

Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada

Proposal of a competitiveness model for companies of the bread and tortilla industry: case of microenterprises of Ensenada

RUIZ-PÉREZ, Roberto†*, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio

Instituto Tecnológico de Sonora, México.

ID 1^{er} Autor: Roberto, Ruiz-Pérez / ORC ID: 0000-0001-8884-9890, CVU CONACYT ID: 625356

ID 1^{er} Coautor: Erika Ivett, Acosta-Mellado / ORC ID: 0000-0003-3526-8923, Researcher ID Thomson: X-8807-2019, CVU CONACYT ID: 282641

ID 2^{do} Coautor: Imelda Lorena, Vázquez-Jimenez / ORC ID: 0000-0002-3716-328X, CVU CONACYT ID: 282641

ID 3^{er} Coautor: Luis Antonio, Gaxiola Alcantara / ORC ID: 0000-0001-8110-4255

DOI: 10.35429/JED.2020.24.7.31.39

Recibido: Julio 25, 2020; Aceptado: Diciembre 30, 2020

Resumen

El artículo muestra resultados preliminares de una investigación sobre la propuesta de un modelo sobre como la competitividad (Y) influye en las capacidades del negocio para permanecer en el mercado (X1) y las capacidades organizacionales (X2) en microempresas de Ensenada Baja California de la industria de harina y pan. El objetivo de la investigación es determinar que variables son significativas para la generación de modelo que establezca relaciones causales. La investigación es cuantitativa con establecimiento de relaciones causales para la comprobación de las hipótesis. Se elaboró un instrumento con cinco variables tomando como referencia la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). Para la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en las cuales se encuentran listadas 382 empresas, con un error del 10% se requieren encuestar a 58 empresas. Para el proceso de información de la base de datos se utilizó SMART PLS. Los resultados preliminares revelan que existe evidencia estadísticamente significativa entre las relaciones causales de la variable dependiente con dos de las variables independientes.

Competitividad, Capacidades del negocio con el mercado, Capacidades organizacionales

Abstract

The article shows preliminary results of an investigation on the proposal of a model on how competitiveness (Y) influences business capacities to stay in the market (X1) and organizational capacities (X2) in microenterprises of Ensenada Baja California of the flour and bread industry. The objective of the research is to determine which variables are significant for the generation of a model that establishes causal relationships. The research is quantitative with the establishment of causal relationships for testing the hypotheses. An instrument with five variables was developed taking as a reference the National Survey on Productivity and Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (ENAPROCE). For the sample, the National Statistical Directory of Economic Units (DENUE) was used, in which 382 companies are listed, with an error of 10%, 58 companies are required to be surveyed. SMART PLS was used for the information processing of the database. The preliminary results reveal that there is statistically significant evidence between the causal relationships of the dependent variable with two of the independent variables.

Competitiveness, Business capabilities with the market, Organizational capabilities

Citación: RUIZ-PÉREZ, Roberto, ACOSTA-MELLADO, Erika Ivett, VÁZQUEZ-JIMENEZ, Imelda Lorena y GAXIOLA-ALCANTARA, Luis Antonio. Propuesta de modelo de una competitividad para empresas de la industria del pan y tortillas: caso microempresas de Ensenada. Revista de Desarrollo Económico. 2020. 7-24:31-39.

* Correspondencia del Autor (Email: roberto.ruiz@itson.edu.mx)

† Investigador contribuido como primer autor.

Introducción

En la actualidad las entidades económicas se han visto inmersas en procesos de competencia cada vez más agresivos, en consecuencia, los productos que se ofertan al mercado han optado por presentar características diferenciadoras de sus competidores cercanos, tal como lo expresan Cuadros y Samaniego (2016). Esas estrategias diferenciadoras pueden ir desde la calidad del producto hasta la forma en la cual administrativamente se llevan a cabo las operaciones para la elaboración de este, provocando con ello lograr ventajas.

Así mismo Michael Porter (1987) explica que existen dos tipos principales de ventajas competitivas: una es la relacionada con el liderazgo en los costos de producción y la otra tiene que ver con la diferenciación de los productos o servicios. Se dice entonces que se logra una ventaja competitiva cuando los consumidores finales están dispuestos a pagar un valor por esos bienes. Bajo este contexto el precio puede ser un diferenciador (precios más bajos) o bien la experiencia especial que se ofrece por la enajenación del artículo.

En publicaciones realizadas Annhery, Jaiham, y Garc (2015), mencionan que, a través de una adecuada administración, las empresas pueden lograr una optimización de la toma de decisiones generando con ello un incremento en la competitividad y con ello un mejor desempeño financiero, lo cual es un indicador favorable sobre la permanencia en el mercado en un corto y mediano plazo.

Es por ello por lo que la competitividad cobra un papel importante en las organizaciones, ya que los antiguos modelos económicos donde sólo se incorporaban factores como tierra, trabajo y capital han quedado desfasados. Con esta investigación se desea atender la problemática sobre en qué medida una propuesta de modelo sobre la competitividad favorece las condiciones de las microempresas para aminorar el riesgo; esta problemática ha sido abordada por distintos autores (Romer, 1990; Porter, 1987; Sarmiento, 2008).

Del problema anterior planteado se desprende el siguiente objetivo: proponer un modelo sobre como la competitividad (Y) influye en las capacidades del negocio para permanecer en el mercado (X1) y las capacidades organizacionales (X2) en microempresas de Ensenada Baja California de la industria de harina y pan. Con ese contexto se desprenden dos hipótesis correlacionales a comprobar:

H₁ Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades del negocio respecto al mercado

H₂ Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades organizacionales.

Esta investigación muestra resultados preliminares, ya que a raíz de la pandemia no se había concluido con el levantamiento de la muestra definitiva de las encuestas, se lleva un avance del 52%.

Marco teórico

Uno de los pioneros en los temas de competitividad es Porter (1979) el cual cita que las empresas cuentan con un bagaje de estrategias competitivas (explícitas e implícitas), pero eso no es suficiente ya que éstas deben enfocarse hacia el mercado en el cual se encuentran compitiendo; en función de ese funcionamiento se deciden cuáles son las estrategias “hechas a la medida” que mejoren el desempeño de la organización y con ello se hagan más competitivas.

De igual forma Sarmiento (2008) encontró que la competitividad es un proceso en el cual las organizaciones se van adaptando según las condiciones del mercado, es decir, en función del dinamismo de los mercados surgen distintas exigencias, de tal suerte que las empresas que se adapten con mayor facilidad serán más competitivas. Esto se lleva a cabo a través de un proceso de aprendizaje y negociación, la denominada brecha de conocimiento.

Es por ello que Porter (1980) enfatiza en que los empresarios deben de estar capacitados para establecer relaciones con los proveedores y con ello lograr menores costos de producción; otra manera es realizando inversión en tecnología de punta que favorezca los procesos productivos haciéndolos más eficientes; en ese sentido, también es importante la relación con los clientes para estimular el incremento en las ventas de los productos o servicios. Según Chiavenato (2009) la competitividad son los cimientos para que las organizaciones alcancen el éxito.

La complejidad de los mercados ha dado por hecho que los productos y servicios son competitivos, por lo cual la calidad a dejado de ser catalogado como un valioso valor añadido, ya que es parte de la normalidad y es lo mínimamente necesario para poder sobrevivir en el mercado. A diferencia que, en el pasado, en esta época hay un sinfín de productos y servicios que están a la espera de suplir al proveedor que ha fallado, al producto defectuoso o al producto que no ofrezca una reputación sólida. (Berumen y Palacios, 2009).

De igual forma, al ser productos de consumo genérico, los empresarios deben de tener claridad en el contenido de materia prima requerida para la elaboración de cada uno de los productos que se ofertan, ya que según (Chicango, 2020) a futuro los productores locales pudieran hacer propuestas de rutas gastronómicas con los productos derivados de la industria de pan y tortillas. Con esto se pudiera incrementar la competitividad y fortalecer el comercio interno regional.

Teoría de la competitividad sistémica

En publicaciones realizadas por Vizcaino, Robles y Jiménez (2007) mencionan que la teoría de Competitividad Sistémica (CS) enriquece la teoría de la competitividad de Porter (1980) y surge como una herramienta teórica ante los altos niveles de complejidad que se han alcanzado por la sociedad en la era de la globalización y cambio tecnológico. Este concepto forma parte de un marco de referencia para los países industrializados como en desarrollo. El concepto de competitividad Sistémica fue formulado por un grupo de investigadores del Instituto Alemán del Desarrollo por Esser, Hillebrand, Mesnner, Meyer y Starmer en 1996.

Este concepto tiene como base la integración social por lo que no solo propone reformas económicas sino también un proyecto de transformación de la sociedad. Proponen que el análisis de competitividad debe considerar cuatro niveles siendo estos el Meta económico, Macroeconómico, Meso económico y Microeconómico. (Vizcaino, Robles y Jiménez, 2007).

Teoría de la ventaja comparativa

La ley de ventaja comparativa fue propuesta por David Ricardo y surge con base a los pensamientos de Adam Smith y su teoría de la ventaja absoluta, en la ley de la ventaja comparativa se postula que a pesar de que un país posee ventaja en la producción de bienes sobre otro, siempre es posible el comercio y que ambos se verán mutuamente beneficiados. Melera (2011). Por su parte Krugman (2007) la define como aquel que logre tener un costo de oportunidad menor respecto al resto de los demás productores. De aquí surge la especialización de la producción.

Con base en los estudios realizados por Cervantes, Ballesteros y Hernández (2012) concluyen que el análisis empírico de la ventaja comparativa sirve para determinar si ciertas actividades competirán en diferentes regiones de un país, en el mediano plazo, con productos similares a los comercializados en los mercados internacionales, bajo el supuesto de eliminación de apoyo gubernamentales y distorsiones del tipo de cambio.

Tal como mencionan GAGLIANO, LUJÁN y MONTOYA (2020). Los productos alimenticios como el pan tienden a satisfacer necesidades básicas, es por ello que presentan una alta demanda y por consiguiente, una elevada cantidad de oferentes. Es por ello que para incrementar las oportunidades de éxito en el mercado es necesario establecer ventajas comparativas que hagan verdaderos diferenciadores de los productos. Al hacer esto los empresarios son visionarios en atender las necesidades presentes y futuras de los clientes.

Competitividad

Para Michael Porter (1990) quien fue el precursor en realizar una estructura y sistematizar un cuerpo teórico en torno al concepto de competitividad, la define como: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población”. La competitividad es la medida en que una nación es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito los mercados internacionales todo esto basado en condiciones de un mercado libre y leal. Logrando mantener y aumentar la renta real de sus ciudadanos. (Ivancevich y Lorenzi, 1997).

Por su parte Labarca (2007) define la competitividad de un país como la posibilidad que tienen los ciudadanos para alcanzar un nivel de vida elevado y creciente. Tomando en cuenta que en la mayoría de los países el nivel de vida está determinado por la productividad mediante el uso de los recursos nacionales. Por lo que determina que la competitividad sólo puede sostenerse alcanzando niveles más altos de productividad en los negocios ya existentes o ya sea incursionando en nuevos negocios con mayor productividad.

Variables para medir la competitividad

Existen diversos indicadores para medir la Competitividad de las empresas. Los que se exponen a continuación, están tomados de la investigación desarrollada por el Ministerio de Economía y Finanzas de la Republica de Uruguay, citados por (Izquierdo, Schuster, 2008) denominado "Matriz de Indicadores de Competitividad", en el cual se plantea la construcción de un sistema de indicadores, tomando como fuente los reportados por el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial (Doing Business Project), el Banco Central del Uruguay y el Instituto Nacional de Estadística, entre otras instituciones

- Indicadores de eficiencia
- Indicadores de productividad
- Comparaciones de precios/costos:
- Indicadores de capacidad

- Gasto en equipo de automatización de la producción/ventas
- Estrategia de calidad y medio ambiente:
- Estrategia de inversión y capacidad productiva:

Para efectos de esta investigación se elaboró un instrumento de medición utilizando como referencia los indicadores basados en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). En dicha encuesta, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018) se tiene como objetivo central obtener información con representatividad nacional, que permita tener conocimiento acerca de las características de operación y desarrollo de las Microempresas.

Los indicadores utilizados para llevar a cabo el desarrollo de la presente investigación son los siguientes:

Capacidades del negocio con el Mercado (X1). Este rubro se caracteriza por estimar como el administrador del negocio lleva a cabo las actividades en función del entorno. Algunas de las preguntas que se realizaron en este apartado tienen que ver con: visitas a los negocios con los que compete, exploración de precios de sus competidores, necesidades futuras de los clientes, relación con los proveedores sobre tendencias de mercado, estrategias de publicidad y ventas, canales de distribución, entre otros.

Respecto a este apartado, Martínez, Laborín y Salazar (2020) encontraron que los empresarios de las Pymes que poseen mejores habilidades para la capacidad en cuanto a la operación del negocio (relacionadas con la integración de factores sociales, institucionales y comerciales) tienen mayor facilidad para detectar oportunidades de los mercados y con ello obtener mejores rendimientos monetarios. Ya que este tipo de empresario optimiza la gestión de los recursos (económicos, ambientales y económicos).

Capacidades Organizacionales (X2). En este rubro se desea establecer como el administrador tiene sistematizada la información. Algunas de las preguntas realizadas con este apartado tienen que ver con: registros físicos o tecnológicos de las actividades del negocio, registros de estados financieros, registros de ventas, tendencias de ventas o costos, estimación de la rentabilidad por producto, pronósticos de ventas, pronósticos de costos, entre otros.

Dando soporte al párrafo anterior, en estudios realizados por De la Rosa y Chan (2020) en Panaderías de Yucatán, México, encontraron hallazgos sobre la importancia de que los administradores de las unidades de negocio realicen esfuerzos significativos para la inversión en maquinaria y equipo, de igual forma se requiere que hagan un mejor uso de las tecnologías de la información; así como innovaciones en los procesos productivos que se traduzcan en un incremento en la conectividad respecto al mercado, ya que algunos se han quedado rezagados.

Metodología

El tipo de investigación fue cuantitativa con un alcance descriptivo e inferencial. Es inferencial dado que se estimaron las variables mediante técnicas estadísticas y además es transversal porque solo se consideró información sobre un periodo de tiempo específico en cual se aplicó la encuesta para medir las variables.

Para la recolección de los datos se emplearon distintas técnicas. Una de ellas fue la técnica documental y bibliográfica donde se hizo una revisión de la literatura relevante para la construcción del marco de referencia. Posterior a ello se procedió al diseño del instrumento de medición y luego se procedió al levantamiento de la encuesta.

Sujeto de estudio

El sujeto de estudio son las microempresas pertenecientes a la Industria de panadería y tortillas y otras industrias, que cuenten con hasta 5 empleados en la ciudad de Ensenada Baja California, donde la ciudad se ubica en el noroeste de la república mexicana. En lo particular la investigación se centró en el ámbito de medición de la competitividad de las microempresas en el país.

Materiales

Los materiales que se utilizaron fue la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) la cual se utilizó para elaborar un instrumento de medición de la competitividad. Por la parte del cálculo de la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) el cual ofrece los datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de las empresas. En cuanto a la aplicación del modelo fue mediante el programa de SmartPLS 3.

Cálculo de la muestra

Para llevar a cabo el cálculo de la muestra se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2020), donde se procedió a realizar la búsqueda de las empresas pertenecientes a la industria de panadería y tortillas y otras industrias, que cuenten con hasta 5 empleados en Ensenada Baja California, dando como resultado 382 empresas según datos del (DENUE). Con un intervalo de confianza del 90% y un error del 10% dando como resultado un total de 58 empresas.

Por motivos de contingencia que se está viviendo actualmente debido a la pandemia del coronavirus (covid-19), el tamaño de la muestra se ve afectado reduciéndose a 30, ya que solo fue posible entrevistar a 30 microempresas, es decir el 52% de la muestra planteada originalmente.

Resultados

Cómo se mencionó anteriormente éstos son resultados preliminares.

Estadística descriptiva

La estadística descriptiva tiene como objeto central presentar información de forma conveniente para que la información brindada sea más útil y comprensible. De esta manera es posible realizar comparaciones entre una o varias informaciones de un mismo hecho. A través de ella es posible describir el comportamiento del objeto de estudio.

El 100% de las empresas que se investigaron se encuentran operando como personas físicas. Esto concuerda con los estudios realizados por Manzanero (2018) presidente del Colegio Nacional del Notariado Mexicano donde menciona que en México los microempresarios o emprendedores inician operaciones regularmente como personas físicas, ya que esta formalidad te permite emprender solo y requiere menores obligaciones administrativas y fiscales.

Respecto a la forma en la cual las organizaciones obtuvieron los recursos al inicio de sus operaciones se obtuvo el Gráfico 1.

- Bancos
- Recursos propios
- Recursos propios y bancos
- Recursos propios y apoyo Gubernamental

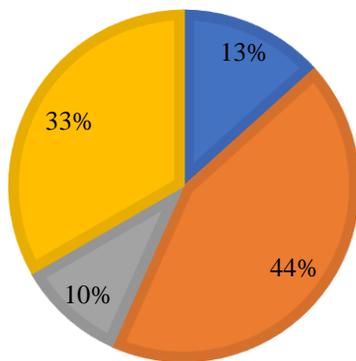


Gráfico 1 Origen de capital invertido
Fuente: Elaboración propia, 2020

Se encontró que hay 2 meses durante el transcurso del año donde la industria presenta mayores ganancias, siendo este noviembre y este diciembre. Sin embargo, diciembre es el mes que mayores ganancias representa ya que el 63% de los establecimientos presentan un aumento en sus utilidades en dicho mes. Mientras que solo el 37% en noviembre mencionan que es el mes en que presentan mayores ganancias.

El 70% de las empresas encuestadas en la investigación realizaron algún tipo de inversión en el último año, inversiones las cuales fueron destinadas a compra de bienes que brinden mejoras a los procesos en la entidad, (maquinaria y equipo, transporte, y equipos de cómputo) mientras que el 30% menciona que no realizó ningún tipo de inversión en la organización.

Estadística inferencial

La estadística inferencial se encarga de realizar deducciones, es decir inferir conclusiones sobre una muestra estadística, para determinar el comportamiento de una determinada población o conjunto de datos, mediante el uso de métodos o técnicas estadísticas los cuales son el método de estimación de parámetros y método de contraste de hipótesis.

En la siguiente tabla se muestra el valor de las betas obtenidas al llevar a cabo la experimentación de las variables que se mencionan en dicha tabla.

Trayectorias	Betas
Competitividad → Capacidades Organizacionales	0.382
Competitividad → Capacidades del Negocio	0.442

Tabla 1 Coeficientes Betas
Fuente: Elaboración propia, 2020

El coeficiente de determinación obtenido del modelo, el cual indica el nivel de variación de la variable explicada con una o más variables explicativas o predictoras. Si el coeficiente de determinación es igual a cero, se dice que la ecuación de regresión no explica en nada la variación en la variable dependiente, por otra parte, si es valor es igual a 1 se puede decir que la ecuación de regresión explica la totalidad de la variación en los valores de la variable explicada. Howard (1990). Por lo que contar con un valor que tenga una mayor aproximación a 1, se puede entender como un modelo más fiable.

El valor de coeficiente de determinación o r^2 , en el modelo aplicado resulto 0.569, lo cual indica que el modelo posee fiabilidad, ya que las variables tomadas en consideración se encuentran ajustadas.

En la tabla 2, se observan las Alfas de Cronbach de los ítems utilizados en el modelo siendo estos la Competitividad de la organización, la Competitividad del Mercado e Inversión en Capacitación.

Variable	Alfa de Cronbach
Capacidades del negocio	0.872
Capacidades del Organizacionales	0.961
Competitividad	0.822

Tabla 2 Alfas de Cronbach
Fuente: Elaboración propia, 2020

Todos los constructos utilizados son fiables, ya que cumplen con el valor mínimo aceptable de 0.7. Todos los valores por debajo de 0.7 poseen una consistencia interna baja. (Celina, Campo, 2005). De manera que un valor superior a 0.7 revela una intensa relación entre las preguntas.

Hipótesis	Coef. Beta	Est. t	Sig.
H ₁ Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades del negocio respecto al mercado	0.44	8.57	0.000
H ₂ Una empresa es más competitiva cuando se desarrollan las capacidades organizacionales.	0.38	23.95	0.000

Tabla 3 Comprobación de Hipótesis

Fuente: elaboración propia, 2020

Se comprueban ambas hipótesis ya que las Betas son mayores a 0.2, los estadísticos t son mayores a 1.76 y se cuenta con una significancia al 0.000. Por lo cual se concluye que ambas variables independientes son estadísticamente significativas y deben de incluirse en el modelo.

Conclusiones

La implementación de un estudio basado en la competitividad de las MiPymes en Ensenada, Baja California brinda información privilegiada acerca de los niveles de competitividad que poseen las empresas nacionales. El contar con una investigación de esta índole sirve como soporte para que el estado y el sector empresarial realicen actividades en conjunto que fomenten el desarrollo y competitividad de las empresas en la región.

Dentro de los principales hallazgos se encontró que la mayoría de los establecimientos iniciaron operaciones con capital propio lo cual podría indicar que el Gobierno Federal no está realizando medidas eficientes, que propicien mejores condiciones para la creación de microempresas, pese a que estas conforman el 95% de las empresas en México y logran emplear el 40% de la población económicamente activa. Secretaria de economía (2012).

A pesar de las condiciones del entorno al que las empresas se afrontan diariamente, estas siguen realizando inversiones que les ayuden a eficientizar sus sistemas de producción para lograr potencializarse y obtener una mejor posición en el mercado frente a sus competidores, ya que el 70% de los establecimientos en la ciudad realizaron algún tipo de inversión en el último año, donde el 62% de estas fueron realizadas en la adquisición de maquinaria y equipo.

Gracias al modelo aplicado se puede afirmar que una empresa puede elevar los niveles de competitividad cuando incrementa sus capacidades del negocio y las capacidades organizacionales. Como ya se menciona anteriormente es necesario adaptarse a las condiciones, ya que actualmente hay un cambio constante y acelerado tecnológicamente y es a través de la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades que los trabajadores se adaptaran más fácilmente a nuevas exigencias.

Es por ello por lo que para que una empresa mantenga su competitividad en un entorno de continuos cambios, debe contar con trabajadores capaces de cambiar e innovar rápidamente (Boorth y Snower, 1996). Diversos estudios realizados en países desarrollados demuestran que la capacitación en el trabajo genera significativos retornos en términos de productividad. A pesar de ello una gran parte de las empresas, en particular las pequeñas no ofrecen algún tipo de capacitación formal (Batra y Tan, 2002; Luthria, 2002; Padilla y Juárez, 2006).

De acuerdo con Capcha (2020), en los estudios que realizó encontró que los microempresarios se caracterizan por tener estudios secundarios, por lo cual los incentiva a que continúen con su preparación; esto se debe reforzar ya que las decisiones que toman se verán fortalecidas por un respaldo de conocimiento de la situación del entorno. Un empresario bien informado, tenderá a buscar mejores opciones que incrementen la rentabilidad del negocio.

El futuro y bienestar de las microempresas en el país depende de los niveles de organización y consolidación, es por ello que es necesario el contar con capital humano competente. Para que los pequeños comerciantes logren subsistir y hacer frente a las empresas transnacionales que llegan a establecerse en territorio nacional, ya que estas se apoderan del mercado mediante altos niveles de infraestructura y tecnología en sus procesos productivos y organizacionales. Para futuras investigaciones se pudiera estudiar cual es el efecto de la cercanía de la frontera norte con Estados Unidos de Norte América y las empresas nacionales respecto a sus niveles de competitividad.

Referencias

- Annherys, P., Jaiham, H., & Garc, J. (2015). Toma de decisiones: reto para crear ventajas competitivas en las distribuidoras de alimentos gourmet. *Desarrollo Gerencial*, 7(2).
- Batra, G. Y H. W. Tan (2002), "Upgrading Work Force Skills To Create Highperforming Firms", In I. Nabi Y M. Luthria (Eds.), *Building Competitive Firms*, Banco Mundial, Washington
- Berumen, S. Palacios, O. (2009). *Competitividad Clusters E Innovación*. Editorial, Trillas. México, D.F.
- Booth, A. Y D. Snower (1996), *Acquiring Skills, Market Failures, Their Symptoms And Policy Responses*, Cambridge University Press, Cambridge, M. A.
- Capcha Castillejo, W. N. (2020). Auditoría, tributación, finanzas y rentabilidad, de las micro y pequeñas empresas nacionales sector industria, rubro panaderías del distrito de Padre Abad, 2020.
- Cervantes, M. Ballesteros, B, B. Hernández, F. (2012). *Programas Para Elevar La Competitividad De Las Empresas En México*. Eumed.Net. Eumed.Net Recuperado De <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/Mx/2012/Vlc.html>
- Chiavenato, I. (2009). *Introducción A La Teoría General De La Administración*. México: McGraw Hill.
- Chicango-Fuertes, L. E. (2020). *Propuesta de ruta gastronómica de productos emblemáticos para la difusión del patrimonio cultural inmaterial en el Centro Histórico de Quito* (Doctoral dissertation, UNIB. E).
- Cuadros, C. R. C., y Samaniego, J. F. R. (2016). *Estrategia de diferenciación: el caso de las empresas industriales*. *Ingeniería industrial*, (34), 165-174.
- de la Rosa, E. P., & Chan, M. Á. P. (2020). Factores endógenos y su relación con la competitividad de las micro y pequeñas empresas panaderas de mérida. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 26(75), 176-196.
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (2020). DENUE. URL: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Gagliano, G., Luján Salas, S. M., & Montoya Espinoza, D. (2020). *Automatización de líneas de producción de pan de molde y bollería en una industria panificadora argentina*.
- Howard B, C. (1990). *Estadística paso a paso*. 3ª Ed, México. Trillas, (reimpreso, 2012).
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional Sobre Productividad Y Competitividad De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. 26/Julio/2020, De INEGI Sitio Web: <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproc/2018/default.html#documentacion>
- Ivancevich, J. Y Lorenzi, P. (1997). *Gestión De Calidad Y Competitividad*. 2da. Edición. McGraw-Hill. España.
- Izquierdo García, Belinda, & Schuster Fonseca, Juan. (2008). *Construcción De Indicadores Para La Competitividad. Caso De Empresas Dirigidas Por Mujeres En La Región De Xalapa, Ver., México*. *Investigación Administrativa*, 37(102), 82-102. Recuperado En 27 De Julio De 2020, De http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782008000200082&lng=es&tlng=es.
- Krugman, P. (2007). *Introducción A La Macroeconomía*. Editorial Reverte. Barcelona, España.

Labarca, N. (2007) Consideraciones Teóricas De La Competitividad Empresarial. *Omnia*, 13(2),158-184

Luthria, M. (2002), "Supporting Technology Generation And Diffusion At The Firm Level, En Nabi Y Luthria (Eds.), Pp. 98-117.

Manzanero, J, E. (2018). La diferencia entre emprender como persona física y persona moral. *Entrepreneur*. México. 16/Octubre/2020. Obtenido de: <https://www.entrepreneur.com/article/311399>

Martínez Navarro, M. L., Laborín Álvarez, J. F., & Salazar Solano, V. (2020). Validación de la escala de liderazgo en Pymes para la industria alimentaria. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8(22).

Melera, F, M. (2011). Las Ventajas Comparativas De Mendoza, Respecto De La Nación. Las Políticas Que Han Influido En Las Mismas Desde 1900 Hasta La Actualidad. Repositorio OAI Biblioteca Digital Universidad Nacional De Cuyo. Argentina.

Padilla, R. Juarez, M. (2006). Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe. Efectos De La Capacitación En La Competitividad De La Industria Manufacturera. Mexico. [Http://is7-e2.cepal.org/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf](http://is7-e2.cepal.org/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf)

Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva*. México: Patria

Romer, P. M. (1990). Endogenous Technical Change. *Journal Of Political Economy*, Vol. 98.

Sarmiento, S. (2008). Competitividad Regional. *Dialnet*, (6), 19-37,

Vizcaino, M. Ma. Guadalupe, Robles Z. Francisco J. Y Jiménez G. Amparo (2007). *Revista Educateconciencia*. Competitividad Empresarial De Las MIPYMES Del Sector Alimentario. (11), No. 12 Tepic, Nayarit.