



CALIDAD DE SERVICIO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DEL SECTOR DE ENERGÍA EN MANTA – ECUADOR

Ing. Ashley Álvarez Pivaque
aslheyvalvarez18@hotmail.com
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Lic. Pericles Mejía Vásquez Mg.
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
pericles.mejia@uleam.edu.ec

Ec. Analía Molina Quiroz Mg.
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
analía.molina@uleam.edu.ec

Ing. Johnny Ponce Andrade Mg.
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
johnny.ponce@uleam.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ashley Álvarez Pivaque, Pericles Mejía Vásquez, Analía Molina Quiroz y Johnny Ponce Andrade (2020): "Calidad de servicio como factor de competitividad en las PYMES del sector de energía en Manta – Ecuador", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2020). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/06/energia-manta.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe2006energia-manta>

Resumen

El presente trabajo enfocó como objeto de estudio a las PYMES de sector de energía de la ciudad de Manta, República de Ecuador; tomando como muestra a clientes de las empresas Mar hielo, Incoser S.A y Anmaice S.A. La investigación establece cual es la problemática de estas unidades de negocio, dada en función de su baja competitividad, limitada capacitación de su recurso humano, falta de liquidez, desconocimiento del mercado donde se mueve la organización, débil formación de los empresarios en administración empresarial y una mala calidad del servicio al cliente. El método aplicado es el inductivo completo, con un diseño descriptivo y tipologías investigativas de carácter cualicuantitativa, histórica, documental y correlacional. La recolección de datos está dada en función una encuesta y una entrevista (instrumentos) en escala de Likert, mismas que se sometieron a un análisis de fiabilidad, por medio del Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico IBM SPSS Statics, con un resultado de 0,990 y 0,943 respectivamente (fiabilidad excelente), el cual también permitió determinar la correlación existente entre las variables. El objetivo planteado fue "determinar de qué manera la calidad de servicio incide como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta. Los hallazgos encontrados permitieron comprobar en la hipótesis general, bajo el uso del coeficiente de Rho de

Spearman, que existe un nivel de correlación positiva, con un valor de 0,672, muy cercano a 1. De igual manera las hipótesis específicas, denotan resultados positivos significativos.

Palabras clave: Administración de PYMES Ecuador, Calidad de servicio, Factor de Competitividad, Planificación estratégica, Rendimiento de la empresa.

QUALITY OF SERVICE AS A COMPETITIVENESS FACTOR IN SMEs IN THE ENERGY SECTOR IN MANTA – ECUADOR

Abstract

The present work focused as an object of study to the SMEs of the energy sector of the city of Manta, Republic of Ecuador; taking as a sample customers of the companies Mar Ice, Incoser S.A and Anmaice S.A. The research establishes what is the problem of these business units, given their low competitiveness, limited training of their human resources, lack of liquidity, ignorance of the market where the organization operates, weak training of entrepreneurs in business administration and poor quality of customer service. The applied method is the complete inductive one, with a descriptive design and research typologies of a qualitative, quantitative, historical, documentary and correlational nature. Data collection is based on a survey and an interview (instruments) on a Likert scale, which were subjected to a reliability analysis, by means of Cronbach's Alpha, using the statistical program IBM SPSS Statics, with a result of 0.990 and 0.943 respectively (excellent reliability), which also allowed determining the correlation between the variables. The stated objective was "to determine how the quality of service affects as a factor of competitiveness in SMEs in the energy distribution sector in Manta. The findings found allowed verifying in the general hypothesis, under the use of the Spearman's Rho coefficient, that there is a level of positive correlation, with a value of 0.672, very close to 1. Likewise, the specific hypotheses denote significant positive results.

Key Words: Administration of SMEs Ecuador, Quality of service, Competitiveness Factor, Strategic planning, Performance of the company.

Introducción

Las PYMES comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía de los países en los años 50 y 60 del siglo XX. La definición técnica de lo que constituye una pequeña o mediana empresa varía de un país a otro, a pesar que las categorías utilizadas generalmente incluyen el número de empleados, ventas, activos. Son evidentes sus impactos en la generación de riqueza, empleo a nivel local, emprendimientos y contribución a los ingresos fiscales y sociales (Slusarczyk Antosz, 2015).

Según Asociación Latinoamericana de Integración, las PYMES en Ecuador al igual que en otros países dinamizan la economía, tienen alta capacidad de adaptación, estructuras empresariales horizontales, generan ingresos para el empresario y su familia en la mayoría de los casos, participan directamente en las actividades de la empresa; estas unidades de negocio se constituyen en un mecanismo para luchar contra la desocupación y la pobreza, no obstante por sobre estos impulsos emprendedores impera también una limitada tecnología y equipamiento de maquinaria para la fabricación de productos, en igual correspondencia poca capacitación del personal, falta de financiamiento, restringida capacidad de exportación a causa del desconocimiento de procedimientos a las normativas de calidad exigidas en

otros países, débil cadena logística con costos elevados, todo lo cual restringe su competitividad. (Quiñonez Cabeza, 2012)

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC, 2017), existen aproximadamente 884.236 empresas, que según la estructura de su tamaño se clasifican de la siguiente manera: Microempresa con un total de 802.696 empresas, pequeña empresa 63.814, mediana empresa "A" 8.225, mediana empresa "B" 5.468, grande empresa 4.033.

El (INEC, 2017) registra un total de 377 empresas de suministro de energía, delimitadas de la siguiente manera: 227 microempresas, 105 pequeñas empresas, 21 grandes empresas, 11 medianas empresas "B" y 13 medianas empresas "A". En Manabí existen aproximadamente 33 organizaciones dedicadas a suministrar energía, según su clasificación por tamaño existen 21 microempresas, 11 pequeñas y una mediana empresa "A".

De acuerdo a los datos del Directorio de Empresas (DIEE) del Instituto Nacional de Estadísticos y Censos de Ecuador (2017), en Manta existen aproximadamente 12 empresas dedicadas a suministrar energía, según la actividad económica que realizan encontramos compañías dedicadas a: "Producción y distribución de agua fría con fines de refrigeración, incluye la producción de hielo para la elaboración de productos alimenticios y otros fines"; "Actividades de operación de instalaciones de generación de energía eléctrica y otros medios"; " Operación de sistemas de transmisión y distribución de energía eléctrica"; "Actividades de transporte, distribución y suministro de combustibles gaseosos de cualquier tipo".

La selección de la muestra de empresas para la presente investigación se realizó en base a una selección de PYMES según la actividad económica que realizan; se escogieron sociedades dedicadas a la "producción y distribución de agua fría con fines de refrigeración, incluida la producción de hielo para la elaboración de productos alimenticios y otros fines". El área geográfica escogida fue Manta, en el sector los Esteros, investigándose a tres PYMES que se dedican a la actividad antes mencionada.

Tabla 1: Número de empresas por tamaño de empresas

Tamaño de Empresa	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Microempresa	142	165	163	199	209	227
Pequeña empresa	72	78	78	100	100	105
Grande empresa	24	25	24	27	26	21
Mediana empresa B	10	7	8	6	6	11
Mediana empresa A	9	12	12	7	13	13
Total	257	287	285	339	354	377

Fuente: INEC.

Definición del problema

En la actualidad las PYMES ecuatorianas poseen serias limitantes para su desarrollo, debido a que compiten con grandes empresas que se encuentran consolidadas en el mercado; las pequeñas y medianas empresas atraviesan por grandes problemas, impidiendo su posicionamiento en el mercado. Existen diversos factores a los que pueden atribuírsele el poco éxito de estas organizaciones, como la

falta de recursos financieros, la escasa capacitación, la falta de conocimientos del mercado y sus clientes, pues son solo algunos de los aspectos a los que se le pueden atribuir sus restricciones.

Otro de los inconvenientes se debe a falta de conocimientos del empresario, sobre todo en temas administrativos; de igual manera la reticencia de no contar con un soporte (activos de peso) que le permitan garantizar créditos, que por consiguiente restringen la adquisición de tecnología, siendo cada día más difícil competir, puesto que conseguir nuevos clientes resulta complejo, dada las exigencias en la entrega de una buena calidad de productos y servicios.

Las carencias de las PYMES del sector en referencia, obliga a que estas tengan que lidiar con inconvenientes que no les permiten consolidarse y ser competitivas, siendo relevantes aspectos como la falta de planificación y organización en su estructura empresarial, la ausencia de una infraestructura adecuada, entre otros.

Marco teórico de la investigación

Marco filosófico

Esta investigación presenta una corriente ideológica estructuralista; cuando se hace un análisis con este tipo de línea, se examina la relación subyacente entre los elementos de la estructura de la organización. Este enfoque compara y establece vínculos con estructuras similares en obras pertenecientes a épocas y culturas diferentes (Rojas Pérez, 2008). En este caso lo que se busca son esquemas relacionados a la competitividad de las PYMES en el proceso de servicio al cliente, ofreciendo argumentos fundamentales para la comprensión de estos temas.

El estructuralismo encarna una nueva visión de las organizaciones, y la forma como se deben administrar, es por eso que esta corriente epistémica reconoce la importancia de la interrelación de todos los actores que intervienen en la empresa, sean internos o externos. Los principales componentes del estructuralismo son: la organización es un sistema social abierto, los conflictos no se pueden evitar, los incentivos son un factor motivacional y hace hincapié en los resultados máximos (Estrada Mejía, 2007).

Esta corriente ha sido desarrollada por los sociólogos que tratan de combinar la estructura formal con aspectos de comportamiento humano y la conexión de la organización con todo el sistema social; analiza los conflictos generados por las propias estructuras y su disfunción, clasificándolos para facilitar su manejo; también se caracteriza por el análisis de los objetivos organizacionales (Hernández, 2010).

Teoría de Juran: Trilogía de la Calidad

El principal concepto de la trilogía de la calidad, es administrar en función de tres procesos básicos, que son:

1. Planeación de la calidad.
2. Control de la calidad.
3. Mejoramiento de la calidad.

El punto de partida es la planeación de la calidad, creando un proceso que sea capaz de alcanzar los objetivos establecidos y hacerlo bajo condiciones operacionales. El asunto de la planeación puede ser cualquier cosa: un proceso de oficina para producir documentos, de ingeniería para diseñar productos, de fabricación de bienes y servicios, todos para responder a los requerimientos de los clientes.

Siguiendo al plan, el proceso es volcado a las fuerzas operativas, y su responsabilidad es correr su transcurso con efectividad óptima. Debido a deficiencias que pueden presentarse en el plan original, el proceso corre el riesgo de un alto nivel de desperdicio, crónico en algunos casos, con la necesidad inmediata de realizar "controles de calidad". El mejoramiento de la calidad es superpuesto al proceso de control de calidad (Juran, 1988).

Filosofía de Deming: Teoría de la Calidad Total

William Edwards Deming fue un gran estadístico estadounidense, docente, autor de textos y difusor de la calidad total; se doctoró en física y trabajó para la Western Electric en los años 20 y 30. Deming estuvo especialmente interesado en los métodos estadísticos de Walter Shewhart. Comenzó aplicando técnicas estadísticas a distintos procesos productivos, consiguiendo mejorar de forma considerable la productividad, llevando a la práctica estas metodologías, con un desarrollo notable. El autor afirma que los métodos estadísticos proporcionan el único procedimiento de análisis que sirve de guía para entender los fallos y reducirlos.

Aunque en un principio se centró en la estadística, posteriormente se orientó hacia la gestión de calidad. Así, afirma que la dirección juega un papel fundamental en la mejora de la calidad y los resultados a largo plazo. La calidad lleva a más productividad, al reducirse los costes derivados de reprocesos, errores y retrasos, como al mejorar la utilización de la maquinaria y los materiales. A su vez, la mejora de la productividad conduce a un mayor poder competitivo a largo plazo, como se aprecia en su conocida reacción en cadena.

Este teórico alega que todo proceso es variable y cuanto menor sea la variabilidad del mismo, mayor será la calidad del producto resultante. Las variaciones comunes están permanentemente presentes en cualquier proceso, como consecuencia de su diseño y condiciones de funcionamiento, generando un patrón homogéneo de movilidad, que puede predecirse y por tanto controlarse (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007).

El cambio cultural que Edwards Deming propone para las organizaciones, está expresado claramente en sus famosos 14 puntos, cuya validez fue demostrada en la práctica.

1. **Crear constancia en el propósito de mejorar el producto**, estableciendo objetivos a largo plazo y comunicando la misión de la empresa. Se trata de mejorar invirtiendo en investigación y educación, diseñando nuevos productos e innovando de forma continua.
2. **Adoptar la nueva filosofía**, en la que todos los miembros de la organización (y de forma más acusada, los directivos) asuman los cambios. El objetivo es eliminar despilfarros, los defectos y la falta de productividad en la empresa.
3. **Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad**, ya que la inspección no introduce calidad, sino que está ya debe estar en el producto. Se sustituye la inspección masiva por el control estadístico de los procesos.
4. **Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio**, siendo necesario un cambio de filosofía de compras, ya que la utilización del precio como única variable para la decisión de compra, deja de lado variables tan importantes como la calidad, el tiempo y la fiabilidad en las entregas.
5. **Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio**, pues la calidad debe ser incorporada durante la fase de diseño, partiendo siempre de las necesidades expresadas por el cliente.

6. **Implantar la formación**, hace necesaria la preparación de todos los miembros de la organización, tanto directivos como de los nuevos empleados, para que todos conozcan mejores formas de llevar a cabo su actividad.
7. **Adoptar e implantar el liderazgo**, hacia un nuevo estilo de gestión, requiere que los directores sean verdaderos líderes, ya que la supervisión tradicional ha demostrado claramente su fracaso.
8. **Desechar el miedo**, eliminando el temor a preguntar y equivocarse, para acabar con los problemas de seguridad laboral. Nuevamente en este punto juega un papel clave el liderazgo de la alta dirección, para lograr crear un clima de confianza entre el personal.
9. **Derribar barreras entre los departamentos**, ya que para hacer las cosas bien hay que colaborar y trabajar en equipo. Para ello se requieren unos cauces de comunicación adecuada, nuevos sistemas de evaluación y recompensa basados en el trabajo en equipo y una formación adecuada.
10. **Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas**, para que la mano de obra incremente la productividad, ya que generan frustración en los trabajadores, al ser el sistema causante de la mayoría de los fallos. De nada sirven esos eslóganes si el trabajador no cuenta con los medios adecuados para alcanzar el nivel de calidad deseado.
11. **Eliminar cupos numéricos** para la mano de obra y los objetivos numéricos de los directivos, sustituyéndolos por el liderazgo y la mejora continua, ya que una vez alcanzados se pierde la motivación para seguir mejorando y su cumplimiento puede llevar a una pérdida de calidad del producto.
12. **Eliminar las barreras que impiden que la gente esté orgullosa de su trabajo**, entre estas barreras se encuentran la evaluación anual de rendimientos, que solo tienen en cuenta el resultado final y no el tiempo dedicado a mejorar el proceso a colaborar con otros compañeros.
13. **Estimular la educación y la auto mejora de todo el mundo**, dado que los miembros de la organización deben constantemente mejorar su educación (ampliando sus conocimientos más allá de las habilidades específicamente relacionadas con su puesto de trabajo) y la dirección debe colaborar con dicho desarrollo personal de sus empleados, ya que todos pueden y deben aportar ideas para la mejora de su puesto de trabajo.
14. **Actuar para lograr la transformación**, ya que todo el personal de la empresa debe estar comprometido en la mejora y para ello es útil la creación de una nueva estructura organizativa (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007).

Crosby y la teoría cero defectos

Philip B. Crosby fue vicepresidente corporativo de calidad en International Telephone and Telegraph (ITT), y consultor de empresas, así como autor de varios libros (Quality is Free, vendió más de un millón de ejemplares). Define la calidad como conformidad con los requisitos, y asegura que las empresas despilfarran recursos realizando incorrectamente procesos y repitiéndolos. Así llega a afirmar que “en las empresas de servicios, una de cada tres personas está dedicada a tiempo completo a rehacer las cosas, verificar las cifras o pedir disculpas a alguien”. De ahí es que su teoría se apoya en el “cero defectos” y en hacerlo bien a la primera”.

Los cero defectos consisten en hacer lo adecuado en el momento establecido, implica contar con requisitos claros, capacitación, actitud positiva y un plan. Para mejorar la calidad debe existir un director de calidad que debe responsabilizarse de los problemas sobre calidad de manera integral, con una dirección comprometida que actúe de forma coherente en función de las políticas establecidas.

La empresa debe entender que los resultados solo pueden ser logrados por medio de la educación y formación. De forma resumida, Crosby recomienda 14 pasos para lograr la mejora de la calidad (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007).

1. Compromiso de la dirección.
2. Equipo de mejora de la calidad.
3. Medida de la calidad.
4. Análisis de costes la calidad.
5. Toma de conciencia por parte de todos los trabajadores.
6. Implantación de medidas correctivas.
7. Planificación del día de cero defectos.
8. Educación de los trabajadores.
9. Día de cero defectos.
10. Establecimiento de objetivos.
11. Eliminación de las causas de error.
12. Reconocimiento del personal.
13. Consejos de calidad.
14. Volver a empezar.

Teoría Z de William Ouchi: Competitividad y Productividad

La "teoría Z" también llamada "método japonés", es una teoría administrativa desarrollada por William Ouchi y Richard Pascale (colaborador), quienes, al igual que McGregor al contrastar su teoría Y a una teoría X, la contrastaron con una "teoría A". (Educarm, 2018)

Básicamente Ouchi considera que hay tres tipos de empresas, la del tipo A que asimiló a las organizaciones americanas, las del tipo J que asimiló a las firmas japonesas, y las de tipo Z que tienen una nueva cultura (López & Carlos, 2004).

Esta nueva cultura "Z" está llena de características poco aplicadas en las empresas de occidente de la época, y más bien recoge ciertas características comunes a las de las compañías japonesas. La teoría Z es participativa y se basa en las relaciones humanas, pretende entender al trabajador como un ser integral, que no puede separar su vida laboral de su vida personal, por ello invoca ciertas condiciones especiales, se trata de crear una nueva filosofía empresarial humanista, en la cual la compañía se encuentre comprometida con su gente (López & Carlos, 2004).

PRINCIPIOS: Son tres los principios básicos de la teoría de Ouchi: Confianza, Atención a las relaciones humanas y Relaciones sociales estrechas, sin embargo Ouchi identificó los siguientes trece pasos que permiten transformar la organización en una empresa Z:

1. Comprender primeramente el Tipo Z de organización y el papel que han de jugar los participantes en la transformación.
- 2.- Reevaluar la filosofía establecida en la organización a punto de transformarse.
- 3.- Definir la nueva filosofía a implementar y hacer partícipe a la directiva de la nueva dirección a tomar.
- 4.- Comenzar la implementación creando las estructuras y los incentivos.
- 5.- Desarrollar los lazos personales entre los participantes de la nueva organización.
- 6.- Re-evaluar el progreso hasta este punto.
- 7.- Participar al sindicato en el proceso.
- 8.- Estabilizar el número y categorías de empleados.

- 9.- Establecer el sistema (lento) de evaluación y promoción de los trabajadores.
- 10.- Ampliar y generalizar las carreras de los trabajadores.
- 11.- Implementación final hasta este punto.
- 12.- Promover la participación y dedicación de los trabajadores a la organización.
- 13.- Promover la dedicación totalmente envolvente entre los empleados. Esto incluye todos los aspectos de la vida social y familiar de estos. (López & Carlos, 2004)

Definición de las PYMES

El Servicio de Renta Internas de Ecuador (SRI, 2012), manifiesta que las PYMES “son un conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos, presentan características propias como entidades económicas.

Las pequeñas y medianas empresas son consideradas como el eje motor de la economía en muchos países, debido a que generan más empleo en el interior de una determinada nación, (Dilmar Danielo & Chávez Granizo, 2018).

PYMES en el Ecuador

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017), menciona que la región en donde existen más PYMES es en la costa, con un número de 85.363 empresas, seguido por la región sierra, aunque con una diferencia mínima posee un número de 85.069 unidades de negocios; el oriente cuenta con 8.839 PYMES, y la región insular con apenas 559, (Dilmar Danielo & Chávez Granizo, 2018).

Las PYMES en Ecuador, de acuerdo a directorio de empresas del (INEC, 2017), se clasifican según su actividad económica, definida de la siguiente manera: administración pública, administrativos, agricultura, alojamiento, artes, científica y técnica, comercio, construcción, enseñanza, financiera, información, inmobiliaria, manufactureras, minas y canteras, otros servicios, salud humana, suministro de energía y transporte.

El (INEC, 2017) de acuerdo al documento Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador 2009 – 2013, al referirse a la heterogeneidad entre agentes, propone cinco categorías de empresas: microempresas, pequeñas, medianas A, medianas B y grandes. Se toma como referentes para esta clasificación las ventas anuales en dólares, considerando como microempresa a aquellas que tienen ventas hasta \$ 100.000, pequeñas si las ventas varían entre \$100.001 y \$1.000.000, medianas A entre \$1.000.001 y \$2.000.000, medianas B entre \$2.000.001 y \$5.000.000, finalmente grandes, cuyas ventas superan los \$5.000.000.

Tipos de empresas de Distribución de Energía

Los datos del (INEC, 2017) muestran que en Ecuador existen aproximadamente 1000 empresas dedicadas a la distribución o suministro de energía, en Manabí existen 33 de, las cuales se encuentran categorizadas según su tamaño: microempresas, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa.

Según el directorio de empresas (INEC, 2017), la actividad económica que realizan estas organizaciones se clasifican de la siguiente manera: Producción y distribución de agua fría con fines de refrigeración para la elaboración de productos alimenticios y otros fines; Actividades de operación de instalaciones de

generación de energía eléctrica y otros; Operación de sistemas de transmisión y distribución de energía eléctrica; Actividades de transporte, distribución y suministro de combustibles gaseosos de cualquier tipo.

Tipo de Energía de las empresas

Como se antecedió, las empresas seleccionadas en la muestra de esta investigación pertenecen a las PYMES dedicadas a la actividad de “producción y distribución de agua fría con fines de refrigeración, incluye la producción de hielo para la elaboración de productos alimenticios y otros fines”.

La energía consumida en la fabricación de una tonelada de hielo es trascendente, ya que influye en los costos de fabricación. Por otra parte, la capacidad instalada también se reviste de gran interés, ya que determinará el equipo de suministro de energía que necesitará la fábrica. (Según la Familia de Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO - ONU).

Antecedentes de la Competitividad

La competitividad es uno de los conceptos más estudiados y al mismo tiempo más controvertido en ámbitos de investigación académica, empresarial, gubernamental y medios de difusión. Es posible apreciar cierto consenso entre los investigadores al señalar que la competitividad de la empresa está determinada por tres tipos de factores o fuentes: los relativos al país donde la empresa se ubica (efecto país o efecto territorio), los derivados del sector al que pertenece (efecto sector o efecto industria) y los que tienen su origen en la propia empresa (efecto empresa), (Galán y Vecino, 1997). Este terceto de efectos tienen un carácter aditivo, de manera que el impacto sobre la competitividad es la suma de cada uno de los efectos (Martínez, Abando, & Mata, 2010).

Planificación estratégica

Por medio de la planificación estratégica se identifica claramente cómo se visualiza la organización, se establece la dirección que debe seguir, y cuanto tiempo tomara para alcanzar las metas propuestas, (Fernandez & Rosales, 2014).

El planeamiento estratégico es un proceso de aprendizaje y las instituciones tardan algunos años en incorporarlo a su gestión, tras ensayos y errores, esfuerzos que rinden fruto al cabo del tiempo. De una parte, tiene que asimilarse el esquema conceptual, herramientas y metodologías que no son de fácil aplicación para llegar a una adecuada formulación estratégica (Ogliastri, 2009).

Gestión empresarial

La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les capacita y recicla, seguirán trabajando como siempre. No se percatan que han pasado a una tarea distinta y pretenden aplicar las mismas recetas que antaño.

Funciones Principales:

- Considerar la misión de la organización definiendo claramente sus objetivos.

- Preparación del personal de la empresa para que trabaje con eficacia a través del reciclaje y de la formación permanente.
- Identificar, mejorando o corrigiendo los impactos de los cambios sociales que puedan afectar a la organización, teniendo en cuenta sus efectos y adaptarlos convenientemente al objetivo y misión de la organización.

Para concebir el papel de la gestión en el mundo de la empresa, es esencial comprender que las personas tienen una naturaleza orgánica en vez de mecánica. En definitiva, nos parecemos más a los sistemas del mundo natural que al de las máquinas. Una empresa progresa a través de un complicado desarrollo de relaciones que afectan a toda su organización, en vez de un comportamiento, según unos principios simples de causa-efecto (Rubio Domínguez, 2006).

Tecnología

Hoy la tecnología aplicada al ámbito empresarial, carece de sentido si no se considera como una herramienta integrada en los procesos de la empresa, (Amparo, 2004).

Todas esas nuevas posibilidades tecnológicas necesitan una infraestructura sólida y eficaz, que tiene que dar respuesta a una serie de nuevos requerimientos. Los atributos son:

- Debe ser un entorno integrado, porque de lo contrario sería incapaz de dar servicio a esa empresa plenamente compuesta, interna y externamente, a la que nos dirigimos.
- Debe ser un entorno virtual, en el sentido en que todos los elementos de la infraestructura de una empresa deben poder ser gestionados y utilizados como si de un único ordenador virtual se tratara, lo que permite aprovechar al máximo todo el potencial de la infraestructura, incluso de recursos dispersos geográficamente.
- Debe ser autónoma, en el sentido de que la tecnología tiene que contar con una creciente capacidad de autogestión, auto reparación y autorregulación, porque este es el único medio razonable para asumir la gestión de unos sistemas informáticos que tienden inevitablemente a un progresivo aumento de su complejidad.
- Y finalmente, deben ser entornos basados en estándares que aseguren la adecuada capacidad de intercomunicación, interoperabilidad y portabilidad (Amparo, 2004)

Calidad de servicio

Entre la segunda mitad del S. XVIII y principios del S. XIX se produce la revolución industrial con todas sus implicaciones tecnológicas, sociales, económicas y laborales, período histórico a partir del cual, se concibe la calidad como elemento de medición sobre la producción (Hernández de Velazco, Chumaceiro, & Atencio Cárdenas, 2009).

Calidad se infiere según dos principios: el de inspección del producto y el de reconocimiento de las habilidades artesanales; en la inspección, el consumidor se orientaba por sus propios conocimientos, experiencias o intuición; en el reconocimiento del artesano, el cliente confía en las habilidades, reputación y prestigio del productor (Hernández de Velazco, Chumaceiro, & Atencio Cárdenas, 2009).

Juran y Gryna (1998) plantean que la calidad de un producto o servicio, es la caracterización del artículo o servicio obtenido en el proceso de producción, que determina el grado de su correspondencia con el conjunto de exigencias establecidas por los consumidores (Hernández de Velazco, Chumaceiro, & Atencio Cárdenas, 2009)

Satisfacción del cliente

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente, ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas (Thompson, 2005).

Como se vio en la anterior definición, la satisfacción del cliente está conformada de varios elementos:

1. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo, y se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

Promesas que hace la empresa.

Experiencias de compras anteriores.

Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).

Promesas que ofrecen los competidores.

La empresa debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas, por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas y las empresas no cumplen, los consumidores se sentirán decepcionados luego de la compra, (Pérez Aguilera, 2017).

Calidad

La Administración de la Calidad Total [TQM], por sus siglas en inglés, es una filosofía de gestión que surge como producto de la integración de tres estilos de gestión de la calidad desarrollados por Deming, Juran y Crosby. Para Deming, el padre del TQM, la calidad es definida según el cliente y sus necesidades, por lo cual la dirección debe destinar recursos y esfuerzos a la investigación del consumidor. Las bases de su filosofía de calidad residen en la teoría y pensamiento estadístico, con la aplicación de métodos descriptivos en el círculo de mejoramiento continuo, conjuntamente con herramientas para mejorar la calidad en los procesos (Deming, 1989).

Servicio

En la actualidad el servicio está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente, donde se satisfagan las necesidades. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, técnicos, financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir (Restrepo F, Restrepo Ferro, & Estrada Mejía, 2006).

Uno de los mayores problemas que existen en el área de servicios, es la poca disposición de los directivos por concebir esta área como una estrategia más de marketing. Demasiados la ven únicamente como parte del servicio posventa; es decir, algo que se relaciona con una venta ya realizada, no con las ventas que se generarán en el futuro. Estudios demuestran que en la actualidad, en muchas empresas,

el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad (Tschohl, 2001).

Hipótesis General

La calidad de servicio incide como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Hipótesis Específicas

1. El servicio al cliente incide como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.
2. La gestión del recurso humano incide como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.
3. La planificación estratégica incide como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Metodología empleada

Se aplicó método inductivo completo, pasando de lo general a lo particular, para ello se realizaron conclusiones que parten de los resultados de las hipótesis y los antecedentes descritos.

Tipos de investigación aplicada

Investigación Descriptiva: La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber cuándo, cómo y por qué el sujeto de estudio debe ser analizado. En otras palabras y relacionada a la temática, la información obtenida de un análisis descriptivo, detalla perfectamente a una organización, consumidor, objetos, conceptos y cuentas (Mohammad, 2015).

Investigación documental: Según (Salkind, 1999) “consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento, respecto al tema de objeto de estudio”.

Investigación correlacional: La investigación correlacional mide el grado de relación entre las variables del sujeto de estudio.

Investigación Biográfica: Es aquella que se levanta de diferentes tipos de información bibliográfica, referente al fenómeno de estudio.

Diseño de investigación Instrumento

La técnica que se utilizará en la investigación para obtener datos cuantitativos y cualitativos acerca de las variables es la encuesta, que consiste en el desarrollo de un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el objetivo de recopilar información verídica de las personas.

El cuestionario consta de 15 preguntas, mismas que fueron realizadas con base en las variables de estudio, utilizando un instrumento en escala de Likert. También se recopilaron datos a través de una entrevista estructurada con 19 ítems, la intención de la misma era levantar información de trabajadores y directivos de las empresas.

Los instrumentos de investigación utilizados en esta investigación (encuesta y entrevista) fueron evaluados por expertos en Marketing de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Unidad de análisis

Se decidió estudiar el sector Industrial de las PYMES en la zona de Manabí, y dentro de la misma se eligió como unidad de análisis a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Manta, ubicadas en la parroquia a los Esteros. Las PYMES escogidas son las siguientes: Fábrica Mar hielo CIA. LTDA, Industria Comercio Servicio Incoser S.CC, y la Fábrica Anmaice S.A.

Dimensión de la muestra y población

La muestra se obtuvo a través de la fórmula estadística finita, utilizando el método probabilístico aleatorio simple, en base a la población económicamente activa del cantón Manta, (66.442 habitantes) de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, 2017..

Formula:

$$\frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + (N)(e)^2}$$

Dónde:

N= total de la población (66,442)

Z = nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad de que ocurra el evento 50% (0,5)

q= probabilidad de que no ocurra el evento 50% (0,5)

E= margen de error (0,05)

n= tamaño de muestra (?)

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * (66.442)}{1.96^2 * (0.5) * (0.5) + (66.442) * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 66.442}{3.8416 * 0.25 + 66.442 * 0.0025}$$

$$n = \frac{64002.98}{167.56} = 382$$

Recolección de datos

Observación: Basada en la vista y recorrido por las instalaciones de las PYMES seleccionadas, así como el diálogo, entrevistas con clientes y trabajadores de las empresas. La observación permitió conocer la realidad existente de las unidades de negocio de suministro de energía en la ciudad de Manta, además conocer datos relevantes relacionados con el problema de estudio.

Datos Primarios: Fueron datos recolectados directamente de la realidad existente que viven cada una de las empresas estudiadas.

Encuesta: Se corrió la encuesta a los clientes de la empresa, para así recopilar información acerca de las principales variables de estudio, como son: la calidad de servicio y competitividad.

Entrevista: Correspondió a una entrevista dirigida a los trabajadores y directivos, con el fin de obtener información acerca de las actividades y desempeño de cada área de trabajo, con enfoque en las variables de estudio.

Datos Secundarios: Corresponden a textos y escritos que se encuentran en distintas bases y que han sido investigadas.

Resultados

Análisis de fiabilidad.

Como criterio general, George y Mallery (2003) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa >.9 es excelente

Coeficiente alfa >.8 es bueno

Coeficiente alfa >.7 es aceptable

Coeficiente alfa >.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >.5 es pobre

Encuesta

Escala: ALL VARIABLES

Tabla 2: Análisis de fiabilidad encuesta

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	15

Fuente: Autores de la Investigación - IBM SPSS Statics

Análisis: El instrumento de encuesta de 15 preguntas según el software estadístico IBM SPSS STATICS posee una fiabilidad de 0,991, según el análisis del Alfa de Cronbach indica que el coeficiente del instrumento es excelente.

Entrevista

Tabla 3: Análisis de fiabilidad entrevista

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	19

Fuente: Autores de la Investigación - IBM SPSS Statics

Análisis: El instrumento de entrevista de 19 preguntas, según el software estadístico IBM SPSS STATICS posee una fiabilidad de 0,943, de acuerdo al análisis del Alfa de Cronbach expresa que el coeficiente del instrumento es excelente.

Prueba de hipótesis

Para realizar la prueba de hipótesis se utilizó el método de coeficiente de correlación de Spearman, en el programa estadístico IBM SPSS STATICS.

La interpretación del coeficiente rho de Spearman concuerda en valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva; valores próximos a - 1 demuestran una correlación fuerte y negativa; valores próximos a cero indican que no hay correlación lineal. Los signos positivos o negativos solo indican la dirección de la relación; un signo negativo indica que una variable aumenta a medida que la otra disminuye o viceversa, y uno positivo que una variable aumenta conforme la otra también lo haga y disminuye si la otra también lo hace (Martínes, Tuya, Martínes, Perea, & Canovas, 2009).

Hipótesis General

H0: La Calidad de servicio NO INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

H1: La Calidad de servicio SI INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Tabla 4: Hipótesis General

Correlaciones				
			CALIDAD DE SERVICIO	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,672**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

Fuente: IBM SPSS Statics

En la comprobación de la hipótesis general a través del software estadístico SPSS, con el método Rho de Spearman, se establece un nivel de correlación significativo, con el valor 0,672, el cual se encuentra más cercano a 1, interpretándose como un coeficiente de correlación positiva y regular entre las variables calidad de servicio y competitividad.

El procesamiento de los datos demuestra una significación de (0,000), por lo tanto se descarta la hipótesis nula H0, aprobando de esa manera la hipótesis alternativa H1. Se concluye que la calidad de servicio INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Hipótesis Específicas

Hipótesis Especifica 1.

H0: El servicio al cliente NO INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

H1: El servicio al cliente SI INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Tabla 5: Hipótesis Especifica 1

Correlaciones			SERVICIO AL CLIENTE	COMPETITI VIDAD
Rho de Spearman	SERVICIO AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	1,000	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,837**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

Fuente: Autores de la Investigación - IBM SPSS Statics

En la comprobación de la hipótesis específica # 1 a través del software estadístico SPSS, con el método Rho de Spearman, se establece un nivel de correlación significativo, con el valor 0,837 cercano a 1, indicando un coeficiente de correlación positiva o buena entre el servicio al cliente y la competitividad.

El resultado obtenido en el procesamiento de datos demuestra una significación bilateral de (0,000) por lo tanto se descarta la hipótesis nula H0, aprobando de esa manera la hipótesis alternativa H1, dando como conclusión que el servicio al cliente INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Hipótesis Especifica 2

H0: La gestión del recurso humano NO INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

H1: La gestión del recurso humano SI INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Tabla 6: Hipótesis Específica 2

Correlaciones			GESTION DEL RECURSO HUMANO	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTION DEL RECURSO HUMANO	Coeficiente de correlación	1,000	,799**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,799**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

Fuente: Autores de la Investigación - IBM SPSS Statics

En la comprobación de la hipótesis específica # 2 a través del software estadístico SPSS, con el método Rho de Spearman, se establece un nivel de correlación significativo, con el valor de 0,799, cuyo dato se encuentra más cercano a 1, revelando un coeficiente de correlación positivo y bueno entre las variables de estudio.

El resultado obtenido en el procesamiento de datos, demuestra una significación de (0,000), por lo tanto se descarta la hipótesis nula H0, aprobando de esa manera la hipótesis alternativa H1. La conclusión es que la gestión del recurso humano INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Hipótesis Específica 3

H0: La planificación estratégica NO INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

H1: La falta de planificación estratégica SI INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Tabla 7: Hipótesis Específica 3

Correlaciones				
			PLANIFICACIÓN ESTRÁTEGICA	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	PLANIFICACIÓN ESTRÁTEGICA	Coeficiente de correlación	1,000	,994**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,994**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

Fuente: Autores de la Investigación - IBM SPSS Statics

En la comprobación de la hipótesis específica # 3 a través del software estadístico SPSS, con el método Rho de Spearman, se establece un nivel de correlación significativo de 0,994, muy cercano a 1, mostrando un coeficiente de correlación excelente entre las variables de estudio.

El resultado obtenido en el procesamiento de datos, demuestra una significación bilateral de (0,000), por lo tanto se descarta la hipótesis nula H0, aprobando de esa manera la hipótesis alternativa H1. Se determina que la de planificación estratégica INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta.

Discusión

En la presente investigación se evidenciaron diferentes factores que contribuyen en la competitividad de las PYMES objeto de estudio, y el nivel de calidad que brindan estas empresas.

Tomando en cuenta los datos obtenidos en la encuesta y entrevistas realizadas, se demuestra que se debe mejorar el nivel de calidad del servicio en las PYMES de distribución de energía, siendo indispensable entonces que las empresas se enfoquen en optimizar el servicio, para esto los empleados son clave, puesto que estas organizaciones deben contar con profesionales capacitados, con una sólida formación; otro elemento que deben predisponer es una buena actitud de atención al consumidor, para lograr entablar una sólida relación. Las PYMES del sector distribución de energía en Manta, deben realizar esfuerzos para capacitar a su personal, pues los resultados obtenidos muestran un déficit en esta área. La capacitación permitirá mejorar los niveles de conocimientos y habilidad de los empleados, propendiendo a lograr que la empresa sea más eficiente y competitiva.

El estudio demuestra además, que las PYMES no realizan planificación estratégica, son pocas las empresas que efectúan una planeación adecuada. El plan estratégico sirve como guía para cumplir aquellos objetivos empresariales que se han planteado, para así lograr el éxito, además permite que los colaboradores puedan desempeñar mejor sus roles en base a las metas trazadas.

Conclusiones

Se realizó un estudio empírico de los factores de competitividad empresarial en las PYMES del cantón Manta, con la finalidad de examinar el nivel de calidad de servicio que brindan las empresas; las PYMES fueron seleccionadas según una muestra en el sector los Esteros. La investigación dio como resultado la validación de las hipótesis planteadas, demostrando así que las variables seleccionadas se correlacionan. Los objetivos generales y específicos de la investigación también fueron cumplidos.

Se comprobó a través del método de Rho de Spearman en el software estadístico SPSS la hipótesis general “la calidad del servicio INCIDE como factor de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta”. La hipótesis comprueba que mientras más alta sea la calidad del servicio, mayores resultados se obtendrán y la competitividad empresarial mejorará.

En la hipótesis específica # 1 “el servicio al cliente INCIDE como factor determinante de competitividad en las PYMES sector distribución de energía en Manta” fue validada a través del software estadístico SPSS Statics, con el método Rho Spearman. Se comprueba en la hipótesis que el servicio al cliente es uno de los principales factores de competitividad en la actualidad, los clientes buscan y esperan que la asistencia que los empleados brinden, superen sus expectativas y cubran todas aquellas necesidades insatisfechas. El servicio al cliente no implica solo un trato amable, va mucho más allá, se trata de que los trabajadores de las empresas desarrollen una actitud de servicio, con eficacia y calidad.

La hipótesis específica # 2 “la gestión del recurso humano INCIDE como factor determinante de competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta”, es otro supuesto que a través de este estudio se comprobó; con la aplicación del método de Rho Spearman en el software estadístico SPSS, se comprueba que la gestión del recurso humano incide en la calidad de servicio que brindan las empresas como factor determinante de competitividad. Los empleados de las empresas son un eje fundamental e importante para el desarrollo de las mismas, por lo que es necesario capacitarlos en diferentes áreas, para que desdoblen sus habilidades y mejoren sus conocimientos.

Según la hipótesis específica # 3, se comprueba que “la planificación estratégica INCIDE como factor determinante en la competitividad en las PYMES del sector distribución de energía en Manta”, para la demostración se realizó un análisis en el software estadístico IBM SPSS Statics; con el método Rho Spearman se valida que la planificación estratégica es una herramienta esencial en todas las organizaciones, para que mejorar su competitividad; las PYMES deben realizar una correcta planificación si quieren lograr sus objetivos y metas, como también éxito y rentabilidad.

Finalmente, el estudio demuestra que las PYMES deben trabajar en el perfeccionamiento del servicio al cliente, invirtiendo en la gestión del recurso humano, capacitando y motivando a su personal, además, requieren de una correcta planificación para alcanzar mejores resultados desde el punto de vista financiero y de mercado.

Bibliografía

- Amparo, M. (2004). "La innovación, clave para la competitividad empresarial". *Universia Business Review*, ISSN: 1698-5117, N°. 1. Pg. 128-136.
- Philip B. Crosby. (1965). "Teoría cero defectos". Ed. Crosby Associates Spanish. USA.
- Chávez Cruz, G., Campuzano Vázquez, J., & Betancurt Gonzaga, V. (2018). "Las micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica de Machala". *Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*. ISSN: 1990-8644 Vol. 14 Núm. 65. Pg. 247-255.
- Deming, W. E. (1989). "Calidad productividad y competitividad la salida de la crisis". Ed. Diaz de Santos. España.
- Desingroc. (2018). "Formacion comercial". Recuperado el 18/05/2019, 11:15, de: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-ventas/organizar-departamento-comercial/>.
- Directorio de Empresas del Ecuador (2017). "Boletín anual de empresas". DIEE. Ecuador.
- Dilmar Danielo, D. D., & Chávez Granizo, G. P. (2018). "Las PYMES en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento". *Revista. Observatorio de la Economía Latinoamericana*. ISSN: 1696-8352.
- Educarm. (2018). "Teoria Z". Recuperado el 01/06/2019, 21:30 de: www.educarm.es › portal › ficheros › websDinamicas › la_teora_z
- Estrada Mejía, S. (2007). "Predominio del estilo de liderazgo en la evolución de la administración". *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, XII (35), 287-292. ISSN: 0122-1701.
- Fernandez, S., & Rosales, M. (2014). "Administración educativa: la planificación estratégica y las prácticas gerenciales integrando la tecnología, su impacto en la educación". *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*. ISBN: 13-978-84-7666-210-6. Argentina.
- Galán & Vecino. (1997). "Fuentes de rentabilidad". *Revista Europea de Dirección y Economía de Empresa*. Vol. 6, No.1.
- George, D., & Mallery, P. (2003). "SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update" (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C., & Atencio Cárdenas, E. (2009). "Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos". *Revista Venezolana de Gerencia* Vol. 14. No. 47. ISSN: 1315-9984.
- Hernández, J. S. (2010). "Introducción a la administración". 5ta Edición. Ed. McGraw-hill. México.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2017). "Directorio de empresas". Recuperado el 16/05/2019, 22:52, de: <http://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2war/paginas/administracion/direcEmpresarial.xhtml>
- Juran, J. M. (1988). "Trilogía de la calidad de l metodo Juran". Ed. MacGraw Hill. México.

- López, & Carlos. (2004). "La Teoría Z de William Ouchi". Recuperado el 02/06/2019, 01:22, de: http://www.oocities.org/es/carola_ccm/sem/Locales/TeoriaZ.pdf
- Luna Correa, J. E. (2014). "Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato". Recuperado 15/05/2019, a las 09:22 de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/problemas-pymes.html>
- Martínes, O. R., Tuya, P. L., Martínes, O. M., Perea, A. A., & Canovas, A. M. (2009). "El coeficiente de correlacion de los rangos de spearman caracterizacion". Scielo.
- Martinez, S. M., Abando, C., & Mata, A. d. (2010). "Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la vbr: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol.16, No.2. ISSN: 1135-2523. Pg.165 -18.
- McGregor, D. "The Human Side of Enterprise. Ed. McGraw-Hill. USA.
- Miranda, G. F., Chamorro, M. A., & Rubio, L. S. (2007). "Introducción a la gestión de la calidad". Ed. Delta publicaciones. España.
- Mohammad, N. N. (2015). "Metodología de la Investigación". Ed. Limusa. Mexico.
- Ogliastri, E. (2009). "Manual de planificación estratégica". 5ta Edicion. Ed. INCAE. Costa Rica .
- Organización de Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura, FAO – ONU. "El hielo en las pesquerias". Recuperado el 06/05/2019, 19:45, de: Obtenido de Fao Org: <http://www.fao.org/3/t0713s/T0713S06.htm>
- Pérez Aguilera, F. (2017). "Marketing y plan de negocios de la microempresa". Ed. CEP.SL. España.
- Quiñonez Cabeza, M. R. (2012). "Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES): Caso Esmeraldas República del Ecuador. Revista Investigacion y Saberes. Vol.2 No1. ISSN:1390 - 8073.
- Restrepo F, C. E., Restrepo Ferro, L. S., & Estrada Mejía, S. (Diciembre de 2006). Enfoque estratégico de servicio al cliente. Scientia Et Technica, Vol 12(32).
- Rojas Pérez, L. B. (2008). "Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación: Revista Razón y Palabra". No. 63. ISSN: 1605-4806.
- Rubio Domínguez, P. (2006). "Introducción a la gestión empresarial". Ed. Instituto Europeo de Gestion Empresarial". España.
- Salkind, N. J. (1999). "Métodos de Investigación". Ed. Prentice Hall. México.
- Slusarczyk Antosz, M. (2015). "Diagnóstico de aplicación de las NTIC en las PYMES de Riobamba-Ecuador". Revista 3 Ciencias, Vol 4 (2). ISSN: 2254-6529.
- Servicio de Rentas Internas – SRI. (2012). "Boletin anual". Ecuador.
- Thompson, I. (2005). "La Satisfacción del cliente". Recuperado el 10/05/2019, 11:35, de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf
- Tschohl, J. (2001). "Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia". Ed. Service Quality Institute Latin America. Guatemala.
- William Ouchi y Richard Pascale (1984). "Teoría Z". Ed. Hyspamerica. USA.