funciones, donde, las formas de administración tienden a ser tradicionales y resistente al cambio (Pérez y Chirinos 2017).

Luego de evidenciar el contexto estudiado y teniendo en cuenta la importancia de la medición del concepto de competitividad, la presente investigación, tuvo como objetivo analizar los factores de competitividad en PYMES manufacturaras en Colombia, para ello se construyó un índice sintético de competitividad, mediante un método de agregación simple y una ponderación subjetiva, ad hoc, que cuantificó el nivel de competitividad de 142 firmas, ubicadas en la ciudad de Sincelejo, departamento de Sucre.

Plenamente identificado en el apartado metodológico de este estudio, estas empresas, se podrían clasificar dentro del segundo sector de la economía, es decir, el industrial, dado que corresponde a firmas que realizan cierto tipo de transformación de materias primas e insumos, en bienes elaborados o semielaborados; cabe destacar que estas empresas tienen un nivel de desarrollo bajo, ya que, hacen poca o ninguna incorporación de tecnología especializada y moderna en sus procesos productivos, no tienen mayor grado de integración con proveedores y clientes, y se valen de un mercado local pequeño para vender sus productos, los cuales, son poco especializados y de baja calidad.

De acuerdo con datos del

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2016), para el año 2016 el sector industrial en Sucre solo aportó el 7,23% del PIB departamental, y siendo Sincelejo la capital de este departamento donde se concentran este subsector, el aporte se puede considerar poco significativo; de hecho, esta ciudad se caracteriza por una economía basada en las mismas actividades que la economía regional, es decir, el comercio, los servicios y el sector agropecuario. Confirma Aguilera (2005) que, en el departamento de Sucre, la economía está basada en la ganadería y los servicios sociales.

Es relevante mencionar que para el desarrollo de este estudio se usó el Modelo de la Universidad Tecnológica de Pereira, propuesto por Castaño & Gutiérrez (2011), donde se exploran ocho aspectos o funciones de la firma, que se indagan mediante la aplicación de un cuestionario de 125 preguntas de la información suministrada por dicho modelo, y aplicada en el contexto objeto de análisis, permitió recabar información adecuada y oportuna para este estudio.

2. Competitividad en PYMES

De acuerdo con los postulados de Rojas & Sepúlveda, (1999), Cuevas, (1993), Castaño & Gutiérrez (2011), Puerto, (2010), y Ortiz & Arredondo, (2014), la competitividad es una habilidad, una competencia que se adquiere a medida que las compañías hacen frente a escenarios globalizados. Con el desarrollo de estas teorías se pretende dar soporte al estudio planteado, el cual, consiste en analizar los factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia. Para ello, se construyó un índice sintético de competitividad empresarial, explicado en

el apartado metodológico, en tal sentido, es de considerar la competitividad no solo como un concepto, sino también como un indicador que mide dicha capacidad en las organizaciones, es de hacer notar que para construir indicadores de competitividad, se debe tener en mente una distinción fundamental entre medición y explicación de este concepto.

Atendiendo a estas consideraciones se destaca que con la globalización y toda una serie de elementos innovadores como tecnologías de avanzada, nuevos patrones de consumo y una mayor conciencia sobre la conservación de los recursos naturales, emerge toda una reconceptualización de las ventajas comparativas, que evolucionaron hasta convertirse, en parte, en ventajas competitivas, estas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales y surgen de habilidades específicas derivadas del “saber-cómo” (“knowhow”) tecnológico, de la infraestructura especializada, la investigación y la capacitación del recurso humano, entre otros, (Rojas & Sepúlveda, 1999). Este knowhow, produce efectos de derrame, en el tejido empresarial de los países, siempre y cuando, las empresas puedan aprovechar entornos innovadores, desde su capacidad de adaptarse y ser eficientes, lo que implica mayores niveles de competitividad.

2.1. Ventaja competitiva en el contexto de las PYMES

Llevando el concepto de ventaja competitiva a un contexto microeconómico, es decir, al ámbito de las firmas objeto de estudio, se indica que la ventaja competitiva es aquella habilidad,

recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, y de la que carecen sus competidores, y que, además, hace posible la obtención de unos rendimientos superiores (Viedma, 1992). Según Porter (1991b) la ventaja corresponde a la concepción de “valor”; y afirma que la ventaja competitiva es el valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores, para obtener beneficios equivalentes o superiores, es decir que el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona, como la calidad en los bienes y servicios ofrecidos.

Ahora bien, ya no desde una visión netamente economicista, se puede decir, que es fundamental que las empresas sean competitivas, no solo por los beneficios que se le generan al empresario, sino por las condiciones de progreso y crecimiento para los países, y de desarrollo para sus ciudadanos. Según la visión de Chirinos, et al, (2020) para evidenciar un desarrollo sostenible en las naciones se requiere tomar en cuenta los factores del contexto que inciden directamente en este proceso y en la competitividad, como son: políticos, económicos, sociales, culturales, educativo, regulaciones políticas, la implementación de políticas públicas, estos resultan determinantes para accionar estrategias en función de lograr consolidar aspectos como: economías sostenibles, sociedades con mejoras en su calidad de vida, educación de calidad oportunidad de empleo, trabajo decente y crecimiento económico, aprovechamiento de los recursos que proporciona el entorno.

2.2. Niveles de análisis de la competitividad y Factores Endógenos y Exógenos

De acuerdo con el nivel de agregación desde que sea percibida la competitividad, ya sea macro – escuela tradicional - o micro – visión heterodoxa -, se pueden analizar varios indicadores que permiten determinar su nivel; en la tabla 1, se observan algunos de estos indicadores; es importante mencionar que para el objeto de estudio se considera el nivel de competitividad micro.

Una vez observadas las características de cada uno de los niveles de competitividad plasmados en el cuadro 1, desde un enfoque sistémico se observan los factores de competitividad desde el nivel micro de agregación, puesto que es donde está centrado el estudio desarrollado en esta investigación. Por lo tanto, se puede decir que la ventaja competitiva es un constructo inmerso en una idea más amplia, que está asociada a la capacidad para producir y comercializar productos de calidad superior y menores costos, a los ofrecidos por la competencia (Garelli, 2006; D’Cruz, 1992, citado en Ambastha & Momaya, 2010; Álvarez & Rendón, 2010). Teniendo en cuenta los planteamientos anteriores, se indica que la competitividad en las PYMES se define como la capacidad de conjugar adecuadamente su función gerencial y administrativa, para ofrecer bienes y servicios, de modo tal que se cree valor para sus clientes, y de esta forma se pueda mantener en el mercado.

Tabla 1
Niveles de análisis de la competitividad y Factores Endógenos y Exógenos

Enfoque Sistémico	Nivel de Agregación	Factores Endógenos	Factores Exógenos
Macro – Meta	País	* Variables Macroeconómicas: déficit fiscal, inflación, tipo de cambio, tasa de interés * Variables de Ciencia, Tecnología e Innovación * Apertura Cultural	* Precios Internacionales * Acuerdos y Convenios Internacionales * Conflictos Armados
Meso – Meta	Región	* Infraestructura * Condiciones Agroecológicas	* Políticas de Apoyo a la Inversión, Políticas Comerciales y Arancelarias * Fenómenos Naturales
Micro – Meta	Empresa	* Costos de Producción * Gestión Empresarial * Innovación Tecnológica * Control de Calidad * Rendimiento Financiero y Márgenes de Ganancia y/o Beneficios Netos * Productividad de la Mano de Obra * Estrategias Gerenciales	* Industrias Proveedoras de Insumos y Servicios * Gustos y Preferencias de los Consumidores * Empresas Competidoras * Participación en el Mercado

Fuente: Lombana & Rojas (2008); Castaño & Gutiérrez (2011); Cabrera-Martínez, A., López-López, P., y Méndez (2011). Modificación de los Autores.

Sin embargo, la competitividad no solo se debe ver a nivel micro, sino, desde el entorno macro, puesto que la formación de empresa es fundamental para el desarrollo económico de los países (Delfín & Acosta, 2016). Es así que la razón de la dotación de factores productivos adecuados, donde, se incluye una mano de obra mejor educada, mayor acceso a tecnología, bienes públicos, menores niveles de corrupción, mejor ejercicio de gobernanza pública, privada y ambiental, donde, el único objetivo es el bien común, no se puede ver como razón suficiente para el logro de ganancias privadas, sino como razón necesaria para el desarrollo social. De

hecho, con el tiempo, la globalización de la economía y la consiguiente apertura de nuevos mercados distanciados geográficamente fueron cambiando la percepción del negocio, por ello, se insiste en que la función logística evolucione hacia nuevas dimensiones, por lo tanto es importante destacar que la logística se ha establecido en los últimos años como una nueva forma de enfocar la gerencia empresarial, habiéndose convertido en la actualidad en una herramienta competitiva dentro de las estrategias de desarrollo de las empresas (García, Gómez y Chirinos 2019).

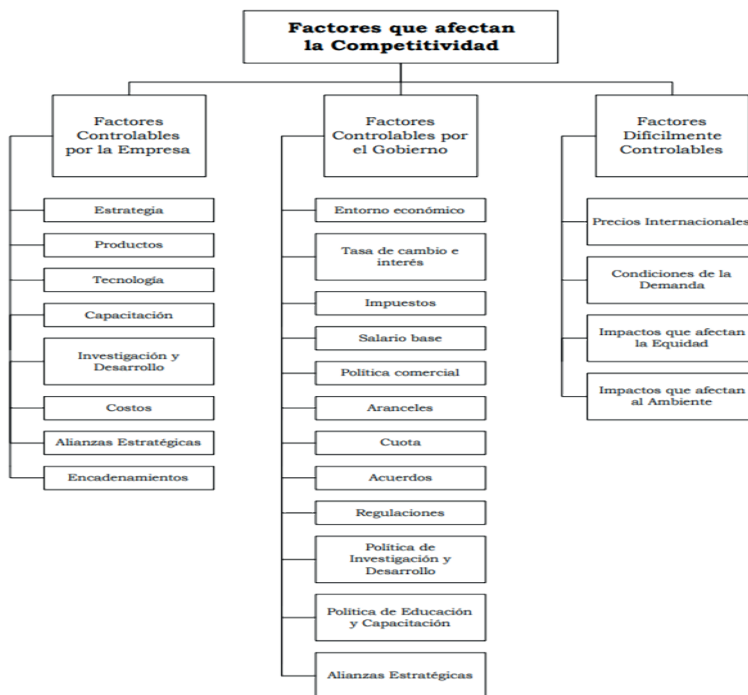
2.3. Factores que afectan la competitividad

Actualmente, es importante realizar un análisis del contexto en que se desarrollan las PYMES, esto permite evidenciar la situación real por la que atraviesan y medir su nivel de competitividad desde distintas perspectivas, teniendo como base, los enfoques que proveen las teorías económicas, sociológicas y políticas, desde una visión holística. En este sentido, es necesario conocer los factores que las afectan, realizar una cuantificación de los mismos, y estimar

su grado de impacto, ya que estos son condicionantes que permiten conocer el grado de competitividad en que se encuentran las firmas.

Teniendo en cuenta lo anterior, Rojas, Romero, y Sepúlveda (2000), identifican un marco metodológico para medir la competitividad, ofreciendo un esquema de referencia analítico para servir de apoyo al proceso de toma de decisiones de los agentes públicos y privados donde se organizan los factores dentro de tres grupos, según quien los controle: la empresa o el gobierno y aquellos difícilmente controlables (Figura1).

Figura 1
Factores que afectan la competitividad



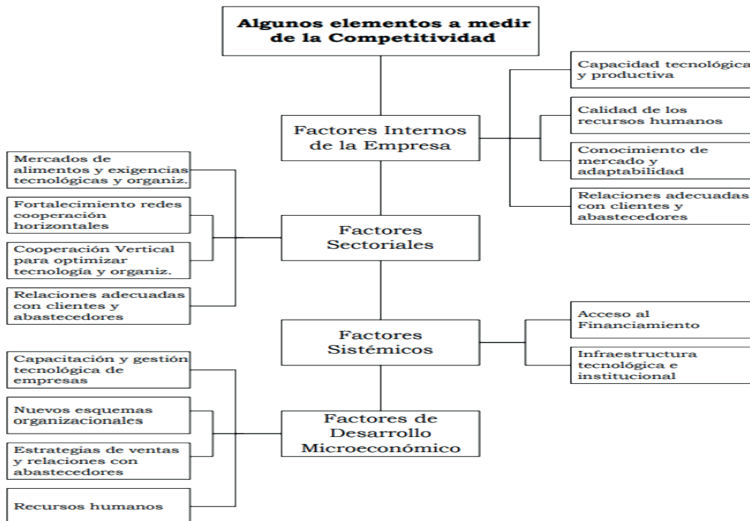
Fuente: Rojas, et al, (2000).

En la figura 1, se evidencian los factores generales del contexto en el que se desenvuelven las empresas, estructurados en tres categorías cada uno con sus respectivos indicadores de control que permiten obtener información medible acerca del desempeño competitivo de las PYMES y determinar el impacto de estos factores en el nivel de competitividad. Es importante mencionar que para el desarrollo de este estudio se consideró estos factores, los cuales proporcionaron información relevante acerca de la situación actual de las firmas estudiadas, permitiendo la construcción del índice sintético de medición bajo una metodología cuantitativa, donde, se cuantifica un fenómeno desde un indicador, que se construye con base en variables, las cuales, fueron a su vez

los factores que influyen en el nivel de competitividad de las PYMES.

Asimismo, es importante señalar que para realizar el análisis del nivel de competitividad en las PYMES objeto de estudio, se identifican elementos o factores internos, los cuales según la FAO, (1997) son aquellos que aparecen bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales la empresa procura distinguirse de sus competidores, entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva; calidad de los recursos humanos; conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades; relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital, tal como se evidencia en la figura 2.

Figura 2
Elementos que permite medir la competitividad en las PYMES



Fuente: Rojas, et al, (2000).

Adicionalmente en la figura 2, se evidencia una serie de factores estructurados sistemáticamente para identificar cada uno de los elementos que definen la medición competitiva de la empresa. Se estima que el desempeño competitivo de una empresa, industria o nación se ve condicionado por la conjugación de diversos factores: internos a la empresa, sectoriales, sistémicos y de desarrollo microeconómico.

2.4. Modelos de competitividad en el contexto de las PYMES

Para los distintos niveles de la competitividad se han propuesto varios modelos que la caracterizan y la miden; en la tabla 2, se observan algunos de los modelos, tal como a nivel macro, el World Economic Forum, propone el Índice Global de Competitividad – IGC (Jaimes, Rojas & Luzardo, 2017), el

cual, mide la capacidad de una nación para lograr un crecimiento económico sostenido en el largo plazo con relación a los recursos que dispone y su capacidad para proveerles a sus habitantes un alto nivel de prosperidad; este indicador se obtiene desde 12 pilares, donde, se mide la capacidad de 137 economías en el mundo.

A nivel de Colombia, el Consejo Privado de Competitividad – CPC y el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas de la Universidad del Rosario - CEPEC, plantean el Índice Departamental de Competitividad – IDC (CPC & CEPEC, 2013), el cual, en una publicación anual, mide diferentes aspectos que inciden sobre el nivel de la competitividad de los departamentos en Colombia. A nivel micro, uno de los más importantes modelos es el Mapa del BID, el cual, tiene 124 preguntas categorizadas de 1 a 5, donde, se indaga por ocho aspectos estratégicos de la empresa como se evidencia en la tabla 2.

Tabla 2
Modelos para Cuantificar el nivel de Competitividad

Nombre del Índice	Modelos de Competitividad Nacional			Modelo de Competitividad Empresarial				
	Índice Global de Competitividad	Índice Departamental de Competitividad	Modelo del Instituto para el Desarrollo de la Gerencia	Modelo Matemático	Mapa del BID	Modelo de la Universidad Manuela Beltrán	Modelo Universidad Tecnológica de Pereira	
Dimensiones	Pilar I: Instituciones	Pilar 1: Instituciones		Talento Humano		Aspectos Generales		
	Pilar II: Infraestructura	Pilar 2: Infraestructura		Materiales	Planeamiento Estratégico	Área Comercial	Función Gerencial	
	Pilar III: Estabilidad Macroeconómica	Pilar 3: Tamaño del Mercado		Métodos de Comunicación	Producción y Operaciones	Área Financiera	Función Administrativa	
	Pilar IV: Salud y Educación Primaria	Pilar 4: Educación Básica y Media		Métodos de Control	Aseguramiento de la Calidad	Área Conocimiento (Personas)	Función Comercial y Logística	
	Pilar V: Educación Superior y Entrenamiento	Pilar 5: Salud	Economía Doméstica	Métodos Financieros	Comercialización	Área Tecnológica (Procesos)	Función Financiera	
	Pilar VI: Eficiencia del Mercado de Bienes	Pilar 6: Sostenibilidad Ambiental	Eficiencia Gubernamental	Métodos Administrativos	Recursos Humanos	Orientación Humanística	Talento Humano	
	Pilar VII: Eficiencia del Mercado Laboral	Pilar 7: Educación Superior y Capacitación	Eficiencia Comercial	Métodos de Producción	Investigación y Desarrollo	Gestión Ambiental	Orientación Planificadora y Toma de Decisiones	Función Tecnológica
	Pilar VIII: Sofisticación del Mercado Financiero	Pilar 8: Eficiencia de los Mercados		Infraestructura	Sistemas de Calidad	Sistemas de Información	Orientación hacia las Normas y Reglamentos	Función Ambiental
	Pilar IX: Preparación Tecnológica	Pilar 9: Sofisticación y Diversificación			Tecnología y Gestión del Conocimiento			Factores Externos
	Pilar X: Tamaño del Mercado	Pilar 10: Innovación y Dinámica Empresarial			Medio Externo			
	Pilar XI: Sofisticación Empresarial							
	Pilar XII: Innovación							

Fuente: Castaño & Gutiérrez, 2011. Adaptación de los Autores (2021)

Independientemente del nivel de las variables, indicadores o del modelo con el que se analice la competitividad, las investigaciones sobre este tópico son importantes en la medida que revelan información trascendental tanto, para las empresas, como para las regiones hacia dónde deben dirigirse sus acciones; lo que es fundamental en un contexto globalizado, donde, es necesario la toma de decisiones estratégicas para la supervivencia (Garay, 1998). El hecho que una firma desarrolle estrategias para lograr ser competitiva implica el conocimiento amplio sobre sí misma, a la luz de una visión objetiva; en este orden de ideas, la competitividad como concepto y como medida, constituye un acercamiento a la real situación de una empresa, de un país o de un territorio.

En el caso de las PYMES objeto de estudio se usó el Modelo de la Universidad Tecnológica de Pereira, propuesto por Castaño & Gutiérrez (2011), donde se exploran ocho aspectos o funciones de la firma, que se indagaron mediante la aplicación de un cuestionario de 125 preguntas, este modelo es el que más se adapta a las condiciones del contexto real de las PYMES y región estudiadas donde se analizan los factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia, para lo cual se construye un índice sintético de competitividad. Es importante destacar que las PYMES para afrontar con éxito las condiciones en un contexto mundial globalizado y aperturista, requieren poseer un alto nivel de competitividad.

3. Abordaje metodológico

Como objetivo, la investigación se planteó analizar los factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia, para lo cual se construyó un índice sintético de competitividad, mediante un método de agregación simple y una ponderación subjetiva, ad hoc. Se trata de una investigación aplicada, cuyo objetivo fue alcanzado a partir de un estudio descriptivo, bajo una metodología cuantitativa, donde, se cuantifica un fenómeno desde un indicador, que se construye con base en variables (Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

La fuente de información principal fue primaria, empleando el cuestionario como instrumento para obtener los datos el cual fue dirigido a los administradores de una muestra de empresas del sector manufacturero de una ciudad intermedia en Colombia (Sincelejo). Ahora bien, para realizar el análisis de los factores de competitividad en las PYMES se estableció un índice de 0 a 100, siendo 100 el valor que representa el nivel más alto de competitividad.

La muestra empresarial, fue obtenida mediante muestreo aleatorio estratificado del directorio de empresas de la Cámara de Comercio de Sincelejo (2017). En el directorio había 5.423 registros en la ciudad de Sincelejo, de estos, 509 correspondían a empresas manufactureras, de las cuales se obtuvo una muestra de 142 empresas, bajo los criterios estadísticos: 95,0 % de nivel de confianza, error del 5,0%, probabilidad

1 Participación de las exportaciones del departamento de Sucre en el PIB.

de ocurrencia del 15,0 %¹; luego, la muestra fue ponderada por grupos de empresas con diferente objeto social.

Para recoger la información se aplicó un cuestionario, con nueve módulos, que correspondieron a los factores, los cuales, contenían 37 características, y éstas a su vez, 125 indicadores o preguntas cerradas de naturaleza categóricas; todo esto, fue ponderado (Cuadro 1). Por medio de esta encuesta se obtuvieron más de 20 mil datos, que proporcione información adecuada en la construcción del índice sintético, para ello se utilizó un método de agregación simple (Domínguez, et al, 2011):

$$IS_i = w \cdot I_{i1} + w \cdot I_{i2} + \dots + w \cdot I_{im} = \sum_{j=1}^m w \cdot I_{ij}$$

(Ecuación 1)

Dónde: w representa el peso otorgado a los indicadores e I_j el valor del indicador j para la unidad i o empresa.

En el cuadro 1, se evidencian los factores que se consideraron para la medición del nivel de competitividad de las PYMES manufactureras de Colombia,

los cuales fueron ponderados, y por cada factor, se mide las características correspondientes también ponderadas, de tal modo que se pudieran obtener datos para generar las interpretaciones y análisis de la realidad competitiva de las empresas objeto de estudio. Cada uno de los elementos que se perciben en este cuadro permitió elegir los factores pertinentes y ajustados a la realidad del contexto de estudio, los cuales, fueron: Función Gerencial, Función Productiva y Comercial, Función Administrativa, Función Financiera, Función Ambiental, Talento Humano, Factores Externos y Función Tecnológica, todo esto, para la construcción del índice sintético, el cual, va de cero a 100,00 puntos como nivel máximo de cumplimiento; esto se midió por cada factor, cada uno de estos, tenía unas características, para las cuales, se midió el nivel de cumplimiento, de acuerdo a lo respondido por las firmas en la encuesta en cada una de las pregunta - asociada a cada una de estas características -, todo esto, fue ponderado, y luego esto se agregó de forma simple en una sumatoria, por cada PYME, y se promedió para cada sector.

Cuadro 1 Indicador de Competitividad Empresarial - Factores y Características

Factores	Ponderación	Características	Ponderación
Función Gerencial	5,00	Nivel Educativo del Administrador	1,50
		Experiencia en el Negocio	2,00
		Tipo de Liderazgo	0,75
		Toma de Decisiones	0,75
Función Administrativa	5,00	Planeación Estratégica	0,75
		Estructura Organizacional	0,75
		Normas Legales y Tributarias	1,50
		Licencias y Permisos	2,00
Función Productiva y Comercial	30,00	Gestión de Proveedores	5,00
		Gestión de Producción	6,00
		Gestión Precio	1,00
		Gestión Plaza o Distribución	1,00
		Área Comercial	4,00
		Gestión Promoción	1,00
		Servicio al Cliente	1,00
		Alianzas Estratégicas	2,00
		Calidad Total	5,00
		Investigación & Desarrollo	4,00
Función Financiera	15,00	Rentabilidad	5,00
		Endeudamiento	4,00
		Administración Financiera	3,00
		Cumplimiento de Obligaciones	3,00
Talento Humano	10,00	Cultura Organizacional	2,50
		Manejo de Segunda Lengua	1,00
		Programas de Capacitación y Promoción	2,50
		Salud y Seguridad Industrial	2,50
		Evaluación de Desempeño	1,50
Función Tecnológica	25,00	Maquinaria y Equipo	7,50
		Innovación Tecnológica en la producción	6,25
		Innovación Tecnológica	6,25
		Vigilancia Tecnológica	5,00
Función Ambiental	5,00	Política Ambiental de la Empresa	5,00
		Situación Económica del País	0,75
Factores Externos	5,00	Cambios Tecnológicos	0,75
		Factores Políticos y Legislativos	0,75
		Factores Socioculturales	0,75
		Factores Internacionales	2,00
		TOTAL	100,00

Fuente: Elaboración propia (2021).

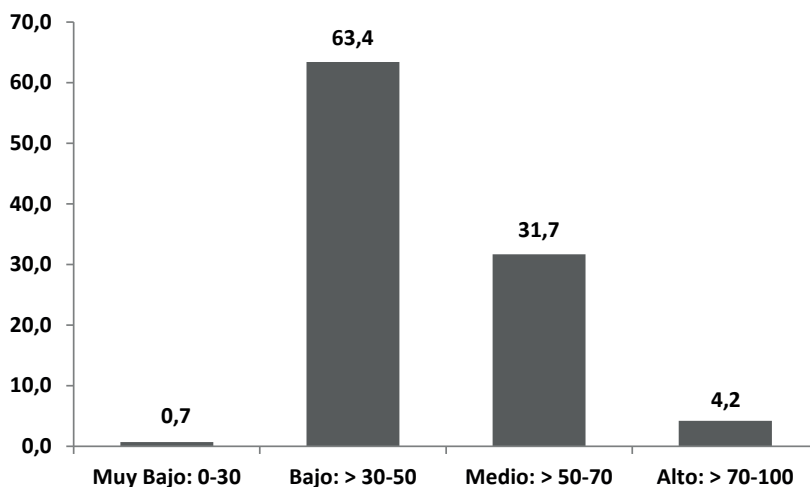
4. Competitividad de las Pymes de Sincelejo

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio, el 63,4% de las firmas manufactureras en Sincelejo presentan un nivel de competitividad bajo, mientras que solo 31.7% se ubican en niveles medio y apenas un 4,1% presenta un resultado superior, que las ubica con alto nivel de competitividad (ver gráfico 1).

Este resultado podría estar relacionado con las debilidades que presentan estas empresas. En cuanto

al manejo del talento humano, adolecen de programas de promoción y ascenso, capacitación, salud ocupacional y seguridad industrial para sus trabajadores; tienen debilidades en la función productiva y comercial, debido a la deficiente gestión de proveedores, sobre todo, en la formalización de procesos y documentación; además, dificultades por la falta de planeación en la producción, en los procesos de internacionalización y en la formación de alianzas estratégicas; finalmente, existe una carencia manifiesta en la aplicación de normas de certificación de calidad.

Gráfico 1
Índice sintético por Nivel de Competitividad de PYMES de
Sincelejo Colombia

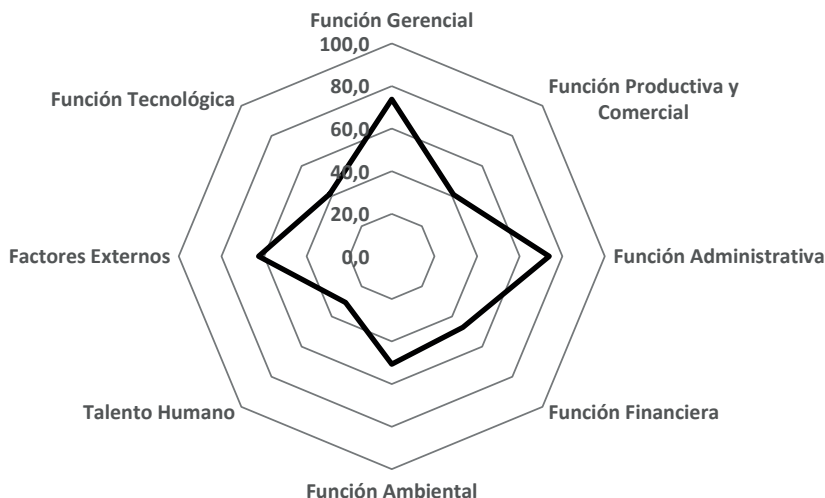


Fuente: Elaboración propia (2021).

Por otra parte, es conveniente resaltar que las empresas mostraron debilidades en la función tecnológica, en cuanto al manejo de bases de datos, programas de diseño programas de manufactura, la disponibilidad de operarios entrenados y el empleo de programas preventivos. Situación demostrada mediante la medición de los

indicadores escogidos para desarrollar el estudio, lo cual se recoge en el cuadro 2, desglosado por subsector. En este sentido, es el subsector de materiales para la construcción el que tuvo mejor desempeño a nivel competitivo; mientras que los de peor desempeño fueron: marquertería y vidrio, confecciones y calzado, y muebles para el hogar.

Gráfico 2 Nivel de cumplimiento de los Factores de la Competitividad de PYMES ciudad de Sincelejo Colombia



Fuente: Elaboración propia (2021)

En el cuadro 2 se observan los resultados de la aplicación del índice sintético de competitividad construido para este estudio, mediante la aplicación de la metodología de agregación simple, se perciben los resultados cuantificados obtenidos por cada uno de los factores de competitividad y subsectores, orientados por el modelo de competitividad de la Universidad Tecnológica de Pereira, puesto que se ajusta a las condiciones del entorno de las PYMES objeto de estudio.

Es pertinente destacar, que independientemente que algunos de los tipos de empresa relacionados en el estudio tuvieran menores niveles de desarrollo en algunas áreas, las firmas en su conjunto presentan las mismas debilidades en torno a los

mismos temas, es decir, las funciones comerciales, financieras, talento humano y tecnológicas, por lo tanto, es necesario para las mismas, creen diferentes estrategias.

Desde la perspectiva de los sectores examinados se evidencia que las panaderías tienen un menor nivel de cumplimiento en cuanto a la función productiva y comercial, pero presentan dificultades en la documentación de la gestión de proveedores, la falta de sistemas de calidad formalizados, incluyendo normatividad ISO (International Organization for Standardization), certificaciones de calidad, etc., ausencia de procesos adecuados de contratación y despido, horas extra, falta de recursos de mercadeo, gestión de clientes, la

inexistencia de alianzas estratégicas con distintos stakeholders, lo cual, es necesario para la consolidación de un tejido empresarial, también presentan graves problemas en el tema financiero, en particular, en la falta de planeación financiera.

Cabe destacar que en la función de talento humano todas las empresas de la muestra estudiada, presentan deficiencias, sobre todo, en el manejo del clima laboral, promoción del personal, capacitación a los trabajadores, programas de salud ocupacional y seguridad industrial; otra debilidad importante de estas firmas es la función tecnológica, en cuanto al uso de programas de diseño, producción y/o manufactura, automatización de procesos, y el acceso a tecnologías de última generación; estas dificultades impactan en la menor calidad de los

productos y en la generación de ventajas competitivas.

En el caso de la función comercial, es necesario la búsqueda no solo de nuevos clientes, sino la fidelización de los ya existentes; en particular, para el caso de compañías que se encuentran en mercados relativamente fragmentados, como las panaderías, las marquerías, los muebles para el hogar, las cocinas integrales, las fábricas de calzado y las confecciones de ropa, la estrategia sería la diferenciación de producto, donde, la marca y un sello distintivo sería el ideal en la psicología del consumidor; de otro lado, para el caso de materiales de construcción, donde, los mercados son más concentrados, lo ideal es una estrategia de liderazgo en el costo, donde, se ofrezca un producto de calidad a bajo precio.

Cuadro 2 Factores de la Competitividad por Subsectores de PYMES ciudad de Sincelejo Colombia

	Función Gerencial	Función Administrativa	Función Productiva y Comercial	Función Financiera	Talento Humano	Función Tecnológica	Función Ambiental	Factores Externos
Total Sector	3,69	3,69	12,29	7,08	3,08	10,33	2,54	3,13
Confecciones	3,70	3,70	12,40	7,11	3,09	10,33	2,63	3,11
Marquería y Vidrio	3,69	3,71	12,27	7,08	3,06	10,28	2,54	3,13
Calzado	3,69	3,74	12,47	7,11	3,07	10,18	2,73	3,10
Materiales para la Construcción	3,67	3,72	12,19	7,05	3,01	10,19	2,54	3,13
Muebles para el Hogar	3,69	3,69	12,09	7,01	2,92	9,97	2,62	3,11
Panadería	3,66	3,67	11,92	6,86	2,86	9,85	2,48	3,13
Cocinas Integrales	3,74	3,85	13,10	7,58	3,54	9,76	3,66	3,18
Varios sin Clasificar	3,68	3,73	12,30	7,09	3,04	10,23	2,59	3,14
Valor Máximo	5,00	5,00	30,00	15,00	10,00	25,00	5,00	5,00
Nivel de Cumplimiento								
Total Sector	73,81	73,86	40,96	47,21	30,75	41,32	50,70	62,62
Confecciones	74,04	73,90	41,34	47,38	30,86	41,33	52,69	62,18
Marquería y Vidrio	73,70	74,29	40,91	47,19	30,56	41,12	50,71	62,65
Calzado	73,85	74,73	41,56	47,42	30,66	40,71	54,62	62,09
Materiales para la Construcción	73,48	74,41	40,62	47,02	30,13	40,76	50,74	62,54
Muebles para el Hogar	73,72	73,83	40,30	46,74	29,24	39,89	52,42	62,25
Panadería	73,13	73,35	39,72	45,74	28,56	39,41	49,58	62,55
Cocinas Integrales	74,89	76,96	43,68	50,52	35,38	39,04	73,21	63,54
Varios sin Clasificar	73,61	74,58	41,00	47,27	30,40	40,91	51,84	62,74
Valor Máximo	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia (2021)

En cuanto a la función financiera, la gestión de recursos con entidades crediticias es fundamental, sin esta clase de recursos las firmas no podrán ampliar su capacidad, y la posibilidad para acceder a nuevos mercados, y por ende a nuevos beneficios, ahora bien, estos recursos no solo deben ser empleados en capital de trabajo, sino también, para la adquisición de activos fijos, relacionados con nuevas tecnologías, que es fundamental en todas las empresas de la muestra, dado que este aspecto, es una de las mayores debilidades, y además, en la formación y cualificación de su capital humano; en suma, las compañías deben invertir en activos, fijos, circulantes, tecnológicos y humanos.

5. Consideraciones finales

El estudio evidenció el bajo nivel de competitividad de las PYMES del sector manufacturero de Sincelejo-Colombia. Lo cual se manifiesta, fundamentalmente en las áreas de talento humano con una escasa formación del personal; problemas en el área productiva y comercial, así como en la escasa aplicación de procesos innovadores bajo las nuevas tecnologías, mostraron debilidades profundas en la función tecnológica, en cuanto al manejo de bases de datos, programas de diseño, entre otros. Todas estas dificultades impactan en la menor calidad de los productos y en la generación de ventajas competitivas.

Estos resultados muestran además la ausencia de una gestión con visión estratégica, lo cual habla de organizaciones que operan en el día a día, sin planes en el mediano y largo plazo, y, por ende, con una visión de corto plazo que las aleja de ser

competitivas en el mercado. Es por ello, que urge renovar la gestión desde una postura estratégica que incluya planes de acción que les permita mejorar sus procesos productivos y el rendimiento en el desempeño laboral, gestionando recursos, para generar ventajas competitivas desde el aprovechamiento de su talento humano y la formación de éste en el manejo de las nuevas tecnologías, así como la adquisición de tecnologías ajustadas y apropiadas a sus necesidades, y la sistematización y tecnificación de los procesos en todos los ámbitos de la empresa.

De acuerdo con los hallazgos evidenciados se considera importante destacar que independientemente de las particularidades de las firmas, éstas para afrontar con éxito la globalización y las nuevas exigencias del contexto deben introducir cambios en la producción, en el desarrollo del producto, la comercialización, y en la organización de las relaciones de suministro. A este nivel es necesario que las empresas generen condiciones de ventajas competitivas, las cuales, se alcanzan desde el logro de economías de escala en la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios de alta calidad.

Finalmente es relevante mencionar que la competitividad es hoy un referente asociado al desarrollo; por consiguiente, es de gran importancia fortalecer el tejido empresarial en cada una de las regiones y de los países. En tal sentido, es importante destacar que, para lograr el desarrollo de las PYMES estudiadas en la ciudad de Sincelejo Colombia, se debe establecer un marco legislativo adecuado que genere capacidades en los empresarios y fortalezca la formación del talento humano para que sus unidades productivas sean sostenibles y generen ventajas competitivas, es

evidente que, desde la generación de empresa, se crean nuevos puestos de trabajo y, por ende, mayores rentas para la población.

Para el caso de las firmas, la competitividad es necesaria para la supervivencia en mercados globalizados, donde, la exigencia es cada vez mayor, las empresas deben desarrollar una serie de habilidades, competencias, destrezas y estrategias para competir, de tal manera ofrecer al cliente un producto un alto valor social, que le represente no solo la satisfacción de una necesidad, sino un satisfactor que le genere una experiencia agradable, así mismo el logro de ventajas competitivas, vistas como mayores niveles de competitividad, en la industria o conjunto de empresas conexas es fundamental; siendo la acción de medirla un requisito para definir estrategias, acciones y objetivos claramente identificados que permita el éxito y sostenimiento de las empresas en el mercado de manera eficiente y eficaz.

Referencias Bibliográficas

- Aguilera, M. (2005). *La economía del departamento de Sucre: ganadería y sector público*. Documentos de Trabajo sobre Economía Regional, N° 63, Cartagena de Indias, agosto de 2005. (129). <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-63-VE.pdf>
- Álvarez García, R. D., & Rendón Acevedo, J. A. (1). El territorio como factor del desarrollo. *Semestre Económico*, 13(27). <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/256>
- Ambastha A. & Momaya, K., (2010). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks, and Models. Indian Institute of Technology. *Singapore Management Review*, 26(1), 45 – 61. https://www.researchgate.net/publication/253539431_Competitiveness_of_Firms_Review_of_Theory_Frameworks_and_Models
- Cabrera-Martinez, A., Lopez-Lopez, P., y Mendez, C. (2012). *La Competitividad Empresarial: Un Marco Conceptual Para Su Estudio (Corporate Competitiveness: A Conceptual Framework for its Study)*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2016597>
- Cámara de Comercio de Sincelejo (2017). Directorio de Empresas de Colombia. https://www.informacion-empresas.co/C/INDUSTRIAS-MANUFACTURERAS/Departamento_SUCRE.html
- Castaño, L. & Gutiérrez, A., (2011). Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del Área Metropolitana Centro Occidente – AMCO (Tesis de grado inédita para el título de Ingeniero Industrial). Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira, 2011. <https://bit.ly/3fjkPE9>
- Chirinos, Y., Rojas, D., García, D. y Barbera, N. (2020) Emprendimientos sostenible y liderazgo resonante e innovador binomio estratégico para el desarrollo sostenible en los territorios latinoamericanos. *Revista Ra Ximhai*, 16(4), 293-313 https://drive.google.com/file/d/1N6lhJJ5whUiD2IuFb9Lp_WJ2JeDI537u/view
- Consejo Privado de Competitividad-CPC y Universidad del Rosario. (2013). *Índice Departamental de Competitividad*. 2013. Colombia. <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>
- Cuevas, H. (1993). *Introducción a la*

- Economía*. (5ta. Ed.). Universidad Externado de Colombia.
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Revista científica Pensamiento Y Gestión*, (40). <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2016). Gran Encuesta Integrada de Hogares. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>
- Domínguez Serrano, M., Blancas Peral, F. J., Guerrero Casas, F. M., & González Lozano, M. (2016). Una revisión crítica para la construcción de indicadores sintéticos. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 11, 41-70. <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2094>
- FAO. (1994). Antecedentes para evaluar la competitividad y complementariedad de productos frutihortícolas de los países del Cono Sur: el caso de Uruguay. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). ABC Impresores. Santiago, Chile.
- Garay, L. J. (Dir.). (1998). *Colombia: Estructura Industrial e Internacionalización 1967-1996*. Programa de estudio La Industria de América Latina ante la Globalización Económica. Impresión: Cargraphics S.A. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/RevistaPD/1998/pd_vXXIX_n1_1998_art.8.pdf
- García, D., Gómez, M. y Chirinos Y., (2019). Evaluación de la gestión de almacenes. estudio de entidades del municipio Sancti Spiritus, Cuba. En: Chirinos, Y., García, A., Godínez, R., Barbera, N. & Rojas, D. (Eds.), *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica.*, 6 (6), 25 – 37. Coro. Venezuela. Fondo Editorial Servando Garcés.
- Garelli, S. (2006). *Competitiveness of nations: the fundamentals*. Imdworld Competitiveness Yearbook. <http://www.compilerpress.ca/Competitiveness/Anno/Anno%20Garelli%20CN%20Fundamentals.htm>
- Jaimes, L., Rojas, M. & Luzardo, M., (2017). Propuesta de modificación del índice global de competitividad. *Revista Espacios*, 38(59). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n59/a17v38n59p18.pdf>
- Lombana, J. & Rozas, S., (2008). Marco Analítico de la Competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Revista Pensamiento y Gestión*, 26(38). <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/854/4942>
- Montoya, L. M. & Silvestre, J. E., (2008). Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del fondo EMPRENDER. (Tesis Inédita de Pregrado). Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira. de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/909/6584M798.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortiz, C., & Arredondo, E.. (2014). Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11(3), 49-73. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/enlace/article/view/19117>

- Pérez Peralta, C. M., & Pizarro de la Ossa, Álvaro de J. (2016). Competitividad en las organizaciones: las mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre - Colombia. *Teorías, Enfoques Y Aplicaciones En Las Ciencias Sociales*, 8(18), 101-116. <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1505>
- Pérez, C., y Chirinos, Y. (2017). La Mipyme manufacturera y la generación de empleo en la ciudad de Sincelejo, Sucre, Colombia En: *Libro Universidad, Ciencia, Innovación y Sociedad: desde la perspectiva laboral I*, (1), 137- 166. Barranquilla. Colombia. Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Porter, M. & Kramer, M., (2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review. América Latina. (18). <https://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Porter, M., (1991a). La ventaja competitiva de las naciones. Edit. Javier Vergara, Buenos Aires. (1025). Edición original: *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York. 1990.
- Porter, M., (1991b). Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Rei argentina. CECSA. Buenos Aires, septiembre de 1991. (550). Edición original: *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*.
- Puerto Becerra, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Revista científica Pensamiento Y Gestión*, (28). <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025>
- Quero, L., (2008). Estrategias Competitivas: factor clave de desarrollo. *Revista Negotium*, 10(4), 36-49. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78241004.pdf>
- Rojas, P. & Sepúlveda, S. (1999). ¿Qué es la Competitividad? Competitividad de la agricultura: Cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial. IICA, *Serie de Cuadernos Técnicos N°09*. <http://repiica.iica.int/docs/B0193e/B0193e.pdf>
- Rojas, P., Romero, S., y Sepúlveda S. (2000). *Algunos ejemplos de cómo medir la competitividad San José, C.R.* IICA, *Serie de Cuadernos Técnicos N°14* <http://repiica.iica.int/docs/B0241e/B0241e.pdf>
- Sampieri, R. H., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta. Ed.). Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A.
- Schmuck, R., (2007). *Measuring Company Competitiveness*. University of Pécs Faculty of Business and Economics.
- Sobrino, J. (2005). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio*, 5(extra-1), 123-183. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1216749>
- Viedma, J. M., (1992). *La excelencia empresarial española*. (2da. Ed.). Mc Graw Hill.