



El costo como factor de gestión empresarial que impactan en la competitividad de las Mipymes del sector muebles de madera, sur de Ecuador

Orellana-Bueno, Diego¹; González-Garza, Ivonne², Venegas -Sánchez, Estefanía³

¹Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México, dorellana@cacue.edu.ec, Av. Universidad S/N

Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 8320 4080

²Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México, ivonne.gzz.gza@gmail.com Av. Universidad S/N

Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 8329 4080

³Universidad católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Carrera de Licenciatura en Marketing, Cuenca Ecuador, nvenegass@ucacue.edu.ec. Av. de las Américas y Humboldt (+593)999209741

Artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de publicación: diciembre 2020

Resumen

La finalidad del presente trabajo, es sugerir estrategias de productividad, que permitan una mejor comprensión acerca del impacto de factores de gestión empresarial aplicados comúnmente por los gerentes o administradores de las Mipymes, analizando la influencia del costo en la productividad y su relación con el macro y micro ambiente. A través de la revisión de la literatura, se contextualiza algunos conceptos de competitividad empresarial y sistémica, también se ha recurrido a estudios empíricos que han sustentado propuestas de medición de la variable competitividad y costo. Dando la posibilidad de extraer ciertos indicadores que se utilizarían en investigaciones posteriores a este análisis. En referencia a los resultados de la presente revisión, nos permitirá tener un atisbo de aquellas estrategias de gestión para empresarios y administradores, re direccionando estratégicamente sus acciones operativas y propiciando la toma de decisiones acertadas para la organización, proyectando su crecimiento.

Palabras clave: Competitividad, gestión empresarial, estrategia, costos

Abstract

The purpose of this work is to suggest productivity strategies that allow a better understanding of the impact of business management factors commonly applied by managers or administrators of MSMEs, analyzing the influence of cost on productivity and its relationship with the macro and micro environment. Through the literature review, some concepts of business and systemic competitiveness are contextualized; empirical studies have also been used that have supported proposals for measuring the variable competitiveness and cost. Giving the possibility of extracting certain indicators that would be used in investigations after this analysis In reference to the results of this review, it will allow us to have a glimpse of those management strategies for entrepreneurs and administrators, strategically redirecting their operational actions and promoting sound decision-making for the organization, projecting its growth.

Key words: Competitiveness, business management, strategy, costs

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio referente a los factores de gestión empresarial aplicados a las Mipymes, surge a través de una realidad existencial de las pequeñas empresas incluidas el sector artesanal en la región sur de Ecuador, dado que sus administradores en su gran mayoría no han logrado establecer estrategias administrativas sustentables para generar crecimiento empresarial, por lo que, a través de la presente revisión bibliográfica, se pretende contribuir con un análisis de competitividad y productividad del sector del mueble, cabe mencionar que estos conceptos han sido tratados por muchos autores a nivel de Latinoamérica y el mundo en la búsqueda constante de proponer estrategias competitivas a largo plazo para este tipo de empresas, la industria del mueble de madera en el sur de Ecuador, específicamente en la provincia del Azuay no es la excepción, pues esta región posee un alto nivel artesanal, ha tenido una trayectoria muy asentada en lo que respecta a la fabricación de muebles de madera tornándose en tradición, ha tenido muy buena aceptación en el segmento de mercado extranjero, sin embargo, este sector también ha sido afectado por las crisis económicas, falta de apoyo gubernamental, ausencia estrategias de productividad y competitividad, barreras de entrada, etc., los mismos que no solamente afectaron a las pequeñas empresas sino a las grandes empresas, comercios e industrias en general.

El hecho de evaluar la estrategia empresarial, y determinar su incidencia en la productividad, puede ir definiendo el nivel de operación óptimo y los recursos realmente necesarios (Medina, 2016), cabe mencionar que estos factores incidentes en la economía, alertan a las diferentes organizaciones a que estén preparadas para enfrentar esas exigencias y requerimientos de consumidores con diferentes comportamientos o características enfocados desde una economía de mercado. Bajo este lineamiento, y en referencia a la gestión de comercialización, en la actualidad priman diferentes gustos y preferencias basados en la calidad y competitividad de los productos, en épocas anteriores, el productor tenía el mercado a su

disposición, incluso fijando precios sin criterios técnicos de gestión, el consumidor poco a poco ha ido evolucionando en sus hábitos de compra, tornándose cada vez más exigente (Paladines, 2012).

Con base en estos criterios, las empresas tienden a fortalecer los factores de gestión empresarial, por ello, Solleiro y Castañón citados por Mora, Vera y Melgarejo, (2013), afirman que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en un mercado cada vez más exigente, el mismo que se basa en nuevas y mejores estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad a través del control de costos. A través del tiempo, las pequeñas empresas enfocadas en la producción del mueble, han ido incrementando paralelamente a los avances de las tecnologías de la información y la comunicación, también es importante el conocimiento de las tácticas forestales las mismas que han colaborado en la identificación de gran variedad de especies adecuadas para la elaboración de muebles dando como consecuencia una gran diversidad de tipos, modelos y clases (Mogrovejo, Vásquez, 2016).

Ante lo expuesto, uno de los sectores económicos donde la competitividad juega un papel predominante es las empresas que se dedican a la producción de muebles de madera en el sur del Ecuador, provincia del Azuay, su cabecera cantonal es la ciudad de Cuenca cuya población corresponde a 614.539 habitantes, de acuerdo con las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), esa cifra reflejó 109.954 individuos adicionales en referencia al censo efectuado en el año 2010. Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, 2018) considera prioritario que el sector maderero se fortalezca, dinamizando la economía nacional. De acuerdo al Plan Nacional de Inversiones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el sector forestal es fundamental para generar inversiones además de ofrecer mayor potencial de crecimiento y desarrollo en el país. La contribución del bosque supera los 600 millones por año, por lo

que, su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) es aproximadamente del 3.2 %.

1.1 Antecedentes

Según exponen Mora et al. (2013), la rentabilidad, los costos, la productividad y la participación relativa de mercado son considerados como índices de competitividad, estas influyen en la medición del factor total de esta, a través de la aplicación de procesos productivos, con la finalidad de estimar la eficiencia de un modelo de gestión efectivo, propendiendo a la eficiencia productiva. Ante esta realidad, la industria del mueble de madera en Ecuador ha ido creciendo paulatinamente, convirtiéndose en eje importante de crecimiento económico, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico de la región,

Bajo esta consideración, el presente análisis se alinea al objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador 2017-2021 que expresa lo siguiente: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”. Asimismo, la política 5.1 de este plan, referente a este objetivo manifiesta: “Generar trabajo y empleo dignos, fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017-2021, p. 83).

Bajo esta consideración, si bien los resultados actuales de las empresas se encuentran todavía distantes de una meta de desarrollo basada en el pleno empleo, muestra una tendencia clara de mejoría en las oportunidades de empleabilidad de los trabajadores, el sector de la industria de muebles de madera no es la excepción, por lo que se buscan estrategias de competitividad para su fortalecimiento, así como la contribución al bienestar de los empleados, trabajadores, población en general (Plan Nacional de Desarrollo, 2017-2021). Existen empresas, en cuyos modelos de gestión, sus productos o servicios no tienen un proceso dinámico en su cadena productiva, esto genera incremento en los inventarios y pérdida de liquidez. En un modelo de gestión eficiente, se aplican estrategias de optimización de los costos de producción, que, sumados a una

calidad administrativa y de servicios, mejoran sustancialmente la competitividad de las organizaciones (Barreiro, 2010).

Ante lo expuesto, la industria del mueble es aquella que se encarga de producir y comercializar diferentes tipos de mobiliarios que están diseñados a ambientar espacios de casas, cocinas, salas, comedores, oficinas, edificios entre otros, el Ecuador produce cantidades relevantes de madera aserrada y paneles de madera, estos productos son destinados a la exportación y su evolución ha sido creciente (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación FAO, 2012).

Ecuador por su ubicación geográfica, posee innumerables especies maderables que se comercializan para la elaboración de artículos, cabe destacar que debido a la elevada cantidad de la materia prima ecuatoriana existe un potencial muy grande para el desarrollo de la industria de transformación primaria de la madera tableros de conglomerados o pulpa y para la transformación secundaria (Muebles y papel). Las principales provincias que más se dedicaron a esta actividad según Pro Ecuador (2015), tabla 1 (Anexo 1), la provincia del Azuay, se ubica en el tercer lugar en producción de muebles de madera con un promedio de 543 empresas, 27 aserraderos, y un promedio de 4 empresas dedicadas a producir materia prima básica o tableros en base de madera.

En relación a la situación económica del Ecuador, la tasa de empleo bruto la misma que mide la capacidad de absorción del empleo en la economía alcanza el 64,2% en junio 2016, mientras que en junio de 2017 se ubica en 65.6%, y en septiembre de 2017 en 66% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2017), por lo que es necesario apoyar en la dinamización de los principales sectores productivos, en este caso el sector muebles de madera con enfoque a las Mipymes, a través de proyectos de emprendimiento, capacitación a microempresarios y emprendedoras, en convenio con la Prefectura y la Municipalidad de Cuenca. Según el censo económico realizado por el INEC (2010), el número de fábricas y talleres que se dedican a la producción de muebles en Ecuador,

corresponde a 5,595. Las 600 empresas de muebles y madera que funcionan en Cuenca, provincia de Azuay, representan el 60% de lo que produce este sector manufacturero del país, según datos de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC, 2015).

De acuerdo a la tabla 2 (Anexo2), la elaboración de muebles en la región produce aproximadamente \$ 70 millones al año y el 60% de la facturación de esta industria en el país, además, genera más de 6.000 puestos de empleo. Respecto a las estadísticas de la industria, se puede observar que, en cuanto al número de empresas, se tiene que el sector de las artesanías llega a un número de 200.000 con un total de 600.000 trabajadores, mientras que las microempresas reflejan un valor promedio de 252.000 empresas con un promedio de trabajadores de 756.000.

Cabe señalar que la ubicación geográfica de las empresas se da en una mayor concentración en las ciudades de mayor desarrollo: en Quito y Guayaquil, donde se asientan el 77% de los establecimientos. El resto se sitúa en las provincias de en Azuay, Manabí y Tungurahua el 15%; y el 8% corresponde a otras 17 provincias. Referente a la fabricación de muebles, en la tabla 3 (Anexo3), el Ecuador, en el año 2016 suma \$ 188 millones, con una participación en el total del PIB de 0,27%, y disminuyó con respecto al año 2015 en un 11%.

De acuerdo a la tabla 4 (Anexo 4), la reducción de las exportaciones en el año 2015 ha estado influenciada por la fluctuación del dólar, riego país y los bajos precios a nivel internacional, sin embargo, para el siguiente año existe una recuperación. La industria de muebles de madera, ha contribuido al cambio de Matriz Productiva del país, contemplada en el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) vigente, denominado como Plan para toda la Vida, por lo que, a través de este análisis, se pretende aportar propuestas estratégicas de gestión que contribuyan al desarrollo económico productivo de este sector.

De acuerdo a estos parámetros, cabe destacar que desde el gobierno anterior se ha venido fortaleciendo el apoyo a las Mipymes,

incentivado las inversiones, mejorando sus fronteras de posibilidades de producción a través de financiamientos con bajas tasas de interés, programas de capacitación productiva, por lo que los empresarios tendrían la oportunidad de generar crecimiento a través del fortalecimiento de la gestión empresarial, tal es así que, por el lapso de 5 años tendrán derecho a una deducción del 100 % adicional de los gastos relacionados con los siguientes rubros:

- “Capacitación técnica dirigida a la investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

- Asistencia técnica y análisis de mercado y competitividad.

- Asistencia tecnológica diseño de procesos, productos, adaptación e implementación de procesos, diseño de empaques, desarrollo de software especializado (tecnología)

- Gastos de viaje, estadía y promoción comercial para acceso a mercados internacionales, tales como ruedas de negocios y participaciones en ferias internacionales” (Análisis de Perfil Sectorial PROECUADOR, 2017).

Ampliando el panorama, respecto a la caracterización de la Mipymes en Latinoamérica, Zevallos citado por Saavedra (2012), efectuó un análisis respecto de las restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina, en las que se incluyeron 8 países de América Latina (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Panamá y Venezuela), cuyos hallazgos más importantes fueron:

- Más del 50% de los empresarios tiene formación universitaria.

- Más del 50% de los empresarios tiene más de diez años de experiencia empresarial.

- La edad promedio de los empresarios supera los 40 años.

- El 70% de los empresarios en promedio pertenecen al género masculino.

Bajo el contexto internacional, las Mipymes en el mundo, tienen estructuras parecidas, sin embargo, estas van a variar de acuerdo a sus políticas monetarias y fiscales. En la tabla 5 (Anexo 5), el Banco Mundial se enmarca entre las definiciones globales estáticas, considerando como microempresas

a las que cuentan con un máximo de 10 empleados, activos de 10.000 dólares y beneficios anuales menores a 100.000 dólares; pequeñas empresas serán aquellas con menos de 50 empleados y activos o ventas anuales inferiores a los tres millones de dólares; finalmente las medianas empresas serán las que tengan menos de 300 empleados y cuyos activos o ganancias anuales no superen los quince millones de dólares (Ayyagari, Demircuc & Maksimovic, 2011).

Por otro lado, las Mipymes en Ecuador, están reguladas y monitoreadas por organismos de control como la Superintendencia de Compañías, Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Cámaras de la Producción, las mismas que también a través de diferentes gestiones, contribuyen al fortalecimiento de las empresas, a través de capacitación y optimización de los factores de la producción, en la tabla 6 (Anexo 6) se observa la estructura de las empresas en Ecuador según la Súper Intendencia de Compañías.

1.2 Causas y consecuencias prácticas del problema

Continuando con los criterios del presente estudio, varias investigaciones efectuadas durante la última década, acerca de las causas y consecuencias del nivel bajo de competitividad, se han producido hallazgos importantes sobre diversos problemas que afectan el buen desempeño así como la productividad de las Mipymes, éstas van desde la excesiva confianza de la mayoría de los empresarios y administradores en el mercado, hasta la falta de preparación en modelos de gestión exitosos en época de crisis económicas, la falta de liderazgo en costos, débil poder de negociación, la falta de capacitación, impulso y adaptación a la tecnología entre otros. (Sánchez, Osorio y Baena, 2007).

En el Ecuador, hay gerentes que conciben a las estrategias de marketing como gasto y no como inversión, con base a esta aseveración, existen autores que defienden la posición de la inversión en gestión de comercialización, considerando como base para expansión de mercado, Pérez, Pineda y Arango (2011)

afirman que las estrategias de producción inciden favorablemente en la competitividad de las Mipymes, mientras que Hernández y Domínguez (2003), indican que las estrategias de mercadotecnia permiten a las empresas ser más competitivas, manifiestan además que la óptima aplicación del marketing mix o mezcla de mercadotecnia las empresas pueden lograr productos más atractivos para el mercado, generando mejores atributos para obtener precios más accesibles, colocándolos en el tiempo y lugar adecuados para una demanda efectiva.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Costos versus la competitividad

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, es importante relacionar las principales teorías rastreadas en publicaciones académicas sobre el tema en estudio como la Influencia de ciertos factores de competitividad en el modelo de gestión empresarial de las Mipymes, caso sur de Ecuador, en efecto, la forma de realizarlo, tiene que ver con la correspondencia que existe entre las variables y el abordaje teórico, por lo tanto, se puede observar que existe una relación directa del factor competitividad y las variables independientes o predictoras particularmente, el costo, (Maldonado, 2016).

Ante lo expuesto, se relaciona en primera instancia la variable costo, al respecto se puede manifestar que, si no existe una reducción del costo fijo unitario a corto o mediano plazo por efectos de optimización a través de la aplicación de economías de escala, no puede haber estrategias de precios fijos ni tampoco la creación de una ventaja competitiva sostenible y sustentable. El poder diferenciador de la ventaja competitiva hacen que los productos o servicios lleguen al cliente de manera satisfactoria, ofreciendo un producto con precios asequibles y una excelente calidad, generando además relaciones a largo plazo con los clientes a través de procesos de fidelización gracias a niveles de competitividad aceptables en la industria (Henríquez, Larrarte, y Burgos, 2015), por esta razón, es importante comprender la concatenación que existe entre estas variables, que para el presente análisis se denominan

factores de gestión empresarial, al combinarlos adecuadamente a través de estrategias, las empresas experimentan un crecimiento por incremento en el nivel de competitividad.

2.2 Justificación teórica y/o aplicada de la variable costo

Los factores de gestión empresarial aplicados estratégicamente, contribuirán a identificar las áreas que reflejen ventajas competitivas sostenibles y sustentables, obviamente luego de haber precisado los objetivos corporativos de manera eficiente, por los que, en definitiva, uno de estos factores que luego serán aspectos diferenciadores contundentes frente a la competencia, es el costo. En una economía de mercado como la que rige actualmente, donde la exigencia del consumidor es inexorable, debido al alto índice de competencia que existe en la actualidad como respuesta a una evolución tecnológica y vertiginosa, los factores de gestión empresarial servirán como soporte para la ejecución de las estrategias de negocios que el empresario de hoy necesita para optimizar sus beneficios (López, 2010).

Bajo esta primicia, las ventajas de un liderazgo en costos buscan ofrecer productos similares a los de otros competidores, pero a un costo menor, esto significa que, si una empresa ofrece sus productos a menor costo en el mercado, implica que esta ofrece precios equivalentes o menores que sus competidores, la posición de costo bajo de un principal competidor se refleja en mayores beneficios y óptimo retorno de la inversión. Bajo este criterio, Barreiro (2010) sugiere que no se puede dejar de observar las estrategias de diferenciación, ya que, si un producto no es competitivo y aceptable en el mercado se verá obligado a fijar precios muy por debajo de sus competidores para alcanzar objetivos de ventas. La estrategia de liderazgo en costos requiere que una empresa tenga el liderazgo en costos y no varias empresas luchando por esa posición (Porter, 2007).

Continuando con este lineamiento, es necesario que, a través de esta estrategia de optimización de los costos, se logre conseguir una ventaja competitiva a largo plazo, es decir sostenible y sustentable, la misma que repercute en forma directa en el mejoramiento

de la competitividad de las empresas. La calidad como estrategia de competitividad es el mejor escudo o garantía a nivel de globalización para lograr óptimos niveles de rentabilidad, esto implica también la contribución de la ética en los competidores. La experiencia ha demostrado que la búsqueda de la competitividad y productividad en las Mipymes en especial en las de manufacturas, a pesar de que puede disminuir los costos, terminan deteriorando la calidad, (Sánchez et al. 2007).

2.3 Competitividad

Adam Smith a través de su publicación en 1776, el libro titulado “La riqueza de las Naciones”, en donde plasma sus estudios acerca de las ventajas absolutas y comparativas, desde entonces, el concepto de competitividad se ha convertido en el centro de análisis de las empresas (López y Marín, 2011). No obstante, su verdadero término se comenzó a emplear a partir del siglo XVIII por David Ricardo en 1817, como un concepto relacionado a la ventaja comparativa de la producción y la ventaja absoluta en función de los precios para una economía del mercado de un país respecto a otros. (Gómez, 2012). Cabe mencionar que, a través de otros estudios y contribuciones de varios autores han abordado de una forma más extendida estos conceptos incluyendo temas sociales, económicos, políticos y culturales. (Becerra, 2017). De acuerdo con Foro Económico Mundial (2009), el concepto de competitividad implica varios componentes de orden estático y dinámico, considerando que la productividad de un país está en función de acciones que sostengan los niveles de ingresos aprovechando los recursos que posee dicho país de manera adecuada, generando rendimientos en la inversión, repercutiendo a su vez en el crecimiento de la economía.

Con base a lo anteriormente expuesto, es menester diferenciar que los conceptos de competitividad y productividad no tienen el mismo significado, existe más bien una complementariedad puesto que si las empresas u organizaciones en general trabajan con estrategias productivas reflejadas en indicadores de gestión cuantificables y sostenibles, entonces existe una repercusión en

los niveles de competitividad (Suárez, 2005). De acuerdo con lo expuesto en acepciones anteriores, la competitividad es un factor trascendental y necesario para el desarrollo macro y micro económico.

Como resultado de lo anterior, surgen distintos conceptos acerca de la competitividad que representan un marco referencial bastante amplio. Entre las principales definiciones se encuentra la de la Real Academia Española, la cual define a la competitividad como “aquella que es capaz de competir o que tiene la capacidad de competir”. Por su parte, la Comisión sobre la Competitividad Industrial de los Estados Unidos (1992) citada por Morales y Pech (2000), señala que la competitividad es la “capacidad de producir bienes y servicios que cumplan con las pruebas y reglamentos de los mercados internacionales, con el fin de que los ciudadanos logren un mejor nivel de vida a largo plazo”.

Varios estudios se han realizado a cerca del concepto de competitividad empresarial, han propuestos modelos basados también en estudios empíricos con la finalidad de determinar en nivel de competitividad en las empresas, los indicadores que han tomado en cuenta se pueden ver en la tabla 7 (Anexo 7). Para Rubio y Aragón (2006), la clave de la competitividad son los llamados recursos críticos, por lo tanto, será de suma importancia identificar estos factores en las Mipymes. En la tabla, se observa que, Tecnología, marketing, Recursos Humanos, Financieros, Calidad y Producción, son los indicadores de Calidad más analizado por los autores.

2.4 La Competitividad empresarial

En un análisis efectuado por Esser, Hillebrand, Messner & Meye (2013) explican el concepto de competitividad sistémica empresarial, en base al entorno de las empresas, establecen un punto de referencia tanto para países industrializados como para los que están en vías de desarrollo denominados también emergentes, teniendo como prioridad una integración de orden social, tomando en cuenta que la sociedad es la piedra angular de desarrollo de un pueblo, donde a través de reformas y reglamentos debidamente estructurados contribuyan a la transformación

hacia el éxito. Messner (citado por Saavedra y Milla, 2012) explica que este proceso enmarca cuatro niveles analíticos distintos: meta, macro, meso y micro, en el nivel meta se analizan los factores como la capacidad de integración estratégica de la sociedad, así como el discernimiento en base a la orientación al mercado interno y al mercado mundial.

Continuando con este lineamiento, el nivel meso se enfoca en el entorno, es decir en el micro y macro ambiente con todas sus implicaciones que repercuten en la capacidad de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel empresarial, con base a esta concatenación de factores forman parte de la economía industrial, así como de la innovación y de la sociología industrial, por otro lado, el nivel macro se refiere al equilibrio del contexto macroeconómico basado en eficientes políticas fiscales, monetarias y cambiarias, (Messner, 1996). El nivel micro se enfoca en las Mipymes, nivel individual de la economía.

Regresando al ámbito anterior de análisis, la industria de los muebles constituye el segmento más importante de la industria maderera secundaria del Ecuador, la misma que incorpora talleres, pequeñas empresas y artesanos. Se abastece de madera de muy buena calidad, proveniente, en general, de procesos iniciales como la utilización de motosierras (MIPRO, 2011). Cabe mencionar que es necesario medir la variable competitividad con otras igual de importantes como son: los costos, la calidad, la comercialización, entre otras, este complemento permite a las empresas generar crecimiento y rentabilidad. Esta combinación cuyo denominador común es la productividad se vuelven sustentable y sostenibles aplicando buenos modelos de gestión, por esta razón también se debe invertir en capacitación empresarial. Referente a las empresas productoras de muebles de madera, éstas se encuentran ubicadas principalmente en las ciudades de Cuenca y Quito y se encuentran operando entre el 40% y el 60 % de su capacidad instalada considerando tres turnos de trabajo, bajo este parámetro, este segmento industrial se constituye por tres tipos

diferentes de empresas: a) Las fábricas de muebles modulares; b) Los talleres y pequeños artesanos, fábricas de muebles de madera sólida o combinaciones de contrachapados decorativos con madera sólida; c) Aquellas empresas que producen pisos, puertas y marcos (MIPRO, 2011).

Continuando con el criterio empresarial, surge una variable importante del ingreso denominada consumo, en el Ecuador, a causa de la dolarización existe variaciones en el flujo económico, lo que determina que algunos segmentos de mercado opten por adquirir muebles de madera, ya sea para su hogar u oficina, por lo que en los últimos años, los ecuatorianos han incrementado el nivel de consumo para el hogar, existiendo también cambios en los gustos y preferencias del consumidor y alteraciones en el nivel de ingreso per cápita., en comparación, desde el año 2004 al 2014 el consumo de muebles de madera y artículos para el hogar en Ecuador se ha incrementado del 4.9% al 5.9%, evidenciando una tendencia positiva en el consumo de muebles (Aguilar, 2016).

Bajo la perspectiva del consumidor ecuatoriano, enfocándonos un poco hacia los segmentos, la tabla 8 (Anexo 8) muestra la tendencia de compras de muebles por generación, la generación X (nacidos desde 1965 a 1981) se refiere a la población que aún sigue pagando su vivienda y han formado una familia, por lo que sintieron la necesidad de adquirir muebles, sienten inclinación a la decoración del hogar, desde otra perspectiva, los Younger baby boomers (nacidos desde 1945 a 1964), son aquellas personas en que la mayoría están casadas, con su casa pagada y además cuentan con ingresos altos, un gran porcentaje de este grupo no están interesados en renovar muebles. La Generación Y o los Millennials (los milenarios, nacidos entre 1982 y 1994), los jóvenes que pertenecen a esta generación se ubican entre los 18 y 32 años, la era y práctica digital se ha adherido a ellos.

Los Millennials parecieran romper todos los pronósticos sobre sus generaciones antecesoras, a ellos se les ha atribuido la categoría de la primera generación global: se han ganado las llaves del mundo, así lo

sostiene una investigación realizada por la firma especializada en tendencias de comportamiento y consumo (Toapanta, 2017). Cabe mencionar que, estos tres primeros grupos representan casi el 75% en la compra de muebles, luego se tiene un 25% promedio representada por los Older baby boomers, son personas divorciadas o viudas. A través de este análisis se puede advertir que se puede medir el nivel competitivo en base a una segmentación de mercado.

Cabe manifestar que, para lograr medir estos factores de productividad, es menester aplicar y comprender los distintos índices de competitividad, los mismos que permitirán además monitorear constantemente el desarrollo y crecimiento productivo y de mercado, en la tabla 9 (Anexo 9) se puede analizar, Instrumentos de medición de la CEPAL (2006) se observan varios indicadores que pueden adaptarse dependiendo del tipo de empresa. Bajo esta línea de investigación, en un estudio elaborado por Hernández, Rodríguez y Martínez (2011), se estructuró un cuestionario para realizar la medición existente entre los diversos factores de gestión empresarial y la competitividad de las empresas exportadoras de muebles de madera, por lo tanto, se aplicó una prueba piloto y los resultados obtenidos se utilizaron para calcular la fiabilidad del instrumento, permitiendo mejorar el proceso de medición, para posteriormente aplicarlo a la muestra.

El resultado del Alfa de Cronbach, obtuvo un valor de 0.904, lo que indica que es un instrumento fiable. En tanto que para la validez se emplearon tres conceptos, de contenido de criterio y de constructo. En el primer caso la validez de contenido entendida como el grado en que el instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. La presente investigación incluye las variables como.: Producto, Calidad, Precio, Capacitación, Tecnología y Canales de Distribución; como variable dependiente es la competitividad. Valencia, Torres, y Paniagua (2017).

2.5 Influencia del costo en la competitividad Barreiro (2010) afirma que la ventaja competitiva en costos, busca ofrecer los productos similares dentro de un mercado

común, a un costo menor, para el efecto, los administradores deben trabajar en estrategias de costos y precios, incluyendo políticas de mejoramiento, tomando decisiones relacionadas a la reducción de costos basados en la mejora continua o kaizen costing. En cuanto al liderazgo, al existir más de un líder, la rivalidad es normalmente dura porque cada punto de participación se considera crucial.

Ante lo expuesto, existen varios estudios que han demostrado que, al aplicar oportunamente una estrategia, logra optimizar el costo de manera sostenible, reflejando sus impactos positivos en los beneficios económicos de la organización. Con base a estudios, se ha venido realizando el análisis de la organización considerando la consecución de ventajas competitivas básicas (Arango, 2009). La estrategia de bajo costo supone que el precio fijado correctamente a través del control de costo, es el principal medio de competir entre empresas, y que este depende, en última instancia, de la gestión eficiente de los administradores. (Bermeo, 2005).

Considerando el análisis realizado por Porter (2007) en el que explica que las empresas que en la actualidad buscan el éxito empresarial, deben contar con estrategias de control de costos, esta situación, proporciona a las Mipymes rendimientos superiores al promedio en su industria, la adaptación de estrategias de bajo costo en las organizaciones, logran minimizar otras potentes fuerzas competitivas del mercado. No es fácil incursionar ni mantenerse en un mercado exigente, por su parte la administración de estas organizaciones, deben definir las estrategias de productividad y competitividad con las que van a lograr mejores desempeños. En la tabla 10 (Anexo 10) se presenta un esquema en el cual se muestran los elementos sobre los cuales recaen las estrategias de minimización de costos.

Cabe destacar que, en la tabla 10, el 48% de las empresas observadas, optan por la estrategia de volumen de producción, luego el 18% opta por la experiencia en Recursos Humanos, luego el 10% hace referencia a la tecnología. Parra y Crespo (2012) sugieren que los costos más relevantes en las que se debería poner mayor atención son: costos de

investigación y desarrollo, costos de producción y construcción, los costos de operación y soporte, costos de desenrolamiento y retiro.

Una empresa tendrá ventaja, si su costo acumulado de operación es menor que los costos de sus competidores (Martínez, Espitia y Valenzo, 2013). Finalmente, para obtener información sobre las estrategias a aplicar, es necesario que los administradores realicen investigaciones de mercado, elaborando cuestionarios para medir adecuadamente lo referente a la confiabilidad de validez de las variables, un cuestionario es confiable cuando, proporciona los mismos resultados en sucesivas aplicaciones realizadas en situaciones similares (Ruiz, 2015). La medición del cuestionario utilizado usado en investigaciones relacionada a muebles de madera, proviene de toda una muestra recolectada en forma eficiente, según el análisis efectuado por Martínez et al. (2013) el alfa de Cronbach del cuestionario utilizado en su investigación el cual se observa tiene una confiabilidad de, 0.962 y la variable independiente estrategia de diferenciación 0.964 y la variable de costos 0.955, lo que se infiere que es un instrumento muy confiable en su aplicación.

3. MÉTODO

Ya que el presente estudio se basa solamente en la revisión de la literatura, se deja planteado el tipo y diseño de investigación que se aplicará en fases posteriores, se efectuará la recolección de datos a través de la aplicación de la escala de Likert, también se propondrá un marco metodológico con la determinación de la población, y el tamaño de la muestra, así como los métodos de análisis estadísticos pertinentes a utilizarlos. Se deja propuesto el estudio con un direccionamiento cualitativo y cuantitativo, con base a un muestreo no probabilístico de carácter descriptivo.

4. RESULTADOS

Luego de la revisión bibliográfica, con base al análisis de la literatura efectuado, se puede establecer una idea más clara a cerca del impacto de los factores de gestión empresarial aplicado por los empresarios, particularmente

en la variable costo, entendiéndose el concepto de competitividad como el poder diferenciador entre competidores que a la vez impactan, en los procesos de comercialización y ventas, afectando cada vez los índices de rentabilidad.

Bajo este contexto, el costo, afecta directamente a la competitividad de las empresas de manera especial aquellas que tratan de surgir en sus emprendimientos, por lo que es menester iniciar asesoramientos a las empresas más vulnerables por parte de los ministerios de productividad y desde la academia. Cabe mencionar que de igual manera se ve afectada la competitividad sistémica a nivel internacional. la crisis se ha venido agudizando, la caída de los precios del petróleo puso en evidencia la carencia de prevención ante los fenómenos macroeconómicos y una limitada inversión privada.

Según el panorama global emitido por el Banco Mundial, ante la ausencia de ahorros fiscales, y de políticas claras, el Ecuador ha procurado mitigar el impacto negativo en la economía, tratando de adaptar sus políticas a un contexto internacional desafiante contando con el apoyo de las instituciones internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo incluyendo el Grupo Banco Mundial. En este contexto, el país ha impulsado un programa de reformas dirigido a asegurar la sostenibilidad fiscal, fortalecer los fundamentos de la dolarización, impulsar la inversión privada y garantizar la protección social para los grupos más vulnerables ante los procesos inflacionarios. Las Mipymes empezaron a experimentar incremento en los

costos de las materias primas afectando también a los niveles de competitividad de las mismas.

5. CONCLUSIONES

Luego de la revisión de la literatura y conceptos referentes al impacto en la competitividad de las Mipymes se concluye que: Es importante realizar estudios situacionales en las empresas, determinado en primera instancia las estrategias de diagnóstico las mismas que darán la pauta para empezar a mirar con claridad el norte que se debe seguir para luego aplicar estrategias tácticas y técnicas derivadas por el marketing mix, así como las estrategias genéricas de Porter, en especial aquella referente al liderazgo en costos y a la productividad.

Las estrategias y el trabajo en equipo permitirán enfrentar algunos desafíos, incluyendo la emergencia sanitaria a causa de la pandemia del COVID-19 y el desplome de los precios del petróleo, para lo cual las estrategias amparadas en la tecnología y en el marketing digital pueden mitigar de alguna forma la pérdida de competitividad en las empresas.

Finalmente, es necesario entender que las crisis hacen a las personas más creativas, es necesario exhortar a los empresarios que existen estrategias competitivas que dan como resultado la prevalencia en un mercado afectado por las crisis.

“Sin el esfuerzo de la búsqueda, es imposible la alegría del encuentro”.

Anónimo.

REFERENCIAS

- r, Burbano de Lara. (2016). *Producción y comercialización de muebles armables para el hogar, centros educativos y oficinas en la ciudad de Quito* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016.).
- o Cardona, L. J. (2009). Importancia de los costos de la calidad y no calidad en las empresas de salud como herramienta de gestión para la competitividad. *Revista Ean*, (67), 75-94.
- G. E. E., Montoya, L. A., & Portilla, L. M. (2009). Modelo para medir la situación financiera en empresas pyme. *Scientia et technica*, 3(43).
- ari, M., Demirguc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2011). *Small vs. young firms across the world: contribution to employment, job creation, and growth*. The World Bank.
- o A. - 2010 -*La información contable para las estrategias empresariales: un instrumento para la innovación*. Recuperado en línea: <http://www.eumed.net/gratis/2010f/851/Liderazgo%20en%20Costos.htm>
- a B. (2017); Competitividad en las MIPYMES de Puerto Vallarta, Jalisco
- o Muñoz, J. R., & Bermeo Muñoz, E. A. (2005). Las directrices del costo como fuentes de ventajas competitivas. *Estudios gerenciales*, 21(94), 81-103.
- K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (2013). *Systemic competitiveness: new governance patterns for industrial development*. Routledge.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2012)
- Bastar, S. (2012). Metodología de la investigación. *Red Tercer Milenio*, 1-92.
- uez Larrarte, R., Burgos, O., & Ignacio, R. (2015). Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnologías*, 8(23).
- dez y Rodríguez, S. J., & Pulido Martínez, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial: Enfoque basado en competencias*.
- dez, J. D., & Domínguez, M. (2003). Estrategias de mercadotecnia y los negocios de mezcal. *Convergencia*, 10(31), 187-203.
- a, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.
- n Jean Jaques (1993). *Marketing Estratégico*, Editorial McGraw Hill, Tercera Edición.
- G. et al. (2010). Innovación tecnológica de la cadena agroalimentaria de maíz para mejorar su competitividad: Estudio de caso en el Estado de Hidalgo. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1(1). Recuperado en línea: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263120585011>
- v. Y marín, m., (2011) La competitividad y el factor humano en las organizaciones. En Herrera, N. (Ed.), *Redes de Innovación, Energías Renovables y Competitividad*, Ed. Fundación Teledes, Ensenada, pp. 15-35.
- nado, M. F. (2016). *¿Cómo emprender en México?*. El Universal. Recuperado de internet:<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/carera/emprendedor/2016/01/19/emprender-asi-se-hace-en-mexico>
- z Arroyo, J. A., Espitia Moreno, I. C., & Valenzo Jiménez, M. A. (2013). Competitividad, cadena de valor e investigación científic. *Revista Global de Negocios*, 1(2), 19-30.
- a Fernández de Soto, J. E. (2016). El cambio en la estructura de la industria de confección en Colombia, la subcontratación y el desarrollo de proveedores. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 16(30), 137-144.
- er, D. (1996). Dimensiones espaciales de la competitividad internacional. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 2(3), 13-40.
- vejo M., Vásquez M. (2016). Caracterización y análisis de la Cadena De suministros de muebles de madera en Ecuador, periodo 2015.
- E., Vera M., Melgarejo Z, (2013). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá.
- Morales G., M. A. y Pech V., J.L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en recursos. *Revista contaduría y administración*, 187(1), 47-63.

- nes, L., Valverde, E. L., & Cabrera, O. G. (2012). El proceso de Mercadotecnia y la Gestión de Comercialización de Bienes y Servicios. *Loja-Ecuador*, 31, 32-40.
- C., & Crespo, A. (2012). Ingeniería de Mantenimiento y Fiabilidad aplicada a la Gestión de Activos. *INGECON*.
- G., Pineda U., Arango M., (2011). La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa. Recuperado en línea: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194218961006>
- M. (2007). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard business review*, 85(11), 69-95.
- A., & Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17(1), 32-47.
- ueno, A. (2015). Validez y fiabilidad. Conceptualización y procedimientos de cálculo con Spss
- ra, M., & Milla, S. (2012). La competitividad de la MIPYME mexicana en el nivel micro: el caso del estado de Querétaro. Memoria de la *XXVIII Asamblea anual de la academia europea de economía de la empresa (AEDEM)*, Barcelona España, 5-7.
- z, J. J., Osorio, J., & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las Pymes en Colombia. *Scientia et technica*, 1(34).
- o, J. L., & Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Revista Iberoamericana*, 5(15), 165-197.
- , M. (2005). *La inserción de la pequeña y mediana empresa en el comercio exterior mexicano: Un modelo de competitividad sistémica*. (Tesis de grado). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- nta Lema, L. M. (2017). *La red social facebook y la decadencia de la escritura en los niños y niñas de Séptimo grado de Educación General Básica de la Unidad Educativa Rumiñahui* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Educación Bàsica).
- ia, J. B., Torres, A. I. Z., & Paniagua, C. F. O. (2017). Variables e Índices de Competitividad de las Empresas Exportadoras, utilizando el PLS. *Cimexus*, 10(2), 13-32.

ANEXO 1

Tabla 1. Provincias dedicadas a la actividad de muebles año 2015

Principales provincias productoras	Aserrado y acepilladura de madera	Fabricación de hojas de madera para enchapado y tableros a base de madera	Fabricación de Muebles
Pichincha	41	44	1309
Guayas	19	8	1000
Azuay	27	4	543
Tungurahua	26	4	328
Imbabura	3		199
Manabí	11		317

Fuente: Elaboración propia, adaptada de ProEcuador(2015).

ANEXO 2

Tabla 2. Número de empresas en Ecuador y su participación en la generación de empleo (2016)

Sector	Número empresas	Promedio	Total
		Empleados por empresa	trabajadores
PYMES	15	22	330
Artesanías	200	3	600
Microempresas	252	3	756
TOTAL	467		1'686.000

Fuente: Elaboración propia, adaptada de la Cámara de la Pequeña Industria del Pichincha – Ecuador (2016).

ANEXO 3

Tabla 3. PIB del sector

AÑO	Fabricación de Muebles	PIB Total	Participación
	Millones USD,2007	Mill.USD,2007	PIB
2013	233	67546	0.35%
2014	237	70243	0.34%
2015	211	70354	0.30%
2016	188	69321	0.27%

Fuente: Elaboración propia, adaptada de Corporación Financiera Nacional (CFN) 2018.

ANEXO 4

Tabla 4. Exportaciones Nacionales (2013-2017)

AÑO	TON. (Millones)	FOB Millones USD	Valor Tonelada Promedio USD.
2013	0.68	5.3	7.83
2014	0.76	5.51	7.28
2015	0.57	4.2	7.4
2016	0.53	4.35	8.27
2017	0.63	4.53	7.17
TOTAL	3.16	23.88	7.56

Fuente: Elaboración propia, adaptada de Corporación Financiera Nacional (CFN) 2018.

ANEXO 5

Tabla 5 Estructura de las Mipymes por el Banco Mundial

	Empleados	Ganancias	Activos
Micro empresa	de 1 a 10	100.000,00	10.000,00
Pequeña empresa	de 10 a 50	3'000.000,00	3'000.000,00
Mediana empresa	de 51 a 300	15'000.000,00	15'000.000,00

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Manual Mipymes CEPAL (2008).

ANEXO 6

Tabla 6. Estructura de las Mipymes Superintendencia de Compañías de Ecuador

Criterios de estratificación	Artisanos y Micro empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Gran Empresa
Activos (en dólares)	Hasta 100.000	De 100.001 a 750.000	De 750.001 a 4'000.000	De 4'000.001 en adelante
Ventas anuales (en dólares)	Hasta 100.000	De 100.001 a 1'000.000	De 1'000.001 a 5'000.000	De 5'000.001 en adelante
Personal Directo	1 a 10	11 a 49	50 a 199	200 en adelante

Fuente: Elaboración propia, adaptada de Superintendencia de Compañías – Ecuador (2015).

ANEXO 7

Tabla 7. Indicadores de Competitividad Empresarial

Indicador / Autor	Rubio y Aragón (2006)	De la Cruz, Morales y Carrasco (2006)	Solleiro y Castañón (2005)	Quiroga (2003)
Tecnología	x	x	X	x
Innovación	x	X		
Marketing	x		X	
Recursos Humanos	x	X	X	x
Capacidades Directivas	x			x
Recursos Financieros	x	X	X	x
Cultura	x			
Calidad	x			x
Producción		X	X	x
Organización Interna				x
Compras				x
Investigación y Desarrollo				x

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Saavedra (2012).

ANEXO 8

Tabla 8. Porcentaje de cada generación en la compra de muebles

Generación	Porcentaje
Generación Y	3%
Generación X	22%
Younger baby boomers	28%
Older baby boomers	24%
Empty nesters	13%
Retirados	10%

Fuente: Retail Planning Guide (2012).

ANEXO 9

Tabla 9. Comparación entre índices de competitividad

Índice de competitividad del Crecimiento (ICC)	Índice de competitividad de los Negocios (ICN)	Índice de competitividad	Índice de Libertad Económica	Doing Business
Foro Económico Mundial	Foro Económico Mundial	IMD	The Heritage Foundation	Banco Mundial
Índice de ambiente macroeconómico	Índice de estrategia y operaciones de la empresa	Rendimiento Económico	Política Comercial	Iniciar un negocio Regulaciones de entrada
- subíndice de estabilidad macroeconómica	Índice de calidad del ambiente de negocios	Eficiencia Gubernamental	Carga fiscal del Gobierno	Regulaciones laborales - Contratación y despido de empleados
- subíndice de gasto público	- Infraestructura física	Eficiencia de los Negocios	Intervención del Gobierno en la Economía	Aplicación obligatoria de contratos Eficiencia en la corte
Calificación crediticia del país	- Infraestructura administrativa	Infraestructura	Política Monetaria	Obtener un crédito, derechos e información

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Instrumentos de Medición de la competitividad CEPAL (2006).

ANEXO 10

Tabla 10. Estrategias aplicadas para minimizar costos

	Nro. De Empresas	Porcentaje de Participación
Experiencia en Recursos Humanos	10	18%
Tecnología Aplicada	5	10%
Volumen de Producción	25	48%
Experiencia y Tecnología aplicada	3	6%
Experiencia y Volumen de Producción	6	12%

Tecnología y Volumen	1	2%
Todos los anteriores	2	4%
<hr/>		
TOTALES	52	100%
<hr/>		

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Gómez (2011).