

Competitividad interna y externa de pequeñas empresas industriales en el COVID-19.

Internal and external competitiveness of small industrial companies in COVID-19.

María del Carmen Sandoval-Caraveo¹, Edith Georgina Surdez-Pérez², Clara Luz Lamoyi-Bocanegra³
^{1,2,3}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa - México
ORCID: ¹[0000-0002-5482-3032](https://orcid.org/0000-0002-5482-3032), ²[0000-0001-8731-9273](https://orcid.org/0000-0001-8731-9273), ³[0000-0001-9021-4659](https://orcid.org/0000-0001-9021-4659)

Recibido: 03 de octubre de 2023.

Aceptado: 12 de diciembre de 2023.

Publicado: 01 de enero de 2024.

Resumen- El sector industrial representa una actividad prioritaria para el desarrollo económico del país. Sostener su permanencia en el mercado ante la difícil situación que ha enfrentado a consecuencia de la pandemia por Covid 19 es un reto para los empresarios y para el gobierno de México. Ante este complicado escenario, el objetivo de esta investigación fue evaluar la competitividad interna y externa de las pequeñas empresas del sector industrial en el contexto de la pandemia por COVID-19 y la relación entre ambos tipos de competitividad en Tabasco, México. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, el diseño no experimental transeccional, descriptivo y correlacional. Se analizó la competitividad interna con las dimensiones planeación estratégica, producción, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas y recursos humanos. La competitividad externa se midió con la dimensión de rentabilidad a través de una escala unidimensional. Los hallazgos señalan menor competitividad interna en las áreas de comercialización y recursos humanos y mayor en planeación estratégica. En la competitividad externa los resultados de la rentabilidad después de la pandemia se ubican en un nivel desfavorable. El análisis de correlación de Pearson señaló una relación positiva y significativa entre los dos tipos de competitividad. Esta investigación aporta información relevante sobre las condiciones en las que se encuentra la competitividad de las pequeñas empresas del sector industrial en el contexto de la pandemia, es de utilidad para identificar áreas de oportunidad y tomar decisiones acertadas para la mejora de este sector económico imprescindible para el crecimiento económico del país.

Palabras clave: sector industrial, confinamiento social, empresarios, planeación estratégica, comercialización.

Abstract— The industrial sector represents a priority activity for the economic development of the country. Sustaining its permanence in the market in the face of the difficult situation it has faced as a result of the Covid 19 pandemic is a challenge for businessmen and for the Mexican government. Given this complicated scenario, the objective of this research was to evaluate the internal and external competitiveness of small companies in the industrial sector in the context of the COVID-19 pandemic and the relationship between both types of competitiveness in Tabasco, Mexico. The study had a quantitative approach, non-experimental transactional, descriptive, and correlational design. Internal competitiveness was analyzed with the dimensions of strategic planning, production, quality assurance, marketing, accounting and finance, and human resources. External competitiveness was measured with the profitability dimension through a one-dimensional scale. The findings indicate less internal competitiveness in the areas of marketing and human resources and greater in strategic planning. In external competitiveness, the results of profitability after the pandemic are located at an unfavorable level. Pearson's correlation analysis indicated a positive and significant relationship between the two types of competitiveness. This research provides relevant information on the conditions in which the competitiveness of small companies in the industrial sector is found in the context of the pandemic, it is useful to identify areas of opportunity and make the right decisions to improve this economic sector, essential for the economic growth of the country.

Keywords: industrial sector; social confinement, businessmen, strategic planning, commercialization.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: edith.2109@hotmail.com (Edith Georgina Surdez Pérez).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Como citar este artículo: M. C. Sandoval-Caraveo, E. G. Surdez-Pérez y C. L. Lamoyi-Bocanegra, "Competitividad interna y externa de pequeñas empresas industriales en el COVID-19", *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, vol. 12, no. 1, pp. 11-17 2024, doi: [10.15649/2346030X.3434](https://doi.org/10.15649/2346030X.3434)

I. INTRODUCCIÓN

La contribución del sector industrial en el crecimiento y desarrollo económico de una localidad, es fundamental. Mantener o incrementar la productividad de las empresas que componen este giro en situaciones adversas como las provocadas por la pandemia originada por el virus COVID-19 ha sido un desafío, tanto para sus propietarios como para el gobierno mexicano.

La suspensión de actividades no esenciales y el confinamiento social fueron medidas implementadas para prevenir los contagios, lo que trajo consigo reducción de jornadas laborales, desempleo y disminución o suspensión de la producción del sector manufacturero [1] que de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [2] registró un 15% de cierre de empresas, durante el quinto bimestre de 2020. Lo anterior trajo como consecuencia un empobrecimiento de la actividad económica en el país, lo que perjudicó irremediablemente a las industrias que se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas por el aislamiento social [3]. La industria textil ha sido de las más afectadas por la suspensión de pedidos y la acumulación de inventarios, sufriendo pérdidas económicas que la llevaron al recorte de salario y despido de personal, particularmente en las pequeñas y medianas empresas [4, 5]. Entre los factores que pueden ayudar a las empresas para salir de la difícil situación en la que se encuentran, está la competitividad. El tema de la competitividad se desarrolló como disciplina científica a fines de los años 70's por Adam Smith [6] y posteriormente en los 80's con los estudios de Michael Porter, quien la define como la capacidad para producir tanto bienes como servicios y realizar acciones exitosas en el mercado de las economías; este concepto tiene que ver con el concepto de productividad que se da en diversos contextos y circunstancias [7].

La competitividad es buscar un lugar propicio en el mercado con relación a sus competidores con el fin de mantenerse y provocar un crecimiento sostenido, significa una mejoría en la forma de vida de la población, no se puede ser competitivo cuando existen condiciones de vida adversas [8]. El concepto de competitividad alude a las conductas y capacidades de las empresas que se encuentran en ambientes de enfrentamiento y tensión, así como a su influencia por encima de las características de los competidores y sobre las respuestas que pueda tener de sus acciones en el mercado [9].

Dada la importancia que tiene la competitividad para las empresas industriales en época de pandemia, el objetivo de esta investigación fue evaluar la competitividad interna y externa de las pequeñas empresas del sector industrial en el contexto de la pandemia por COVID-19 y la relación entre ambos tipos de competitividad en Tabasco, México.

II. MARCO TEÓRICO

a. *Competitividad*

La Real Academia Española [10] define a la competitividad como “la capacidad para competir” y la “rivalidad para la consecución de un fin”. “La competitividad es la acción principal de las empresas, que les permite sobrevivir en cualquier situación de mercado ya sea hostil o no” [11:172]. Agregan estos autores que la competitividad es un concepto que se modifica con el paso del tiempo debido a factores que eran precedentemente importantes; en el presente ya no son efectivos, y algunos otros emergen como resultado de la actividad empresarial.

La competitividad es un tema que ha ocupado el interés de investigadores asociados a las actividades humanas por la relevancia que representa para la sociedad, las empresas, la economía y la política, por tanto, las empresas están obligadas a ofrecer productos y servicios mejores que sus competidores aparte de las situaciones de competencia en que se encuentren los mercados [12]. Las empresas competitivas son productivas y flexibles y reaccionan oportunamente a los cambios inesperados, tienen la capacidad de generar valor y competir en diversos sectores y contextos [13].

Por su parte, Porter [14] afirma que las empresas competitivas son aquellas que realizan actividades de innovación, tales como el diseño de productos o nuevos procesos de producción; así mismo consideran nuevas tecnologías, mejores métodos para trabajar, nueva visión en el marketing y la capacitación del personal. Esta última representa una motivación para el trabajo y mejora en las habilidades, lo que es significativo para la ventaja competitiva. Porter recalca que la educación es un pilar importante para lograr el éxito y que las propias empresas pueden obtener y sostener las ventajas competitivas a través de un liderazgo capaz de establecer un medio ambiente activo y con retos por superar.

De acuerdo con lo anterior, otros autores destacan la relación que tiene la competitividad con la innovación, el marketing y la tecnología [15,16,17] es decir, las empresas predominantes en el mercado se caracterizan por la implementación de ideas actuales e innovadoras en sus productos, con el uso de tecnología disminuyen los tiempos en los procesos productivos generando ventajas sobre los competidores.

También se han considerado como variables esenciales de la competitividad a la planeación estratégica, el talento humano, la investigación y desarrollo, la tecnología, el manejo de la información, los métodos de calidad, las finanzas, la producción y el control del proceso productivo a través de indicadores que permitan identificar los avances, se ha recalcado la importancia de realizar mediciones de la competitividad de las organizaciones, evaluando factores internos que permitan obtener un diagnóstico e identificar las fortalezas y debilidades para el diseño de un plan de acción; así mismo, que la evaluación debe enfocarse en los principales factores como la planeación estratégica, los objetivos, la misión y visión, los procesos productivos y su relación con la tecnología y la gestión de la calidad, la comercialización, el talento humano y los sistemas de información [18, 19, 20].

En este sentido, las organizaciones tanto públicas como privadas procuran mantener e incrementar su capacidad de producción que les permita sobresalir y marcar diferencias con relación a sus competidores directos en determinado sector, para ello aplican esfuerzos en la eficacia y rentabilidad de la empresa. La planeación estratégica y las habilidades gerenciales han sido asociados como factores internos que impulsan la competitividad [21, 22].

De modo que el desarrollo tecnológico y científico ha provocado cambios en la sociedad, lo que en consecuencia trajo grandes directrices a nivel mundial como son la globalización y la descentralización, a las que se deben de adaptar los países y las empresas. Lo primordial son las

ventajas competitivas que representa el potencial para crear valor en los procesos de producción; de ahí que el crecimiento empresarial y económico tiende a valores asociados con la efectividad y la productividad reconocido como “el ser competitivo” [23].

b. Dimensiones de la competitividad

De acuerdo con Ibarra et al. [24] es posible describir ocho dimensiones que de forma conjunta precisan la competitividad de una empresa a nivel empresarial: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información.

La planeación estratégica se encarga de que la empresa tenga establecidos sus objetivos y metas, sus políticas y el análisis del medio ambiente a través de la elaboración del estudio de FODA.

La dimensión de producción y operaciones tiene que ver con los procesos de producción, materias primas, inventarios y el empleo de herramientas actuales para la elaboración de productos.

El aseguramiento de la calidad se refiere a la aplicación de normas de calidad y a las certificaciones que son indicadores de niveles de competitividad.

La comercialización alude a las actividades de mercadotecnia tales como ventas, clientes, análisis del mercado, proveedores.

La contabilidad y las finanzas profundizan en las actividades de costos, finanzas, impuestos, administración financiera y el uso adecuado de los recursos financieros.

La dimensión de los recursos humanos se relaciona con las funciones de reclutamiento, selección, contratación, planes de recompensas, seguridad e higiene y capacitación.

La gestión ambiental es una dimensión que implica la responsabilidad con el medio ambiente, considera la aplicación de las normas ambientales y desarrolla planes sobre el cuidado del entorno.

Los sistemas de información destacan la trascendencia del uso de la tecnología para aumentar la competitividad por medio de la sistematización.

En este orden de ideas, la competitividad sistémica postula que la competitividad es conveniente para el mercado porque le aporta beneficios a los clientes y a las empresas, esto trae como consecuencia la posibilidad de replantear políticas macroeconómicas y de concebirla como una integración de factores externos e internos de la empresa que contribuyen a mejorar las actividades de la organización y a la satisfacción de los clientes [25].

La competitividad externa es concebida como el modo en que se evalúa la competitividad en el nivel macroeconómico y se comprende como la capacidad que tiene un país para sostener y aumentar su participación en el mercado internacional y las relaciones con el mercado y la producción, es la manera en que se calcula la competitividad al nivel microeconómico [26].

III. METODOLOGÍA

a. Diseño de la investigación

El estudio fue de enfoque cuantitativo, el diseño no experimental transeccional, descriptivo y correlacional. Estas investigaciones se caracterizan por la medición numérica y el análisis estadístico, no se manipulan variables, sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos; los diseños transeccionales descriptivos indagan la incidencia de los niveles de las variables en una población y los correlacionales describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado y la recolección de datos se realiza en un solo periodo de tiempo [27].

b. Sujetos de estudio

Participaron 64 administradores de pequeñas empresas del sector industrial del estado de Tabasco (México). Las edades oscilaron entre los 18 y 78 años. El 10.9% tenía de 18 a 28 años; el 26.6% de 29 a 38; el 35.9% de 39 a 48; el 18.8% de 49 a 58; el 4.7% de 59 a 68 y el 3.1% de 69 a 78 años. En cuanto al género el 64.1% eran hombres y el 35.9% mujeres. En lo referente a la escolaridad, el 1.6% había cursado hasta la secundaria, el 28.1% bachillerato, el 53.1% licenciatura y el 17.2% tenía un posgrado.

c. Instrumento de recolección de datos

Para medir la competitividad interna se utilizó una adaptación al contexto de la investigación del cuestionario de Ibarra et al. [24] quedando el instrumento de investigación con 20 ítems (tabla 1) conformado por las dimensiones: 1) Planeación Estratégica, 2) Producción 3) Aseguramiento de la Calidad, 4) Comercialización, 5) Contabilidad y Finanzas, 6) Recursos Humanos, en una escala tipo Likert (tabla 1). La confiabilidad del instrumento a través de la prueba de Alfa de Cronbach tabla (1) reportó un valor de .895 [28] considerado como aceptable [29].

Tabla 1: Instrumento de recolección de datos de competitividad interna.

Número	Ítems	Escala de respuesta
1	La empresa tiene una estrategia básica de negocio escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.	Tipo Likert de 1 a 4
2	Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución por parte de las personas responsables.	1= Totalmente en desacuerdo.
3	Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y regulaciones.	4= Totalmente de acuerdo.
4	El planeamiento de producción está basado en pronósticos de ventas.	
5	La empresa tiene planes de contingencia para ampliar la capacidad de producción más allá de su potencial actual para responder una demanda superior a su capacidad de producción.	
6	La empresa mantiene un inventario de piezas y repuestos claves para equipos críticos en la línea de producción.	
7	La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.	
8	Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento.	
9	Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentados a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.	
10	La empresa establece objetivos o cuotas de venta y controla su cumplimiento.	
11	La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).	
12	La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con bases en su análisis.	
13	La empresa ha desarrollado un sistema de eficiencia de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.	
14	La empresa tiene un sistema claro para definir los costos de los productos fabricados.	
15	La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.)	
16	Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.	
17	La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.	
18	La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal.	
19	La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.	
20	La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo y documenta cuando ocurren, tomando las acciones preventivas y/o correctivas.	

Fuente: Elaboración propia de las autoras.

Tabla 2: Fiabilidad del instrumento de competitividad interna.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.895	20

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, para la evaluación de la competitividad externa, se empleó una adaptación propia del cuestionario de competitividad de Juárez [17] que mide la competitividad con la dimensión de rentabilidad desde una escala unidimensional con tres ítems (tabla 3). La confiabilidad del instrumento a través de la prueba de Alfa de Cronbach reportó un valor de .868 [28] como se muestra en la tabla 4.

Tabla 3: Instrumento de recolección de datos de competitividad externa.

Número	Ítems	Escala de respuesta
21	A partir de la pandemia Covid-19 sus ventas son suficientes para continuar con el negocio.	Tipo Likert de 1 a 4
22	Las ventas de sus productos a partir de la pandemia Covid-19 van en aumento.	1= Totalmente en desacuerdo.
23	Después de la pandemia sus ingresos son suficientes para invertir en mejoras para el negocio.	4= Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Fiabilidad del instrumento de competitividad externa

Alfa de Cronbach	N de elementos
.868	3

Fuente: Elaboración propia.

d. Recolección y análisis de datos

La recolección de datos se realizó de forma personal, se entregó carta de confidencialidad de información. Se contrató los servicios de una empresa especializada en aplicación de encuestas, instruyéndose a su representante y encuestadores sobre el objetivo del proyecto y el llenado del cuestionario. Cabe mencionar que se contó con la colaboración de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) Delegación Tabasco, quien realizó una invitación vía correo electrónico a sus agremiados para que participaran en el proyecto. No obstante, esta etapa fue muy complicada debido a que por la pandemia por Covid-19, algunos empresarios no permitieron el acceso a sus instalaciones, por lo que unos cuestionarios fueron enviados a correo electrónico. Así mismo, hubo empresarios que no aceptaron participar. El análisis de los datos se realizó con el software estadístico SPSS versión 23.

IV. RESULTADOS

a. Competitividad interna

Para estimar la competitividad interna y externa, se utilizó estadística descriptiva. En la determinación de la relación entre la competitividad interna y externa se recurrió al coeficiente de Correlación de Pearson.

Los resultados de la estadística descriptiva de las dimensiones de competitividad interna se muestran en la tabla 5.

Tabla 5: Estadísticos descriptivos de las dimensiones de competitividad interna.

	Planeación Estratégica	Producción	Calidad	Comercialización	Contabilidad y Finanzas	Recursos H.
Media	3.48	3.34	3.42	3.23	3.44	3.27
Mediana	3.67	3.33	3.33	3.25	3.33	3.50
Moda	4.00	3.01	4.00	3.50	3.01	4.00
D.E.	0.49	0.45	0.48	0.53	0.42	0.66
Mínimo	2.33	2.33	2.00	1.75	2.33	1.25
Máximo	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
N	64	64	64	64	64	64

Fuente: Elaboración propia.

En la dimensión de planeación estratégica la categoría que más se repitió fue 4 (moda). Cincuenta por ciento de los empresarios está por encima del valor de 3.7 y el restante 50% se sitúa por debajo de este valor (mediana). En promedio, se ubican en 3.48 (media).

En la dimensión de producción la categoría que más se repitió fue 3.01. Cincuenta por ciento de los empresarios está por encima del valor de 3.33 y el restante 50% se sitúa por debajo de este valor. En promedio, se encuentran en 3.34.

En la dimensión de aseguramiento de la calidad la categoría que más se repitió fue 4. Cincuenta por ciento está por encima del valor de 3.33 y el restante se sitúa por debajo de este valor. En promedio se colocan en 3.42.

En la dimensión de comercialización la cantidad que más se repitió fue 3.50. Cincuenta por ciento está por encima del valor de 3.25 y el otro 50% está por debajo de este valor. La media fue de 3.23.

En la dimensión de contabilidad y finanzas el número que más se repitió fue 3.01. Cincuenta por ciento está por encima del valor de 3.33 y el restante 50% se ubica por debajo de este valor. La media fue de 3.44.

En la dimensión de recursos humanos el número que más se repitió fue 4. Cincuenta por ciento está por encima del valor de 3.50 y el restante 50% se ubica por debajo de este valor. La media fue de 3.27.

Los resultados reportan que el nivel más bajo de competitividad interna se encontró en las áreas de comercialización y recursos humanos, el nivel más alto fue para planeación estratégica.

b. Competitividad externa

Los resultados de la estadística descriptiva de la competitividad externa a partir de la pandemia se muestran en la tabla 6.

Tabla 6: Estadísticos descriptivos de competitividad externa (rentabilidad) a partir de la pandemia.

Estadística Descriptiva	A partir de la pandemia Covid-19 sus ventas son suficientes para continuar con el negocio.	Las ventas de sus productos a partir de la pandemia Covid-19 van en aumento.	Después de la pandemia sus ingresos son suficientes para invertir en mejoras para el negocio.
Media	2.61	2.39	2.36
Mediana	3.00	2.00	2.00
Moda	3.00	2.00	2.00
D.E.	.919	.902	.949
Mínimo	1	1	1
Máximo	4	4	4
N	64	64	64

Fuente: Elaboración propia.

En la competitividad externa (rentabilidad) se puede observar en la Tabla 6 que en el ítem “A partir de la pandemia Covid-19 sus ventas son suficientes para continuar con el negocio” la categoría que más se repitió fue 3 (moda). Cincuenta por ciento de los empresarios está por encima del valor de 3 y el restante 50% se sitúa por debajo de este valor (mediana). En promedio, se ubica en 2.61 (media).

En el ítem “Las ventas de sus productos a partir de la pandemia Covid-19 van en aumento” el número que más se repitió fue de 2. Cincuenta por ciento de los empresarios se ubica por encima del valor de 2 y el restante 50% se sitúa por debajo de este valor. La media en este ítem fue de 2.39.

En el ítem “Después de la pandemia sus ingresos son suficientes para invertir en mejoras para el negocio” la categoría que más se repitió fue 2. Cincuenta por ciento de los empresarios se ubica por encima del valor de 2 y el restante 50% se sitúa por debajo de este valor. La media fue de 2.36.

Los anteriores resultados muestran que los ingresos no son los esperados para invertir en el negocio y las ventas son insuficientes para que el negocio siga funcionando debido a la disminución de las mismas.

La tabla 7 indica los resultados de la estadística descriptiva de competitividad externa después de la pandemia, se puede observar que la rentabilidad está en nivel desfavorable, con medias menores a 3.

Tabla 7: Estadísticos descriptivos de competitividad externa después de la pandemia.

Rentabilidad después de la pandemia	
Media	2.45
Mediana	2.33
Moda	2.33
D.E.	.821
Mínimo	1.00
Máximo	4.00
N	64

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 8 se observa una correlación significativa positiva [27] entre la competitividad interna y externa.

Tabla 8: Correlación de Pearson entre la competitividad interna y externa.

		Competitividad interna	Competitividad a partir del Covid
Competitividad interna	Correlación de Pearson	1	.362**
	Sig. (bilateral)		.003
	N	64	64
Competitividad a partir del Covid 19	Correlación de Pearson		1
	Sig. (bilateral)		
	N		

Fuente: Elaboración propia.

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

V. CONCLUSIONES

Los resultados del análisis de competitividad interna dan evidencia en todas las dimensiones de esta variable que, en promedio, se encuentran por arriba de 3 en la escala de 1 a 4, lo que muestra a pesar de las circunstancias vividas en la pandemia las empresas industriales han continuado trabajando para salir de esta difícil situación.

Los sujetos de estudio afirmaron que las empresas definen con claridad sus objetivos, analizan el sector donde se mueven estudiando a los proveedores, a los clientes, a los productos, a sus competidores, a la capacidad de producción y la tecnología, y vigilar el cumplimiento de las normas de calidad. Así mismo, buscan la eficiencia en el área de comercialización para satisfacer a los clientes, llevan el control de las finanzas y aplican programas de capacitación y desarrollo del personal, así como de seguridad industrial.

Sin embargo, los resultados mostraron que ninguna de las áreas de competitividad interna obtuvo en promedio arriba de la puntuación de 3.5; Señalando con claridad que existe la necesidad de identificar las áreas de oportunidad y mejora para optimizar el funcionamiento del sector industrial de pequeñas empresas.

En la competitividad externa, evaluada a través de la rentabilidad, los resultados mostraron valores de 2 lo que señala un nivel desfavorable en cuanto a ingresos para invertir en el negocio y en las ventas para continuar funcionando.

Por otra parte, se demostró una relación positiva y significativa entre competitividad interna y externa interpretándose que, al mejorar la competitividad interna, sucede lo mismo con la externa.

Estos resultados son de gran valía por la carencia de estudios sobre pequeñas empresas industriales en tiempos de la pandemia Covid 19, en virtud de que aporta información para la toma de decisiones efectivas con miras de salir del estancamiento que se encuentran y dar la pauta para la recuperación de este sector tan importante para el desarrollo económico del país.

Vale mencionar que los resultados de esta investigación son válidos para la población estudiada, pero dan la pauta para otros estudios de carácter cuantitativo con una población mayor en otros contextos.

VI. AGRADECIMIENTOS

Al Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco por el financiamiento otorgado para llevar a cabo la investigación.

VII. REFERENCIAS

- [1] Torres, V. H, “La economía de la pandemia: efectos, medidas y perspectivas económicas ante la pandemia de la COVID-19 en el sector manufacturero de México”, *Contaduría y Administración, Especial COVID-19*, 65(5), 1–26, 2020. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.3022>.
- [2] Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI] “Indicador trimestral de la actividad económica estatal (ITAE) para Tabasco durante el segundo trimestre de 2020”. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/itaef/itaef2020_10_Tab.pdf.
- [3] Esquivel, G, “Los impactos económicos de la pandemia en México”, *Economía, Universidad Nacional Autónoma de México*, 17(51), 28-44, 2020. <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/articulos-y-otras-publicaciones/%7BD442A596-6F43-D1B5-6686-64A2CF2F371B%7D.pdf>.
- [4] Ávila, D., Hernández, G., & Torres, “Competitividad de la industria textil ante la pandemia de COVID-19” *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(6), 318-332, 2021. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.19>.
- [5] González, S., Castañeda, P., & Ávila, M, “La industria del vestido, antes y después de la crisis sanitaria del COVID-19. El caso de los distritos industriales del vestido en Jalisco”, En P. Wong, E. R. Morales & Treviño, A. (Eds.). *La dimensión global de las regiones y sus reconfiguraciones económicas y urbanas* (2)347-424). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional, 2021. <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/5485>.
- [6] Cronjé, D. F. & Plessis, E, “A review on tourism destination competitiveness”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (45), 256-265, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.012>.
- [7] Arboleda, H. “Competitividad: Concepto y Evolución Histórica”, *Revista de Economía y Administración*, 13 (2), 14-28, 2016. <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21>.
- [8] Cabrera, A.M., López, P.A., & Ramírez, C, “La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio”, *Documentos de investigación, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Departamento de administración de empresas. Ediciones Universidad Central. Colombia, 2011.* https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf.
- [9] Nájera, J, “Logros y desafíos de la competitividad de México”, *Universidad & Empresa* (24), 25-51, 2013. <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187229199003.pdf>.
- [10] Real Academia Española (RAE) <https://dle.rae.es/contenido/actualizaci%C3%B3n-2021>.
- [11] Navarro, O., Ferrer, W., & Burgos, O, “La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas” *Universidad y Sociedad*, 10(2), 171-174, 2018. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.
- [12] Jiménez, J.E. & Cedillo, M. G, “Análisis y medición de la competitividad de las empresas de autotransporte de carga”, *Publicación técnica No.631, Instituto Mexicano del Transporte*, 2020. <https://imt.mx/publicacion.html?LiAutor=65&LPagina=15&LbPalabra=0>.
- [13] Martínez, R., Charterina, J., & Araujo, A, “Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(2), 165–188, 2010. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60117-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60117-8).
- [14] Porter, M, “The Competitive Advantage of Nations”, *Harvard Business Review*, 1990. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.
- [15] Ahumada, E., & Perusquia, J. M. A, “Inteligencia de negocios: Estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica”, *Contaduría y Administración*, 61(1), 127–158, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>.
- [16] García, J. J., León, J. de D., & Nuño, J. P. “Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial” *Contaduría y Administración*, 62(3), 775–791, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.04.003>.
- [17] Juárez, D., Coria, A. L., & Tejeida, R, “Impacto del capital social e innovación en la competitividad de productores de amaranto en México”, 2019. *Mercados y Negocios: Revista de Investigación y Análisis*, 1 (49), 105-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018153>.
- [18] Buitrago, A., Rodríguez, M. S., & Serna, H, “Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial”, *Podium*, 35, 97–118, 2019. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7>.
- [19] Quiroga, D. “Modelo matemático para determinar la competitividad de las Pyme’s” *Revista Docencia Universitaria*, 1(4), 2–16, 2003. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/1364>.
- [20] Saavedra, M. L., Milla, S. O., & Sánchez, B. T, “Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México”, *Faedpyme International Review*, 2(4), 18–32, 2013. <https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>.
- [21] Cavazos, J., Espejel, J. E., & Leyva, A. B, “Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes”, *Contaduría y Administración*, 63(3), 1–21, 2018. <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1085>.
- [22] De Meuse, K. P., Dai, G., & Wu, J, “Leadership skills across organizational levels: A closer examination” *Psychologist-Manager Journal*, 14(2), 120–139, 2011. <https://doi.org/10.1080/10887156.2011.570143>.
- [23] Miranda J. C, “La Competitividad y el éxito empresarial”, *Ad-Gnosis*, 59-65, 2012. <https://publicaciones.americana.edu.co/index.php/adgnosis/article/view/7>.
- [24] Ibarra, M. A., González, L. A. y Demuner, M. del R, “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California” *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130, 2017. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>.
- [25] Jaramillo, R.A, “Una mirada a la competitividad”, *Dictamen libre*. (20), 87–98, 2017. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.20.2893>.
- [26] Vázquez-López, R, “Productividad laboral y competitividad externa en el sector manufacturero mexicano tras la apertura comercial”, 1996-2007, *Cuadernos de Economía*, 40(82), 137-164, 2021. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/80510>.
- [27] Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. P, “Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta”, *Mc Graw Hill*, 2018.
- [28] Surdez, E. G., Sandoval, M. C., Reyes, R., Velasco, J., Lamoyi, C. L., May, E. G, Aguilar, N., Magaña, D. E. y Pérez, A, “Propuesta de estrategias para fortalecer el capital social interno y externo de pequeñas empresas del sector industrial en la fase Post-Covid-19” [Informe Técnico de Proyecto], 2022.
- [29] Salkind, N, “Métodos de Investigación”, México, Prentice Hall, 1999.