



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:**

Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil,  
desarrollo digital y COVID-19, año 2020.

**AUTORES:**

Grazzo Zamora, Shannon Geanella

Moreira Arias, Xavier Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
ECONOMISTA**

**TUTOR:**

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías PhD.

**Guayaquil, Ecuador**

**16 de septiembre del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Grazzo Zamora Shannon Geanella** y **Moreira Arias Xavier Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Economista**.

### **TUTORA**

f. 

**Econ. Mendoza Macías Marlene Mariluz PhD.**

### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Guillén Franco Erwin José MAE, MBA**

**Guayaquil, 16 de septiembre del año 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Grazzo Zamora Shannon Geanella**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020** previo a la obtención del título de **Economista**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 16 de septiembre del año 2020**

**LA AUTORA**

f. Shannon Grazzo

**Grazzo Zamora Shannon Geanella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Moreira Arias Xavier Andrés**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020**, previo a la obtención del título de **Economista**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 16 de septiembre del año 2020**

**EL AUTOR**

f. 

**Moreira Arias Xavier Andrés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Grazzo Zamora Shannon Geanella**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 16 de septiembre del año 2020**

**LA AUTORA:**

f. Shannon Grazzo

**Grazzo Zamora Shannon Geanella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Moreira Arias Xavier Andrés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 16 de septiembre del año 2020**

**EL AUTOR:**

f. 

**Moreira Arias Xavier Andrés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA

REPORTE DE URKUND

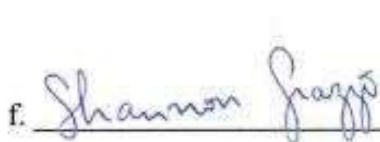

URKUND

Document Information

Analyzed document	TRABAJO SHANNON Y MOREIRA.pdf (378575411)
Submitted	11/3/2020 10:02:00 PM
Submitted by	MARLENE MENDOZA
Submitter email	edmarykuz@gmail.com
Similarity	2%
Analysis address	marlene.mendoza.ucs@analysis.orkund.com

f. 

**ECON. MARLENE MARILUZ MENDOZA MACÍAS, PhD**  
PROFESORA TUTORA- REVISORA TRABAJO DE TITULACIÓN

f.  f. 

**Grazzo Zamora Shannon Geanella**      **Moreira Arias Xavier Andrés**

AUTORES

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre, por su apoyo incondicional  
y sacrificio; a ella le debo quién soy el día de hoy.

A mi abuela, por su eterna paciencia y aliento  
en cada paso de este largo camino,  
siempre con una sonrisa en su rostro.

A mi hermana, por su alegría cuando  
había días grises y no existían ganas.

Y a mis amigos,  
por hacer de la universidad mi mejor etapa.

**Grazzo Zamora, Shannon Geanella**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a mis padres,  
por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años;  
gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí  
y convertirme en lo que soy.

Es un orgullo ser su hijo,

son los mejores padres.

A mi familia en general,  
por siempre alentarme a seguir adelante  
y ser mi inspiración.

**Moreira Arias, Xavier Andrés**

## **DEDICATORIA**

A las tres mujeres de mi vida;  
mi madre, mi abuela y mi hermana.  
Esto es por y para ustedes,  
gracias por siempre creer en mí.

**Grazzo Zamora, Shannon Geanella**

# DEDICATORIA

A mis padres  
y mis hermanos,  
les dedico esto con mucho amor;  
esto se lo debo a ustedes.

**Moreira Arias, Xavier Andrés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Guillén Franco Erwin José MAE, MBA  
DIRECTOR DE CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Pacheco Bruque Marlon Estuardo, MGS  
COORDINADOR DEL ÁREA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Delgado Salazar Jorge Luis, MGS  
OPONENTE**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**CALIFICACIÓN**

---

**TUTORA**

f. 

**Econ. Mendoza Macías Marlene Mariluz PhD.**

# ÍNDICE GENERAL

## Contenido

RESUMEN.....	XX
ABSTRACT.....	XXI
Capítulo I.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 Planteamiento del problema .....	4
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo General .....	6
1.2.2 Objetivos específicos.....	6
1.3 Justificación.....	7
1.4 Hipótesis y/o proposición .....	7
CAPÍTULO II .....	8
2. MARCO TEÓRICO .....	8
2.1 Las MiPyMEs .....	8
2.1.1 Características de las MiPyMEs .....	9
2.1.2 Competitividad País.....	10
2.1.2.1 Factores determinantes de la competitividad país.....	10
2.1.2.2 Índice de competitividad global.....	14
2.1.3 Competitividad en el contexto industrial.....	15
2.1.3.1 Factores de la competitividad en el contexto industrial.....	15
2.1.4 Competitividad empresarial.....	16
2.1.4.1 Factores determinantes de la competitividad empresarial .....	17
2.1.5 Relación entre factores de la cadena de valor y ventaja competitiva .....	19
2.1.5.1 Estrategias de la cadena de valor .....	20
2.1.6 Competitividad microempresarial .....	22
2.1.6.1 Formas de medición de la competitividad empresarial.....	22
2.1.7 Actividades del sector de servicios de alimentos .....	26
2.1.7.1 Tipos del servicio de alimentos .....	27
2.1.8 Desarrollo digital .....	29
2.1.8.1 Desarrollo digital y su relación con las MiPyMEs .....	29
2.1.9 Políticas gubernamentales de apoyo para MiPyMEs .....	30
2.1.9.1 Políticas de salud de las MiPyMEs del servicio de alimentos .....	33

2.2	Marco Conceptual .....	34
2.2.1	Contexto país .....	34
2.2.2	Contexto Industrial .....	35
2.2.3	Interno.....	36
2.3	Marco legal.....	43
CAPÍTULO III .....		46
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
3.1	Método.....	46
3.2	Tipo de investigación.....	46
3.3	Fuentes de recopilación de información .....	47
3.3.1	Fuentes primarias.....	47
3.3.2	Fuentes secundarias .....	47
3.4	Instrumentos de recopilación de información .....	48
3.4.1	Encuesta para MiPyMEs .....	48
3.4.2	Encuesta a consumidores.....	52
3.5	Población y muestra .....	55
3.6	Herramientas de análisis de información.....	58
CAPÍTULO IV .....		59
4.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	59
4.1	Caracterización de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos.....	59
4.1.1	MiPyMEs de Ecuador.....	59
4.1.2	MiPyMEs de Guayaquil .....	67
4.1.3	Inversión empresarial por Sector, Provincia y Guayaquil .....	68
4.1.4	Tipo de servicios de alimentos .....	70
4.2	Desarrollo digital – MiPyMEs de servicios de alimentos de Guayaquil .....	72
4.3	Competitividad del sector de servicios de alimentos - MiPyMEs de Guayaquil frente a la crisis sanitaria .....	76
4.3.1	Competitividad país.....	77
4.3.2	Competitividad en el contexto industrial.....	79
4.3.2.1	Poder de negociación de los clientes .....	79
4.3.2.2	Rivalidad entre empresas .....	80
4.3.2.3	Amenaza de los nuevos entrantes .....	81
4.3.2.4	Poder de negociación de los proveedores .....	81
4.3.2.5	Amenaza de productos sustitutos.....	82

4.3.3	Competitividad interna .....	84
4.3.3.1	Calidad .....	84
4.3.3.2	Eficiencia .....	88
4.3.3.3	Capacidad de servicio al cliente .....	90
4.3.3.4	Innovación .....	92
4.4	Competitividad de las MiPyMEs basado en el indicador de utilidad.....	94
4.5	Precios de servicios de alimentos.....	96
4.6	Políticas de intervención gubernamentales .....	97
4.7	Propuesta de mejoras.....	100
CAPÍTULO V .....		102
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	102
5.1	CONCLUSIONES.....	102
5.2	RECOMENDACIONES .....	105
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	107
7.	ANEXOS .....	117



## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Factores determinantes de la competitividad</i> .....	13
<i>Tabla 2 Pesos del ICG</i> .....	14
<i>Tabla 3 Factores determinantes de la competitividad empresarial</i> .....	18
<i>Tabla 4 Actividades relacionadas con la cadena de valor de M. Porter</i> .....	20
<i>Tabla 5 Estrategias de los bloques genéricos de M. Porter</i> .....	21
<i>Tabla 6 Modelo de competitividad empresarial II</i> .....	23
<i>Tabla 7 Modelo de competitividad microempresarial I</i> .....	25
<i>Tabla 8 Validez de contenido para la encuesta a las MiPyMEs</i> .....	51
<i>Tabla 9 Interpretación del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach</i> .....	52
<i>Tabla 10 Escala de Likert</i> .....	53
<i>Tabla 11 Validez de contenido para la encuesta a los consumidores</i> .....	54
<i>Tabla 12 MiPyMEs del Ecuador - Año 2020</i> .....	56
<i>Tabla 13 Principales características de las empresas de Ecuador</i> .....	60
<i>Tabla 14 Empleados por tamaño empresarial en Ecuador - 2018</i> .....	60
<i>Tabla 15 Ventas totales por tamaño empresarial, Ecuador, diciembre de 2018</i> .....	61
<i>Tabla 16 PIB nominal de los sectores económicos de Ecuador, 2015- 2020</i> .....	62
<i>Tabla 17 Participación de las empresas en Ecuador al tercer trimestre de 2018</i> .....	63
<i>Tabla 18 Empresas del Ecuador según su actividad económica, año 2018</i> .....	64
<i>Tabla 19 Ingresos de actividades de servicios de alimentos de Ecuador 2013-2017</i> .....	66
<i>Tabla 20 Inversión empresarial por sectores económicos del Ecuador</i> .....	68
<i>Tabla 21 Inversión empresarial - Provincia del Guayas</i> .....	69
<i>Tabla 22 Inversión empresarial, ciudad de Guayaquil</i> .....	70
<i>Tabla 23 Índice de competitividad en el Ecuador, año 2019</i> .....	77
<i>Tabla 24 Pilares fundamentales de la competitividad de Ecuador, año 2020</i> .....	78
<i>Tabla 25 Poder de negociación de los consumidores - MiPyMEs</i> .....	80
<i>Tabla 26 Rivalidad entre los competidores</i> .....	81
<i>Tabla 27 Poder de negociación de los proveedores</i> .....	82
<i>Tabla 28 Atención personalizada MiPyMEs</i> .....	84
<i>Tabla 29 Tiempo de espera MiPyMEs</i> .....	85
<i>Tabla 30 Normas de higiene MiPyMEs</i> .....	85
<i>Tabla 31 Frecuencia de limpieza</i> .....	86
<i>Tabla 32 Productos almacenados</i> .....	86

<i>Tabla 33 Indumentaria adecuada de empleados</i> .....	87
<i>Tabla 34 Cultura de salud</i> .....	87
<i>Tabla 35 Distanciamiento social</i> .....	88
<i>Tabla 36 Cultura de costos</i> .....	89
<i>Tabla 37 Aspectos de mejora de eficiencia</i> .....	89
<i>Tabla 38 Despido de colaboradores</i> .....	89
<i>Tabla 39 Estrategias a clientes</i> .....	90
<i>Tabla 40 Demanda de clientes</i> .....	91
<i>Tabla 41 Precios de venta al público</i> .....	91
<i>Tabla 42 Productos y servicios innovadores</i> .....	92
<i>Tabla 43 Procesos internos</i> .....	93
<i>Tabla 44 Investigación y desarrollo</i> .....	93
<i>Tabla 45 Recursos tecnológicos</i> .....	93
<i>Tabla 46 Utilidad promedio anual de las MiPyMEs</i> .....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Modelo Diamante de Porter Ampliado.....</i>	<i>11</i>
<i>Figura 2 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 3 Bloques genéricos de la ventaja competitiva.....</i>	<i>21</i>
<i>Figura 4 Modelo competitividad empresarial I.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 5 Factores internos del modelo de competitividad microempresarial I.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 6 Tasas de crecimiento anual del PIB nominal de tres sectores económicos 2015-2019 y al I trimestre del año 2020.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 7 Utilidades del sector de alojamiento- servicio de comida nacional (Millones de USD).....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 8 Evolución de ingresos MiPyMEs del sector alojamiento - servicios de comidas /Gye.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 9 Acceso a internet - Microempresarios.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 10 Acceso a internet - Empresarios de la micro y pequeña empresa.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 11 Acceso a internet - Empresarios de la mediana empresa.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 12 Acceso a internet – Consumidores.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 13 Personal capacitado en tecnología - MiPyMEs.....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 14 Personal capacitado en tecnología - consumidores.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 15 Tendencia del Ranking mundial de la competitividad País de Ecuador ..</i>	<i>78</i>
<i>Figura 16 Precios de los servicios de alimentos en las MiPyMEs de Guayaquil.....</i>	<i>97</i>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación exhibe como problemática el confinamiento a partir de la pandemia del COVID-19 afectando a la disminución de ventas que ha llevado a varias empresas a cerrar, con despido de personal y retraso en el ciclo operativo de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil ante la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital al año 2020.

El método aplicado es deductivo ya que se parte desde la competitividad global hasta el contexto interno.

Se desarrolla el marco teórico enfocado en las teorías de Michael Porter, en específico la de las 5 fuerzas de Porter que abarcan amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de compradores y proveedores, amenaza de sustitutos y rivalidad entre competidores.

Como principal conclusión, se determina que la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicio de alimentos de la ciudad de Guayaquil es baja debido a que no cuentan con la capacitación e inversión necesaria en tecnología, lo mismo que se vio marcado en la actual pandemia del COVID-19 con resultados no favorables para estas empresas.

**Palabras claves:** era digital, competitividad, MiPyMEs, COVID-19, servicios de alimentos.

## **ABSTRACT**

This research work shows as a problem the confinement from the COVID-19 pandemic, affecting the decrease in sales that has led several companies to close, with layoffs of staff and delay in the operating cycle of the MSMEs in the sector of food services of the city of Guayaquil.

This research aims to analyze the competitiveness of MSMEs in the food service sector of the city of Guayaquil in the face of the health crisis of COVID-19 and digital development by 2020.

The applied method is deductive since it starts from global competitiveness to the internal context.

The theoretical framework is developed focused on the theories of Michael Porter, specifically the 5 forces of Porter that include threat of new competitors, bargaining power of buyers and suppliers, threat of substitutes and rivalry between competitors.

As the main conclusion, it is determined that the competitiveness of the MSMEs in the food service sector of the city of Guayaquil is low because they do not have the necessary training and investment in technology, the same that was marked in the current pandemic of the COVID-19 with unfavorable results for these companies.

**Key Words:** digital era, competitiveness, MSMEs, COVID-19, food services.

# CAPÍTULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

Ante el problema de la disminución de las ventas, despido de personal y retrasos en el ciclo operativo de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos(en adelante SA) de Guayaquil debido a la propagación del COVID-19; el manejo de herramientas digitales se ha vuelto esencial para el funcionamiento de las empresas.

Ante tales problemas surge la interrogante ¿Cómo es la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos en Guayaquil ante la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital?

El objetivo de la investigación es analizar la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil ante la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital al 2020.

La presente investigación se estructura de la siguiente manera: En la primera sección (Capítulo 1) se encuentra la introducción, donde también se explica detalladamente el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, los objetivos, justificación e hipótesis.

En la sección dos se expone el marco teórico, el marco conceptual y el marco legal. Se desarrolla la teoría de la competitividad expuesta por Michael Porter con sus respectivos indicadores a nivel país, industrial e interno.

Se define el marco conceptual de las 5 fuerzas de Porter que se enfoca a nivel interno de una empresa.

Finalmente, se presenta el marco legal donde se exponen las bases legales que se encuentran determinadas en la Constitución para la reactivación de las MiPyMEs.

En la sección tercera se presenta la metodología; se presenta el método utilizado que es deductivo, el tipo de investigación es cualitativa y cuantitativa, las fuentes de información utilizadas como son primarias y secundarias (MiPyMEs y fuentes oficiales), los instrumentos de recolección de información que son encuestas validadas por método Lawshe y las herramientas de análisis que son tablas comparativas con datos nominales y porcentuales en cálculo de Excel.

La cuarta sección muestra el análisis de los resultados obtenidos con su respectiva discusión, y además se plantearán alternativas que ayuden a mejorar la competitividad de las MiPyMEs para lograr mantener su posición en el mercado.

Se analizó la información obtenida de las encuestas realizadas a las MiPyMEs y consumidores del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

Se realizó discusión de los resultados obtenidos con sus respectivos cuadros de análisis por cada variable.

En la quinta sección se presentan las conclusiones del trabajo y las recomendaciones para futuras investigaciones ligadas al tema de investigación.

En la sección seis, se presenta una propuesta de mejora en la que se expone las distintas alternativas con respecto a la innovación, competitividad y tecnología de las MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil.

Antes de concluir, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada. La principal conclusión es que la competitividad de las MiPyMEs es baja debido a eventualidades externas y condiciones de demanda desfavorables, alto grado de rivalidad, barreras de entrada bajas, falta de innovación y obstáculos en tecnología.

Finalmente, se exponen las fuentes bibliográficas utilizadas para el desarrollo de este estudio.

## 1.1 Planteamiento del problema

En esta sección se presenta los problemas que conducen a la realización de la presente investigación. Se inicia con la problemática central como es el confinamiento de las MiPyMEs del sector de servicio de alimentos de Guayaquil, disminución de las ventas, despido de personal, falta de liquidez y cierre de MiPyMEs.

En la ciudad de Guayaquil las MiPyMEs son las principales generadoras de recursos económicos, se han visto terriblemente afectada desde marzo del presente año por causa de la pandemia COVID-19 que ha mermado la actividad comercial al declararse en el acuerdo ministerial número 0000001 el estado de excepción y cese de actividades en determinadas horas productivas desde el 16 de marzo del 2020 desde 6 am – 16pm y luego de 6am – 14pm (Ministerio del Ecuador, 2020, pág. 2).

Uno de los problemas a partir del confinamiento es la disminución de las ventas, según Angulo (2020) en su artículo para el diario Expreso, sección económica del 5 de mayo, párrafo 12, estima que los restaurantes han reducido su facturación entre el 50 % y 70 %. Así mismo Paladines y Catillo (2020) indican que con una paralización del 50 % de la actividad del sector las pérdidas se estiman en \$248 millones, cuando se proyectaba, sin los efectos de la COVID-19, generar \$497 millones en ventas en el 2020. Jácome (2020) en su artículo para el diario digital internacional VOA, sección económica del 4 de mayo, en el párrafo 2 menciona que la crisis se ha agravado por el quiebre de empresas durante los últimos 40 días. Se calcula que cerca de 50.000 trabajadores han sido cesados en sus funciones y están en casa sin salario, ni indemnización por despido.

Pizza (2020) en su artículo para el diario Extra, sección económica del 18 de abril, en el párrafo 7 comenta que “mientras el Gobierno Nacional baraja alternativas para el trabajador por la emergencia sanitaria, en los empleados persiste la incertidumbre. Temen no recibir su sueldo o ser despedidos”. La UDLA (2020) en su boletín de prensa número 6, párrafo 1 expone que, en un escenario extremo de escasez absoluta de ingresos, el 50% de las empresas ecuatorianas resistirían 37 días o menos hasta terminar con la liquidez disponible. Esto debido a la merma en ventas y demanda que está experimentando el país por el fenómeno COVID-19.

Por otro lado, Silva y Orozco en su artículo para el diario El Comercio, sección económica del 8 de abril, en el párrafo 1 comenta que la paralización del



70% del sector productivo genera pérdidas diarias de USD 350 millones y eso está dejando sin oxígeno financiero a las empresas. Así mismo Obiol (2020) en su artículo para el diario Expreso, sección económica del 30 de abril, en el párrafo 17 sostiene que el sector productivo no resiste un día más sin producir, la falta de liquidez está provocando que los negocios pequeños quiebren y que los grandes empiecen a tambalearse.

Según Vásconez (2020) en su artículo para el diario Expreso, sección económica del 30 de abril, en el párrafo 7 expone que “si no se busca una forma de empezar a producir, serán pocas las compañías que puedan mantenerse en pie” De la misma manera, Obiol (2020) en su artículo para el diario Expreso, sección económica del 30 de abril, en el párrafo 17 agrega que “un 30 % del área de restaurantes no tendrá la capacidad para volver a abrir” Según Vásconez (2020) en su artículo para el diario Expreso, sección económica del 30 de abril, en el párrafo 10, indica que:

*“La emergencia sanitaria ha generado diferentes escenarios y problemas para la actividad empresarial y negocios a nivel nacional, y aunque hay sectores y zonas geográficas que se han visto mayormente afectadas, es importante mencionar que todo proceso productivo implica a múltiples proveedores incluso de la micro y pequeña industria en actividades de producción y comercialización...”*

En esta situación las empresas de venta y consumo de alimentos que son de naturaleza MiPyMEs se han visto afectadas ya que para operar necesitan de sistemas de información actualizados que sean capaz de receptar pedidos como también organizar un sistema logístico de entregas oportunas, contactos con clientes y proveedores, así como el manejo de publicidad, teletrabajo, entre otros.

### **Pregunta de investigación**

Por lo que a partir de la problemática narrada se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo es la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos en Guayaquil ante la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar la competitividad de las MiPyMEs del sector del servicio de alimentos en Guayaquil frente a la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital al 2020.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

1. Indagar las distintas teorías acerca de la competitividad empresarial y el desarrollo digital.
2. Caracterizar el sector de servicios de alimentos MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil.
3. Describir el desarrollo digital de las MiPyMEs en el sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.
4. Analizar la competitividad con la que se maneja el sector de servicios de alimentos de MiPyMEs de Guayaquil frente a la crisis sanitaria.
5. Plantear propuestas de mejora de competitividad de las MiPyMEs de Guayaquil.

### **1.3 Justificación**

La importancia de la presente investigación servirá para plantear alternativas para mejorar la competitividad de las MiPyMEs correspondientes al sector de servicios de alimentos de Guayaquil, productos cuya comercialización vía electrónica se encuentra aumentando en forma significativa, también presenta un análisis acerca de la situación de varias MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil y las pérdidas que se reportaron desde el comienzo de la pandemia.

El aporte económico de esta investigación es para las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de Guayaquil con posibles propuestas que contribuyan a la mejora de la crisis económica del COVID-19. El aporte social de este estudio es si las autoridades implementasen las acciones anteriores las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos en Guayaquil podrían retomar empleos, mantener sueldos, parar despidos.

Con respecto al aporte académico, este estudio permite conocer la situación actual de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, sirviendo como fuente de consulta y referencia para nuevas investigaciones y propuestas de problemáticas del sector. Por último, en el aporte profesional permite a los autores el desarrollo de destrezas y habilidades técnicas respecto a la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos

### **1.4 Hipótesis y/o proposición**

La competitividad las MiPyMEs es baja debido a eventualidades externas y condiciones de demanda desfavorables, alto grado de rivalidad, barreras de entrada bajas, falta de innovación y eficiencia, obstáculos en tecnología.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Las MiPyMEs

A inicios del nuevo milenio, la economía de la mayoría de varios países ha generado cambios positivos en el desarrollo de nuevas líneas de negocios, teniendo un mercado más competitivo y sobre todo posicionándose como la fuerza económica más importante debido a su participación y segmentación de mercado. Por tal motivo es importante mencionar definiciones de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) que han aportado al desarrollo de nuevas estrategias comerciales.

De acuerdo con Lladó y Sánchez (2018) las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) son eslabones fundamentales para que las economías de las naciones crezcan y sean competitivas, tanto interna como externa y en la medida que las MiPyMEs crecen, en esa misma medida influyen en el desarrollo del país (p. 36).

*Microempresa:* Castillo, Reyes y Vásquez (2019) la definen como entidad pequeña conformada por un grupo menor a diez empleados, por lo tanto, su capital es reducido y su capacidad productiva limitada, considerada como un negocio familiar o individual dedicada a la producción, comercialización y/o venta de bienes o servicios, utilizando conocimientos y recursos: humanos, tecnológicos, materiales y económicos.

*Pequeña empresa:* Es “una entidad donde la producción y gestión se concentran en una o dos personas responsables de tomar decisiones importantes, representada por trabajadores de empresas familiares, gerentes, sociedades de responsabilidad limitada, anónimas y cooperativas” (González, 2015, pág. 419).

*Mediana empresa:* Méndez (2016) afirma que la mediana empresa “está constituida por aquellas cuyo número de empleados está entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200), o activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes” (pág. 124).

### 2.1.1 Características de las MiPyMEs

En los siguientes párrafos de este apartado se describen las características de las MiPyMEs citadas por los autores Saavedra, Medina, Maleyski, Hernández y Paz.

De acuerdo con Garza (2002) en (Saavedra & Hernández, 2008) “no existe un índice único, que caracterice la dimensión de la empresa de manera adecuada” (pág. 123). Las principales características que han mantenido las MiPyMEs de acuerdo con Medina (2014) son las siguientes:

*Microempresas:* El dueño es el gerente, administrador, operario, vendedor, secretario y generalmente no se fijan sueldo, toman los gastos personales de los ingresos del negocio, comparten local, servicios públicos y vehículo, pero a la hora de calcular costos no suman, compran materia prima para el día a día, generando pérdidas por descuentos y despilfarro de material sobrante, no llevan una adecuada contabilidad ni estadística. Si es una empresa familiar se ingresan los miembros al equipo de trabajo, sin ninguna selección de personal, el empresario suele tener un gran conocimiento del producto que elabora, pero muy poco conocimiento administrativo y por eso en algunas ocasiones se fracasa (Medina, 2014, pág. 9).

*Pequeñas empresas:* Poseen bajo capital de trabajo, dificultad para obtener créditos, tecnología obsoleta, dificultad en la comercialización de sus productos, productos de baja calidad y en el abastecimiento de materias primas e insumos y además tienen personal de trabajo poco calificado (Maleyski, 2015, pág. 33).

*Medianas empresas:* Aunque el dueño del negocio dirige la empresa, contratan a administradores profesionales para que los auxilien, además cuentan con más maquinarias y equipos sofisticados que las pequeñas empresas, se preocupan más por incrementar su negocio en el mercado nacional o internacional a través de fusiones o alianzas estratégicas. Aplican y adaptan tecnología con mucha facilidad pese a que sus operaciones mantienen altos costos de operación (Vargas, 2006, pág. 250).

Las características de las MiPyMEs son; número de trabajadores, tipos de producto, tamaño de mercado, inversión en bienes de producción, volumen de ventas, directores, personal de ventas, ubicación, nivel de tecnología, orientación de mercados, capital invertido y consumo de energía (Saavedra et al., 2008, p. 120).

Por otro lado, Paz (2016) afirma que las MiPyMEs tienen como característica: presupuesto reducido, baja intensidad de capital, fuerte presencia de propietarios, socios y miembros de familia como mano de obra en los negocios poco calificada, poder de decisión centralizado, registros contables, baja inversión en innovación tecnológica, y dificultad al acceso de financiamientos (pág. 39).

## **2.1.2 Competitividad País**

A continuación, se describen teorías relacionadas a la competitividad país y sus factores determinantes, índice de competitividad global, competitividad en el contexto industrial, competitividad empresarial y competitividad interna de la empresa.

Machinea (2007) afirma que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar, teniendo ventaja competitiva mediante innovaciones” (pág. 4). Por su parte Porter (1990) presentó un modelo que permite comprender el proceso para aumentar ventajas competitivas internacionales e identificar cómo los países desarrollan su competitividad, mejorando la cantidad, calidad de los recursos y la capacidad para utilizarlos de manera más eficiente.

### **2.1.2.1 Factores determinantes de la competitividad país**

En esta sección se muestran teorías de los factores determinantes de la competitividad país propuestas por Michael Porter con el diamante de ventaja competitiva y luego los doce pilares de la competitividad país según Fuentes y Véliz.

Para Porter (2006, pág. 162) la competitividad de un país aumenta cuando se trabaja en cuatro factores principales: dotación de factores internos, desarrollo de industrias de apoyo, aumento de las condiciones favorables de demanda y rivalidad de las empresas.

*Dotación de factores:* La dotación de factores como recursos físicos, infraestructura, personal especializado y capital, no solo depende de su naturaleza sino de la capacidad de cómo se procesan estos elementos para tener un elevado grado de eficiencia y efectividad, difícil de imitar por los competidores nacionales y extranjeros.

*Condiciones de demanda:* Se refiere por su naturaleza a la demanda interna es decir la variabilidad de los consumidores de productos y servicios que el sector produce donde la composición, tamaño, ritmo de crecimiento y grado de sofisticación de las empresas influyen en el mercado nacional, brindando mejores necesidades al comprador y creando la competitividad en rivales extranjeros.

*Industrias de apoyo:* Este factor consiste en la presencia o ausencia en la nación de proveedores nacionales competitivos internacionalmente, generando clústeres de empresas competitivas, los cuales surgen de la relación cooperativa entre diferentes industrias vertical u horizontalmente relacionadas.

*Rivalidad de las firmas:* Este factor influye directamente en la creación, organización y gestión de las empresas, así como la competencia interna. La competencia entre rivales nacionales impulsa a las empresas a innovar y mejorar; obligando a reducir costos, mejorando la calidad de los productos, así como una nueva variedad y diversificación de productos y servicios.



Figura 1 Modelo Diamante de Porter Ampliado Tomado de la investigación (Porter, 2014, pág. 15)

En la Figura 1, el Diamante de Porter, presenta cuatro factores básicos fundamentales para generar en una economía la ventaja competitiva y donde se ven condicionados por lo que ocurre en el entorno. En esta parte se mencionan los cuatro factores complementarios que Michael Porter indica en su modelo diamante.

*Hechos imprevistos:* Son incidentes ajenos a una nación donde las empresas o el gobierno no tienen mayor control. Entre estos hechos están: las discontinuidades tecnológicas, cambios significativos en los mercados financieros, decisiones políticas de mercados extranjeros, desastres naturales entre otros (Porter, 2014, pág. 20).

*Desarrollo sostenible:* Este enfoque indica cómo las decisiones políticas de los gobiernos influyen en los sistemas socioeconómicos y ambientales donde se pretenda mejorar la calidad de vida de la población y se emitan normas por parte del gobierno que busquen mejorar la eficiencia con la mayor equidad posible contribuyendo a mejorar la gobernabilidad del país.

*Competitividad verde:* Se considera a las empresas que cuentan con la infraestructura adecuada para una producción limpia, cuyo proceso se basa en normas y estándares ambientales establecidos, se encuentran en una ventaja competitiva con las empresas donde aún no se han adoptado estas políticas y normas ambientales. Por tal motivo se exige un alto control de calidad para el ingreso de productos.

Finalmente, el papel del Gobierno en la competencia internacional puede aumentar o disminuir la ventaja competitiva, pero no puede crearla porque es tarea exclusiva de las empresas exportadoras, además es quien invierte en carreteras, puertos, aeropuertos, educación y salud, impulsando el desarrollo de las industrias.

(Porter, 1991) en (Cadena, Goyes, & Sarrade, 2018, pág. 33) plantea que:

“La ventaja competitiva entre naciones depende de múltiples factores: tales como la productividad para producir bienes y servicios, políticas económicas, legales sólidas y estables, pero más allá de estos, en los factores microeconómicos de un país, la calidad del ambiente de negocios, capacidad estratégica y operativa de las empresas, entre otros aspectos.”



De acuerdo con Fuentes y Véliz (2017, pág. 42) la competitividad país tiene varios componentes que “se han agrupado componentes en tres factores que han determinado la competitividad en 12 pilares”.

Tabla 1 *Factores determinantes de la competitividad*

<b>Requerimientos</b>	<b>Eficiencia</b>	<b>Innovación</b>
Instituciones	Educación Superior	Sofisticación
Infraestructura	Capacitación	empresarial
Estabilidad macroeconómica	Mercado de bienes	Innovación
Salud	Mercado laboral	
Educación básica.	Sofisticación del mercado	

Tomado de la investigación (Fuentes & Véliz, La competitividad global, 2017, pág. 42)

*Requerimientos básicos:* Suelen ser los primeros que abordan los países en etapas tempranas de desarrollo incluyendo las economías que dependen especialmente de la venta de factores de producción, principalmente mano de obra no calificada y recursos naturales (Montoya & Castellano, 2010, pág. 111).

*Eficiencia:* La conforman los países que necesitan empezar a desarrollar procesos de producción más eficientes y aumentar la calidad de su producto para crecer. La competencia del mercado nacional y extranjero es importante para incentivar la eficiencia y la productividad empresarial, de forma que las empresas más eficientes, sean las que prosperen (World Economic Forum, 2014).

*Innovación:* Son áreas más complejas de competitividad que requieren una economía que pueda aprovechar negocios de clase mundial y establecimientos de investigación, como también un gobierno de apoyo. Los países que desean continuar creciendo necesitan incrementar su competitividad a través de la producción de nuevos y diferentes bienes y servicios a través del uso de procesos de producción sofisticados e innovadores teniendo un producto interno bruto elevado (Chacón, 2015, pág. 11).

### 2.1.2.2 Índice de competitividad global

El Foro Económico Mundial (1979) en Cazallo (2019, pág. 125) indica que “el Índice de Competitividad Global (ICG por sus siglas en inglés, en adelante) mide los fundamentos microeconómicos y macroeconómicos de la competitividad nacional, es decir cómo un país utiliza los recursos que dispone y su capacidad para proveer a sus habitantes un alto nivel de prosperidad.

Para (INCAE, 2018) la metodología del ICG se compone de un ranking global y 3 subíndices de los pilares fundamentales de la competitividad país, donde cada pilar se define en base en un conjunto de indicadores tales como: (i) datos duros, provenientes de fuentes oficiales nacionales e internacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, entre otros) y (ii) los datos provenientes de la Encuesta de Opinión Ejecutiva (EOE) calificados en una escala del 1 al 7, donde 1 indica que es la posición más desfavorable y 7, la más favorable al igual que los datos duros en la misma escala.

Se aplica el promedio ponderado de los resultados de la EOE más reciente y los resultados de la Encuesta del año anterior. Cada uno de los indicadores tiene un peso específico, determinado con procedimientos estadísticos, dentro de cada pilar. Asimismo, cada uno de los pilares tiene un peso definido, dentro de la categoría a la que pertenecen, ya sea: Requerimientos básicos, Promotores de Eficiencia o Factores de Innovación y Sofisticación como lo indica la

Tabla 2.

Tabla 2 Pesos del ICG

Etapa de desarrollo	Requerimientos básicos	Promotores de eficiencia	Factores de sofisticación e innovación.
Orientación por factores	60%	35%	5%
Orientación por eficiencia	40%	50%	10%
Orientación por innovación	20%	50%	30%

Tomado de (INCAE, 2018, pág. 1)

### 2.1.3 Competitividad en el contexto industrial

En esta sección se presentan los factores del contexto industrial y, después, los factores internos de la empresa. Respecto al contexto industrial se detallan los aportes de Michael Porter (2008) y factores determinantes de la competitividad empresarial de acuerdo con el modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter como son: poder de negociación de los compradores, poder de negociación de proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores.

#### 2.1.3.1 Factores de la competitividad en el contexto industrial

Dentro del contexto industrial Porter (2008) señala que la competitividad empresarial tiene cinco factores determinantes como son: el poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores conforme lo indica la Figura 2. Michael Porter (2008) indica que los factores determinantes de la competitividad empresarial de acuerdo con el modelo 5 fuerzas competitivas son:

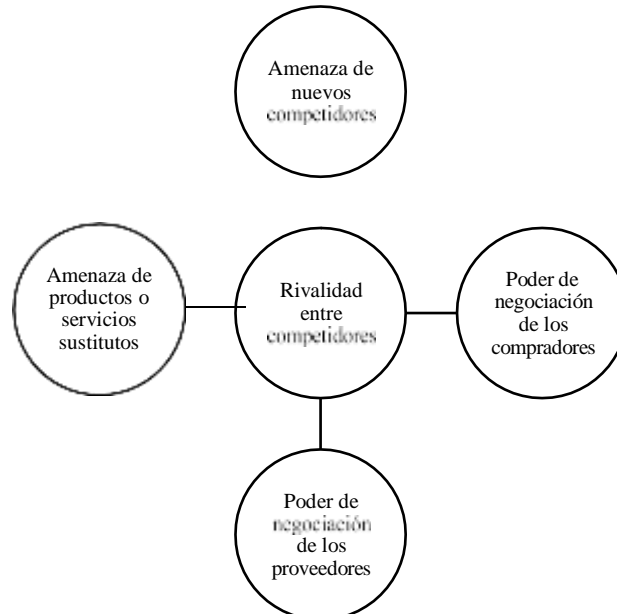


Figura 2 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.

Tomado de (Porter, Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia, 2008)

*Poder de negociación de los compradores:* Los compradores poderosos obligan a rebajar los precios o exigen más valor en el producto, con lo cual se apropian de una parte mayor del mayor.

*Poder de negociación de los proveedores:* Los proveedores poderosos cobrarán precios más altos o insistirán en condiciones más favorables, disminuyendo con ello la rentabilidad de la industria.

*Amenaza de productos sustitutos:* Los sustitutos-productos o servicios que cubren la misma necesidad básica solo que en forma distinta ponen un límite a la rentabilidad de la industria.

*Amenaza de nuevos participantes:* Las barreras contra el ingreso protegen una industria en contra de participantes que aportarían una capacidad nueva.

*Rivalidad entre competidores:* Cuando la rivalidad es intensa, la competencia entre empresas destruirá el valor que crean, pues lo pasan a los compradores con precios más bajos o lo agotan con precios más altos con tal de competir.

#### **2.1.4 Competitividad empresarial**

En este apartado se define la competitividad empresarial con aportaciones de Autores como (Escobar, Guerra, López, 2010) y Porter (1991).

De acuerdo con Escobar, Guerra & López (2010) la “competitividad es la capacidad de las empresas de vender más productos o servicios y de mantener, o aumentar, su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades” (Sánchez, et al., 2019, pág. 51). Sin embargo, Porter (1991) plantea que “las empresas para prosperar deben superar a sus contrincantes y, para ello, los gerentes no solo deben invertir tiempo y dinero en adquirir las últimas tecnologías o en conversar con sus clientes en Internet, sino que además de apostar por iniciativas disruptivas deben aportar un valor añadido al cliente” (Cerem, 2015).

De acuerdo con Porter (2015, pág. 29), la ventaja competitiva:

“resulta principalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores” (...) “...hay dos tipos básicos de ventajas competitivas que puede poseer una empresa: costos bajos o diferenciación. La importancia de cualquier fortaleza o debilidad que posee una empresa es, en su esencia, una función de su impacto sobre el costo relativo o la diferenciación”.

Para Porter (2006, pág. 196) una “empresa tiene ventaja competitiva cuando posee una utilidad mayor a la utilidad promedio de la industria a la que pertenece”. Por otro lado, Águila y Tolamalt (2016) en (Cadena, Goyes, & Sarrade, 2018, pág. 33) argumentan que la competitividad empresarial es “...la capacidad de las empresas que, bajo condiciones de mercado libre y leal, son capaces de diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos ventajosamente en los mercados internacionales generando mayor valor agregado que sus competidores...” Por su parte Díaz (2009) señala que la innovación es la base de la ventaja competitiva, identificar la fuente de la estrategia diferenciadora es el punto de partida de la innovación y si es sistemática, parte de la cultura de la organización, donde se tiene ventaja sostenible en el tiempo (pág. 103).

De acuerdo con el World Economic Forum (2009) señala que “...competitividad involucra componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad de un país está determinada por la habilidad de sostener sus niveles de ingreso, la inversión es uno de los determinantes centrales de los rendimientos siendo clave para explicar la economía en crecimiento” (Saavedra, 2012, pág. 99).

#### **2.1.4.1 Factores determinantes de la competitividad empresarial**

En esta sección se presentan los diversos factores determinantes de la competitividad empresarial, entre los factores internos de competitividad empresarial se destacan los aportes de Michael Porter (2014) la calidad, la eficiencia, la capacidad de satisfacción del cliente y la innovación. También a nivel de factores internos se presentan las aportaciones del autor, y del autor Berumen (2006), quien refiere que los determinantes de la competitividad son el precio y el costo mientras que Ávalos (2020) sostiene que los factores determinantes de la competitividad son: estrategias competitivas, recursos y capacidades.

Los factores determinantes de la competitividad empresarial para las MiPyMEs son aquellos que generan mayor impacto en la rentabilidad de estas. De acuerdo con Porter (2014, pág. 35) los factores calidad, eficiencia, capacidad de satisfacción al cliente e innovación, afectan directamente al precio y costo del producto o servicio como lo indica en el siguiente detalle:

*Calidad:* La calidad de un producto o servicio es la base de la ventaja competitiva de la empresa, es decir que, si se dedica a mejorarla, tendrá relación inversa donde deberá subir el precio, disminuyendo los costos (Porter, 2014, pág.35).

*Eficiencia:* La eficiencia se mide por los costos de los insumos necesarios para generar un producto determinado, mientras más eficiente sea una organización, menor será el costo de los insumos necesarios para elaborar un determinado producto.

*Capacidad de satisfacción al cliente:* Para lograr satisfacer las necesidades del cliente, la organización debe proporcionar lo que el cliente desea en el momento que lo necesita, siempre y cuando la rentabilidad no se vea afectada. La lealtad a la marca logra que la empresa establezca un precio superior a sus productos o servicios.

*Innovación:* La innovación proporciona un elemento exclusivo que sus competidores carecen, logrando que la empresa cobre un precio superior o disminuya sus costos por debajo de sus rivales. Sin embargo, los competidores tratarán de imitar este factor. Según Berumen (2006) en (Domínguez, 2017) afirma que:

“Los factores determinantes de la competitividad de las empresas se refieren al precio y los costos, es decir, cuando una empresa ofrece un bien o servicio a menor precio que la competencia, reduciendo sus costos como parte de la estrategia y aquellos que están relacionados con la calidad de los productos, incorporación de la tecnología, eficiencia en flujos de producción y la capacitación del personal.” De acuerdo con Ávalos (2020, pág. 11) la competitividad empresarial tiene tres componentes que giran en torno al modelo de negocio como lo indica la Tabla 3.

Tabla 3 Factores determinantes de la competitividad empresarial

<b>Estrategias competitivas</b>	<b>Recursos</b>	<b>Capacidades</b>
Liderazgo en costos	Financieros	Gerencia General
Diferenciación del producto.	Físicos	Gerencia Financiera
	Humanos	Investigación de mercado.
	Tecnológicos	Producción
	Reputación	Distribución
	Organizacionales	

Tomado de la investigación: Factores determinantes de la competitividad empresarial (pág. 11)

A continuación, se presenta en detalle cada factor determinante de la competitividad propuesta por Ávalos (2020):

*Estrategias competitivas:* Conjuntos de recursos y capacidades únicos, por lo general éstos heterogéneos o diferentes de manera significativa y duradera para las distintas empresas, constituyen la base primordial para una estrategia.

*Recursos:* Conjuntos de factores disponibles en el mercado, que son poseídos o controlados por la empresa para la producción de bienes y servicios.

*Capacidades:* Competencia, habilidad o aptitud que tienen las empresas para desplegar y utilizar sus recursos, usualmente de manera combinada, haciendo uso de sus procesos organizacionales para lograr un fin deseado.

Referente a las teorías de los factores determinantes de competitividad empresarial a nivel interno, destacan los aportes de Michael Porter (2014) donde indica que la calidad, eficiencia, capacidad de satisfacción del cliente e innovación, influyen directamente en la competencia de la empresa.

### **2.1.5 Relación entre factores de la cadena de valor y ventaja competitiva**

Porter (1987) sostiene que “la cadena de valor contiene actividades físicas y tecnológicas que se llevan a cabo para crear un producto para los compradores”. También Porter afirma que las cadenas de valor de las organizaciones se pueden distinguir entre actividades de margen y actividades de valor.

El margen es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de efectuar las operaciones. Toda actividad de valor utiliza insumos adquiridos, recursos humanos y tecnología. Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos: primarias y de apoyo. Las primarias son las que intervienen en la creación física del producto, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta. Las actividades de apoyo respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer insumos, tecnología, recursos humanos y diversas funciones globales Porter (1987, pág. 56).

### 2.1.5.1 Estrategias de la cadena de valor

En el siguiente apartado se detallarán las estrategias de la cadena de valor propuestas por García y Michael Porter a través de los bloques genéricos de la ventaja competitiva.

La Tabla 4 presenta la identificación y clasificación de las actividades relacionadas con la cadena de valor propuestas por García (2017) indicando que cada actividad de la cadena de valor puede dividirse en subactividades que dependen de la industria y estrategia de la corporación.

Tabla 4 *Actividades relacionadas con la cadena de valor de M. Porter*

ACTIVIDADES PRIMARIAS		ACTIVIDADES DE APOYO A LOS VALORES	
Logística de entrada	Relacionadas con la percepción, almacenamiento y distribución del producto.	Adquisición	Comprar insumos que se emplearán en la cadena de valor.
Operaciones	Transformar insumos en productos finales.	Desarrollo tecnológico	Tecnología integrada al equipo de procesos.
Logística de salida	Almacenar y distribuir productos entre clientes.	Administración de recursos humanos.	Reclutamiento, contratación, capacitación, desarrollo y compensación de todo tipo de personal.
Mercadotecnia	Lograr que el cliente adquiera productos de la empresa.	Infraestructura organizacional	Administración general, planeación, finanzas, contabilidad, gobierno y calidad.
Servicio	Ayudar a mejorar o conservar el producto.		

Tomado de (García, 2017, pág. 6).

*Actividades directas:* Intervienen directamente en la creación de valor para el comprador. Porter sugiere: ensamblaje, maquinado de partes, operación de la fuerza de ventas, publicidad, diseño del producto, reclutamiento, entre otras.

*Actividades indirectas:* Permiten efectuar actividades directas en forma continua. Porter da como ejemplo a: mantenimiento, programación, operación de instalaciones, administración de la fuerza de ventas, administración de la investigación, mantenimiento de registros por parte de los proveedores.



*Aseguramiento de la calidad:* Garantiza la calidad de otras actividades. Porter cita a: supervisión, inspección, realización de pruebas, evaluación, verificación, ajuste, entre otros (García, 2017, pág. 6).

De acuerdo con Porter (1995) mantenimiento de una ventaja competitiva requiere que una compañía se concentre de forma decidida en «bloques genéricos» de formación de esta. Estos son: eficiencia, calidad, innovación y satisfacción al cliente.

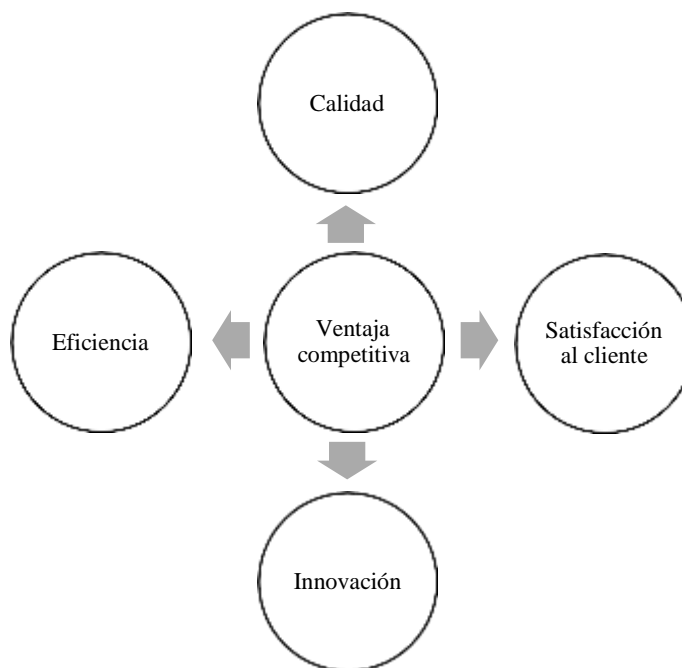


Figura 3 Bloques genéricos de la ventaja competitiva  
Tomado de (Porter, 1995, pág. 35)

Tabla 5 Estrategias de los bloques genéricos de M. Porter

Bloque genérico	Estrategias de logro
Eficiencia	Usar al máximo los recursos de una organización, teniendo el menor costo posible y cumpliendo con las metas propuestas.
Calidad	Tener mejor calidad del producto consiste en tener menos tiempo trabajando en productos defectuosos con operarios más productivos.
Innovación	Desarrollar o transformar nuevos productos o servicios en función de la tecnología, a menor costo y con alta calidad.
Satisfacción al cliente	Brindar al cliente lo que necesita en el espacio y momento indicado.

Tomado de la investigación (Porter, Cadena de valor y sus estrategias, 1995, pág. 56).

## **2.1.6 Competitividad microempresarial**

Un factor importante dentro de la competitividad empresarial es la competitividad entre las microempresas, siendo consideradas como la individualización de las mismas como objeto de atención prioritaria que establecen la necesidad de fomentar la competitividad dentro de un entorno caracterizado por una creciente competencia así como la evolución de la sociedad del conocimiento y la resiliencia de las grandes empresas (Fuentes, Osorio, & Mungaray, 2016, pág. 89).

De acuerdo con Rodríguez (2019, pág. 69) las microempresas poseen una particular gobernabilidad caracterizada por familias dentro de su estructura de creación y dirección, baja profesionalización de todos los niveles organizacionales, informalidad, contratación de mano de obra sin calificación.

### **2.1.6.1 Formas de medición de la competitividad empresarial**

En esta sección, se citarán las definiciones de los autores Bonales, Zamora y Ortiz donde en su estudio plantean un modelo de competitividad de las empresas exportadoras de México, así como las definiciones propuestas por los autores Osorio y Mungaray donde indican los factores intangibles para medir la competitividad en un mercado particular.

Para Bonales, Zamora y Ortiz (2015, pág. 17), la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización reflejados en precio y en calidad del producto final con relación a los de sus rivales en un mercado específico. Por esta razón sugieren un modelo general que mida la competitividad empresarial mediante el cual se describe la relación entre la calidad, el precio, la tecnología, la capacitación y los canales de distribución presentadas como variables independientes y la competitividad como variable dependiente, como lo indica la Figura 4.

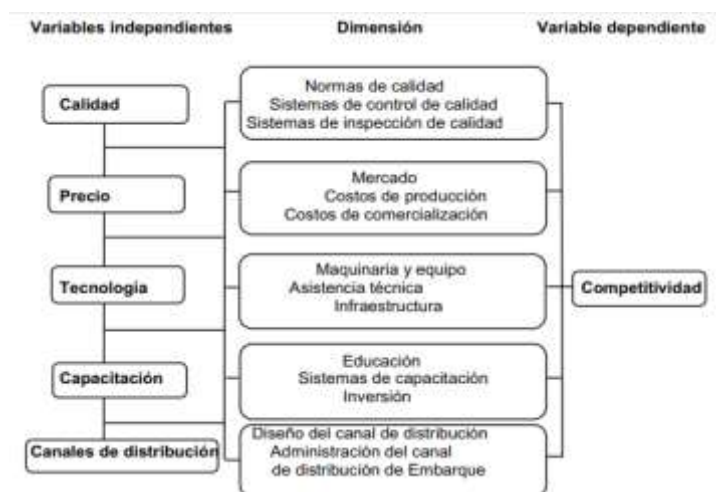


Figura 4 Modelo competitividad empresarial I  
Tomado de la investigación (Bonales, Zamora, & Ortíz, 2015, pág. 18)

Esta metodología consiste en elaborar un cuestionario para medir la relación que existe entre los factores y la competitividad de las empresas; primero se aplicó una prueba piloto para calcular el coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach, luego se evaluó la consistencia del instrumento a partir de una muestra por escala de tipo Likert.

Para Osorio y Mungaray (2016) la competitividad empresarial se mide por factores como ganancia empresarial, recursos, capacidades tangibles, capital humano, estructural y relacional(pág. 87). En la Tabla 6 se muestran las variables que tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo en función de los recursos de la empresa.

Tabla 6 Modelo de competitividad empresarial II

Variable dependiente	Variables independientes			
Ganancia empresarial	Recursos tangibles	Capacidades intangibles	Capacidad estructural	Capacidad relacional
	Mobiliario y equipo	Capital Humano	Carácter organizativo	Asociación red empresarial
	Vehículo Local Acceso a financiamiento	Administración a Calidad de producto Salud e higiene Experiencia del dueño Escolaridad del dueño		

Tomado de la investigación (Osorio & Mungaray, 2016, págs. 91-92)

La ventaja competitiva empresarial en el corto plazo está representada por la ganancia misma que está en función de la constante de inversión en recursos tangibles como herramientas, mobiliario-equipo, vehículo, pertenencia de local y acceso a financiamiento; además de activos intangibles como capacitaciones en donde están divididos por categorías de capacitaciones en uso de herramientas, administración, calidad de producto o servicio, seguridad e higiene y otro; experiencia del dueño, carácter organizativo, asociación gremial y escolaridad así como también el término de error. El método de Mínimos Cuadrados Generalizados se aplicó porque ofrece los mejores estimadores lineales insesgados para estos casos (Osorio & Mungaray, 2016).

En la segunda forma de medición propuesta por Pereira C. y Pereira de la Rosa (2013) argumentan que, para medir la competitividad microempresarial, se deben diagnosticar los factores internos que influyen en las decisiones organizacionales, como lo indica la Figura 5.

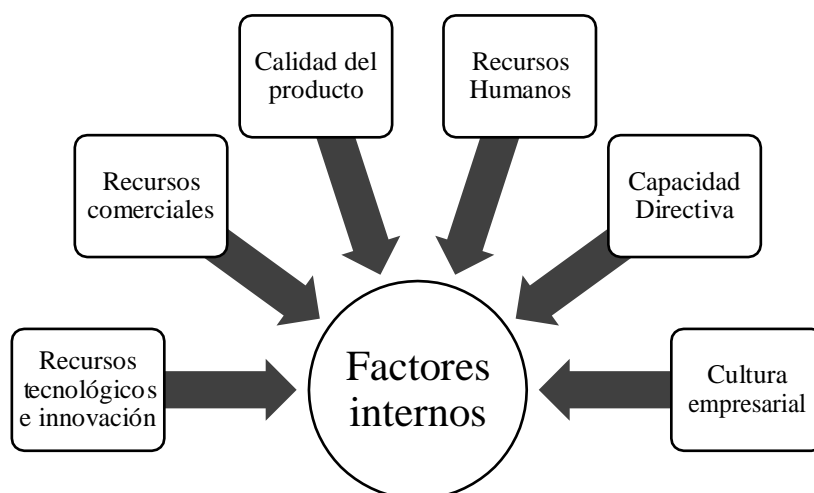


Figura 5 Factores internos del modelo de competitividad microempresarial I Tomado de la investigación (Pereira C & Pereira de la Rosa, 2013, pág. 14).

A continuación, se describen los componentes de los factores internos que miden la competitividad de las microempresas conforme el siguiente detalle:

*Recursos tecnológicos.* Conjunto de conocimientos, formas, métodos, instrumentos y procedimientos que permiten combinar los recursos (tangibles e intangibles) y capacidades en los procesos productivos y organizativos, para lograr que estos sean más eficientes.

*Innovación.* Capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces.

*Recursos comerciales.* Capacidad de la empresa para crear valor para los clientes, a través de sus productos y servicios.

*Calidad del producto.* Consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del cliente.

*Recursos humanos.* Se encargan de controlar la calidad, diseñar, producir, distribuir los productos y servicios, así como de establecer sus objetivos y estrategias.

*Capacidades directivas.* Se refiere a que los directivos de empresas competitivas deben ser profesionales con experiencia y poseer un amplio conocimiento del mercado, el entorno, y los recursos humanos y tecnológicos.

*Cultura empresarial.* Comprende reglas y normas efectivas de conducta profesional, proporcionando valores que establecen el sentido de un sistema de relaciones entre características de la empresa y sus actores.

Los investigadores realizaron su estudio tomando una muestra del sector a estudiar, la unidad de análisis debe tener al menos tres años en el mercado, donde se desea conocer el crecimiento de las ventas debido a que los primeros dos años de vida de una empresa son los más difíciles. En el estudio realizado se clasifican las variables en dependientes e independientes conforme el siguiente detalle:

Tabla 7 Modelo de competitividad microempresarial I

<b>Variables dependientes</b>	<b>Variables independientes</b>
Competitividad	Recursos tecnológicos e innovación
Crecimiento	Recursos comerciales
Rentabilidad	Calidad del producto
	Recursos humanos
	Capacidades directivas
	Cultura empresarial

Tomado de la investigación (Pereira C. et al., 2013, pág. 17).

El instrumento que se aplicó como cuestionario dividió en apartados sobre perfil de la empresa, factores internos competitivos e indicadores de competitividad medidos por medio de la escala de Likert para conocer la frecuencia de actividades que comprenden los factores competitivos internos. Se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach, que ayuda a evaluar la consistencia interna del instrumento de medición constituido por una escala de tipo Likert.

### **2.1.7 Actividades del sector de servicios de alimentos**

En este apartado se dan a conocer las diversas teorías relacionadas a las actividades que se desarrollan en el sector de alimentos como primera instancia para tener un conocimiento generalizado de las actividades que se dan en este mercado y luego en el sector de servicios de alimentos donde se enfoca el estudio de este trabajo investigativo.

La industria de los alimentos se encarga de elaborar, transformar, preparar, conservar y envasar los productos tanto para el consumo humano como animal, siendo sus principales actividades: la exportación, importación, actualizar sus certificaciones de calidad nacionales e internacionales como ISO, Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), establecer alianzas estratégicas con pares nacionales y extranjeros, innovar sus procesos de producción, incursionar la tecnología en sus actividades operativas y de entrega, mejorar los tiempos de entrega del servicio y desarrollar nuevas estrategias de publicidad (Polo, Ramos, & Arrieta, 2018, pág. 106).

De acuerdo a López (2016) el sector de alimentos y bebidas es incluido dentro del sector industrial o actividad económica de industrias manufactureras, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas utilizada por las Naciones Unidas, siendo sus principales actividades: Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas, elaboración de productos lácteos y productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón, y de alimentos preparados para animales (pág. 5).

En virtud de conocer las actividades del sector alimentos, es importante recurrir a teorías relacionadas al sector servicios de alimentos donde Salazar (2016) menciona que el referido sector incluye restaurantes, servicios de catering y hoteles donde se preparan y sirven alimentos, supermercados, así como vendedores ambulantes de alimentos preparados o cafeterías dentro de instalaciones como escuelas, hospitales y centros penitenciarios (pág. 180). El mismo autor menciona los elementos que influyen en las actividades del sector de alimentos en los que se destacan los siguientes:

Trabajar en conjunto con actores en etapas iniciales de la cadena alimentos con el objetivo de aumentar el porcentaje de productos “de segunda” aceptados y valorizados.

Mejorar la gestión e infraestructura de cadenas de frío para prevenir la descomposición o degradación de los productos durante su almacenamiento y transporte.

Reducir la sobreproducción de productos consumidos o cambiar los modelos de producción que rutinariamente producen alimentos en exceso (bufés, por ejemplo).

Replantear los modelos de compras o adquisiciones de manera que se mantenga la frescura de los productos y se reduzcan las mermas.

#### **2.1.7.1 Tipos del servicio de alimentos**

En este apartado se conocerán las definiciones del sector de servicios de alimentos propuestas por Rafino, Navarrete, Arredondo y González. Posteriormente, se detallarán los tipos de servicios de alimentos propuestos por Pino y Béjar.

Para Rafino (2020), la industria alimentaria se encarga de todos los procesos del sector en la sociedad. Abarca etapas de producción, selección, procesamiento, transporte y venta de alimentos provenientes de una muy variada oferta agropecuaria, transformando sus productos para el consumo del público. Su propósito es satisfacer las necesidades de alimentación de la población y animales domésticos, mediante la preparación de diversos productos alimenticios, tanto elaborados como semielaborados, a partir de materias primas provenientes de origen animal, como carnes, lácteos, huevos, pesca y miel, o bien de origen vegetal (pág. 21).

Según Navarrete, Arredondo y González (2015, pág. 8), en el sector alimentario los procesos de fabricación pueden clasificarse en: manipulación de los alimentos, almacenamiento de las materias primas, extracción de sus propiedades, elaboración de un producto final, envasado y conservación de alimentos.

Los servicios de alimentos debido al grupo poblacional donde se encuentran clasificados se dividen en comerciales y no comerciales siendo este último, autoadministrable o propio y concesionario. Por tal motivo es importante mencionar los tipos de servicios de alimentos en el sector. Para Pino y Béjar (2008, pág. 249) los diferentes tipos de servicios de alimentos son asistencial, colectivo, restaurante y afines; y autoservicios, los mismos que se proceden a describir enseguida.

El Servicio de Alimentos asistencial se da en hospitales o clínicas donde satisface las necesidades nutricionales del paciente sin dejar de atender los gustos, hábitos y costumbres.

El Servicio de Alimentos Colectivo se refiere a comedores, cafeterías y establecimientos que proporcionan alimentación por sí mismos o a través de concesionarios como Instituciones públicas, privadas o instituciones educativas.

En cuanto al Servicio de Alimentos Restaurantes y Afines, es exclusivo para la preparación y expendio de alimentos y bebidas en lugares de esparcimiento como cafeterías, restaurantes de comida rápida, tabernas, bares, etc.

El Servicio de Alimentos Autoservicios se refiere a establecimientos de autoservicio como supermercados, hipermercados o cadenas de autoservicios de menor escala donde su principal expendio son los alimentos y bebidas de consumo humano.

Un Servicio de Alimento no se debe de considerar como una simple área de preparación de alimentos sino más bien debe ser atendida por la alta Dirección de la empresa que la dirige como una planta de producción de alimentos, donde se deban establecer e implantar un sistema de calidad, definir la política de calidad y objetivos a seguir, que permitan brindar a los usuarios alimentos seguros, saludables e inocuos.



## **2.1.8 Desarrollo digital**

En este apartado se dan a conocer las definiciones del desarrollo digital por parte de Romero, Serrano, Martínez y Ortega donde argumentan que la tecnología es limitada pese a exigir indirectamente una cultura tecnológica. Posteriormente en el siguiente párrafo se citarán definiciones relacionadas al desarrollo digital en MiPyMEs.

Romero (2019, pág. 15) define que el desarrollo digital es potenciar las actividades empresariales usando herramientas tecnológicas de calidad y actualizadas; puesto que estas al referirse a desarrollo define como cultura de trabajo tecnológica. Estas deben ser innovadas cada cierto periodo de tiempo, debido a que están en constante cambio y evolución haciéndolas cada vez más útiles y apropiadas.

Serrano y Martínez (2013) en (Díaz, Pérez, & Florido, 2016) exponen que la brecha digital puede ser definida en términos de la desigualdad de posibilidades que existen para acceder a la información, el conocimiento y la educación. La brecha digital no se relaciona solamente con aspectos exclusivamente de carácter tecnológico, es un reflejo de una combinación de factores socioeconómicos y en particular de limitaciones y falta de infraestructura de telecomunicaciones e informática.

### **2.1.8.1 Desarrollo digital y su relación con las MiPyMEs**

Mattos (2017) señala:

3“Para promover el desarrollo y fortalecimiento de las pymes se lo hace mediante la creación de condiciones que permitan formar parte del intercambio de bienes y servicios a nivel internacional. Sin embargo, para crear las condiciones de participación adecuadas, es fundamental que las pymes estén preparadas para aceptar nuevos niveles tecnológicos de producción y adoptar nuevos cambios en su estructura organizativa, intercambio de información y comunicaciones”.

En virtud del desarrollo digital, las empresas establecen factores competitivos para este sector MiPyMEs, tales como: innovación tecnológica, internacionalización, financiación y la gestión de recursos humanos.

Estos factores son determinantes para tener ganancias o pérdidas en la empresa, destacando la importancia del desarrollo y la rentabilidad para su permanencia en el tiempo y para ello enumera los siguientes factores como los más relevantes: El crecimiento económico, productividad, calidad y servicio, innovación y mejora continua, poder de negociación de la empresa y posicionamiento de marca (Ortega, 2015, pág. 660).

### **2.1.9 Políticas gubernamentales de apoyo para MiPyMEs**

En esta sección se abordarán las diferentes Leyes y Reglamentos relacionados con la Ley Orgánica de Fomento Productivo del Ecuador, Ministerio de Telecomunicaciones, Ministerio de Industrias y Productividad, CEPAL, así como las teorías de los autores Carroll, Holtz-Eakin, Riden y Rosen, Fernández, Smallbone y Welter; y finalmente las de Choi y Phan.

En América Latina existen experiencias relevantes de políticas orientadas hacia las MiPyMEs durante la década del noventa. Estas han tendido a enfocarse en cuatro grandes áreas: fomento a las exportaciones, desarrollo tecnológico, capacitación de los recursos humanos, y política de créditos vinculadas a las MiPyMEs con las grandes empresas (Moreno, 2003, pág. 35).

La Ley Orgánica de Fomento Productivo del Ecuador (2018) se basa principalmente en la remisión de intereses, reactivación productiva y un plan de sostenibilidad a largo plazo fortalecido con incentivos a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), así como a entidades de la Economía Popular y Solidaria. Esta Ley aplicará un incentivo del impuesto a la renta para empresas existentes que aporte con el desarrollo de la matriz productiva tales como: Exenciones del pago del IR para inversiones nuevas en sectores prioritarios, Devolución inmediata del IVA a exportadores y la devolución del impuesto a la salida de divisas a exportadores sobre dólares que entran al país.

De acuerdo con el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2020), el indicador proporción de empresas que utilizan internet con presencia en la web son el 27,4%, algunas MiPyMEs por su naturaleza de productos perecibles no los promocionan mediante una página web, pero el estudio indica que el uso de Internet es necesario para los contactos con los proveedores y clientes. Entre las principales políticas de desarrollo digital para las MiPyMEs se debe: Automatizar o hacer reingenierías a los procesos habituales de la empresa con incorporación de tecnología, sistematizar o en caso de ya tener un sistema, cambiarlo si se considera necesario, de acuerdo con el nivel en que se encuentre la empresa y actualizar los programas informáticos adquiriendo equipos modernos.

En cuanto a la política de capacitación de recursos humanos, para el Ministerio de Industrias y Productividad (2012) relacionado con su Reglamento para Programa de Fomento para MiPyMEs FondePyme, indica lo siguiente: Art. 24.- “Iniciativas de innovación y transferencia tecnológica: Incluye el cofinanciamiento para cubrir parte de los costos del desarrollo o adaptación de nuevos productos o servicios...”. De la misma forma se indica que: “Apoyar a unidades productivas individuales y/o grupos o redes de MiPyMEs y artesanos para la contratación de asistencia técnica, capacitación, mejoramiento del sistema de la calidad, transferencia de tecnología e innovación”, indicando que la política de capacitación de las MiPyMEs debe ser enfocadas al: desarrollo de modelos de negocios, uso de tecnologías, asistencia técnica, entre otras (pág. 57). De acuerdo con CEPAL (2016, pág. 32) y su política de crédito a conocer las recomendaciones para el sector de las PYMES orientadas a mejorar su acceso a financiamiento:

“El estado debería promover y cofinanciar programas integrales de apoyo a las PYMES, con la participación de una red de proveedores como universidades, gremios, que contemplen: fomento de la innovación, mejoramiento de productividad, promoción de exportaciones, asistencia técnica, y programas de asesoramiento de desarrollo empresarial que generan bienes públicos para las PYME, como servicios de desarrollo del negocio, mejora de la contabilidad y otros servicios no financieros que se pueden implementar”.

En cuanto a la política cambiaria según la CEPAL (2017) determina que “el tipo de cambio competitivo es el que determina los incentivos para la producción de una amplia gama de productos comerciables en el ámbito internacional, para su colocación en el mercado externo o el interno”. Con respecto a la política fiscal, Carroll, Holtz-Eakin, Riden y Rosen (2020) tomado de (García, 2013) en un estudio empírico determinaron que “cuando más alta era la tasa del impuesto de las personas físicas con actividad empresarial, más baja era la tasa de crecimiento de las empresas”, así mismo García (2013) detalla que se puede estimular el empleo reduciendo temporalmente impuestos patronales sobre la nómina cuando las pequeñas empresas contratan trabajadores adicionales. La política monetaria, Fernández (1997) indica que la competitividad de las empresas se ven afectadas por los pagos que tienen que hacer por el uso de factores productivos de capital y trabajo, cuyo coste está relacionado con la estructura y eficiencia de los mercados donde el funcionamiento de los mercados influye sobre la eficiencia de la intermediación y sobre el coste de los recursos.

Smallbone y Welter (2001) en (Saavedra, Tapia, & Aguilar, 2013, pág. 3) consideran que las diversas formas en que el Estado puede influir en el desarrollo de las MiPyMEs, son a través de la política macroeconómica, es más fácil para las empresas planificar, sobre todo al realizar una inversión para la expansión del negocio, así como el apoyo gubernamental a través de una legislación diferenciada para empresas de tamaño distinto. Luego se diseñan programas que ayuden a eliminar limitaciones inherentes al tamaño. Otra forma es a través del apoyo para el desarrollo de instituciones del mercado, tales como infraestructura, bancos e intermediarios financieros. Finalmente, el papel que juega el Estado para el desarrollo de las MiPyMEs influye en el apoyo para la creación de empresas (Saavedra, *et al.*, 2013, pág. 3).

Por su parte, Choi y Phan (2006) realizaron un estudio acerca de cómo la política macroeconómica y tecnológica de un país influye en la dinámica de la formación de nuevas empresas; relacionando el número de empresas nuevas y los indicadores macroeconómicos y tecnológicos como: Inversión per cápita, investigación y desarrollo, concentración económica, competencia, política, desempleo y sindicalismo. Los resultados sugieren que lo mencionado son áreas

importantes en que la política del gobierno puede influir para la formación de nuevas empresas (Saavedra, *et al.*, 2013, pág. 3).

### **2.1.9.1 Políticas de salud de las MiPyMEs del servicio de alimentos**

En este apartado se mencionarán las definiciones relacionadas de la política económica relacionadas a la salud y su incidencia en las MiPyMEs.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN por sus siglas en inglés) (2013, pág. 2) indica dentro de sus políticas para la seguridad alimentaria que se deben considerar cuatro dimensiones que conforman la sostenibilidad de los sectores de la industria alimentaria, tales como:

**Disponibilidad:** Consiste en tener el suministro de cantidades suficientes de alimentos de calidad apropiada, provenientes tanto de los sistemas cultivados como naturales.

**Acceso:** Se refiere a tener la capacidad de los individuos de obtener alimentos a través de la producción propia, los mercados u otras fuentes.

**Utilización:** Determina los medios por los cuales los individuos pueden obtener energía y nutrición a partir de los alimentos.

**Estabilidad:** Cuando se dispone de alimentos suficientes y adecuados, accesibles y utilizables de manera segura y sostenible.

## 2.2 Marco Conceptual

Dentro de este apartado se analizará las diferentes definiciones de varios autores de las variables que se utilizan en los contextos a nivel país, industrial e interno de la empresa, en el cual se reflejan los diferentes factores que inciden en la competitividad del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil.

### 2.2.1 Contexto país

En el contexto país se utilizarán las definiciones más relevantes propuestas por Urdiales y López (2013), Jiménez (2016), Romero (2017), Tinoco (2018) y Espinoza (2019) relacionadas a la competitividad entre las naciones.

*Demanda interna:* Es gasto en bienes y servicios que realizan agentes económicos como familias, empresas y gobierno de una nación, en un tiempo específico (Urdiales & López, 2013, pág. 145). Este indicador económico mide el nivel de consumo, gasto e inversión de un país.

*Infraestructura:* Es la base material de una sociedad que determina la estructura física, el desarrollo y el cambio social de la misma. Está conformada por elementos que contribuyen a la situación económica de una sociedad y el desarrollo de esta (Jiménez, 2016, pág. 16). Esta variable mide la infraestructura física, tecnológica y servicios logísticos.

*Mercado laboral:* Los países competitivos tienen un marco laboral eficiente y flexible, permitiendo que los trabajadores puedan cambiar de actividad rápidamente a bajo coste sin desordenes sociales, por otro lado, la igualdad laboral entre hombres y mujeres, así como la cultura de promoción por méritos propios atraerá y retendrá el talento de los trabajadores de un país. (Romero, 2017, pág. 46). Por medio de esta variable se miden aspectos como la tasa de empleo, subempleo y desempleo.

*Imprevistos:* Todos los efectos involuntarios generados por una determinada actividad económica sobre el bienestar general de la sociedad, cambios climáticos o pandemias a esto las empresas denominan externalidades, mismas que pueden ser positivas o negativas según el efecto que tengan. Las externalidades positivas de un país se miden por: subvención y regulación; mientras que las negativas están dadas por restricciones, impuestos, desastres naturales y pandemias (Tinoco, 2018, pág. 13)

*Política de gobierno:* Se presenta como un conjunto de actividades que emanan de uno o varios actores investidos de autoridad. En su desarrollo interviene una variedad de actores, gubernamentales y no gubernamentales. Los actores gubernamentales pueden pertenecer a uno o varios niveles de gobierno y administración (Espinoza, 2019, pág. 12). Esta variable mide la Regulación, provisión de recursos financieros para proyectos empresariales, grado de participación del sector comercial y planes estratégicos de desarrollo familiar, demográficos e institucionales.

### **2.2.2 Contexto Industrial**

En el contexto industrial Porter (2008) señala que la competitividad empresarial tiene cinco factores determinantes como son: poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores.

*Poder de negociación de los compradores:* Los compradores poderosos obligan a rebajar los precios o exigen más valor en el producto, con lo cual se apropian de una parte mayor del mayor, otras variables que intervienen en esta fuerza son el número de compradores y la demanda si es alta, media o baja.

*Poder de negociación de los proveedores:* Los proveedores poderosos cobrarán precios más altos o insistirán en condiciones más favorables, disminuyendo con ello la rentabilidad de la industria. Una variable para considerar es el número de proveedores, que permite conocer la diversidad que tiene un proveedor en el mercado para varias empresas del sector servicios de alimentos.

*Amenaza de productos sustitutos:* Los sustitutos-productos o servicios que cubren la misma necesidad básica solo que en forma distinta ponen un límite a la rentabilidad de la industria.

*Amenaza de nuevos participantes:* Las barreras contra el ingreso protegen una industria en contra de participantes que aportarían una capacidad nueva. Lealtad de marca, percepción y tipo de consumidor son otras de las variables que inciden en la entrada de nuevos participantes al mercado.

*Rivalidad entre competidores:* Cuando la rivalidad es intensa, la competencia entre empresas destruirá el valor que crean, pues lo pasan a los compradores con precios más bajos o lo agotan con precios más altos con tal de competir. Para analizar la competitividad entre ellos es importante conocer el número de empresas sector.

### **2.2.3 Interno**

En el contexto interno se trabajará con los factores de calidad, innovación, capacidad de satisfacción al cliente, eficiencia, precio, utilidades, desarrollo digital y políticas gubernamentales.

*Calidad:* La calidad de un producto o servicio es la base de la ventaja competitiva de la empresa, es decir que, si se dedica a mejorarla, tendrá relación inversa donde deberá subir el precio, disminuyendo los costos (Porter, 2014, pág. 35). Según la cadena de valor de Michael Porter, este indicador mide el nivel de satisfacción logrado en el cliente de brindar un bien o servicio, el nivel de defectos de un producto percibidos por el cliente; las normas de calidad en materias primas, clientes, competencia y comunicación; sistemas de control de calidad en función de los clientes y estándares, así como los sistemas de inspección de calidad.

*Innovación:* Capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces (Porter, 2013, pág. 11). Este indicador mide el porcentaje de productos innovadores en catálogos, investigación y desarrollo, reducción de tiempos y gastos, número de patentes y porcentaje de financiación interna de nuevos proyectos.



*Capacidad de satisfacción al cliente:* Para lograr satisfacer las necesidades del cliente, la organización debe proporcionar lo que el cliente desea en el momento que lo necesita, siempre y cuando la rentabilidad no se vea afectada. La lealtad a la marca logra que la empresa establezca un precio superior a sus productos o servicios, es decir que el nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre el valor percibido y las expectativas (Porter, 2013, pág. 27). Esta variable permite medir la comunicación, esfuerzo, satisfacción y retención del cliente.

*Eficiencia:* Se refiere a lograr metas con la menor cantidad de recursos. Es tener incrementar el ahorro o reducir gastos al mínimo (Porter, 2016, pág. 2). El indicador de eficiencia mide: la capacidad de producción, productividad, calidad rentabilidad, retorno de la inversión, competitividad de mercado y valor del producto en el mercado. La eficiencia se mide por los costos de los insumos necesarios para generar un producto determinado, mientras más eficiente sea una organización, menor será el costo de los insumos necesarios para elaborar un determinado producto.

*Precio:* Expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Las materias primas, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio (Porter, 2013, pág. 15). Este indicador mide el índice de precios al consumidor, productor, deflactor del PIB y el precio medio del producto en el tiempo.

*Utilidades:* La utilidad es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios, considerados como beneficios o ganancias de la inversión generada en un producto o servicio (Porter, 2013, pág. 46). La utilidad mide: el margen neto, margen bruto, margen operacional y rendimiento de patrimonio, además de ser considerado para el cálculo de las razones financieras.

*Desarrollo digital:* Es el proceso por el cual las empresas reorganizan sus métodos de trabajo y estrategias, para obtener más beneficios gracias a la implementación de las nuevas tecnologías (Porter M. , 2014, pág. 12). La transformación digital según Porter se mide por:

**Organizacionales:** Porcentaje del gasto de marketing en canales digitales, participación de la organización en el mercado, madurez digital de los empleados, incluidos directivos y altos directivos, porcentaje de ingresos a través de canales digitales y contribución de cada departamento a iniciativas digitales (compras, finanzas, recursos humanos, TI, ventas y marketing).

**Enfoque en el cliente:** Porcentaje de aumento en la participación del cliente en canales digitales, reducción en el tiempo para comercializar nuevos productos a los clientes y cambio en el comportamiento del usuario a lo largo del tiempo en todos los canales.

**Innovación:** Número de ideas innovadoras que llegan a la etapa de implementación, porcentaje de ingresos provenientes de nuevos productos o servicios, número de nuevos modelos de negocios adoptados para diferentes clases de clientes, tasa de nuevas aplicaciones para ofrecer nuevos productos y servicios dentro y fuera de la empresa.

*Políticas gubernamentales:* Impiden el acceso de nuevos competidores, esto se regula por leyes muy estrictas; su incumplimiento acarrea sanciones o pérdida de imagen de la organización y su cumplimiento implica recursos de la empresa (Porter, 2015, pág. 11). Para González (2017, pág. 11) las políticas gubernamentales se miden:

Según las características del objeto de estudio

Según lo indicado son Cuantitativos o Cualitativos. Cuantitativos cuando “miden aspectos externos visibles” como el número de personas que sufren de enfermedades prevenibles o el de muertes arbitrarias ocasionadas por un determinado organismo de seguridad y Cualitativos cuando “indagan concepciones e interpretaciones de individuos o grupos”, como análisis de una ley nacional, sobre la base de su compatibilidad o incompatibilidad con los principios internacionales.

Según su grado de complejidad: al articular diversas variables simples o complejas que requieran de más información cualitativa para atender las problemáticas de la sociedad.

Según su uso para la evaluación de la fase de las políticas públicas

Según su uso para la evaluación, se clasifican en indicadores de Insumo (o Estructurales), Proceso y Resultado. Los indicadores de Insumo “se refieren a los recursos humanos, financieros y físicos que se destinan al logro de metas”. Los indicadores de Proceso cuantifican las acciones racionalmente concebidas para lograr un derecho específico, es decir que “reflejan mejor el ejercicio progresivo del derecho y los esfuerzos de los Estados Parte para proteger los derechos” Los indicadores de Efecto o Resultado miden el resultado de la acción u omisión estatal y, con ello, el modo en que la población vive su derecho. Indicadores de resultado son, por ejemplo, el número de personas sin hogar ni asistencia estatal para conseguirlo.

Según el tipo de obligación estatal

Se dividen en indicadores de la Obligación de Respetar, indicadores de la Obligación de Proteger e indicadores de la Obligación de Cumplir. Los indicadores de la Obligación de Respetar son los que miden el deber que tiene el Estado de abstenerse “de injerir directa o indirectamente en el disfrute del derecho”. Por ejemplo, número de casos denunciados de censura previa o cierre medios de comunicación.

Según los temas a los que están vinculados, se dividen en: Indicadores de Obligaciones de Prevención, Indicadores de Obligaciones del Comportamiento de los funcionarios (no hacer o hacer) e, Indicadores de Obligaciones de Investigación, sanción y reparación. Estos tres temas se relacionan con tres momentos de la violación/garantía del derecho entendida, en su estricto sentido, como el momento en el que el funcionario comete actos u omisiones contrarios/favorables al derecho:

Según el poder público monitoreado Finalmente, en términos del poder público monitoreado, los indicadores se dividen en indicadores del Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial (u otro poder si este existe en el Estado Monitoreado), así como en los niveles, que varían según la estructura de cada Estado (Nacional; Estatal, Departamental o Provincial, y Municipal).

*Recursos tecnológicos.* Conjunto de conocimientos, formas, métodos, instrumentos y procedimientos que permiten combinar los recursos (tangibles e intangibles) y capacidades en los procesos productivos y organizativos, para lograr que estos sean más eficientes (Porter M. , 2014, pág. 12)

*Recursos comerciales.* Capacidad de la empresa para crear valor para los clientes, a través de sus productos y servicios.

*Capacidades directivas.* Se refiere a que los directivos de empresas competitivas deben ser profesionales con experiencia y poseer un amplio conocimiento del mercado, el entorno, y los recursos humanos y tecnológicos (Porter, 2008, pág. 13)

*Cultura empresarial.* Comprende reglas y normas efectivas de conducta profesional, proporcionando valores que establecen el sentido de un sistema de relaciones entre características de la empresa y sus actores.

*Recursos humanos.* Se encargan de controlar la calidad, diseñar, producir, distribuir los productos y servicios, así como de establecer sus objetivos y estrategias.

### **Políticas de intervención Gubernamental**

En el siguiente apartado se describe las diferentes políticas que incentiven el crédito en las pymes empresas con sus debidos instrumentos para la implementación de dichas políticas y el desarrollo de las pymes. Partiendo de experiencias se tiene las políticas tradicionales que se han realizado para este tipo de empresas, como lo indica Held (1999):

Las políticas tradicionales de fomento recurrieron al crédito, con frecuencia a tasas subsidiadas de interés, con el objeto de apoyar el desarrollo de empresas y de determinados sectores productivos, incluyendo empresas de menor tamaño. Las principales instituciones de esas políticas fueron bancos y corporaciones financieras de crédito públicas de “primer piso”. Además, Held (1999) menciona las acciones que tomaron las instituciones de primer y segundo piso:

La participación de bancos e instituciones de crédito privadas de “primer piso” fue muy limitada y consistió en la intermediación de algunas líneas de crédito de “segundo piso” puestas a disposición por bancos centrales u otras instituciones financieras públicas. Para incentivar la participación de entidades de crédito privadas, las políticas tradicionales recurrieron a fondos de garantía que compartían el riesgo de crédito de las empresas de menor tamaño. Esos fondos han tendido a conservar su vigencia en políticas recientes de apoyo financiero a pequeñas empresas, ante la carencia de compañías de seguros de crédito y el lento desarrollo del mercado de seguros (págs. 9-10).

La presencia de instituciones financieras privadas e instituciones financieras públicas es importante en la implementación de políticas públicas, como lo menciona Held (1999):

Las tareas del sector público en las nuevas políticas de apoyo financiero a las empresas de menor tamaño se extienden al menos en dos direcciones adicionales. Los elevados gastos de operación en el desembolso, seguimiento y cobro de créditos de bajo monto, y la limitada información sobre la calidad crediticia de esas empresas pueden justificar subsidios a la incorporación de pequeñas empresas a los servicios financieros de la banca y a la mitigación de sus riesgos de crédito (p. 11).

En el caso de los instrumentos que incentiven el crédito en las pymes solo se ha encontrado el gasto público de gobierno. Por medio del gasto público que hacen los gobiernos se encuentran los subsidios para el acceso al financiamiento de las pymes.

El subsidio para el acceso al financiamiento fue una política que se utilizó en Chile a comienzo de los años noventa con la finalidad establecer una calidad crediticia en las empresas de menor tamaño. Para Held (1995) explica el funcionamiento de esta política:

El subsidio al acceso al financiamiento subsidia la preparación y presentación de antecedentes para peticiones de crédito o de arrendamiento mercantil de micro, pequeñas y medianas empresas del sector industrial en informes estandarizados. En el caso de proyectos de inversión, estos informes incluyen una evaluación del flujo de

caja. La asistencia financiera es proporcionada por consultores que las empresas pueden elegir de un registro público (...) El costo de esta asistencia es cubierto en un 75% por esa institución y en un 25% por el empresario, con topes preestablecidos equivalentes alrededor de 1300 dólares para créditos de corto plazo y de 2000 dólares para créditos de largo plazo (p. 26).

La emisión de recursos por parte del estado para aumentar la financiación en las pymes ayuda a que este tipo de empresas se motiven a aumentar su capital fijo, líneas de producción, etc. Esta motivación causará que las pymes soliciten créditos a las instituciones financieras que estarán debidamente preparadas debido a los recursos asignados por parte del gobierno.

De los tres instrumentos mencionados, en lo que corresponde a mejorar la accesibilidad al crédito de las pymes, solo se ha utilizado el instrumento de la tasa de interés y teóricamente se usa el término de tasas subsidiadas de interés, el autor Held (1999) indica:

Las políticas tradicionales de fomento recurrieron al crédito, con frecuencia a tasas subsidiadas de interés, con el objeto de apoyar el desarrollo de empresas y de determinados sectores productivos, incluyendo empresas de menor tamaño. Las principales instituciones de esas políticas fueron bancos y corporaciones financieras de crédito públicas de “primer piso”. Un objetivo importante del acceso de empresas de menor tamaño al crédito ha sido la generación de empleo, el cual ha conservado vigencia en políticas recientes de apoyo a esas empresas (p.9).

Los gobiernos por medio de este subsidio a la tasa de interés provocan que el costo del financiamiento sea menor para las pymes, incentivando que estas empresas acudan a la banca en busca de líneas de créditos a una tasa de interés razonable con la que se puedan endeudar.

### 2.3 Marco legal

El desarrollo de este apartado se procede a detallar las bases legales que se encuentran determinadas en la Constitución de la República del Ecuador (2008), Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010) Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2015), Consejo Sectorial de la Producción mismo que está vinculado a las disposiciones establecidas por la Subsecretaría de MiPyMEs y artesanías, también por el Ministerio de Industrias y Productividad, relacionando información relevante referente a los factores que inciden en la competitividad de las MiPyMEs en el Ecuador y cómo estos están regidos ante las leyes correspondientes.

En el Registro Oficial No. 449, el artículo 311, de la Constitución de la República del Ecuador (2008), se indica que “Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Referente a la institución que fomenta el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, el artículo 54 del COPCI señala “El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias”. Con respecto a la creación de las MiPyMEs y monitoreo, el artículo 56 del COPCI indica:

Se crea el Registro Único de las MiPyMEs como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MiPyMEs de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código (COPCI, 2010, pág. 27).

Siguiendo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2008), en el Libro III, denominado “Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas y de la democratización de la producción”, artículo 54, se encuentran diversos literales que se apegan a lo requerido por la investigación, entre ellos están:

- (a) Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- (b) Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES.
- (c) Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES.
- (d) Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.
- (e) Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES.

En el caso de fomento a las empresas de menor tamaño en el mercado, se encuentra la Ley de la Economía Popular y Solidaria (2015, pág. 28) “Art. 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético”. Con esta ley se busca el apoyo a las iniciativas de emprendimiento fijando principios claros que beneficien a toda la sociedad.



Mediante Decreto Ejecutivo 1614, se establecen las atribuciones de autoridad para la aplicación de la Decisión 608 de la Comunidad Andina de Naciones, en donde el Ministerio de Industrias y Productividad impulsa la competencia en forma consistente, sistemática y técnica de la industria ecuatoriana. Se crea dentro de la estructura del Viceministerio de Industrias y Productividad del Ministerio de Industrias y Productividad, la Subsecretaría de Desarrollo de MIPYMES, cuya misión es la de impulsar el desarrollo y el fomento de las MIPYMES, a través de las políticas públicas y herramientas de apoyo para provechar las oportunidades de acceso a los mercados nacionales e internacionales, mejorando la integración de la estructura productiva de todas las regiones del país. Entre las principales atribuciones se pueden citar las siguientes:

Diseñar e implementar políticas y herramientas que apoyen el desarrollo competitivo de las MIPYMES y emprendimientos productivos para el acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Generar políticas, programas y proyectos que faciliten el acceso a créditos destinados al desarrollo productivo, comercial y/o tecnológico de las MIPYMES.

Motivar y apoyar al sector de las MIPYMES, en procesos de certificación de la calidad y productividad u otros que busquen garantizar la calidad de los productos de estos sectores.

Promocionar los productos elaborados por las MIPYMES, a través de exhibiciones permanentes, ferias nacionales e internacionales y ruedas de negocios

En base a lo mencionado es importante resaltar que, en el Ecuador, conforme al Registro Oficial No. 351, el artículo 53 del COPCI define este sector de la siguiente:

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código (COPCI, 2010, pág. 14).

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En esta sección se presenta el método de investigación utilizado, el tipo de investigación, las fuentes de información tanto primarias como secundarias, los instrumentos de levantamiento de información, la población y muestra de estudio, y las herramientas de análisis de información.

#### **3.1 Método**

Se aplica el método deductivo en el presente trabajo investigativo. De acuerdo con la autora Maya (2014, pág. 14) el método deductivo “es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares”.

De la misma forma Lafuente y Egoscozabal (2008, pág. 6) indican que el método deductivo “se enmarca en la denominada lógica racional y consiste en: partiendo de unas premisas generales, llegar a inferir enunciados particulares. Si sucede que estas concepciones generales iniciales no son demostrables (axiomas), el método será entonces axiomático-deductivo”.

#### **3.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se aplica será cualitativo, cuantitativo, logrando también una investigación descriptiva.

El tipo de investigación cualitativa de acuerdo con Bonilla & Rodríguez (2005) en (Guerrero, 2016, pág. 2) orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar; su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. Este enfoque trata de comprender el conjunto de cualidades que al relacionarse producen un fenómeno determinado.

El tipo de investigación cuantitativa usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 5).

Esta investigación es de tipo descriptivo, en primera instancia se realizó una validación y confiabilidad del instrumento para MiPyMEs y luego para los consumidores, con el fin de tener una información de mayor veracidad al momento de obtener los resultados de la encuesta para cada uno.

Esta metodología mostró la competitividad de las MiPyMEs en el sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, considerando las variables más intervinientes como calidad, precio, capacidad y servicio al cliente, innovación, tecnología, posición del Gobierno entre otras que están descritas más adelante.

### **3.3 Fuentes de recopilación de información**

Las fuentes de recopilación de información para la investigación son de tipo primaria y secundaria.

#### **3.3.1 Fuentes primarias**

Se encuestaron a los propietarios de las MiPyMEs y a los consumidores del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, estos datos son considerados fuente primaria para el desarrollo de este trabajo investigativo.

#### **3.3.2 Fuentes secundarias**

Por otra parte, en la recolección de información de tipo secundaria se revisaron diversas fuentes de investigación científica entre se destacan: Biblioteca virtual de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, las aportaciones de: Porter (2006, 2008, 2014, 2015), Chacón (2015), Cerem (2015), Fuentes, Osorio y Mungaray (2016), García (2017), Lladó (2018), Castillo (2019) y Ávalos (2020) para poder definir el modelo de la investigación.

Además, se revisó fuentes institucionales oficiales como del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC; 2010, 2012, 2016, 2018), Constitución de la República del Ecuador (2008), Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010), Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2015), datos estadísticos del Banco Central del Ecuador (2019), Cámara de la Pequeña Industria del Guayas (2018), Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2017), Superintendencia de Bancos del Ecuador (2017), documentos institucionales de la Superintendencia de Compañías, Corporación Financiera Nacional (2017) y Directorio de empresas y establecimientos (INEC, 2017).

### **3.4 Instrumentos de recopilación de información**

Como instrumentos principales para la recolección de información se aplicará la encuesta para las MiPyMEs y luego para los consumidores de acuerdo con el modelo de competitividad de Michael Porter para MiPyMEs aplicado al sector de servicios de alimentos.

#### **3.4.1 Encuesta para MiPyMEs**

En el estudio se utilizó la encuesta dirigida a los propietarios de las MiPyMEs, con el fin de recopilar información diversa en relación con la competitividad. A continuación, se detalla el tipo de información a recopilar (Ver **Anexo 1**).

La encuesta se estructuró en función de las variables a analizar de acuerdo con el modelo de competitividad de Michael Porter y aborda un total de 8 preguntas que están divididas en 6 secciones, la sección “A” corresponde a la calidad, la sección “B” corresponde a la eficiencia, la sección “C” a la capacidad y servicio al cliente, la sección “D” correspondiente a la innovación, la sección “E” al desarrollo digital y finalmente la sección “F” al panorama de las políticas gubernamentales del tema tratado.

Finalmente, la información obtenida de las encuestas se utilizará para realizar la triangulación de información que sirve para el análisis individual de cada uno de los factores que inciden en la competitividad de las MiPyMEs de Guayaquil.

## **Validación y confiabilidad de instrumentos de recopilación de información primaria**

### **Modelo de Lawshe**

Lawshe (1975, pág. 38) propone un modelo que consiste en organizar un panel de evaluación, integrado por especialistas en la tarea a evaluar; ellos deberán emitir su opinión, clasificando en tres categorías los indicadores propuestos: esencial, útil pero no esencial, no esencial. Además, el autor plantea que estas categorías se asocien con la habilidad, conocimiento o competencia para el desempeño de una tarea.

### **Validación de contenidos de la encuesta a MiPyMEs**

Para efectos de obtener resultados cercanos a la realidad de la investigación, se realizó una validación de contenidos con el objetivo de determinar qué ítems son los que se deben incluir o no en la encuesta según el criterio de los expertos, pero pese a que existe una o más preguntas que no se deban incluir, se deben analizar si es posible reformular el ítem o dejarlo sin efecto y no incluirlo.

A cada experto se le proporcionó un cuestionario, en el cual se incluían las indicaciones y la definición conceptual del constructo, además los criterios de valoración esencial, útil pero no esencial y no esencial, para que el sujeto evaluara el nivel de importancia de cada ítem. Posteriormente, se determinó la razón de validez de contenido (CVR y CRV) y el Índice de validez de Contenido mediante las ecuaciones descritas de acuerdo con el modelo de Lawshe:

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

Donde:

*CVR* : La razón de validez de contenido

*n<sub>e</sub>* : Número de expertos que tiene acuerdo en la categoría esencial.

*N* : Número total de expertos.

$$CVR' = \frac{CVR + 1}{2}$$

Donde:

$CVR'$  : La razón de validez de contenido.

Esta ecuación es empleada para el cálculo de validez global del instrumento.

$$CVI = \frac{\sum_{i=1}^M CVR_i}{M}$$

Donde:

$CVR_i$  : Razón de validez de contenido de los ítems aceptables de acuerdo con el criterio de Lawshe.

$M$  : Total de ítems aceptable en el instrumento.

En la Tabla 8 se muestran los 30 ítems de la encuesta realizada a los expertos del sector servicios de alimentos en Guayaquil, indicando las preguntas más esenciales que debe abordar este instrumento para las MiPyMEs, de tal manera que se obtenga información esencial en el cuestionario. Por esta razón al realizar el modelo de Lawshe se determinó que cinco (5) de ellas no influyen con mayor impacto en el modelo de competitividad que se pretende medir.

Luego de obtener estos resultados se analizaron las preguntas que no deben incluirse para comprobar su validez y se concluyó que, de acuerdo con las sugerencias planteadas por los expertos, no se las realice.

La validez global del instrumento (CVI) se considera muy buena si tiene un puntaje de 0.8 equivalente al 80% y que para que un ítem sea esencial debe tener un puntaje igual o mayor a 0.58. De esta forma se ajusta el modelo de encuesta de 30 a 25 ítems para las MiPyMEs, donde se analizó en primera instancia la fiabilidad del instrumento, para luego proceder con la validez del cuestionario, mismo que brindará información relevante para analizar la competitividad entre las MiPyMEs del sector.

Tabla 8 Validez de contenido para la encuesta a las MiPyMEs

Constructo	Dimensión	Ítems	Útil pero		CVR	CVR'	Decisión	
			Esencial	No esencial				
VALIDACIÓN DE CONTENIDOS	CALIDAD	1	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		2	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		3	7	0	0	1.0000	1.0000	Incluir
		4	3	3	1	-0.1429	0.4286	No Incluir
		5	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		6	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		7	3	3	1	-0.1429	0.4286	No Incluir
		8	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		9	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		10	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	EFICIENCIA	11	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		12	2	4	1	-0.4286	0.2857	No Incluir
		13	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		14	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	CAPACIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE	15	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		16	3	3	1	-0.1429	0.4286	No Incluir
		17	4	3	0	0.1429	0.5714	No Incluir
	INNOVACIÓN	18	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		19	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		20	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
	DESARROLLO DIGITAL	21	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		22	5	2	1	0.4286	0.7143	Incluir
		23	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	POLÍTICAS GUBERNAMENTALES	24	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		25	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		26	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		27	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		28	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
	SUMA		155	45	11	14.2857	22.1429	
					CVI Global	0.47619048	0.73809524	
				CVI Ítems		0.80		

Elaboración propia

### Confiabilidad de la encuesta a MiPyMEs

Para la presente investigación se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach, que ayuda a evaluar la consistencia interna del instrumento de medición constituido por una escala de tipo Likert (Bonales, et al., 2015, pág. 24). Utilizando la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Donde:

$K$  : Es el número de ítems.

$\sum S_i^2$  : Es la suma de la varianza de los ítems.

$S_x^2$  : Es la varianza del puntaje total.

Como criterio general, George y Mallery (1995, pág. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach de acuerdo con la Tabla 9:

Tabla 9 Interpretación del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach

Puntuación de Alfa de Cronbach	Instrumento de medición
Mayor a 09	Excelente
Entre 0.8 – menor a 0.9	Bueno
Entre 0.7 – menor a 0.8	Aceptable
Entre 0.6 – menor a 0.7	Débil
Entre 0.5 – menor a 0.6	Pobre
Menor a 09	No es aceptable

Elaboración propia

Se realizó el instrumento piloto a 9 MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil de manera online debido a la actual pandemia causada por el COVID-19. La información y cálculos fueron realizados en Microsoft Excel donde se obtuvo un *coeficiente alfa de Cronbach de 0.7138*, lo que indica que es aceptable el instrumento para proceder a una validación de contenido.

### 3.4.2 Encuesta a consumidores

La encuesta será dirigida a los clientes de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

La encuesta dirigida a los consumidores utiliza la escala de Likert para medir las percepciones de estos frente al servicio ofrecido por parte de las MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil y aborda un total de 10 preguntas que están divididas en 5 secciones, la sección “A” corresponde a la gestión administrativa, la sección “B” corresponde al medio ambiente, la sección “C” a los consumidores y la sección “D” correspondiente al Gobierno que encierra el panorama político actual. (**Ver Anexo2**).

La investigación hace uso del modelo (Bonales, Zamora, & Ortiz, 2015, pág. 17), primero se realizará una prueba piloto para determinar el coeficiente de fiabilidad, Alfa de Cronbach y luego se evaluará la consistencia del instrumento de medición a partir de una muestra calculada por una escala de tipo Likert .



## Escala de Likert

La escala de Likert se utiliza para medir las expectativas y percepciones de los clientes, esta presenta un rango de siete niveles, donde el primero significa totalmente en desacuerdo y el último totalmente de acuerdo como lo indica la Tabla 10.

Tabla 10 *Escala de Likert*

<b>Puntajes</b>	<b>Niveles</b>
1	Totalmente en desacuerdo
2	Muy en desacuerdo
3	En desacuerdo
4	Ni de acuerdo ni desacuerdo
5	De acuerdo
6	Muy de acuerdo
7	Totalmente de acuerdo

Elaboración propia.

## Prueba Piloto

Para conocer la opinión de los encuestados, se realizó una prueba piloto con el objetivo de obtener información específica de la encuesta, misma que fue realizada a un grupo de 20 consumidores del sector MiPyMEs de servicios y alimentos.

Al momento de realizar las preguntas, existió confusión en dos clientes debido a que una variable de la encuesta no pudo ser interpretada de manera inmediata. Además, los clientes consultaron a los autores de la encuesta acerca de la seguridad del restaurante donde se consumen los alimentos. s diferencias de los significados entre expectativas y percepciones.

La variable que no pudo ser interpretada rápidamente está agrupada en la dimensión Cliente y no hubo mayor conflicto ya que se pudo explicar fácilmente la interpretación de la variable, haciendo referencia más allá de la seguridad física del cliente, al estado saludable que tienen los alimentos al momento de ser ingeridos de tal manera que no se vea perjudicada la salud del consumidor.

## Validación de contenidos de la encuesta a Consumidores

Para efectos de obtener resultados válidos en el instrumento para los consumidores del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, se aplicó el mismo modelo de Lawshe y sus resultados están representados de la siguiente manera:

Tabla 11 Validez de contenido para la encuesta a los consumidores

Constructo	Dimensión	Ítems	Útil pero no		CVR	CVR'	Decisión	
			esencial	Esencial				
VALORACION	Fiabilidad	1	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		2	4	2	1	0.1429	0.5714	No Incluir
		3	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		4	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	Calidad del servicio	5	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		6	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		7	5	2	1	0.4286	0.7143	Incluir
		8	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
	Calidad del producto	9	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		10	4	1	2	0.1429	0.5714	No Incluir
		11	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		12	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
	Tangibilidad	13	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		14	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		15	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	Cliente	16	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		17	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		18	5	2	0	0.4286	0.7143	Incluir
		19	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
			20	4	1	1	0.1429	0.5714
CONSUMOS	Tecnología	21	5	1	0	0.4286	0.7143	Incluir
		22	5	2	1	0.4286	0.7143	Incluir
		23	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
MIDORES	Procesos internos	24	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		25	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	26	4	1	1	0.1429	0.5714	No Incluir	
	Costos	27	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
		28	5	1	1	0.4286	0.7143	Incluir
		29	6	1	0	0.7143	0.8571	Incluir
	SUMA		151	37	14	14.1429	21.5714	
						CVI Global 0.48768473	0.74384236	
						CVI Ítems	0.80	

Elaboración propia.

En la Tabla 11 se muestran los 29 ítems de la encuesta realizada a los clientes del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, indicando las preguntas más esenciales que debe abordar este instrumento, de tal manera que se obtenga información esencial en el cuestionario. Por esta razón al realizar el modelo de Lawshe se determinó que cuatro (4) de ellas no influyen con mayor impacto en el modelo de competitividad que se pretende medir, siendo una de ellas en la sección de tecnología, lo que conllevó a reformular la pregunta pasando de: *¿Utiliza usted los servicios tecnológicos que proporciona el restaurante?* a *¿Utiliza usted la tecnología que tiene*

*disponible la empresa por parte del establecimiento de servicios de alimentos?*

De esta forma, analizada la pregunta modificada para incluirla en el instrumento, se concluyó que se trabajará con 26 ítems, teniendo en cuenta que la variable tecnología es indispensable en el desarrollo de este estudio.

### **Confiabilidad de la encuesta a Consumidores**

Para la presente investigación se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach, el mismo que se utilizó en la prueba piloto para las MiPyMEs. Se considerarán los mismos criterios propuestos por George y Mallery (1995, pág. 231) para ayudar a evaluar la consistencia interna del instrumento de medición constituido por una escala de tipo Likert (Bonales, et al., 2015, pág. 24).

Se realizó el instrumento piloto a 20 consumidores de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil de manera online debido a la actual pandemia causada por el COVID-19. La información y cálculos fueron realizados en Microsoft Excel donde se obtuvo un *coeficiente alfa de Cronbach de 0.7105*, lo que indica que es aceptable el instrumento para proceder a una validación de contenido.

### **3.5 Población y muestra**

En el estudio se utilizan como fuentes primarias dos tipos de poblaciones. La primera son los gerentes de MiPyMEs y la segunda son los consumidores de bienes y servicios de alimentos.

#### **Población MiPyMEs**

Mediante la información publicada en el Ranking Empresarial (2020) por la Superintendencia de Compañías, se conocerá la población de las empresas del sector de servicios de alimentos y cómo están conformadas en base a su tamaño empresarial, como lo define el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador conforme lo indica la Tabla 12.

Tabla 12 *MiPyMEs del Ecuador - Año 2020*

<b>MIPYMEs</b>	<b>NACIONAL</b>	<b>GUAYAS</b>	<b>GUAYAQUIL</b>	<b>% MiPyMEs - Gye</b>
Micro	42,837	10,955	9,708	64.42%
Pequeña	21,151	4,850	4,209	27.92%
Mediana	7,397	1,414	1,153	7.66%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Mayo (2020).

Con esta información se establece que la población de estudio en la presente investigación es de 15070 MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil a junio del año 2020.

### **Muestra de MiPyMEs**

El muestreo utilizado en la investigación es de tipo probabilístico, porque permite la presencia proporcional en la población de los elementos de la muestra. La fórmula estadística utilizada para la obtención de la muestra obtenida de la población finita que de acuerdo con (Martínez, 2016, pág. 13) es la siguiente:"

$$n = \frac{\alpha^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + \alpha^2 * p * q}$$

Donde,

$n$  = Tamaño de la muestra.

$N$  = Tamaño de la población.

$\alpha^2$  = Nivel de confianza, siendo alfa 90% ( $Z = 1.645$ )

$e$  = Error máximo admisible.

$p$  = probabilidad de éxito.

$q$  = probabilidad de fracaso.

El cálculo de la muestra para la encuesta aplicada a las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de Guayaquil es:

$$n = \frac{(1.65)^2 * (15070) * 0.5 * 0.5}{0.1^2 * (15070 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5} \approx 67$$

Para el presente trabajo la muestra a utilizar fue de 67 MiPyMEs, estas fueron realizadas a los propietarios de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de

la ciudad de Guayaquil.

## **Población de Consumidores**

En esta sección se determina la población y muestra para la recopilación de información a través de encuestas aplicadas a los clientes de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de Guayaquil.

Para León (2017, pág. 16) la población “es un conjunto de elementos que contienen ciertas características en común, esperando que la parte observada sea una muestra representativa de la realidad”. La población infinita son los consumidores de los servicios de alimentos de las MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil y se considera infinita porque se desconoce el número de clientes que requieren de este servicio ya que puede variar o ser permanente.

## **Muestra de Consumidores**

La muestra “es un subconjunto o parte del universo o población en que se lleva a cabo la investigación” (Fernández, 2012, pág. 9). Para determinar la muestra de esta investigación se aplicará la fórmula de **población infinita**, siendo su expresión algebraica la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde,

$z$  = nivel de confianza

$p$  = probabilidad de ocurrencia

$q$  = probabilidad de no ocurrencia

$e$  = margen de error

El cálculo de la muestra para la encuesta aplicada a los clientes de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de Guayaquil es:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.5^2} = 384$$

Para el presente trabajo el resultado de la muestra a utilizar fue de 384 clientes

de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de Guayaquil.



### **3.6 Herramientas de análisis de información**

Las herramientas de análisis de información del presente trabajo investigativo se realizaron por medio de la elaboración de tablas comparativas con datos nominales y porcentuales.

También se elaboraron gráficos de tipo columnas, para mostrar la participación porcentual de las percepciones de los representantes de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de Guayaquil respecto a la competitividad empresarial frente en la era digital.

Todas las herramientas mencionadas fueron elaboradas en el programa informático de hojas de cálculo de Microsoft Excel, donde se facilita la interpretación de los resultados de la información recopilada en la investigación, tanto de las fuentes primarias, como secundarias.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En este capítulo se presentan los análisis de resultados del estudio, de acuerdo con la teoría previamente seleccionada y la metodología planteada a partir de la cual se recopiló información. En primer lugar se realiza una caracterización de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos MiPyMEs en Guayaquil; luego se presenta el desarrollo digital en este mismo sector; en una tercera sección se realiza el análisis de la competitividad a nivel país, industrial y empresas del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, donde se caracteriza a las MiPyMEs del Ecuador y Guayaquil y dentro de cada una de ellas, los niveles de ingresos y utilidades por provincia y sectores económicos, así como también las políticas de intervención gubernamentales y, por último, se presenta una propuesta de acciones en las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

#### **4.1 Caracterización de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos**

En la presente sección se detalla la caracterización de las MiPyMEs en Ecuador y en detalle las de Guayaquil, se presenta información en relación con la clasificación de las empresas, de acuerdo con sus volúmenes de ventas, personal ocupado, número de empresas y el porcentaje de participación de cada una de ellas. De la misma forma con la información relacionada al Producto Interno Bruto (PIB en adelante) por sectores económicos en el periodo 2015 – hasta el primer trimestre el año 2020. Finalmente se presentan los ingresos y utilidades del sector servicios de alimentos por provincia y en la ciudad de Guayaquil

##### **4.1.1 MiPyMEs de Ecuador**

En la siguiente sección se describen las diversas características de las MiPyMEs de Ecuador, el número de las MiPyMEs, los ingresos y el número de empleados por región, provincia y sectores productivos en este tipo de empresas.

El desarrollo de las MiPyMEs se da a nivel internacional en países industrializados, así como también los que están en vías de desarrollo, donde existe mayor participación de nuevas microempresas que fomenten el crecimiento económico del país.

Tabla 13 Principales características de las empresas de Ecuador

Tamaño de empresa	Volúmenes de ventas anuales	Personal ocupado	Nro. Empresas	% Total
<b>Total</b>			899.208	100,00%
<i>Microempresa</i>	<i>Menor o igual a 100.000</i>	<i>1 A 9</i>	816.553	90,81%
<i>Pequeña empresa</i>	<i>De 100.001 a 1'000.000</i>	<i>10 A 49</i>	64.117	7,13%
<i>Mediana empresa "A"</i>	<i>De 1'000.001 a 2'000.000</i>	<i>50 A 99</i>	8.529	0,95%
<i>Mediana empresa "B"</i>	<i>De 2'000.001 a 5'000.000</i>	<i>100 A 199</i>	5.749	0,64%
<i>Grande empresa</i>	<i>De 5'000.001 en adelante</i>	<i>200 en adelante</i>	4.260	0,47%

Nota: Esta información es tomada a diciembre del 2018.

Fuente: Directorio de Empresas del Ecuador – DIEE (INEC, 2018)

Elaboración propia.

Como se indica en la Tabla 13 las MiPyMEs de Ecuador representan aproximadamente el 99,53% del total de las empresas, donde las microempresas es el que mayor establecimientos contempla con más del 90% de todo el país, según el informe realizado por el Directorio de Empresas del Ecuador a diciembre del año 2018.

Tabla 14 Empleados por tamaño empresarial en Ecuador - 2018

Clasificación de las empresas	Número de empleados	Total %
Microempresa	<b>721,435</b>	24.49%
Pequeña empresa	<b>541, 891</b>	18.39%
Mediana empresa "A"	<b>231,088</b>	7.84%
Mediana empresa "B"	<b>279,280</b>	9.48%
Grande empresa	<b>1,172,565</b>	39.80%
<b>TOTAL</b>	<b>2,946,259</b>	100%

Nota: Esta información es tomada a diciembre del 2018.

Fuente: Directorio de Empresas del Ecuador – DIEE (INEC, 2018)

Elaboración propia.

Según el Directorio de Empresas de Ecuador y de acuerdo con la Tabla 14, el empleo generado por parte de las MiPyMEs al término del año 2018 registra el 60.20% de este sector, contrastando la información con el 39.80% por parte de las grandes empresas. Es importante mencionar que, pese al volumen de empresas registradas de este sector, existe una ligera concentración inferior de empleados en las grandes empresas, respecto a las micro y pequeñas empresas del Ecuador.

Tabla 15 Ventas totales por tamaño empresarial, Ecuador, diciembre de 2018

(En dólares)

Clasificación de las empresas	Ventas totales	Total %
Microempresa	\$ 1,574,379,219	0.93%
Pequeña empresa	\$ 19,091,411,065	11.29%
Mediana empresa "A"	\$ 10,400,658,549	6.15%
Mediana empresa "B"	\$ 16,315,284,176	9.65%
Grande empresa	\$ 121,675,426,932	71.97%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 169,057,159,941</b>	<b>100%</b>

Nota: Esta información es tomada a diciembre del 2018

Fuente: Directorio de Empresas del Ecuador – DIEE (INEC, 2018)

Elaboración propia

En la Tabla 15 se muestran las ventas obtenidas en el año 2018 por parte de las MiPyMEs del Ecuador se encuentran solo representan el 28% de las ventas totales por debajo del 71.97% que aporta la Grande empresa, esto se debe porque tienen un mercado más reducido.

Las MiPyMEs de acuerdo con dichos datos son generadoras de pocas ventas en relación con las grandes empresas, sin embargo, son las responsables de la mayor cantidad de empleo en Ecuador. En la Tabla 16 se muestra la información del PIB por tasas de crecimiento de acuerdo con los sectores económicos de Ecuador desde el 2015 hasta el primer trimestre del año 2020, según la información proporcionada por el Banco Central del Ecuador. De acuerdo con la información sobre evolución de los sectores económicos, el sector de Alojamiento y servicio de comida evidencia una tendencia a la baja durante el año 2019 y a inicios de este año es más evidente debido a la actual pandemia causada por el COVID-19.

De acuerdo con el estudio sectorial : Panorama de las MiPyMEs y grandes empresas en Ecuador 2013 – 2017, realizado por parte de la Superintendencia de Compañías (2018, pág. 10), asigna la siguiente denominación: Sector I: actividades de alojamiento y de servicio de comidas, consta de 15 actividades (CIU 6 dígitos) que detallan las funciones que cumplen las compañías dentro del Sector I.

Tabla 16 PIB nominal de los sectores económicos de Ecuador, 2015- 2020.

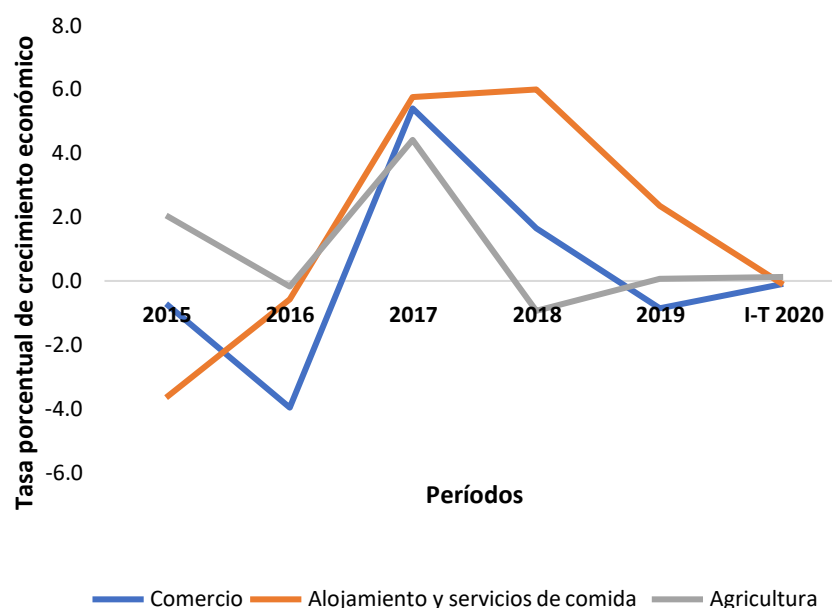
(Tasas de crecimiento)

<b>PERIODOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>I-T 2020</b>
Agricultura	2.1	-0.2	4.4	-0.9	0.1	0.12
Acuicultura y pesca de camarón	18.6	8.2	15.9	6.6	12.1	0.05
Pesca (excepto camarón)	-5.2	3.5	3.5	2.2	4.1	0.06
Petróleo y minas	-2.1	1.5	-2.8	-5.9	2.4	0.21
Refinación de Petróleo	-6.5	27.4	9.5	-6.7	-20.4	0.04
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	-0.4	-2.6	3.1	1.2	1.5	0.03
Suministro de electricidad y agua	9.0	0.5	9.6	3.5	9.4	0.03
Construcción	-0.8	-5.8	-4.4	0.6	-5.2	-0.45
Comercio	-0.7	-4.0	5.4	1.6	-0.9	-0.09
<b>Alojamiento y servicios de comida</b>	<b>-3.7</b>	<b>-0.6</b>	<b>5.8</b>	<b>6.0</b>	<b>2.3</b>	<b>-0.12</b>
Transporte	4.6	1.3	0.1	4.9	1.1	-0.48
Correo y Comunicaciones	-1.1	-0.8	1.1	3.5	1.6	-0.07
Actividades de servicios financieros	-0.7	-1.2	6.3	2.9	5.0	-0.04
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	-1.3	-2.1	1.1	3.2	2.9	-0.14
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	4.0	0.5	3.8	3.7	-0.5	-0.04
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	4.4	2.7	1.1	-1.2	-4.9	-0.19
Servicio doméstico	-2.4	8.6	7.9	-0.7	-1.7	-0.01
Otros Servicios (*)	1.0	-2.2	-4.7	3.1	1.0	-0.18

Tomado del Informe Trimestral del Banco Central del Ecuador, al 30 de junio del (2020)

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se muestra una breve comparación de los sectores mayormente relacionados al sector alojamiento y servicios de comida, esto es el sector comercio y agricultura.

En el año 2017 el sector de alojamiento y servicios de comida tuvo una tendencia al alza, debido a la tasa de crecimiento económico del sector que, a pesar de no tener mayor crecimiento en el año, es uno de los que mayor representatividad tienen en la economía del Ecuador.



Tasas de crecimiento anual del PIB nominal de tres sectores económicos 2015-2019 y al I trimestre del año 2020.

Fuente: Informe Trimestral del Banco Central del Ecuador, al 30 de junio del (2020)

En la Tabla 17 se muestra la participación de todas las empresas en las Provincias más representativas de Ecuador donde Guayas se encuentra en la segunda posición con el 18.95%.

Tabla 17 Participación de las empresas en Ecuador al tercer trimestre de 2018

Provincia	Nro. Empresas	Total	%
<b>Total</b>	<b>899,208</b>	<b>100.00%</b>	
Pichincha	213,550	23.75%	
Guayas	170,363	18.95%	
Manabí	78,682	8.75%	
<b>El resto</b>	<b>4,366.13</b>	<b>48.56%</b>	

Tomado de la investigación: Directorio de Empresas del Ecuador (2018, pág. 9)  
Elaboración propia.

En la Tabla 18 se muestran las empresas del Ecuador según su actividad económica donde las actividades de alojamiento y servicio de comidas son el 3.62% de las actividades económicas del país, siendo el comercio al por mayor y menor la actividad más representativa desde hace diez años.

Tabla 18 Empresas del Ecuador según su actividad económica, año 2018

Actividad Económica	Nro. Empresas	% Total
<b>Total</b>	<b>899.208</b>	<b>100,00%</b>
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	314.127	34,93%
AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA.	93.336	10,38%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO.	83.863	9,33%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	75.364	8,38%
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS.	70.122	7,80%
<b>ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.</b>	<b>64.675</b>	<b>7,19%</b>
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS.	59.412	6,61%
CONSTRUCCIÓN.	30.826	3,43%
ENSEÑANZA.	24.698	2,75%
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS.	20.715	2,30%
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO.	19.764	2,20%
ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL.	19.397	2,16%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	7.891	0,88%
ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN.	6.470	0,72%
ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS.	2.642	0,29%
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL	2.108	0,23%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS.	1.973	0,22%
DISTRIBUCIÓN DE AGUA; ALCANTARILLADO, GESTIÓN DE DESECHOS Y SANEAMIENTO.	1.419	0,16%
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO.	406	0,05%

Tomado de la investigación: Directorio de Empresas del Ecuador – DIEE (2018, pág. 15)  
Elaboración propia

El sector servicios de alojamiento y comidas tiene una participación de mercado del 7,19% siendo el sexto sector con mayor número de empresas en el país según el informe del Directorio de Empresas del Ecuador (2018, pág. 7) a nivel nacional.

### **Ingresos de las MiPyMEs de alojamiento y servicio de comidas**

El sector I: actividades de alojamiento y de servicios de comidas, aporta en promedio el 1% del total de ingresos de la economía (Superintendencia de Compañías, 2018, pág. 61). Los ingresos del sector servicios de alimentos de las MiPyMEs y Grandes empresas del Ecuador al año 2013 las MiPyMEs tenían mayores niveles de ingresos en relación con las mayores empresas, dicha tendencia fue modificada a partir del año 2015 y se fue pronunciando hasta el año 2017.

La actividad alojamiento y servicios, tiene identificados claramente dos sectores. Primer sector servicios y alimentos, el segundo sector es alojamiento.

Dentro del sector servicios de alimentos existen varias actividades, en total son 20 las actividades. Una de esas actividades es la más ha generado ingresos la actividad I5610.01 que corresponde a la categoría de restaurantes, cevicherías, picanterías, etc incluido comida para llevar. (Ver Tabla 19 ).

De las 20 actividades del sector servicios de alimentos se destacan las 5 más importantes de acuerdo con nivel de ingresos:

I5610.01 – Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.

I5510.01 – Servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apartamentos, hoteles, complejos turísticos, hosterías.

I5629.02 – Servicios de concesiones de servicio de comidas en instalaciones deportivas e instalaciones similares, cantinas o cafeterías (por ejemplo, para fábricas, oficinas, hospitales o escuelas) en régimen de concesión.

I5610.02 – Restaurantes de comida rápida, puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar, reparto de pizza; heladerías, fuentes de soda, etcétera.

I5630.02 – Actividades de preparación y servicio de bebidas para su consumo inmediato en: cafés, tiendas de jugos de fruta, vendedores ambulantes de bebidas.

En cuanto al segundo sector, el alojamiento, se presenta una clasificación de 3 actividades que son:

- El alojamiento temporal para visitantes y otros viajeros
- Abastecimiento de comidas
- Bebidas para su consumo inmediato.



Tabla 19 *Ingresos de actividades de servicios de alimentos de Ecuador 2013-2017*

(En millones de dólares)

Actividad	2013	2014	2015	2016	2017
I5610.01	211.5	212	195.6	177.9	186.1
I5510.01	156.8	169.9	165.8	144.2	138.3
I5629.02	22.9	20.4	15	19.7	17.8
I5610.02	67.1	69.2	73.1	64.9	64.7
I5630.02	29.1	36.9	41.2	42.2	46.9
OTRAS ACT.	53.5	37.6	37.9	26.1	35
<b>Total</b>	<b>540.9</b>	<b>546</b>	<b>528.6</b>	<b>475</b>	<b>488.8</b>

Tomado de Superintendencia de Compañías. Panorama de las MiPyMEs y grandes empresas del Ecuador a diciembre del 2018 (2018, pág. 68)

### Utilidad de las MiPyMEs de alojamiento y servicio de comidas

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías (2018, pág. 156) en el 2015 y 2016, el sector de servicios de alimentos tuvo inconvenientes económicos en sus utilidades totales del 44% y 76% para las grandes empresas y las MiPyMEs, respectivamente. Para el año 2017, las grandes empresas y las MiPyMEs representan el 87% y 13% respectivamente.

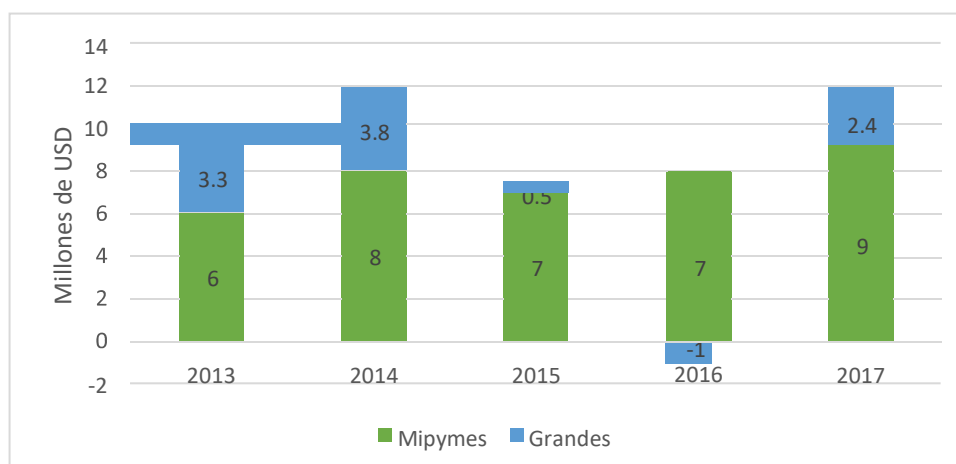


Figura 6 *Utilidades del sector de alojamiento- servicio de comida nacional (Millones de USD)*  
Tomado de: Superintendencia de Compañías. Panorama de las MiPyMEs y grandes empresas del Ecuador (2018, pág. 156)

#### 4.1.2 MiPyMEs de Guayaquil

En la presente sección se caracteriza a las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil. En primer lugar, los ingresos y utilidades generados por las MiPyMEs del sector de servicios de alojamiento y servicios de comidas se comprende la información proporcionada hasta agosto del año 2020 es la más reciente. A la fecha no existe publicación alguna referente a este estudio, por tal motivo se toma como base el periodo mencionado y en el análisis se complementará con la información del sector servicios de alimentos en general.

#### Ingresos de las MiPyMEs de Guayaquil del sector de alojamiento y servicios de comida

En la Figura 7 se muestra la evolución de los ingresos de las MiPyMEs del sector servicios de alojamiento y servicios de comida de la ciudad de Guayaquil, mismo que ha mantenido una tendencia al alza debido al desarrollo económico del país y a la mejora en el servicio digital que varios empresarios iniciaron en sus negocios.

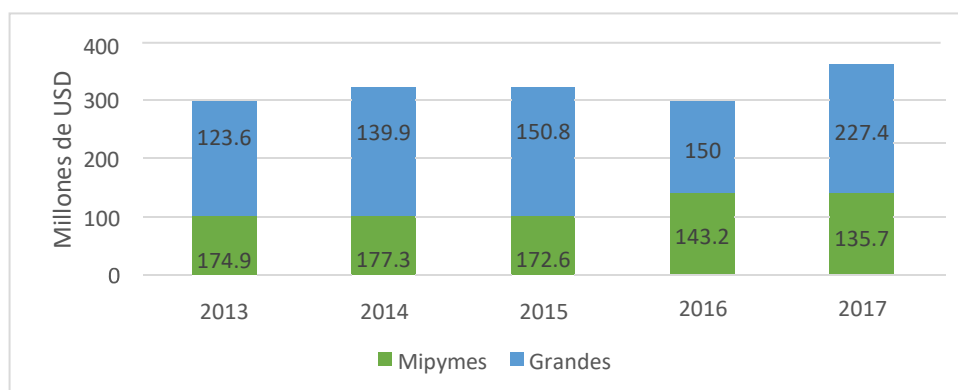


Figura 7 Evolución de ingresos MiPyMEs del sector alojamiento - servicios de comidas /Gye Tomado de: Superintendencia de Compañías. Panorama de las MiPyMEs y grandes empresas del Ecuador (2018, pág. 66)

Para el 2017, Quito obtuvo en sus ingresos un 2%, obteniendo un monto de 575 millones de USD (participaciones de 60% y 40% para grandes empresas y MiPyMEs). Guayaquil, Manta y Cuenca tuvieron crecimientos de 24%, 28% y 0.6% en sus ingresos, alcanzando montos de 363, 35 y 36 millones de USD respectivamente. Es importante mencionar que, en el año 2018 las cuatro ciudades mencionadas concentran el 88% de total de ingresos por ventas del sector.

### 4.1.3 Inversión empresarial por Sector, Provincia y Guayaquil

En el siguiente apartado se dará a conocer la inversión empresarial por parte del Gobierno ecuatoriano para los sectores, provincias más representativas y para la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2013 – 2018.

#### Inversión empresarial por sectores económicos

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías (2018, pág. 17) en su informe presentado en diciembre del año 2018, referente a la inversión empresarial realizada a los sectores económicos de la provincia del Guayas, se tiene que, se han destinado la mayor parte de los recursos a las industrias y manufacturas, seguida de las actividades financieras y seguros, mismas que tienen una tendencia alcista para los próximos años, siendo el comercio el sector que mayor dinamismo tiene en la economía del país ya que no ha recibido por parte del Estado ecuatoriano la inversión deseada que permita innovar en nuevos procesos de comercialización. (Ver Tabla 20)

Tabla 20 *Inversión empresarial por sectores económicos del Ecuador*

Años	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tendencia
Agricultura	33	94	123	47	144	92	
Industrias y Manufacturas	145	124	212	110	168	147	
Comercio	92	147	189	165	101	119	
Actividades Financieras y Seguros	81	43	267	84	134	146	
Otros sectores	79	127	208	114	179	142	

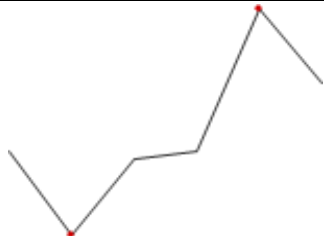
*Nota: La información proporcionada en la presente tabla (Millones e USD), es la última que registra la Superintendencia de Compañías del Ecuador a junio del 2020. A partir de la presente fecha no se ha realizado otro estudio relacionado.*

Tomado de la investigación, Superintendencia de Compañías. Estudio Sectorial de la Inversión empresarial por sectores económicos, a diciembre del 2018.

## Inversión empresarial en la provincia del Guayas

Por otro lado, la Superintendencia de Compañías (2018, pág. 19) también afirma que, la inversión empresarial en la provincia del Guayas se refleja al alza hasta el año 2017, debido a mantener un mismo modelo económico del Gobierno de aquel entonces. Luego la inversión a los sectores económicos presentados en el párrafo anterior en la Provincia, tuvieron un impacto significativo, no existía el crédito suficiente para sostener la inversión a las empresas sino más bien se reformaron leyes que incidieron en la estabilidad económica de las empresas (Ver Tabla 21).

Tabla 21 *Inversión empresarial - Provincia del Guayas.*

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Tendencia</b>
<b>2013</b>	34	
<b>2014</b>	23	
<b>2015</b>	33	
<b>2016</b>	34	
<b>2017</b>	53	
<b>2018</b>	4	

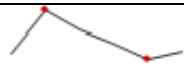

*Nota: La información proporcionada en la presente tabla, es la última que registra la Superintendencia de Compañías del Ecuador a junio del 2020. A partir de la presente fecha no se ha realizado otro estudio relacionado.*

Tomado de la investigación, Superintendencia de Compañías. Estudio Sectorial de la Inversión empresarial por sectores económicos, a diciembre del 2018.

## Inversión empresarial Guayaquil

De acuerdo con el informe presentado por la Superintendencia de Compañías (2018, pág. 21) a diciembre del año 2018, se dio a conocer que la inversión empresarial destinada a la ciudad de Guayaquil tiene una tendencia al variante a partir del año 2015, esto se debe a la imposición de las salvaguardas impuestas por el Gobierno de aquel entonces, donde hubo restricción a la importación de productos, con el objetivo de que las industrias aporten a la matriz productiva del Ecuador, lo que trajo un impacto negativo en la economía de las empresas de la ciudad de Guayaquil, siendo Quito la más afectada, como lo indica la Tabla 22.

Tabla 22 *Inversión empresarial, ciudad de Guayaquil*

<b>Años</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Tendencia</b>
Quito	531.7	1048.4	812.6	653.9	453.1	542	
Guayaquil	268.5	399	598.7	345.5	556.7	461	

*Nota: La información proporcionada en la presente tabla (Millones de USD), es la última que registra la Superintendencia de Compañías del Ecuador a junio del 2020. A partir de la presente fecha no se ha realizado otro estudio relacionado.*

Tomado de la investigación, Superintendencia de Compañías. Estudio Sectorial de la Inversión empresarial por sectores económicos, a diciembre del 2018.

#### **4.1.4 Tipo de servicios de alimentos**

En la presente sección se conocerán los tipos de servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil, de tal manera que se tenga un mejor panorama de las actividades específica que se realizan en el sector de alojamiento y comidas según el reglamento turístico de alimentos y bebidas emitido por el Ministerio de Turismo (2018).

### **TÍTULO III: DE LA CLASIFICACION, REQUISITOS DE CATEGORIZACION Y SISTEMA DE PUNTUACION.**

#### **CAPITULO I: CLASIFICACIÓN**

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en: Cafetería, Bar, Restaurante, Discoteca, Establecimiento móvil, Plazas de comida, Servicio de Catering (Ministerio de Turismo, 2018, pág. 7). En la presente tipología se detallan las actividades de comidas dentro del local:

a) Cafetería: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, siendo fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

b) Bar: Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las

bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.

c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados, comercializando bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida. Esta tipología incluye los establecimientos de comida rápida.

d) Discoteca: Establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.

e) Establecimiento móvil: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos y/o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas.

Para el expendio de bebidas alcohólicas en establecimientos móviles que se encuentren en la vía pública deberán solicitar al Gobierno Autónomo Descentralizado competente la autorización correspondiente.

f) Plazas de comida: Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial. Para la regulación y control de estas plazas de comida se tomará en cuenta el cumplimiento obligatorio de los requisitos determinados en el (Anexo G) que es parte integrante del presente reglamento, mismos que deberán ser aplicables en las áreas comunes de las plazas.

g) Servicio de Catering: Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento).

## **4.2 Desarrollo digital – MiPyMEs de servicios de alimentos de Guayaquil**

En esta sección se analizarán los resultados por parte del Gobierno, encuesta a los consumidores y Empresarios del sector servicios de alimentos en cómo afrontan el desarrollo digital en la actual pandemia causada por el Covid-19, por medio de los indicadores de acceso a internet, personal capacitado en el manejo de equipos tecnológicos.

### **Acceso a internet**

**Gobierno :** El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información (2019), a través de la publicación de un estudio de usabilidad y acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), revela que en Ecuador el 82,3% de las MiPyMEs utilizan la red de Internet, ya sea para vender productos, servicios, realizar contactos mediante el correo electrónico o redes sociales, el principal objetivo de este estudio es determinar la situación actual del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las MIPYMES.

Además, se establece el indicador de proporción de empresas con presencia en la web con un total general de 27,4%, algunas MiPyMEs por su naturaleza de productos perecibles no los promocionan mediante una página web, pero el estudio indica que el uso de Internet es necesario para los contactos con los proveedores y clientes, dando agilidad a las actividades comerciales (pág. 1).

Debido a la pandemia, el 62% de las MiPyMEs decidió invertir en tecnología con el fin de modificar su modelo de negocio, actualmente las MiPyMEs han solicitado préstamos a entidades financieras para tratar de permanecer en el mercado y no cerrar las operaciones, sino más bien innovar en nuevos procesos digitales y crear estrategias de marketing por medio de promociones y otras fuentes publicitarias (Brother, 2020).

## Microempresas

Según la encuesta realizada a los microempresarios del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil y de acuerdo con la Figura 8, el 30.53 % de los encuestados indicaron que tiene acceso a internet, pero que este servicio no está disponible para los clientes debido a los costos que le genera contratar el servicio y también debido a la actividad del negocio ,por ejemplo, algunos ofertan sus servicios a través de sus cuentas personales en redes sociales para no tener contacto con el cliente y evitar cualquier contagio debido a la actual pandemia.

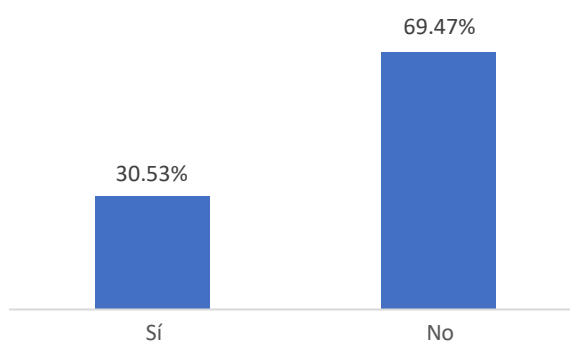


Figura 8 Acceso a internet - Microempresarios  
Elaboración propia, encuesta a empresarios,  
Fuente: Encuesta a empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil,  
Julio 2020.

## Pequeñas empresas

El 62,5% las pequeñas empresas de la ciudad de Guayaquil indicaron que sí tienen acceso a internet, el contar con este servicio les ha permitido atender a sus clientes de forma rápida y efectiva en el pedido de servicios de alimentos a domicilio, pero que ahora este se lo utiliza netamente para las gestiones internas de la empresa. (Ver Figura 9)

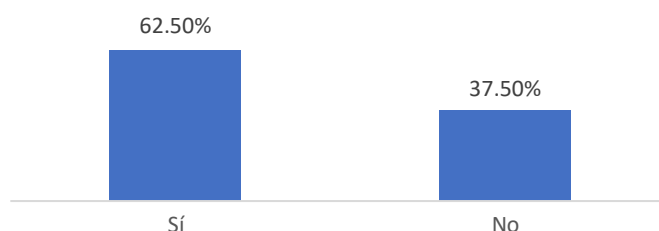


Figura 9 Acceso a internet - Empresarios de la micro y pequeña empresa  
Elaboración propia.  
Fuente: Encuesta a empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, Julio 2020.



## Medianas empresas

Tan solo el 7,5 % de los empresarios indicaron que en sus establecimientos no cuentan con el servicio a internet debido a que la mayoría de los clientes utilizan este servicio en sus cuentas personales por lo que no consideran necesario invertir en este servicio, más bien ahora es usado para uso interno de los colaboradores en realizarlas actividades de la empresa, como es la publicidad, la recepción de pedidos, facturación, etc. (Ver Figura 10)

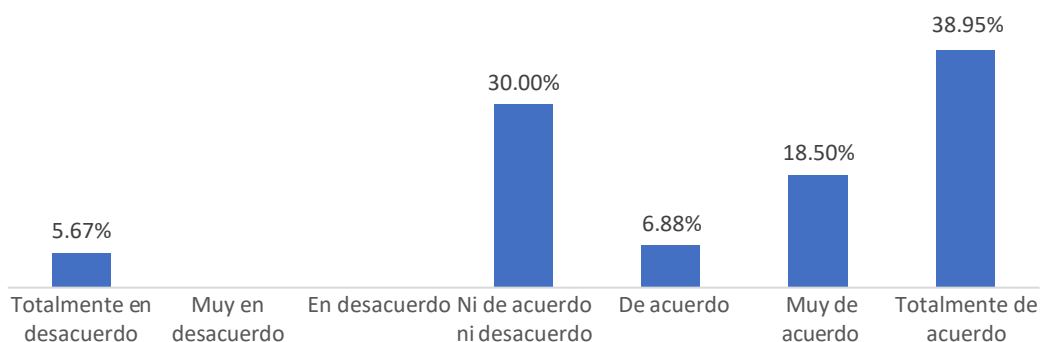


*Figura 10* Acceso a internet - Empresarios de la mediana empresa  
Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, Julio 2020.

## Consumidores

En la Figura 11, el 64,33 % de los consumidores indicaron que dentro de los establecimientos del sector servicios de alimentos sí tienen acceso a internet con el cual se sienten a gusto con el servicio porque no tan solo degustan de sus alimentos sino más bien pueden hacer uso de este servicio durante su permanencia en el local; mientras que el 30% presenta que eventualmente se encuentran con locales en los que pueden encontrar este servicio.



*Figura 11* Acceso a internet – Consumidores  
Elaboración propia

Fuente: Encuesta a consumidores en Guayaquil. Julio 2020.

En síntesis, el acceso a internet es el mecanismo más efectivo que las empresas poseen actualmente, antes era una ventaja competitiva, pero ahora se convierte en una necesidad institucional que les permitirá mantener o mejorar el nivel de ventas por medio de publicidades. Los problemas existentes que actualmente tienen las MiPyMEs son la escasa participación para realizar sus pedidos a domicilio a aplicaciones móviles, algunas por desconocimiento y falta de recursos y otras por no utilizar las herramientas de manera adecuada.

Las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil que tienen conectividad a internet es debido a que actualmente la mayoría de sus operaciones se realizan a través de este medio digital pero esas operaciones que se realizan son limitadas a publicidad básica por redes sociales, proceso de pedidos y atención al cliente por medio de redes sociales.

### Personal capacitado en manejo de tecnología

#### MiPyMEs

En general los empresarios de las MiPyMEs indicaron que sus empleados en general tienen un buen conocimiento en el manejo de equipos informáticos, lo que hace generar mayor rapidez en los pedidos del día con respecto a recepción de pedidos sociales y servicio al cliente, pero su publicidad se limita a estados o fotos en sus páginas en redes (Ver Figura 12)

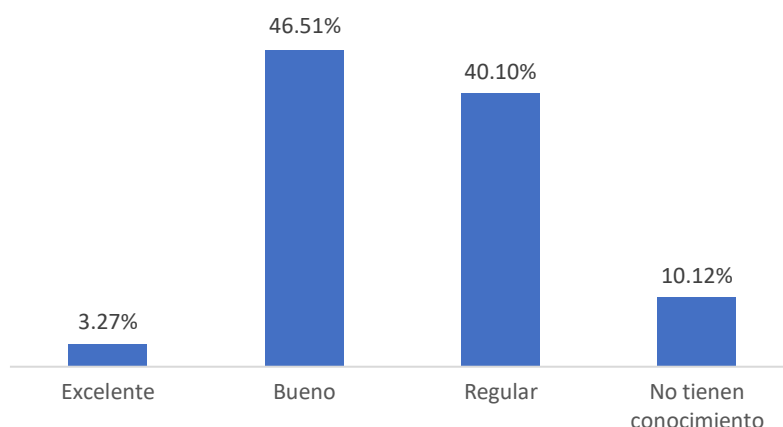


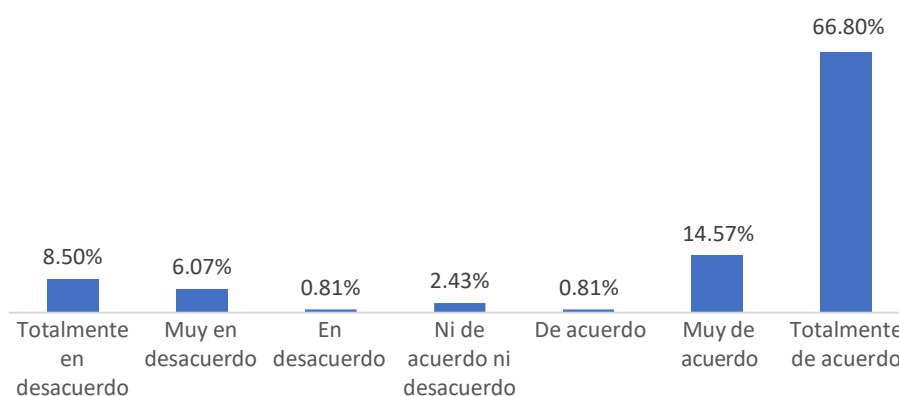
Figura 12 Personal capacitado en tecnología - MiPyMEs

Elaboración propia.

Encuesta a empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, Julio 2020.

## Consumidores

De las encuestas realizadas a los consumidores, el 81.37% indicaron entera satisfacción en el manejo de recursos tecnológicos para solicitar servicios de alimentos a través de una aplicación tecnológica, lo que resulta más fácil a la hora de generar un pedido, indicando la eficiencia del servicio en la forma de cómo se lo solicita debido al distanciamiento social que se debe tener pero que solo se encuentran disponibles en línea locales conocidos mientras que a los que normalmente recurren no están disponibles en línea. (Ver Figura 13)



*Figura 13* Personal capacitado en tecnología - consumidores  
Elaboración propia.  
Fuente: Encuesta a consumidores en Guayaquil. Julio 2020.

### 4.3 Competitividad del sector de servicios de alimentos - MiPyMEs de Guayaquil frente a la crisis sanitaria

En la presente sección se detallan los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados a los consumidores y empresarios de las MiPyMEs referente a la competitividad país, competitividad en el contexto industrial y la competitividad interna.

### 4.3.1 Competitividad país

De acuerdo con el Foro Económico Mundial Ecuador ha obtenido 55,74 puntos en el Índice de Competitividad, mismo que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes a un alto nivel de prosperidad. Ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2018 en el que obtuvo 55,85 puntos. Situándose en el puesto número 90, es decir que tiene un nivel de competitividad mundial bastante deficiente si lo comparamos con el resto de los 141 países del ranking (Foro Económico Mundial, 2019). En la Tabla 23 se da a conocer la evolución de la posición de Ecuador en el Índice de Competitividad Global.

Tabla 23 Índice de competitividad en el Ecuador, año 2019.

<b>Fecha</b>	<b>Ranking de competitividad</b>	<b>Índice de competitividad</b>
2019	90	55,74
2018	86	55,85
2017	97	55,86
2016	76	58,18

Fuente: Foro Económico Mundial

Se observa que, a partir del año 2016, Ecuador retrocedió en el ranking de competitividad debido a las diferentes normas tributarias impuestas por el Estado tales como las salvaguardas, lo que impidió que muchas MiPyMEs que eran el motor principal de la economía ecuatoriana, retrocedan en sus actividades debido a los tributos impuestos, pero a inicios del nuevo periodo Presidencial en el año 2018, se notó una leve mejoría en el ranking mundial, pero al año 2019 nuevamente decreció la competitividad en el Ecuador a nivel mundial. (Ver Figura 14)

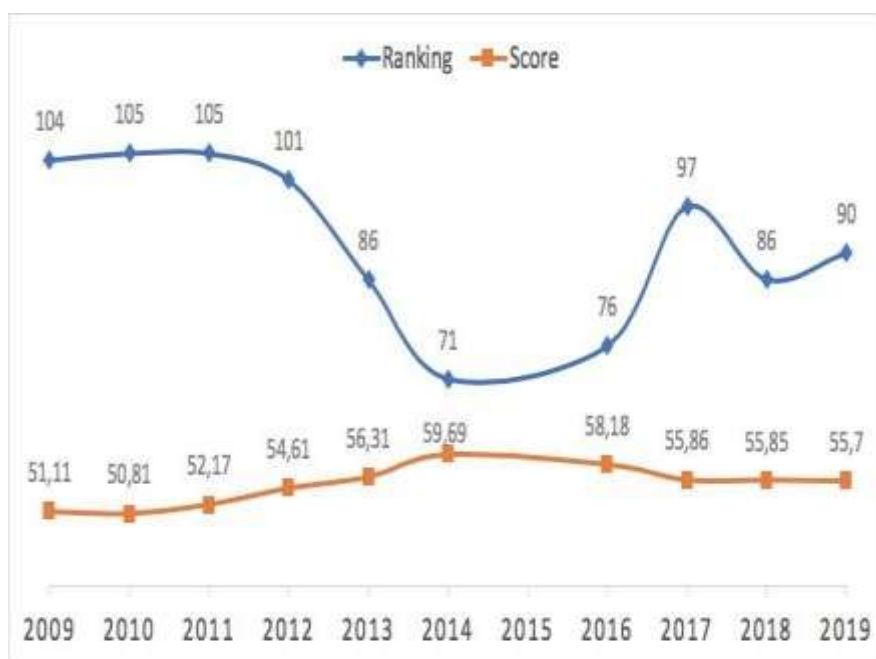


Figura 14 Tendencia del Ranking mundial de la competitividad País de Ecuador  
Fuente: Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR , 2020)

A nivel regional, Ecuador se ubicó en la posición número 12 entre 18 economías de la región. En la Tabla 24 referente a la competitividad país de Ecuador, se muestran las variables intervinientes que ocupan los últimos lugares respecto a sus competidores regionales directos a nivel regional en Latinoamérica, especialmente en lo relacionado al mercado laboral y dinamismo empresarial.

Tabla 24 Pilares fundamentales de la competitividad de Ecuador, año 2020.

PILARES EMPRESARIALES		OTRAS VARIABLES			
	Puntos	Posición regional	Puntos	Posición regional	
Dinamismo empresarial	45,70	17/18	Instituciones	47,80	12/18
Tamaño de mercado	54,00	8/18	Infraestructura	69,10	4/18
Sistema financiero	56,30	13/18	Adopción tecnológica	47,60	11/18
Mercado laboral	51,80	15/18	Salud	85,00	8/18
Mercado de productos	43,30	17/18	Educación	61,40	7/18
Estabilidad macroeconómica	73,70	12/18	Capacidad de innovación	33,00	10/18

Fuente: (FEDEXPOR , 2020, pág. 1)

Las variables que afectan a la competitividad actualmente en Ecuador son: salud, educación, infraestructura y tamaño de mercado, siendo la infraestructura uno de los ejes más principales que ha aportado al desarrollo económico durante los últimos 10 años, pero que ahora ha limitado la demanda interna por debajo del promedio de la posición regional.

Los resultados presentados se relacionan con la competitividad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos en los pilares de dinamismo empresarial, tamaño de mercado y capacidad de innovación, siendo el primero el más recurrente por varios microempresarios que ponen en marcha sus nuevos negocios, mientras que el segundo por la segmentación del mercado de acuerdo al producto que se oferta y finalmente el tercero, por la respuesta al cambio en temas de innovación, no tan solo de productos y servicios sino hacia adentro, es decir, de qué forma pueden las empresas mejorar sus procesos internos de tal manera que generen mayor rentabilidad.

#### **4.3.2 Competitividad en el contexto industrial**

En la presente sección, se detallará a profundidad cómo influyen las cinco fuerzas de Michael Porter en el contexto industrial, tales como: poder de negociación de los clientes, rivalidad entre empresas, amenaza de los nuevos entrantes, poder de negociación de los proveedores y amenaza de productos sustitutos.

##### **4.3.2.1 Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación se analizará a partir de la encuesta realizada a los consumidores de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 25 a los consumidores del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, se evidencia que la media aproximada del 33.33% de los encuestados indicaron que prefirieron consumir más productos en casa que acudir a un establecimiento con una desviación del 23.30% que prefirieron acudir a los establecimientos, mientras que otros locales solo ofertaban el servicio a domicilio para evitar algún tipo de contagio que perjudique la salud del consumidor y empleado. Los ítems tratados fueron los siguientes:

Pregunta 16: A partir del COVID-19, ¿consumió los productos en los restaurantes de manera física?

Pregunta 17: A partir del COVID-19, ¿consumió más productos elaborados en su casa?

Pregunta 18: ¿Solicitó a domicilio el servicio de alimentos a los restaurantes?

*Tabla 25 Poder de negociación de los consumidores - MiPyMEs*

Medidas de tendencia central	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18
Media	16.67%	33.33%	25.00%
Error típico	13.68%	13.45%	13.97%
Mediana	1.82%	45.34%	12.35%
Moda			
Desviación estándar	33.50%	23.30%	27.93%
Varianza de la muestra	11.22%	5.43%	7.80%
Curtosis	5.72368148	-	3.91277494
Coeficiente de asimetría	2.38241406	1.70326987	1.97257292
Rango	84.21%	41.70%	58.30%
Mínimo	0.40%	6.48%	8.50%
Máximo	84.62%	48.18%	66.80%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los consumidores del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020.

#### **4.3.2.2 Rivalidad entre empresas**

Los clientes de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos en Guayaquil como lo indica la Tabla 26, aproximadamente el 80% de ellas, solicitaron los productos a domicilio, debido a que los establecimientos facilitaron el servicio a través de aplicaciones móviles o por medio de redes sociales, generando ventaja competitiva una de otra, ya sea por algún valor adicional o no en la entrega del producto a domicilio, sino también por el tiempo y la cobertura que tenían los pedidos, pese a esto, el 3.74% de los clientes acudieron a los establecimientos a consumir los alimentos, porque según sus opiniones, el local les brinda seguridad alimentaria.

Pregunta 18: ¿Solicitó a domicilio el servicio de alimentos a los restaurantes?

Pregunta 19: ¿Le brinda seguridad el restaurante donde consume los alimentos?

Pregunta 20: ¿Utiliza usted los servicios tecnológicos que proporciona el restaurante?

Tabla 26 Rivalidad entre los competidores

Medidas de tendencia central	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20
Media	22.9%	33.3%	50.0%
Error típico	18.5%	13.5%	22.9%
Mediana	4.7%	34.6%	50.0%
Moda	4.7%	-	-
Desviación estándar	37.1%	23.4%	32.4%
Varianza de la muestra	13.7%	5.5%	10.5%
Curtosis	3.99719982	-	-
Coefficiente de asimetría	1.99915039	0.23906392	-
Rango	74.77%	46.73%	45.79%
Mínimo	3.74%	9.35%	27.10%
Máximo	78.50%	56.07%	72.90%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los consumidores del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020.

#### 4.3.2.3 Amenaza de los nuevos entrantes

Los resultados de la Tabla 26 también indican que algunos clientes también se convirtieron en nuevos entrantes, esto se debe a que conocen del producto así como del mercado objetivo, donde se tuvo una moda del 4.7% de clientes que frecuentaban ciertos puestos de comidas en hogares de forma improvisada una vez que se levantaron las restricciones en cuanto a los horarios limitados que se tenían antes del mes de junio. Entre el 27.10% y 72.90% de los pedidos, fueron solicitados a domicilio con las respectivas normas de seguridad alimentaria, los nuevos competidores ofertaban el servicio gratuito, lo que generó preferencia por parte de los consumidores al encontrar ciertos alimentos de composición similar y preferencia para el deleite de su paladar.

#### 4.3.2.4 Poder de negociación de los proveedores

De acuerdo con la Pregunta 19: ¿Le brinda seguridad el restaurante donde consume los alimentos?

Pregunta 17: A partir del COVID-19, ¿consumió más productos elaborados en su casa?

Pregunta 16: A partir del COVID-19, ¿consumió los productos en los restaurantes de manera física?



Tabla 27 el 50% de los encuestados indicaron que acudieron a los establecimientos de las empresas a consumir alimentos debido a la seguridad en higiene que daban a conocer los restaurantes y también por levantarse las restricciones para este tipo de establecimientos donde existe gran acogida de clientes frecuentes, mientras que la varianza muestra como el 22.22% de los encuestados se inclinaron más por consumir los alimentos preparados en casa.

Pregunta 19: ¿Le brinda seguridad el restaurante donde consume los alimentos?

Pregunta 17: A partir del COVID-19, ¿consumió más productos elaborados en su casa?

Pregunta 16: A partir del COVID-19, ¿consumió los productos en los restaurantes de manera física?

Tabla 27 Poder de negociación de los proveedores

Medidas de tendencia central	Ítem 19	Ítem 17	Ítem 16
Media	50.00%	50.00%	33.33%
Error típico	26.67%	33.33%	13.88%
Mediana	50.00%	50.00%	26.67%
Moda	-	-	-
Desviación estándar	37.71%	47.14%	24.04%
Varianza de la muestra	14.22%	22.22%	5.78%
Curtosis	-	-	-
Coficiente de asimetría	-	-	1.15206964
Rango	53.33%	66.67%	46.67%
Mínimo	23.33%	16.67%	13.33%
Máximo	76.67%	83.33%	60.00%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los consumidores del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

#### 4.3.2.5 Amenaza de productos sustitutos

En la Pregunta 19: ¿Le brinda seguridad el restaurante donde consume los alimentos?

Pregunta 17: A partir del COVID-19, ¿consumió más productos elaborados en su casa?

Pregunta 16: A partir del COVID-19, ¿consumió los productos en los restaurantes de manera física?

Tabla 27 la mediana expresa que los encuestados que consumen alimentos en restaurantes de categoría media – alta, tienen el mismo 50% de consumir productos en casa o en restaurantes; pese a que existen amenazas de productos sustitutos por parte de las microempresas como las comidas rápidas en general. Para este segmento de mercado en esta categoría, los clientes tienen preferencias de consumir productos saludables, ya sean en casa o en establecimientos que garanticen la seguridad alimentaria en todo aspecto.

A partir de la pandemia causada por el COVID-19, varias MiPyMEs del sector servicios de alimentos, prepararon variedades de productos para el consumo local, la mayoría optó por comidas rápidas y otros que por tradición habían trabajado con platos a la carta, innovaron en sus procesos y entregas a domicilio para evitar cualquier tipo de contagio dentro de los establecimientos, es decir que se le daba la facilidad para que el cliente pueda continuar degustando de sus productos, algunos establecimientos sí permitían el ingreso del 30% de clientes en el local, con las respectivas normas de seguridad e higiene alimentaria. La media de asistentes disminuyó al 33.33%, mientras que la demanda del servicio a domicilio aumentó al 50%.

Entonces realizando un análisis bajo el contexto de competitividad industrial expuesto por Porter señalando los cinco factores determinantes se parte con el poder de negociación de los compradores, seguido del poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y finalizando con la rivalidad entre competidores.

Los clientes de las MiPyMEs no tienen poder de negociación debido a que los precios de los alimentos cambian en este sector dependiendo del costo de las materias primas más no por la influencia de los clientes, existe una alta demanda de estos productos lo que según la teoría revisada da como resultado, un bajo poder de negociación por parte de los compradores.

En cuanto al poder de negociación de proveedores es bajo, lo que ocurrió en la pandemia con respecto al alza de precios vino dado por un desabastecimiento general por el cierre fronterizo para el caso de productos importados y la limitación en el transporte interno del país para los productos provenientes de otras provincias. Pero

en general los proveedores de las materias primas de los establecimientos de comida son bastantes y al ser productos de primera necesidad son fáciles de adquirir en el mercado.

La amenaza de sustitutos de estos productos se da entre establecimientos por la diferencia en sus menús. Mientras que la amenaza de los nuevos participantes si es latente debido a que son barreras de entrada bajas para ingresar a ofrecer este servicio al mercado y que se pudo evidenciar en los tiempos de pandemia con los distintos tipos de alimentos a domicilio de nuevos ofertantes que se ofrecían en línea.

La rivalidad definida por Porter viene dada por el número de empresas en el sector y como hemos visto anteriormente el número de establecimientos en la ciudad de Guayaquil es alto por lo cual, según la teoría analizada, la rivalidad es intensa.

### 4.3.3 Competitividad interna

En la siguiente sección intervienen las variables de competitividad interna como calidad, eficiencia, satisfacción al cliente e innovación, propuestas por Michael Porter, presentando los resultados de los formularios realizados a los empresarios de las MiPyMEs del sector servicio de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

#### 4.3.3.1 Calidad

En este párrafo se detallará información de las variables que intervienen en la competitividad del factor calidad como es la fiabilidad, calidad del servicio, calidad del producto y tangibilidad.

#### Fiabilidad

La fiabilidad se la medirá mediante atención personalizada y el tiempo de espera.

Tabla 28 Atención personalizada MiPyMEs

ATENCIÓN PERSONALIZADA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Sí	53%	88%	88%	76%	20%

No	47%	13%	13%	24%	20%
----	-----	-----	-----	-----	-----

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

La atención personalizada del sector de las MiPyMEs se encuentra en un rango aceptable siendo la pequeña y mediana empresa las que ofrecen un trato directo o personal entre los trabajadores y un determinado cliente tomando en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de los comensales. Manejar de manera eficiente la atención personalizada hará que el negocio conquiste y fidelice a los clientes siendo esto un punto a mejorar en las microempresas.

Tabla 29 Tiempo de espera MiPyMEs

TIEMPO DE ESPERA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
5 - 10 min.	66,77%	13%		20%	11%
11 - 20 min	30,23%	81%	38%	60%	22%
21 - 30 min		6%	63%	34%	40%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

El tiempo de espera en su mayoría supera los diez minutos, para el caso de las medianas al ser platos en su mayoría a la carta considerados comida lenta puede que la espera sea mayor por el plato principal. Mientras que las micro tienen mayor rapidez a la hora de servir el producto en la mesa de los clientes debido a que son comidas preelaboradas y con un menú más limitado, por ultimo las pequeñas empresas muestran casi en su mayoría un rango aceptable de tiempo de espera por sus alimentos.

### Calidad del servicio

Este factor se analizará mediante las normas de higiene que se implementa a partir de la pandemia.

Tabla 30 Normas de higiene MiPyMEs

NORMAS DE HIGIENE	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Solo en preparación de alimentos		6%		6%	
Solo arribo de clientes	7%			7%	
Solo utensilios			13%	13%	
Facturación					

Todo el proceso	93%	94%	87%	91%	3%
-----------------	-----	-----	-----	-----	----

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

En su mayoría indican que las normas de higiene se implementan mediante el proceso completo de la elaboración de los productos, siendo este el caso, se puede concluir que el manejo de los alimentos hasta llegar al consumidor está siendo supervisado de manera adecuada para prevenir la propagación del virus.

### Calidad del producto

Se presentará la calidad del producto con respecto a la frecuencia de limpieza y el almacenamiento de productos.

Tabla 31 Frecuencia de limpieza

FRECUENCIA DE LIMPIEZA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Todos los días	91%	88%	100%	93%	6%
Tres veces a la semana	7%	13%		10%	4%
Dos veces a la semana	2%			2%	

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

La mayoría de los empresarios dieron como respuesta que mantienen sus locales limpios diariamente lo que de ser el caso aumenta la calidad de sus productos debido a que se preparan en áreas completamente limpia, manteniendo la pulcritud en los alimentos.

Tabla 32 Productos almacenados

PRODUCTOS ALMACENADOS	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Sí	81%	81%	88%	83%	4%
No	19%	19%	13%	17%	4%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

El correcto almacenamiento de los productos no es un problema para los empresarios de las MiPyMEs siendo que el 83% es decir que al menos 56 de los 67

empresarios encuestados tienen conocimiento de la manera en que deben de ser preservados los alimentos y los ponen en práctica en sus establecimientos.

En cuanto a la fiabilidad y calidad del producto o servicio las MiPyMEs no muestran un problema significativo, en el caso del servicio no personalizado de las microempresas es por el giro del negocio, los tiempos de espera en la mediana empresa es debido al tipo de comida que ofrecen como los platos a la carta. En las normas de higiene si hace falta trabajar en la capacitación para mejorar la cultura de salud durante todo el proceso de preparación de los productos ya que este es un aspecto primordial no solo ahora en los tiempos de pandemia.

### **Tangibilidad**

Este factor se lo medirá mediante la apropiada vestimenta de los empleados, la existencia de una cultura de cuidado de la salud y si se recomienda distanciamiento social en el local de comida.

*Tabla 33 Indumentaria adecuada de empleados*

<b>EMPLEADO - INDUMENTARIA ADECUADA</b>	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Sí	95,35%	100,00%	100,00%	98,45%	<b>2,69%</b>
No	4,65%			4,65%	

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

La indumentaria que necesita un trabajador es el adecuado para realizar su trabajo reduciendo al mínimo el riesgo a accidentes mientras lleva a cabo su trabajo y previniendo el contagio. Para esto, se debe tener en cuenta cuál es el área de trabajo para contar con las prendas necesarias para la protección. Dentro del mercado, pueden estar disponibles una gran cantidad de artículos de protección para distintas zonas del cuerpo como gafas, mascarillas y guantes.

*Tabla 34 Cultura de salud*

<b>CULTURA DE SALUD</b>	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Sí	65,12%	93,75%	100,00%	86,29%	18,60%
No	34,88%	6,25%	0,00%	13,71%	18,60%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

En cuanto a la ejecución de actividades de promoción de la salud y prevención de la propagación de enfermedades los empresarios en su mayoría de la pequeña y mediana empresa indican que sus actividades si están orientadas al fortalecimiento de estilos de vida saludables y al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad. Mientras que es un aspecto que se debe mejorar en las microempresas ya que solo 28 de las 43 incentivan estas actividades.

*Tabla 35 Distanciamiento social*

<b>DISTANCIAMIENTO SOCIAL</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Sí	88%	100%	100%	96%	7%
No	12%			12%	

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

El distanciamiento físico según se muestra en la tabla es practicado por la mayoría de las empresas en el sector, es decir que se mantiene una distancia segura entre una persona y otra que no pertenecen a su hogar. Para poner en práctica el distanciamiento social adecuado, debe mantener una distancia de al menos seis pies o dos metros tanto en espacios interiores como al aire libre siendo esta una medida de prevención cotidianas para reducir la propagación del COVID-19.

Los empresarios encuestados, indicaron que en sus establecimientos del sector servicios de alimentos, se cuenta con las indumentarias necesarias para atender a los clientes, así mismo se mantienen las medidas de seguridad obligatorias como el distanciamiento social para seguir operando desde que el cliente ingresa hasta que se retira del local, donde las microempresas tienen deficiencia es el conocimiento de una cultura de salud.

#### **4.3.3.2 Eficiencia**

En la presente sección se detallarán las variables del factor eficiencia mediante la cultura de costos, aspectos de mejora en eficiencia y los precios, siendo estos los indicadores que inciden en la competitividad de las MiPyMEs del sector servicio de alimentos en la ciudad de Guayaquil.

Las variables utilizadas para medir la eficiencia en las micro, pequeñas y medianas empresas fueron: cultura de costos, aspectos de mejora en eficiencia y despido de colaboradores.

Tabla 36 Cultura de costos

<b>CULTURA DE COSTO</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Sí	44%	88%	62,50%	65%	22%
No	56%	13%	37,50%	35%	22%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Con respecto a la cultura de costos es algo en lo que se tiene que trabajar arduamente en las microempresas, lo que hay que resaltar es la respuesta de las medianas empresas que tan solo el 62.5% de este tamaño de empresas se preocupa por crear una optimización del uso de los recursos mientras que la pequeña empresa como muestra la tabla es la que se mantiene más enfocada hacia esta cultura.

Tabla 37 Aspectos de mejora de eficiencia

<b>ASPECTOS DE MEJORA EN EFICIENCIA</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Reducción de costos	12%	50%	12,50%	25%	22%
Disminución del tiempo de entrega	51%	31%	25,00%	36%	14%
Mejorar la calidad del producto	37%	19%	62,50%	39%	22%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Se vuelve a notar que la inclinación hacia la eficiencia en costos se denota más en las pequeñas empresas, mientras que las medianas se enfocan más en el mejoramiento continuo de la calidad y por su parte las micro la mitad se inclinan hacia la rapidez lo que se relaciona con su tiempo de entrega cortos mencionados anteriormente.

Tabla 38 Despido de colaboradores

<b>DESPIDO DE COLABORADORES</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Entre 1% a 5%	18,6%	0%	0,00%	6,20%	10,74%
Entre 6% a 10%	34,9%	12,50%	12,50%	19,96%	12,92%
Entre 11% a 15%	0,0%	25,00%	0,00%	8,33%	14,43%



Superior al 15%	46,5%	62,50%	87,50%	65,50%	20,66%
-----------------	-------	--------	--------	--------	--------

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

La optimización de recursos dentro de una empresa es lo que define la eficiencia dentro de una empresa y los empleados al ser el recurso más importante juegan un rol fundamental en la optimización de los procesos dentro de las empresas ya que hay mayor productividad menos tiempo y dinero se invierten en las actividades. Pero a pesar de lo importante que son los empleados en este aspecto por motivos de pandemia se ha tenido que recortar personal, es así como las MiPyMEs en su mayoría separaron de su empresa a más del 15% de su personal en solo los meses de confinamiento.

De acuerdo a los resultados mostrados la cultura de costos por parte de los microempresarios se da solo en la mitad de las empresas de ese tamaño y no de los otros dos tamaños de empresas solo la mediana es la que tiene una mayor implementación de una cultura de costos cuando este factor es uno de los más importantes debido a la época de pandemia que se está viviendo y la manera en cómo las empresas deben de adaptarse y ser eficientes con el uso de sus recursos. Es evidente que el sector se ha enfocado de manera prioritaria en la mejora de la calidad del producto dejando a la reducción de costos como la menos implementada, lo que denota la decadencia en su cultura de costos y como consiguiente al no distribuir correctamente los recursos el primer recorte de presupuesto que realizaron fue el del personal lo que es evidente debido a la cantidad de desempleados que se registra.

#### 4.3.3.3 Capacidad de servicio al cliente

En esta sección se analizarán las variables de estrategias aplicadas, demanda de cliente y despido de colaboradores que inciden en la capacidad del servicio al cliente de las MiPyMEs del sector servicio de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 39 Estrategias a clientes

ESTRATEGIAS APLICADAS	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PROMEDIO	DESVIACIÓN
Utilización de protectores de manos	7%	6,3%	12,50%	8,58%	3,42%
Distanciamiento entre clientes	12%	25,0%	12,50%	16,38%	7,48%

Uso obligatorio de mascarilla	81%	68,8%	75,00%	75,05%	6,32%
-------------------------------	-----	-------	--------	--------	-------

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

En cuanto a las estrategias aplicadas el sector se destaca por la obligación del uso de la mascarilla y esto se debe a que es una norma estatal para la circulación en la ciudad, mientras que el abastecimiento de productos para sanitizar las manos queda en último, siendo el distanciamiento social el segundo más usado luego de la norma obligatoria de la mascarilla.

*Tabla 40 Demanda de clientes*

<b>DEMANDA DE CLIENTES</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Aumentó	0,0%	0%	0%	0,00%	0,00%
Disminuyó	93,02%	87,50%	62,50%	77,13%	13,03%
Permaneció igual	6,98%	12,50%	37,50%	22,87%	13,03%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Como se puede evidenciar en el sector no hubo crecimiento alguno, más bien la disminución de las ventas es el más evidente y como mejor escenario fue el mantenimiento de las ventas por algunos establecimientos y esto fue debido a la rápida adaptación que tuvieron a las nuevas normas y a su distribución en línea.

*Tabla 41 Precios de venta al público*

<b>PRECIOS DE VENTA AL PUB.</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Iguals	60%	75%	87,50%	74%	14%
Aumentaron 1% - 3%	14%	13%	12,50%	13%	1%
Aumentaron más 5%	26%	13%	0%	19%	9%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Los precios en el sector se han en su mayoría se han mantenido iguales a lo largo del periodo de la pandemia a pesar de que al principio los precios de los insumos que usan para elaborar sus productos aumentaron, otros pudieron aumentar su valor y se ve reflejado más en la microempresa donde también se relaciona con la cultura de costos que este sector maneja al no poder ser más eficiente y por eso deben aumentar los precios antes de optimizar sus costos.

En general las MiPyMEs en promedio con un 77,3 % indica que la demanda de cliente disminuyó a partir de las nuevas disposiciones con respecto a los días de circulación de color rojo y amarillo que se dio en la ciudad de Guayaquil, esto implica que los establecimientos del sector servicios de alimentos no puedan atender con normalidad, siendo una de las MiPyMEs afectadas. Por otro lado, algunas las MiPyMEs cerraron debido a la disminución de sus ingresos ya que al mantenerse los precios a los que vendían, vender menos y el aumento de los costos de los insumos no tuvieron otra opción, por otro lado están las que se mantuvieron tuvieron generando un ingreso mínimo que en conjunto con un adecuado manejo de los costos y desarrollando estrategias pudieron recibir poco a poco a los clientes mediante entregas a domicilio por pedidos online hasta que se levantó la restricción en el horario de atención en dichos establecimientos a partir del mes de junio, lo que generó un cambio progresivo en las normas de higiene que tanto el empleado como el cliente que deben de seguir para reactivar sus actividades.

#### 4.3.3.4 Innovación

En la presente sección se medirá la competitividad de las MiPyMEs con las variables de productos y servicios innovadores, procesos internos, investigación y desarrollo; y recursos tecnológicos actualizados.

Tabla 42 Productos y servicios innovadores

<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Menor a 1 año	53%	87,5%	87,5%	76%	20%
Entre 1 a 3 años	47%	12,5%	12,5%	24%	20%
Cada 5 años	0%	0%	0%	0%	0%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Según los empresarios de las micro y pequeña empresa en su mayoría introducen en el mercado un bien o un servicio nuevo o sensiblemente mejorado con respecto a sus características básicas en un lapso menor a un año, pero es en la microempresa donde está más dividida entre las dos primeras opciones.

Tabla 43 Procesos internos

<b>PROCESOS INTERNOS</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Nueva maquinaria	28%	12,5%	40%	27%	14%
Ambiente del restaurante	60%	81,0%	40%	60%	21%
Formas de Pago	12%	6,5%	20%	13%	7%
Otro					

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Las MiPyMEs se han centrado en el mejoramiento de la parte física de los locales, procesos como las formas de pago actualizadas no se han evidenciado en mayor proporción lo que ahora es indispensable debido a que los pagos a partir de la pandemia se realizan mayormente de manera digital.

Tabla 44 Investigación y desarrollo

<b>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Sí		12,5%	38%	25%	18%
No	100%	87,5%	63%	83%	19%

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Como se puede observar la investigación y desarrollo no tiene mayor relevancia para el sector en general. Siendo los de la mediana empresa los que registran el más alto nivel en este factor.

Tabla 45 Recursos tecnológicos

<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS ACTUALIZADOS</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVIACIÓN</b>
Sistema MRP					
SAP Business One					
Aplicaciones móviles	35%	45%	30%	37%	8%
Redes sociales	50%	30%	56%	45%	14%
Páginas web	15%	25%	14%	18%	6%
Otro					

Elaboración propia.

Fuente: Encuesta a los empresarios del sector servicios de alimentos en Guayaquil, julio 2020

Podemos notar que en el sector de las MiPyMEs en general se observa una limitación en cuanto al uso de las herramientas tecnológicas, se basan en las redes

sociales, pero no en los desarrollados de manejo interno de la empresa, como son los métodos de pago, facturación electrónica, ya sea por desconocimiento o falta de inversión en nuevos y mejores mecanismos tecnológicos para dinamizar sus operaciones y de esa manera procesar de mejor manera los pedidos de sus clientes.

Como muestran los resultados del factor innovación de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos donde aproximadamente el 44% en promedio de los empresarios encuestados indicaron que entre 1 a 3 años, desarrollan nuevos productos y servicios innovadores, con el objetivo de permanecer en el mercado y marcar ventaja competitiva. Las MiPyMEs mantienen sus establecimientos con un ambiente agradable pero en cuanto a las herramientas digitales están limitados a las funciones básicas de las redes sociales, no cuentan con medios de pagos digitales con lo cual puedan brindar facilidades en moneda digital además de garantizar al 100% la seguridad de los pagos y datos que entregan los clientes mediante la afiliación a sistemas de seguridad que ofrecen varias empresas y la capacitación de los empleados en el uso óptimo de estas herramientas, también a otras formas de innovación que existe es digitalizar los procesos de atención en el servicio al cliente que son indispensables en casos de emergencia sanitaria.

#### 4.4 Competitividad de las MiPyMEs basado en el indicador de utilidad

El análisis de la utilidad de las MiPyMEs se basa en la teoría de Michael Porter (2006, pág. 196), indicando que una “empresa tiene ventaja competitiva cuando posee una utilidad mayor a la utilidad promedio de la industria a la que pertenece”. De acuerdo con la Tabla 46 se muestran el promedio total de las MiPyMEs (en dólares) y el promedio de la utilidad de las MiPyMEs, donde se observa que la microempresa es la única que se encuentra por debajo del promedio total, es decir, es menos competitiva pese a tener el mayor número de empresas, pero sus ventas no reflejan la proporción necesaria para superar el promedio total.

*Tabla 46 Utilidad promedio anual de las MiPyMEs*

<b>PROMEDIO</b>	
<b>MiPyMEs</b>	\$ 19,954.46
MICRO	\$ 18,887.90

PEQUEÑA	\$	24,809.35
MEDIANA	\$	156,836.83

Elaboración propia

Fuente: Ranking empresarial de la Superintendencia de Compañías, 31 de diciembre de 2019.

Las microempresas registran en promedio de utilidad anual alrededor de 18.8 miles de dólares con un total de 9.708 microempresas en la ciudad de Guayaquil, de las cuales 3.536 están por debajo del promedio anual y 23 se encuentran por encima de este, pero a la misma vez existen 6.149 microempresas que no han declarado sus utilidades.

Las pequeñas empresas registran en promedio de utilidad anual alrededor de 24.8 miles de dólares con un total 4.209 pequeñas empresas, de las cuales 3.076 están por debajo del promedio anual y 1.133 se encuentran por encima de este.

Las medianas empresas registran en promedio de utilidad anual alrededor de 156.8 miles de dólares con un total de 1.153 medianas empresas, de las cuales 673 están por debajo del promedio anual y 480 se encuentran por encima de este.

La pequeña empresa muestra utilidades por encima de los \$24,000, por tal motivo tienen mayor capacidad económica para invertir en investigación y desarrollo, utilizan software para el proceso de la información y almacenamiento de la misma, contando con un sistema ERP, mientras que las medianas empresas superan considerablemente el promedio total con \$156,836.83 en utilidades, lo que las hace más atractivas para su análisis ya que se han mantenido en el mercado diseñando nuevas estrategias sobre todo en publicidad de sus productos como de la atención en sus establecimientos.

Algunas innovaron en sus líneas de alimentos, donde antes solo ofertaban platos fuertes y meriendas atendiendo los fines de semana, tuvieron que hacerlo todos los días y ofertando más servicios que las microempresas también realizan.

Las microempresas del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil no se encuentran en su mejor momento, en el año 2019 tenían una utilidad promedio

por debajo de la utilidad total de las MiPyMEs, pero en el mes de marzo del año 2020, este sector fue el más afectado económicamente debido a que la cantidad de clientes que recibían a diario dejó de acudir para evitar cualquier tipo de contagio a causa del COVID-19, donde el virus se propagaba de forma rápida en todo el lugar.

Las pequeñas empresas decidieron innovar en la entrega a domicilio a través de las diferentes empresas encargadas de entregar pedidos a domicilio, así como también de la presentación de los productos, evitando los utensilios plásticos y solo enviando el envase del producto, muchas de estas empresas cobraron valores adicionales por la entrega debido a la cobertura de los pedidos en tiempo y distancia.

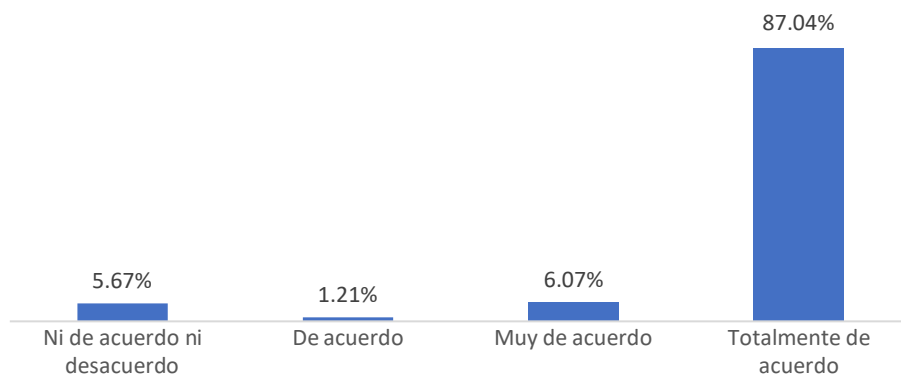
Las medianas empresas innovaron en elaborar nuevos platos de comida similares a las pequeñas empresas con el fin de contrarrestar las pérdidas económicas que cada mes tenían, esto ayudó a que participen también en la entrega de productos a domicilio por parte de terceros.

#### **4.5 Precios de servicios de alimentos**

En este apartado se analizarán las variables costos de entrega de productos y los precios del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil por parte de las MiPyMEs.

Los precios de los servicios de alimentos a partir de la pandemia han incrementado debido a la especulación que se ha tenido por la falta de alimentos. La inflación de marzo de 2020 se ubicó en 0,20%; mientras que la anual alcanzó el 0,18%, incrementando el costo de la canasta básica familiar a \$713.89, siendo en Guayaquil, la más costosa, lo que repercutió el precio en el sector servicios de alimentos, pero pese a eso todas las empresas mantuvieron los mismos precios.

En encuesta realizada a los consumidores, se les consultó si los precios de los productos de servicios de alimentos estaban dentro de lo esperado por el cliente, donde el 87.04% indicaron que los precios sí están dentro de lo esperado, estaban totalmente de acuerdo con los precios observados en el menú o publicidad, pero en otros productos se consideraban costos adicionales en la entrega de estos. (Ver Figura 15)



*Figura 15* Precios de los servicios de alimentos en las MiPyMEs de Guayaquil  
Fuente: Encuesta realizada a los consumidores del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, julio 2020.

Con todo lo analizado se concluye que en relación con la competitividad de las MiPyMEs que todas las empresas mantienen los mismos precios, pero en aquellas que ofrecen el servicio a domicilio se incluyen los costos adicionales por transporte, mismos que se encuentran dentro de lo esperado por el cliente.

#### **4.6 Políticas de intervención gubernamentales**

En la presente sección se analizarán las diferentes políticas de intervención gubernamental de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil. Entre las políticas a tratar se tiene a la política de financiamiento, tecnologías, fiscal y confinamiento.

Ecuador enfrentaba retos económicos, sociales y políticos complejos antes de la pandemia. El Producto Interno Bruto (PIB) mostró tasas de crecimiento modestas en el 2017 y 2018 con 2.4% y 1.3%, respectivamente. Este comportamiento se tradujo en un empeoramiento de la estructura del empleo: la tasa de empleo adecuado alcanzó el 42.3% en el 2017 y para el 2019 disminuyó al 38.8%.

En diciembre 2019, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) proyectaba una débil situación económica para el Ecuador, con una tasa de crecimiento del 0,1%.

#### **Política 1: Financiamiento**



El Directorio Ejecutivo del Banco Mundial aprobó un préstamo por \$260 millones para la Corporación Financiera Nacional B.P. (CFN) con el objetivo de promover el acceso a financiamiento con fines productivos para las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. Estos recursos llegan como parte del programa ReactívatE Ecuador que espera colocar un total de \$1150 millones para la reactivación y recuperación económica de los efectos negativos de la pandemia de COVID-19 (BANCO MUNDIAL, 2020).

"El Gobierno Nacional creó el Programa ReactívatE Ecuador con la finalidad de aliviar los impactos de la pandemia que han tenido que asumir las MiPyMEs. El Banco Mundial nos acompaña en esta firme decisión de reactivar la economía y proteger el empleo de los ecuatorianos, con un enfoque prioritario, principalmente, en emprendedoras mujeres y en sectores que demandan de una atención prioritaria", manifestó, Richard Martínez, ministro de Economía y Finanzas.

En Ecuador existen alrededor de 900 000 empresas, de las cuales el 90% son microempresas, 7% son pequeñas empresas y 2% son empresas medianas. Es decir, el 99% de las empresas en Ecuador son MiPyMEs, y generan el 60% de las plazas de empleo.

Los objetivos de las políticas de créditos planteados por el Estado ecuatoriano posterior a la pandemia COVID-19 son:

Contribuir al acceso de alimentos nutritivos para la población más vulnerable a través de programas de transferencias monetarias y/o en especie, integrados o alineados a los programas sociales del Estado ecuatoriano y en particular al sistema de protección social.

Apoyar al Estado en la evaluación de las necesidades esenciales y de la vulnerabilidad de la población afectada por la crisis sanitaria del COVID-19.

Apoyar al Estado en el monitoreo de la producción de alimentos, de los mercados y de las cadenas de abastecimiento.

Los créditos entregados fueron para las MiPyMEs en general, no por sectores, el Estado ecuatoriano mantiene en reserva de cuánto se le asigna a cada sector, para ello se tomaron otras medidas de financiamiento de forma independiente.

### **Política 2: Tecnología**

Actualmente el estado de digitalización de las MiPyMEs del sector servicio de alimentos se lo realiza de forma independiente debido a que el Estado ecuatoriano no cuenta con el presupuesto necesario para el fomento del desarrollo digital de este sector, por tal motivo como estrategia de supervivencia empresarial, cada micro, pequeña y mediana empresa ha innovado en sus procesos de operaciones internas sobre todo en la atención del servicio puerta a puerta que actualmente ofrece. No existe presupuesto alguno para la inversión en nuevas tecnologías que puedan acceder las microempresas a un costo considerable, solo algunas de las pequeñas y la mayoría de las medianas han tratado de implementar nuevos sistemas ERP, Software entre otros sistemas a sus operaciones internas, de tal manera que el cliente también tenga la necesidad de acudir a estos medios para realizar sus pedidos.

### **Política 3: Fiscal: impuestos y deudas**

El Estado ecuatoriano una vez decretada la actual pandemia causada por el COVID-19, decretó las siguientes medidas económicas y fiscales para todos los sectores económicos del Ecuador frente a la emergencia sanitaria, pese a que se cambió la modalidad de trabajo presencial a teletrabajo en todas las instituciones públicas y en algunas privadas como empresas industriales, se trabajó con la mitad del personal, según el Acuerdo Ministerial – MDT- 2020 – 076 emitido por el Ministerio de Trabajo del Ecuador. Las medidas son las siguientes:

Los términos y plazos se suspenden del 16 al 31 de marzo de 2020 en los procedimientos administrativos que se llevan a cabo con las autoridades tributarias.

Extensión para la presentación de Apéndices de Impuestos, de marzo a mayo, a partir de agosto de 2020 en forma mensual (DELOITTE, 2020)

No existe una extensión para la presentación y el pago de las declaraciones CIT (Impuesto de sociedades), IVA y WHT (retención de impuestos).

Extensión para la presentación de estados financieros e informes de auditoría a la Superintendencia de Empresas, del 30 de abril al 30 de mayo de 2020.

#### **Política 4: Confinamiento**

El Ministerio de Turismo (MinTur en adelante) presentó el protocolo de bioseguridad de que diseñaron para la reapertura de los establecimientos del servicio de alimentos y alojamiento turístico del Ecuador para junio del año 2020.

Previo a la presentación del protocolo, los funcionarios del MinTur recibieron una capacitación virtual a escala nacional sobre la aplicación de esta normativa. Los técnicos de la Subsecretaría de Regulación y Control acompañaron este proceso de formulación de medidas de bioseguridad junto con otras entidades gubernamentales. El protocolo ya cuenta con la aprobación del COE Nacional.

En el caso de manejo de alimentos, el protocolo advierte que el COVID-19 no es considerado una ETA (Enfermedad Transmitida por Alimentos), pero si puede provocar una contaminación cruzada. Por lo cual se deben tomar medidas de prevención y dar cumplimiento a la normativa establecida por la autoridad sanitaria. Además, se establecen 22 reglas en torno a desinfección (alimentos, espacios públicos, hoteles, vehículos para turistas, etc.) y en cuanto al manejo de desechos.

#### **4.7 Propuesta de mejoras**

Como propuesta de mejora ante la actual emergencia sanitaria causada por el COVID-19 en Ecuador, las MiPyMEs del sector ha innovado en cada una de sus líneas de producción de servicios, puesto que aparte de los servicios tradicionales que ofertaban, han realizado nuevos productos con el objetivo de mantenerse en el mercado local y no cerrar sus instalaciones como otras empresas lo han hecho.

Mantener los precios del servicio de alimentos

No incurrir en gastos adicionales en el servicio puerta a puerta a menos que la cobertura no esté dentro de las soluciones de la empresa y se cobre una tarifa mínima por el envío.

Digitalizar todas las operaciones por medio de páginas web y condensar la información en una base de datos de Microsoft Excel, de tal manera que no se incurran en gastos adicionales ya sea por la adquisición de un nuevo sistema ERP o el mantenimiento de este.

Alcanzar el número mínimo de ventas para empezar a tener liquidez, actualmente todas las MiPyMEs no tienen liquidez, solo las entidades bancarias quienes son el soporte de este sector.

Mejorar la utilidad de las empresas que han alcanzado este beneficio en el año 2019, pese a la actual emergencia sanitaria.

Mantener las normas de higiene y salud alimentaria en todo el proceso de elaboración de los productos alimenticios, de tal manera que se tenga el ambiente adecuado para atender al público en las instalaciones.

Mejorar o mantener la calidad de los servicios de alimentos como estrategia diferenciadora de la competencia, creando valor agregado en el consumidor. Tener variedades de productos para ofrecer al cliente, no tan solo los tradicionales sino también los que realiza la competencia.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Las MiPyMEs ecuatorianas forman parte del motor de la economía, debido a la importancia en la generación de empleo, el nivel de productividad y su aporte al crecimiento económico. En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación a partir de la revisión teórica, metodológica, desarrollo digital, política de gobierno y obtención de resultados del estudio sobre la competitividad de las MiPyMEs en el sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, año 2020.

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Al culminar el presente trabajo referente al análisis en las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, los autores pueden concluir lo siguiente:

Se determinó que la teoría de la competitividad de Michael Porter es fundamental para el análisis de la competitividad empresarial porque permite medir a través de los factores determinantes de la competitividad cómo se encuentran las MiPyMEs del sector, frente a la actual emergencia sanitaria que atraviesa el país. Las teorías del desarrollo digital de cómo influye la tecnología en las operaciones comerciales de las MiPyMEs han determinado que antes se consideraba a la tecnología como una ventaja competitiva frente a otras, pero ahora es una necesidad que toda empresa debe tener desde el inicio de sus operaciones.

Se caracterizó al sector servicio de alimentos donde se tienen a 15070 empresas MiPyMEs de la ciudad de Guayaquil, siendo las microempresas las que mayor participación tienen con el 64.42%, pero las menos competitivas en el mercado debido a la utilidad promedio anual de \$18,887.90 que tienen por debajo de la utilidad al igual que las pequeñas empresas con \$24.809,03 donde con un promedio total de las

MiPyMEs del sector es de \$66,844,69, siendo las medianas empresas las que se encuentran por arriba de este con un promedio de \$156, 836. 83.

El desarrollo digital de las MiPyMEs ha sido el factor más importante por el cual varias de ellas compiten en el mercado por medio de las publicidades que realizan ofertando sus productos con promociones de tal manera que puedan fidelizar directamente con el cliente, pero no pueden realizar sus cobros de la misma manera a no ser que cuenten con una herramienta tecnológica que no solo realice la operación, sino que ofrezca seguridad con el manejo de los datos de los consumidores. Este factor tecnológico ha permitido que la mediana empresa en el sector de servicio de alimentos esté mayormente preparada para afrontar a la emergencia sanitaria, y es en esta crisis es donde los consumidores optaron por realizar pedidos a través de aplicaciones móviles donde encontraban solo algunas de las MiPyMEs a las que normalmente concurrían dado también que visitaban establecimientos que no estaban afiliados a alguna aplicación o no cuentan con las herramientas propias para brindar sus servicios.

Para analizar la competitividad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil frente a la crisis sanitaria, se realizaron dos cuestionarios, uno para los consumidores con una muestra de 384 y otro para los microempresarios con una muestra de 67 empresas. Se tomó la proporción que representan las MiPyMEs en la ciudad de Guayaquil para cada una de las muestras: para las micro con el 64,42%, pequeña con el 27.92% y medianas con el 7.66%. En primera instancia se realizó una validación de contenido a expertos del sector de servicios de alimentos, con el objetivo de definir los ítems más representativos que aporten con información más relevante de acuerdo con la competitividad, luego se determinó por el medio del coeficiente alfa de Cronbach la confiabilidad del cuestionario, posterior a ello se procedió a realizar el trabajo y la tabulación de la información se la hizo en Microsoft Excel.

Con los resultados obtenidos en las encuestas se analizaron los factores que inciden en la competitividad de las MiPyMEs tales como: calidad, eficiencia, satisfacción al cliente e innovación, así como también se analizó la competitividad país donde el Foro Económico Mundial indicó que, a diciembre del año 2019, Ecuador se ubicó en el ranking 90 en Latinoamérica con una puntuación de 55,74, es decir cuatro

posiciones más abajo que en el año 2018. Esto se debe a los cambios tributarios, recesión económica, inflación, poca inversión en desarrollo económico y financiamiento para nuevos proyectos de microemprendimiento, siendo este sector el que mayor aporta a la economía del país.

La competitividad a nivel país en el Ecuador, no atraviesa por su mejor momento, esto generó el aumento de la tasa de desempleo de aproximadamente el 11% hasta junio del 2020, lo que generó un caos en la economía popular, a esto se le suman los excesivos precios de la canasta básica familiar donde muchas MiPyMEs del sector servicios de alimentos se limitaron a no producir más debido a los altos costos y las dificultades para distribuir sus productos.

La competitividad a nivel industrial en el Ecuador fue la más afectada sin duda alguna ya que son la fuerza productiva que le da dinamismo a la economía, se redujeron las importaciones teniendo una disminución del PIB del 2.4% a junio del 2020, lo que detuvo a algunas empresas exportadoras que proveían de materias primas importadas para la fabricación de nuevos productos. El sector de servicios de alimentos es uno de ellos, ya que las pequeñas y medianas empresas, algunas de ellas se abastecían de productos importados como condimentos.

La competitividad a nivel interno en las empresas de Ecuador, se encuentra paralizada en sus procesos de innovación a pesar de que decían hacerlo en su mayoría al menos una vez al año, Las MiPyMEs tuvieron problemas para ofertar sus productos desde marzo hasta junio del 2020 ya que para evitar más contagios de los que en aquel entonces existían se anunció el confinamiento con esto se afectó a los ingresos a las MiPyMEs dado que los consumidores tuvieron que permanecer en sus casas, esto sumado al encarecimiento de la materia prima del sector por el desabasto tuvieron que reducir el personal, todo esto a raíz que los empresarios no contaban con ingresos, ni con una cultura de costos, mucho menos con recursos financieros para continuar cumpliendo con los salarios a sus empleados, obligaciones con sus proveedores y demás gastos.

Los desafíos que enfrentan actualmente las MiPyMEs del sector servicios de alimentos son en temas de salud, económico y ambiental, ya que algunas no cuentan con capital para reabrir sus negocios y todos los gastos que este conlleva debido a las nuevas regulaciones debido a la pandemia y la aun latente falta de tecnología para atender las necesidades de los clientes que aún están recelosos de consumir en los locales. Es así que el desafío más importante es la tecnología, no todas han estado preparadas para un cambio de tal magnitud, debido a la falta de capacitación a sus empleados y al no digitalizar sus procesos junto con las actualizaciones pertinentes.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

El presente trabajo de investigación se basó en el estudio de la competitividad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil, año 2020, donde se recomienda que los empresarios de este sector realicen cambios internos en la digitalización de sus procesos a través de la innovación tecnológica. Entre las recomendaciones más importantes que se deben seguir para mantenerse en el mercado frente a la actual emergencia sanitaria se tienen las siguientes:

Capacitar al personal en el uso de medios tecnológicos y aplicaciones móviles de tal manera que se puedan atender a todos los pedidos solicitados por esta vía para las personas sin que tengan que asistir a los establecimientos del servicio de alimentos.

Adquirir nuevos servicios y herramientas tecnológicas que contribuyan a la agilización de los procesos y la eficiencia.

Buscar alternativas de financiamiento ofrecidas por el gobierno o bancos privados para el salvataje de los sectores más afectados por la pandemia.

Innovar cada año en nuevos procesos de mejora y crear una cultura de costos sólida para afrontar las contingencias frente a cualquier tipo de crisis económica, catástrofe natural o pandemia que no reduzca las ventas significativamente.



Invertir en nuevos estudios de investigación y desarrollo empresarial, traerá consigo empresas altamente competitivas que tengan resiliencia frente a situaciones inesperadas o sirvan de soporte para nuevos cambios en política fiscal.

Se recomienda implementar diferentes mecanismos que ayudarán a incrementar la competitividad y sostenibilidad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos en la ciudad de Guayaquil, ya que no solo servirá para sobrellevar los meses de pandemia sino también a largo plazo debido a que según los expertos la recuperación de la economía post pandemia será lenta.

Aunque entre los principales mecanismos se encuentra el uso de aplicaciones móviles y páginas web, también existen de herramientas electrónicas que ayudan a mantener una correcta planeación estratégica y mayor captación de potenciales clientes.

Se recomienda a las autoridades proponer políticas o estrategias que promuevan a las MiPyMEs a realizar actividades en conjunto con los diferentes Ministerios del Ecuador con el fin de mejorar su competitividad, y así logren un desarrollo económico significativo para el país.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar. (2016). Innovación tecnológica empresarial. *Innovación* .
- Americas, U. d. (2 de Abril de 2020). *Área de análisis financiero*. Obtenido de Las empresas ecuatorianas, al igual que sus pares del resto del mundo, tienen reservas que sólo les permiten resistir un tiempo limitado sin tener ingresos: [https://udla.edu.ec/nota\\_metodol%C3%B3gica\\_bolet%C3%ADn\\_6.pdf](https://udla.edu.ec/nota_metodol%C3%B3gica_bolet%C3%ADn_6.pdf)
- Angulo, S. (5 de Mayo de 2020). *Expreso*. Obtenido de Crisis del coronavirus: Restaurantes cierran o reducen su negocio: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/crisis-coronavirus-restaurantes-cierran-achican-negocio-10758.html>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Ávalos, F. (2020). Factores determinantes de la competitividad empresarial. *Cuadernos de investigación*, 1-18.
- Banco Central del Ecuador. (Abril de 2018). *Estudio Mensual de Opinión Empresarial*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/EOE/eoe202004.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2020). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 2,4% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2020*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1370-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-decreci%C3%B3-24-en-el-primer-trimestre-de-2020>
- BANCO MUNDIAL. (Julio de 2020). *Ecuador recibirá US\$260 millones del Banco Mundial para financiar créditos a micro, pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/07/01/ecuador-micro-pequenas-medianas-empresas>
- Belmar, C., & Maggi, C. (2010). *Políticas e instituciones de fomento de las MiPyMEs en Chile*.
- Bonales, Zamora, & Ortiz. (2015). El índice de competitividad de las empresas exportadoras de México. *CIMEXUS*, 13-32.

- Brother. (2020). *Estudio Visión Pymes 2020*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/pymes-cambian-inversion-personal-tecnologia-15053.html>
- Brown, F., & Domínguez, L. (2010). *Políticas e instituciones de apoyo a la pequeña y mediana empresa en México*.
- Burneo, M., & Grijalva, W. (2010). *Políticas e instituciones de apoyo a las MiPyMEs en el Ecuador*.
- Cadena, Goyes, & Sarrade. (2018). Innovación de procesos y su incidencia en la competitividad en las medianas y grandes empresas del sector metalmeccánico del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) en el año 2018. *Espacios*, 40(42), 28-36.
- Carroll, H.-E. R. (2020). EL IMPACTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LAS MIPYMES MEXICANAS. 4. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/328051387\\_EL\\_IMPACTO\\_DE\\_LAS\\_POLITICAS\\_PUBLICAS\\_EN\\_LA\\_MIPYME\\_MEXICANA](https://www.researchgate.net/publication/328051387_EL_IMPACTO_DE_LAS_POLITICAS_PUBLICAS_EN_LA_MIPYME_MEXICANA)
- Cazallo, A. (2019). La Alianza del Pacífico y los Brics: dos modelos de competitividad país. *Lasallista de investigación*, 122 - 141.
- CEPAL . (2016). *INCLUSION FINANCIERA DE LAS PYMES EN ECUADOR*. Obtenido de [https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/03b\\_sylvia\\_neira\\_b.\\_-\\_presentacion\\_-\\_inclusion\\_financiera\\_pymes\\_en\\_ecuador.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/03b_sylvia_neira_b._-_presentacion_-_inclusion_financiera_pymes_en_ecuador.pdf)
- CEPAL. (2017). Revista N. 121. 164. Obtenido de <https://books.google.com/books?id=ATHLDwAAQBAJ&pg=PA164&lpg=PA164&dq=el+tipo+de+cambio+competitivo+es+el+que+determina+los+incentivos+para+la+producci%C3%B3n+de+una+amplia+gama+de+productos+comerciables+en+el+%C3%A1mbito+internacional,+para+su+colocaci%C3>
- Cerem. (9 de Junio de 2015). *Las 5 fuerzas de Michael Porter*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/todavia-no-conoces-a-porter>
- Chacón, F. (2015). Índice de competitividad global. *Observatorio del Desarrollo*, 40.
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*.
- Crocco, M., & Santos, F. (2010). *El sistema de fomento a las micro y pequeñas empresas en Brasi*.
- DELOITTE. (31 de Marzo de 2020). *Medidas fiscales y económicas ante COVID-19 en Latinoamérica*. Obtenido de

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/sv/Documents/tax/ELSALVADOR/MedidasAnteCOVID-19.pdf>

- Deysi Carolina Castillo Castillo, J. R. (2019). Satisfacción Laboral en las microempresas productoras de derivados lácteos del cantón Cañar. *Killkana Sociales*, 3(1), 25-33.
- Díaz, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja. *Economía y Desarrollo*, 101-114.
- Díaz, Pérez, & Florido. (2016). Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). *Revisión bibliográfica*, 81-90.
- Domínguez, A. (2017). LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ORÉGANO SECO EN LA REGIÓN TACNA. (*Tesis de grado*). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Dora María Lladó Lárraga, L. I. (2018). Microempresa en México, una mirada local. *Artemisa López León*, 2(1), 33-55.
- Espinoza. (2019). Políticas públicas empresariales. *Ciencia y Tecnología*.
- Esteban Fernández Sánchez, C. J. (1997). *La competitividad de la empresa: Un enfoque basado en la teoría de recursos*. Oviedo, España. Obtenido de [https://books.google.com/books?id=kQnzohZdMs4C&pg=PA14&lpg=PA14&dq=politica+monetaria+y+la+competitividad+de+las+empresas&source=bl&ots=pURR7FvatW&sig=ACfU3U1ICK\\_0YSNrOjyRN4bS9gfLWzHxBA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwim0JaRmL\\_qAhXkdN8KHSe2B-wQ6AEwAnoECAwQAQ#v=onep](https://books.google.com/books?id=kQnzohZdMs4C&pg=PA14&lpg=PA14&dq=politica+monetaria+y+la+competitividad+de+las+empresas&source=bl&ots=pURR7FvatW&sig=ACfU3U1ICK_0YSNrOjyRN4bS9gfLWzHxBA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwim0JaRmL_qAhXkdN8KHSe2B-wQ6AEwAnoECAwQAQ#v=onep)
- Expreso. (30 de Abril de 2020). Coronavirus: La cuarentena liquidó a las pequeñas empresas. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/cuarentena-liquido-pequenas-empresas-coronavirus-10344.html>
- Expreso. (4 de Mayo de 2020). Coronavirus: Los restaurantes se unen para ofertar tarjetas prepago. Obtenido de <https://www.expreso.ec/Guayaquil/restaurantes-unen-ofertar-tarjetas-prepago-8605.html>
- FEDEXPOR . (6 de Enero de 2020). *ECUADOR, UNO DE LOS PAÍSES MENOS COMPETITIVOS EN LATINOAMÉRICA*. . Obtenido de <https://www.fedexpor.com/ecuador-menos-competitivo-en-2019/>
- Fernández. (2012). El espacio muestral empresarial. *Innovación tecnológica*, 5 - 12.

- Foro Económico Mundial. (2019). *Ecuador - Índice de Competitividad*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>
- Fuentes, & Véliz. (2017). La competitividad global. *Revista empresarial*, 41-47.
- Fuentes, Osorio, & Mungaray. (2016). Capacidades intangibles para la competitividad empresarial en México. *Problemas del Desarrollo*, 83-106.
- García, E. (2017). Fases para el diseño y análisis de la Cadena de Valor en las Organizaciones. *Journal of Business Universidad del Pacífico*, 1 - 27.
- García, M. L. (2013). EL IMPACTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA MIPYME MEXICANA. *Reseach Gate*, 4. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/328051387\\_EL\\_IMPACTO\\_DE\\_LAS\\_POLITICAS\\_PUBLICAS\\_EN\\_LA\\_MIPYME\\_MEXICANA](https://www.researchgate.net/publication/328051387_EL_IMPACTO_DE_LAS_POLITICAS_PUBLICAS_EN_LA_MIPYME_MEXICANA)
- Garnica. (2016). Desarrollo humano en las industrias del siglo XXI. *Gestión de Recursos Humanos*. Obtenido de <https://www.significados.com/capital-humano/>
- George & Mallery. (1995). APUNTES DE CONSISTENCIA INTERNA DE LAS PUNTUACIONES DE UN INSTRUMENTO DE MEDIDA. *Investigación*. Obtenido de <https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- González, A. T. (2015). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(31), 408-423. Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842005000300004](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000300004)
- Guerrero. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA*, 1 - 9.
- Held. (1999). *Política Gubernamental del siglo XXI*.
- Helmut. (2015). Indicadores de Producción: Principales Indicadores y Ejemplos. *Logística y distribución*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/indicadores-produccion/>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2006). Enfoque cuantitativo. *Investigación y Desarrollo*, 3 - 12.
- INCAE. (2018). *Medición de la competitividad*. Obtenido de [http://conocimiento.incae.edu/ES/clacd/nuestros-proyectos/archivo-proyectos/proyectos-de-competitividad-clima-de-negocios/WebsiteWEF/index\\_files/Page814.htm#:~:text=%C2%BFC%C3%](http://conocimiento.incae.edu/ES/clacd/nuestros-proyectos/archivo-proyectos/proyectos-de-competitividad-clima-de-negocios/WebsiteWEF/index_files/Page814.htm#:~:text=%C2%BFC%C3%)

B3mo%20se%20mide%3F&text=EI%20%C3%8Dndice%20de%20Competitividad%20Global,factor

INEC. (Diciembre de 2018). *Directorio de empresas 2018*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Nacional Económico*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>

Jacome, G. (4 de Mayo de 2020). *VOA noticias*. Obtenido de Empresas y trabajadores: entre los más impactados por el coronavirus en Ecuador: <https://www.voanoticias.com/coronavirus/coronavirus-ecuador-desempleo>

Jiménez, B. &. (2016). Los sistemas socioeconómicos del siglo XXI para Pymes. *Redalyc, Ciencia y Tecnología*, 16.

Jose Castillo, A. P. (20 de Abril de 2020). *Centro de Investigaciones Económicas*. Obtenido de Impactos económicos del COVID-19: [http://www.ciec.espol.edu.ec/sites/default/files/Informe\\_bares\\_%20restaurantes\\_Guayaquil.pdf?fbclid=IwAR0bMQFDsaquZkpyqeXliyQ4JGdhulORkAmBspfEQvWVnrpu6BAiqzvQq2s](http://www.ciec.espol.edu.ec/sites/default/files/Informe_bares_%20restaurantes_Guayaquil.pdf?fbclid=IwAR0bMQFDsaquZkpyqeXliyQ4JGdhulORkAmBspfEQvWVnrpu6BAiqzvQq2s)

Lafuente & Egoscóabal. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 5 - 18.

Lawshe. (1975). Validez de contenido de un instrumento de medición para medir el liderazgo transformacional. *Revista Global de Negocios*, 35 - 45.

León. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 12 - 27.

Ley de la Economía Popular y Solidaria. (2015). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

López, M. (2016). Sector de alimentos y Bebidas. *Gestión alimentaria*, 2-23.

Machinea, J. (2007). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 3 - 23.

Maleyski, A. &. (2015). El desarrollo local y la pequeña empresa. *EURE*, 30-42.

Mardones. (2016). Elementos de la estrategia de marketing y su efecto sobre la participación de mercado en la industria chilena. *Contaduría y Administración*, 243-265.

- Martínez. (2016). Muestreo probabilístico de la población laboral de México. *Investigación y Desarrollo*.
- Mattos, J. (2017). EL DESARROLLO DE LAS PYMES MEDIANTE EL USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES (TIC): LAS OPCIONES PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. *CEPAL*, 1- 4.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. 2014: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Medina, A. (2014). *Política Fiscal de la MiPyme Mexicana en torno a las aportaciones de seguridad social*. Obtenido de [https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1216/caracteristicas\\_pymes.html](https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1216/caracteristicas_pymes.html)
- Méndez. (2016). Sofisticación de mercado empresarial. *Investigación y desarrollo*.
- Méndez, M. C. (2016). El cibermarketing como estrategia para el fortalecimiento de la Mipyme en el municipio de Sincelejo (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, 119-151.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2012). *REGLAMENTO PARA PROGRAMA DE FOMENTO PARA*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/38672617.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2019). *El 82,3% de MiPyMEs en el Ecuador utilizan Internet*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-MiPyMEs-en-el-ecuador-utilizan-internet/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (2020). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-MiPyMEs-en-el-ecuador-utilizan-internet/>
- Ministerio de Turismo. (5 de Octubre de 2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- Ministerio del Ecuador. (marzo de 12 de 2020). *Acuerdo ministerial n° 0000001*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/ACUERDO-INTERMINISTERIAL-0000001.pdf.pdf>

- Molina. (2008). Efectos de la novedad y de la calidad del producto en el resultado a corto y a largo plazo en las. *Business Review*, 68 - 83.
- Montoya, & Castellano. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia. *Agronomía Colombiana*, 107-117.
- Moreno, J. (2003). *Competitividad de las MiPyMEs en Centroamérica*. México.
- Navarrete, Arredondo, & González. (2015). Revisión de la Evolución de la Industria Alimentaria en México. *Investigación y Desarrollo*, 7-17.
- Nicola, A. (2015). “ANÁLISIS SECTORIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2011 - 2013”. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8956/1/TESIS%20MIPYMES.pdf>
- Ortega, E. (2015). SEO: Clave para el crecimiento de las Pymes. *Redalyc, Opción*, 652-675.
- Osorio, & Mungaray. (2016). CAPACIDADES INTANGIBLES PARA LA COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL EN MEXICO. *Problemas del desarrollo*, 83-106.
- Ovalles. (2017). SISTEMA DE MEDICIÓN DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA APLICADO A UNA EMPRESA MANUFACTURERA. . *Universidad, Ciencia y Tecnología*.
- Paz. (2016). *Característica de las MiPyMEs en Latinoamérica*. Brasil: Núcleo Internacional.
- Pereira C, & Pereira de la Rosa. (2013). Competitividad de micro y pequeñas empresas. *Voces y trazos de la cultura*, 79-89.
- Pino, & Bejar. (2008). Aspectos generales de la gestión en un servicio de Alimentación. *Revisión en Servicios de Producción en Alimentos*, 248-255.
- PIZZA, J. (18 de Abril de 2020). *Los trabajadores temen despidos por culpa de la COVID-19*. Obtenido de Diario Extra: <https://www.extra.ec/actualidad/incertidumbre-empleos-ecuador-emergencia-sanitaria-despidos-actualidad-ministerio-trabajo-CX3440576>
- Polo, Ramos, & Arrieta. (2018). Impacto de la innovación sobre la conducta exportadora en el sector de alimentos y bebidas de Colombia. . *Análisis Económico*, 89-120.
- Porter. (1995). *Cadena de valor y sus estrategias*. Massachusets.



- Porter. (2006). *Ventaja competitiva*. Boston: Patria.
- Porter. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 2 - 15.
- Porter. (2013). Diagnóstico empresarial. *Gestión económica*. Obtenido de <https://definicion.de/precio/>
- Porter. (2013). Estrategia competitiva. En M. Porter. Patria.
- Porter. (2013). Satisfacción del cliente vs servicio de las MiPyMEs. *Marketing y Ventas*.
- Porter. (2014). El Desarrollo de las ventajas competitivas de Porter. *PAIDEIA*, 13-27.
- Porter. (2015). Cinco fuerzas de Porter - Política Gubernamental. *Marketing y Tecnología*.
- Porter. (2016). Eficiencia, eficacia y efectividad. *Negocios*.
- Porter. (2017). El tema de los indicadores en las políticas públicas de derechos humanos. *Políticas Gubernamentales*.
- Porter, M. (1987). *La cadena de valor de las industrias*. Boston: Patria.
- Porter, M. (2014). *Guía esencial hacia la estrategia y la competencia*. Boston, Estados Unidos: Patria.
- Porter, M. (2014). Transformación digital. *Marketing y tecnología*.
- PUDELECO. (2018). *MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA*. Obtenido de <http://www.pudeleco.com/files/Resolución%20No.%20001-CEPAI-2019%20MPCEIP.pdf>
- Rafael Eduardo RON Amores, V. A. (2017). Las Pymes ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB Pymes al PIB Total. *Espacios*, 58(33), 15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Rafino, E. (Febrero de 2020). *Industria alimentaria*. Obtenido de <https://concepto.de/industria-alimentaria/>
- Rodríguez. (2019). La competitividad en las microempresas en Manta 2019. *San gregorio*, 67-85.
- Romero. (2017). Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador. *Perspectivas*, 41-64.
- Romero, D. (2019). La era digital 4.0. *Informática* , 12-21.

- Saavedra, & Hernández. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17), 122-134.
- Saavedra, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, 93-124.
- Saavedra, Tapia, & Aguilar. (2013). EL IMPACTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA MIPYME. *Ciencias Administrativas*, 1-19.
- Salazar, D. (2016). COMPORTAMIENTO DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y LOS ELEMENTOS DEL MARKETING MIX EN LA CIUDAD DE QUITO. *TURISMO y Sociedad*, 177-191.
- Sánchez C. y Sánchez R. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad. *Universidad Autónoma de México*, 110 - 117.
- Superintendencia de Compañías. (2018). *ESTUDIOS SECTORIALES : PANORAMA DE LAS MIPYMES Y GRANDES EMPRESAS EN EL ECUADOR 2013 - 2017*. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/Panorama-de-las-MIPYMES-y-Grandes-Empresas-2013-2017.pdf>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Ranking Empresarial 2020*. Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/#rg>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador. (Diciembre de 2018). *PANORAMA DE LA INVERSIÓN EMPRESARIAL EN EL ECUADOR 2013-2018*. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/Estudio-Sectorial-Inversion-Societaria-2018.pdf>
- Sztulwark, S. (2010). *Políticas e instituciones de apoyo a las MiPyMEs en Argentina*.
- Tinoco. (2018). Métodos de valuación de externalidades ambientales provocadas por obras de ingeniería. *Ingeniería, investigación y tecnología*.
- Touris. (2015). Indicadores financieros en la operatividad empresarial - Colombia. *Finanzas y Gestión*.
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (2013). *Políticas de seguridad alimentaria*. Obtenido de [https://www.iucn.org/downloads/iucn\\_food\\_security\\_sp.pdf](https://www.iucn.org/downloads/iucn_food_security_sp.pdf)
- Urdiales, & López. (2013). Demanda efectiva y distribución del ingreso en la evolución reciente de la economía mexicana. *Investigación económica*, 141-152.

Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica: un enfoque latinoamericano*. México: Prentice Hall.

World Economic Forum. (21 de Septiembre de 2014). *¿Cómo nos afecta el descenso en nuestro nivel de competitividad?* Obtenido de <http://economica.pe/articulos/292-como-nos-afecta-el-descenso-en-nuestro-nivel-de-competitividad>

## 7. ANEXOS

### *Anexo 1 Encuesta para las MiPyMEs*

Preguntas consideradas en la encuesta a los empresarios de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector de servicios de alimentos de Guayaquil.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Objetivo del estudio:** Conocer cómo es la competitividad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

**Instrucciones:** De acuerdo con el servicio de alimentos que usted desea brindar en la ciudad de Guayaquil, señale el grado de satisfacción de los aspectos propuestos de acuerdo con el siguiente detalle:

**1** representa el puntaje más bajo, cuando usted está en total desacuerdo y  
**7** representa el puntaje más alto, cuando usted está totalmente de acuerdo.

### **SECCIÓN DATOS:**

Nombre de la MiPyME: \_\_\_\_\_

Cargo del entrevistado: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: \_\_\_\_\_

Ubicación geográfica: Norte ( ) Sur ( ) Centro ( ) Suburbio ( )

## **SECCIÓN A: CALIDAD**

### **1. Fiabilidad**

1.1 ¿El personal del restaurante brinda la atención personalizada eficiente a sus clientes desde que solicita el pedido?

Sí ( )      No ( )

1.2 El tiempo de espera del servicio de alimentos está entre:

5 a 10 minutos ( )    11 a 20 minutos ( )    21 a 30 minutos ( )

### **2. Calidad del Servicio**

2.1 A causa de la emergencia sanitaria por el COVID-19, se han implementado normas de higiene y seguridad en:

Solo en la preparación de alimentos ( )      Solo para el Arribo de clientes ( )

Solo Utensilios como bandejas y cubiertos ( )    Facturación ( )

Todo el proceso ( )

### **3. Calidad del Producto**

3.1 ¿Cuáles son las normas de calidad que cumple el restaurante para la elaboración de sus productos?

ISO 9001 – Gestión de calidad ( )

ISO 14001 – Gestión del medio ambiente ( )

ISO 22001 – Gestión alimentaria

Otros ( ) Especifique: \_\_\_\_\_

Ninguna ( )

3.2 ¿Con qué frecuencia limpian el área donde preparan los alimentos?

Todos los días ( ) Tres veces a la semana ( ) dos veces a la semana ( )

3.3 ¿Los productos para la preparación de alimentos están almacenados de acuerdo con sus características naturales, manteniendo la frescura y limpieza.?

Sí ( ) No ( )

**4. Tangibilidad** (Adjetivo calificativo que se usa para designar o nombrar cosas que se pueden tocar o ver. Intangible es el antónimo.)

4.1 ¿El restaurante posee un área exclusiva para el deleite de los alimentos?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.2 ¿Los colaboradores utilizan la indumentaria adecuada (protector facial, mascarilla y guantes) para evitar riesgos de contagios con los clientes?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.3 Debido al COVID-19, ¿tienen una cultura de salud en cada lugar del establecimiento?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.4 ¿Aplican el distanciamiento social para el servicio de alimentos dentro del establecimiento?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

## SECCIÓN B: EFICIENCIA

1. ¿En el restaurante se mantiene una cultura de costos relativos a la competencia y situación económica del país?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Se ha logrado en los procesos de producción economías de escala?

Sí ( ) No ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué aspectos consideran más efectivos para mejorar la eficiencia?

Reducción de costos ( )

Disminución del tiempo de entrega del pedido ( )

Mejorar la calidad del producto ( )

Otro \_\_\_\_\_

4. Actualmente, los precios propuestos por el restaurante se mantienen:

Igual ( ) Aumentado entre 1 a 3 % ( ) Aumentado 5% ( )

## SECCIÓN C: CAPACIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

### 1. Procesos internos

- 1.1. ¿Cuáles son las estrategias aplicadas para los clientes en el establecimiento ante la emergencia sanitaria causada por el COVID-19?

Utilización de protectores de manos para el ingreso ( )

Distanciamiento entre clientes ( )

Señalización de mesas disponibles ( )

Desinfección de mesas utilizadas ( )

Uso obligatorio de mascarilla ( )

Otras: \_\_\_\_\_

1.2. ¿El administrador del local mantiene una fluida comunicación con el personal para la recepción de pedidos sin que se generen contratiempos?

Siempre ( ) A menudo ( ) Rara vez ( )

1.3. ¿Se atienden los pedidos conforme son solicitados por el cliente?

Sí ( ) No ( )

1.4. Después del cambio de semáforo a color amarillo, debido a la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, la demanda de clientes:

Aumentó ( ) Disminuyó ( ) Permaneció igual ( )

1.5. Debido a la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, ¿han despedido colaboradores?

Sí ( ) No ( )

1.6. Si su respuesta es sí, por favor indique el porcentaje que más se ajuste a su caso

Porcentaje de colaboradores despedidos:

Entre 1% a 5% ( )

Entre 6% a 10% ( )

Entre 11% a 15% ( )

Superior al 15% ( )

Otro: ( ) Especifique: \_\_\_\_\_



## SECCIÓN D: INNOVACIÓN

1. La empresa innova en sus productos y servicios

Sí ( ) No ( )

Si su respuesta es sí, por favor indique la alternativa que se ajusta a su caso

Menor a 1 año ( ) Entre 1 a 3 años ( ) Cada 5 años ( )

2. La empresa innova en sus procesos internos como por ejemplo

Nueva maquinaria ( ) Ambiente del restaurante ( )

Formas de pago ( ) Otro ( ) \_\_\_\_\_

3. ¿Se invierte en investigación y desarrollo?

Sí ( ) No ( )

Si su respuesta es no, indique por qué: \_\_\_\_\_

4. ¿Se invierte en recursos tecnológicos actualizados?

Sí ( ) No ( ) .

Si su respuesta es no, indique por qué: \_\_\_\_\_

Si su respuesta es sí, indique las alternativas que más se ajustan a su caso:

### Recursos tecnológicos

Sistema MRP ( )

SAP Business One ( )

Aplicaciones móviles ( )

Redes sociales ( )

Páginas web ( )

Otro: \_\_\_\_\_

## SECCIÓN E: DESARROLLO DIGITAL

1. El manejo de sus colaboradores en medios digitales es:  
Excelente ( ) Bueno ( ) Regular ( ) No tienen conocimiento ( )
2. ¿Tienen disponibilidad de servicios tecnológicos en sus establecimientos?  
Sí ( ) No ( )  
Si su respuesta es no, indique por qué: \_\_\_\_\_
3. ¿Poseen capital para la inversión en herramientas tecnológicas?  
Sí ( ) No ( )  
Si su respuesta es no, indique por qué: \_\_\_\_\_
4. ¿Qué medios digitales usan para la promoción del servicio de alimentos?  
Redes sociales ( ) Páginas web ( ) Ninguna de las anteriores ( )  
Otro ( ) Indique la que usa: \_\_\_\_\_
5. ¿Tienen alguna aplicación móvil que les permita solicitar los servicios de alimentos desde casa u otro lugar dentro de la ciudad de Guayaquil?  
Sí ( ) No ( )  
Si su respuesta es no, indique por qué: \_\_\_\_\_

## SECCIÓN F: POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

1. Debido a la actual pandemia causada por el COVID-19, ¿el Estado Ecuatoriano ha facilitado financiamiento para la inversión en el sector alojamiento y servicio de comidas?  
Sí ( ) No ( ) No tengo conocimiento ( )
2. ¿El establecimiento posee la disponibilidad de recursos necesarios para enfrentar los cambios en las reformas tributarias que afecten a los establecimientos?  
Sí ( ) No ( ) No tengo conocimiento ( )

## Anexo 2 Encuesta para los consumidores de las MiPyMEs

Preguntas consideradas en la encuesta a los clientes de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector de servicios de alimentos de Guayaquil.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Objetivo del estudio:** Conocer cómo es la competitividad de las MiPyMEs del sector servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

**Instrucciones:** De acuerdo con el servicio de alimentos que usted desea recibir en la ciudad de Guayaquil, señale el grado de satisfacción de los aspectos propuestos de acuerdo con el siguiente detalle:

1 representa el puntaje más bajo, cuando usted está en total desacuerdo y  
7 representa el puntaje más alto, cuando usted está totalmente de acuerdo.

### Sección Datos

<b>Escala de medición</b>	1	2	3	4	5	6	7
<b>1. Fiabilidad</b>							
1.1) Cuando tengo algún problema con el servicio, ¿el personal del restaurante muestra interés en resolverlo?							
1.2) ¿El restaurante le brinda un servicio adecuado desde el primer pedido?							
1.3) ¿El restaurante cumple con todos los servicios que ofrece?							
1.4) ¿El restaurante le proporcionó el servicio ofrecido en el tiempo esperado?							
<b>2. Calidad del Servicio</b>							
2.1) Debido a la emergencia sanitaria causada por el Covid.19, ¿el restaurante le proporciona las normas de seguridad adecuadas en							

desinfección de manos, utilización de guantes y mascarillas?							
2.2) ¿El nivel de atención del servicio de alimentos es el adecuado?							
2.3) ¿El servicio de entrega de alimentos cumple con el buen trato al cliente y producto?							
2.4) ¿Está de acuerdo con la forma de pago a través de medios digitales para el servicio de alimentos?							
<b>3. Calidad del producto</b>							
3.1 ¿El restaurante presenta las normas de Higiene y Seguridad Alimentaria en la preparación de los alimentos?							
3.2 ¿Existe variedad de productos para satisfacer las necesidades del cliente?							
3.3 ¿El menú ofertado por el restaurante es de su gusto?							
3.4 El sabor del producto está a la medida del mínimo esperado por el cliente.							
<b>4. Tangibilidad</b>							
4.1 ¿El restaurante tiene instalaciones modernas?							
4.2 ¿Los empleados del restaurante lucen pulcros?							
4.3 ¿A partir de la emergencia Sanitaria causada por el COVID-19, ¿Prefiere usar utensilios de plástico como bandejas y cubiertos para el consumo de los alimentos?							
<b>5. Cliente</b>							
5.1 A partir del COVID-19, ¿consumió los productos en los restaurantes de manera física?							
5.2 A partir del COVID-19, ¿consumió más productos elaborados en su casa?							
5.3 ¿Solicitó a domicilio el servicio de alimentos a los restaurantes?							
5.4 ¿Le brinda seguridad el restaurante donde consume los alimentos?							
<b>6. Tecnología</b>							
6.1 ¿Utiliza usted los servicios tecnológicos que proporciona el restaurante?							
6.2 ¿Ha recibido la factura del consumo por medios digitales?							
6.3 ¿Se les facilita la compra por medio de tecnología?							
6.4 El restaurante posee una aplicación móvil para realizar pedidos.							

<b>7. Procesos internos</b>							
7.1 Se evidencia un orden en el restaurante para el pedido de alimentos.							
7.2 Existe una comunicación adecuada entre el administrador y el cliente para receptor su pedido.							
7.3 Los pedidos son atendidos conforme se solicitan							
<b>8. Costos</b>							
8.1 ¿Los precios del servicio de alimentos se encuentran dentro de lo esperado por usted?							
8.2 ¿Los precios actuales permanecen iguales que antes de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19?							
8.3 ¿Los costos de envíos a domicilio son considerados dentro del valor total a pagar?							



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Grazzo Zamora Shannon Geanella**, con C.C: # 0925958084 autora del trabajo de titulación: **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020** previo a la obtención del título de **Economista** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 de septiembre del 2020.**

f. Shannon Grazzo

Nombre: **Grazzo Zamora Shannon Geanella**

C.C: 0925958084



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Moreira Arias Xavier Andrés**, con C.C: # 0927532267 autor del trabajo de titulación: **Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020** previo a la obtención del título de **Economista** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 de septiembre del 2020.**

f. 

Nombre: **Moreira Arias Xavier Andrés**

C.C: 0927532267



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Grazzo Zamora Shannon Geanella Moreira Arias Xavier Andrés		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ. Jorge Luis Delgado Salazar, MGS - Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Economía		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Economista		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	16 de septiembre del 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	146
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Proyecto de Investigación: economía, empresa, competitividad.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Era digital, competitividad, MiPyMEs, COVID-19, servicios de alimentos.		

**RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):**

El presente trabajo de investigación exhibe como problemática el confinamiento a partir de la pandemia del COVID-19 afectando a la disminución de ventas que ha llevado a varias empresas a cerrar, con despido de personal y retraso en el ciclo operativo de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicios de alimentos de la ciudad de Guayaquil ante la crisis sanitaria del COVID-19 y el desarrollo digital al año 2020.

El método aplicado es deductivo ya que se parte desde la competitividad global hasta el contexto interno. Se desarrolla el marco teórico enfocado en las teorías de Michael Porter, en específico la de las 5 fuerzas de Porter que abarcan amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de compradores y proveedores, amenaza de sustitutos y rivalidad entre competidores.

Como principal conclusión, se determina que la competitividad de las MiPyMEs del sector de servicio de alimentos de la ciudad de Guayaquil es baja debido a que no cuentan con la capacitación e inversión necesaria en tecnología, lo mismo que se vio marcado en la actual pandemia del COVID-19 con resultados no favorables para estas empresas.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI	NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2058762; +593-4-4600826	E-mail: <a href="mailto:shannon.grazzo@gmail.com">shannon.grazzo@gmail.com</a> ; <a href="mailto:xaviermoreiraarias@gmail.com">xaviermoreiraarias@gmail.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Camacho Villagómez Freddy Ronalde <b>Teléfono:</b> +593-4-2206953 ext. 1634 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:freddy.camacho.villagomez@gmail.com">freddy.camacho.villagomez@gmail.com</a> ; <a href="mailto:freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec">freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec</a>	

**SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	