Artículo

Factores determinantes de la competitividad en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente del grupo empresarial BioCubaFarma

Determining factors of competitiveness in the Oriente Pharmaceutical Laboratory Company of the BioCubaFarma business group

Francisco Enrique Soria Piñera[1]* https://orcid.org/0000-0001-7774-2684

Eligio Rafael Ruano Ortega[2] https://orcid.org/000-0003-2439-8917

[1]Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente/BioCubaFarma, Santiago de Cuba, Cuba

[2]Sucursal CIMEX, Santiago de Cuba, Cuba

[*]Autor para la correspondencia: fcosoria@lfo.biocubafarma.cu

RESUMEN

Objetivo: Determinar los factores que impulsan de manera significativa el desarrollo de la competitividad en una empresa farmacéutica productora de medicamentos genéricos.

Métodos y técnicas: Utiliza la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente de la Organización Superior de Dirección Empresarial BioCubaFarma, como estudio de caso. Los datos primarios fueron recogidos a través de encuesta. La población de estudio fue

un conjunto de factores que determinan la competitividad empresarial, obtenidos de la revisión bibliográfica. Se emplea la encuesta con una escala de 1-5 que se realizó a través del instrumento lista de chequeo supervisado por un grupo de expertos. Para evaluar los diferentes factores determinantes de la competitividad se empleó la técnica de análisis factorial exploratorio.

Principales resultados: Aporta un procedimiento que permitió determinar los factores que inciden de manera significativa en la mejora del desarrollo de la competitividad, lo que representa un beneficio práctico, que permite la mejora continua en el desarrollo de la competitividad en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente.

Conclusiones: El resultado obtenido es coherente con lo dicho tanto en la teoría como en la práctica y responde al objetivo al determinar los factores que inciden de manera significativa en la mejora del desarrollo de la competitividad de una empresa farmacéutica productora de medicamentos genéricos que, al conocerlos, medirlos y controlarlos, son corregidos y direccionados de acuerdo con las metas de la estrategia competitiva de la empresa y no realizados al azar.

Palabras clave: competitividad, competitividad empresarial, factores determinantes, indicadores, factores de competitividad.

ABSTRACT

Aim: Determine the factors that significantly drive the development of competitiveness in a pharmaceutical company that produces generic drugs.

Methods and techniques: It use the Oriente Pharmaceutical Laboratory Company of the Superior Organization of Business Management "BioCubaFarma", as a case study.

Primary data was collected through survey. The study population was a set of factors that determine business competitiveness, obtained from the literature review; in which the survey is used with a scale of 1-5 that was carried out through the checklist instrument supervised by a group of experts. To evaluate the different determining factors of competitiveness, the exploratory factorial analysis technique was used.

Main results: It provides a procedure that allowed determining the factors that significantly affect the improvement of the development of competitiveness, which represents a practical benefit, which allows continuous improvement in the development of competitiveness in the Oriente Pharmaceutical Laboratory Company.

Conclusions: The result obtained is consistent with what has been said both in theory and in practice and responds to the objective by determining the factors that have a significant impact on improving the development of the competitiveness of a pharmaceutical company that produces generic drugs that, knowing them, measuring them, control them are corrected and directed according to the goals of the company's competitive strategy and not done randomly.

Keywords: competitiveness, business competitiveness, determining factors, indicators, competitive factors.

Recibido: 27/01/2022

Aprobado: 27/10/2022

INTRODUCCIÓN

La definición de competitividad, de acuerdo con Cardozo y Caraballo (2019), comienza con la teoría del crecimiento económico, y los argumentos de ideas económicas neoclásicas como las de Adam Smith, J. S. Mill, David Ricardo y, más adelante en el tiempo, las contribuciones de Michael Porter, con la teoría de la ventaja competitiva. El tema competitividad puede considerarse de interés y actualidad puesto que, cada vez, es mayor su presencia en muchos espacios para discutir o considerar el desarrollo de las actividades básicas de la sociedad, y en su evaluación se plantean varios aspectos a considerar (Wibowo & Nurcahyo, 2020).

En el entorno empresarial, evaluar la competitividad es un proceso que permite crear una ventaja competitiva si se identifican y analizan los recursos, habilidades y capacidades que crean valor y que los competidores no pueden imitar fácilmente (Chiavenato & Sapiro, 2017, p. 110).

De acuerdo con la revisión bibliográfica, existen estudios donde los autores muestran diferentes métodos para determinar la competitividad de las empresas. Se observa que los factores determinantes de la competitividad que emplean, son aquellos que resultan de interés para la organización y específicos del sector. Por ejemplo, los trabajos desarrollados por Antúnez, 2020; Alva, 2020; Bernal & Rodríguez, 2019; Borrás & Campos, 2018; Tovar & Guevara, 2018; Vázquez, 2020. Lo mismo ocurre con Aguilar, Cánovas & Loredo, 2021; Sarmiento & Delgado, 2021; quienes proponen métodos, desde la perspectiva teórica y metodológica, en diferentes niveles de análisis de la competitividad empresarial.

A partir de los factores que determinan la competitividad de una empresa presentados por diferentes autores, se puede establecer que estos pueden ser endógenos y exógenos. Sin embargo, en la búsqueda de los mismos en la revisión bibliográfica, no se encontraron estudios en los que se relacionen aquellos que determinan la competitividad en una empresa farmacéutica productora de medicamentos genéricos.

El problema específico abordado en este artículo parte del trabajo de campo efectuado en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente, el cual permitió identificar, dentro de un conjunto de problemas que laceran el desarrollo de su gestión, que los factores que impactan sobre la competitividad y su desarrollo no están identificados. Por tanto, el objetivo del presente trabajo es determinar cuáles factores de competitividad son significativos para este tipo de empresa, contribuir en su mejora y colaborar con más evidencias a la literatura especializada.

El estudio aporta un procedimiento que representa las teorías estudiadas sobre competitividad y la articulación entre los elementos que la componen. Se enfoca en la determinación de los factores que inciden de manera significativa, lo que representa un beneficio práctico que permitirá direccionar las actividades del desempeño competitivo con las metas trazadas y, al mismo tiempo, evaluará y corregirá estos componentes identificados, permitiendo la mejora continua de la competitividad en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente. La experiencia podría generalizarse en empresas similares del sector y crear condiciones para lograr comparar las mismas desde el punto de vista del desarrollo competitivo alcanzado e intercambiar experiencias.

DESARROLLO

Diseño metodológico de la investigación

Para lograr el objetivo de la investigación se realizó un diseño metodológico que presenta un enfoque epistemológico basado en el diseño transeccional descriptivo para estudiar la incidencia y los valores en los que las variables en el estudio se determinan con un enfoque de integración multimodal; lo que ayuda a explicar la pregunta de investigación y reconstruir la realidad, según lo observado. Al mismo tiempo, permite hacer recomendaciones precisas, recopilar y analizar datos para responder y probar patrones de comportamiento en la población de estudio.

Se emplearon los métodos: análisis y síntesis de la información derivada de la revisión bibliográfica y literatura especializada, así como de la experiencia de los expertos y actores consultados; inductivo – deductivo, al diagnosticar por las personas encuestadas las dimensiones y factores determinantes de la competitividad empresarial, en el diseño del procedimiento propuesto para evaluar esta última; sistémico estructural, de acuerdo con el carácter sistémico de la empresa, de la gestión de la competitividad y el diseño del procedimiento; y el método analítico – sintético, para construir un análisis del objeto de investigación (teoría y práctica), desagregando el objeto de investigación en sus elementos constitutivos para identificar las variables más afectadas y sus interrelaciones como resultado del proceso de síntesis.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

A través de la observación no participante o simple, se recopila información directa de fuentes primarias y se explora, describe y explica los hechos o fenómenos descritos. Las encuestas facilitaron el acceso a grupos cuyas actividades se centran en los

sistemas de gestión y manuales funcionales, en particular, la captura de los elementos esenciales de los recursos y capacidades de la organización. Mientras, para el análisis de la información, los datos obtenidos en el estudio se clasifican, tabulan y documentan para proporcionar evidencias relevantes que se presentan como resultados para determinar si el objetivo de la investigación y el cierre contribuyen o no al desarrollo de la unidad.

El estudio se limita a estudiar la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente, porque, aunque coexisten otras empresas similares en el grupo empresarial, hay restricciones de acceso a la información de estas entidades por considerarlas sensibles. Además, existe el agravante referido a la característica en común de este sector: ser poco divulgador de su información en sentido general, dado que la consideran de alto impacto y, como se planteó, de gran sensibilidad. La investigación asume el estudio de casos como estrategia metodológica y, además de poseer un carácter descriptivo, no utilizará técnicas estadísticas para identificar muestras o poblaciones. Para su estudio y análisis, se realiza la elección, a conveniencia de los autores, de la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente, perteneciente al grupo empresarial BioCubaFarma.

La técnica analítica identificada como suficientemente útil en el desarrollo de la investigación, es la inferencia estadística. Por lo tanto, se espera que durante su realización pueda requerirse una revisión de la gestión de la competencia de los laboratorios farmacéuticos del grupo empresarial BioCubaFarma, con base en la evaluación de la gestión competitiva y la forma en que se gestionan estas empresas farmacéuticas. Para el análisis y procesamiento de datos se utiliza el software estadístico IBM-SPSS, versión 25.

Factores que determinan la competitividad empresarial

La globalización económica en las condiciones actuales demuestra que el mercado es altamente competitivo, por lo que las organizaciones deben aumentar su competitividad de acuerdo con los cambios de la economía. Los continuos cambios son provocados por diversos factores: los mismos dan lugar a la creación de nuevos y efectivos modelos de negocio que, en función de la aplicación creativa de los factores, permite el posicionamiento y permanencia en los mercados, y su diversificación. De esta manera, el análisis entre los determinantes de la competitividad muestra su importancia (Cruz, 2017; Gómez, Londoño & Mora, 2020; Jan & Kerstin, 2020).

Gast y Campos (2020) señalan que el principal componente de la competitividad de una organización es su equipo de trabajo. Dado que estes debe cumplir con todos los requisitos para ser muy efectivo, es un factor importante en la diferenciación al asegurar menores costos de operación y mayores ingresos. En el momento actual, el desarrollo de factores competitivos de las empresas con énfasis en la innovación, la tecnología, la flexibilidad de producción y la calidad, son indicadores que se emplean para evaluar el desarrollo de las organizaciones (Molina & Israel, 2018).

Por lo tanto, la competitividad de una empresa es un fenómeno complejo, basado en la relación entre los recursos internos de la empresa y los recursos externos que la limitan; así como el campo al que pertenece, incluido el “país regional” en el que se encuentra la empresa. Su análisis debe tener en cuenta todos los factores internos y externos que tienen un impacto significativo en el desarrollo de la entidad.

En la revisión de la literatura se observaron diferentes perspectivas para determinar los factores que inciden en la competitividad empresarial. En ellas se adoptan variables a

medir de acuerdo al propósito y conveniencia de la investigación, por lo que cada factor determinante de la competitividad que se estudia es un caso particular.

Propuesta metodológica para determinar y evaluar los factores de competitividad

Para determinar y evaluar los factores de la competitividad en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente del grupo empresarial BioCubaFarma, se propone desarrollar los pasos siguientes:

Paso 1. Caracterización de la empresa objeto de estudio

Elementos actuales del entorno a la organización que justifiquen el porqué es necesario realizar la investigación.

Paso 2. Determinación de los factores de competitividad

En este trabajo, para medir la competitividad empresarial, se toman como factores a evaluar los criterios de los autores Andrea & Giraldo (2018); Burbano (2011); M. Castellano, Machado & C. Castellano (2017); Cruz (2017); David & Arenas (2021); Herrera-Echeverry (2017); Enrique & Cutipa (2020); Everett (1991); Medeiros & Godoi (2019); Paulina & Torres (2017); Porter (1995); y Tomta & Chiatchova (2009).

Paso 3. Seleccionar la técnica para recopilar datos y su análisis

El estudio emplea como método de obtención de datos la encuesta. Se emplea una escala de 1-5, donde 1 significa «Muy Bajo», 2 representa «Débil bajo», 3 constituye «Medio», 4 implica «Alto» y 5 es «Muy Alto». Después de un periodo de seguimiento, se obtiene un total de 390 encuestas completamente rellenadas y validadas, lo que corresponde a una tasa de respuesta del 100%.

De acuerdo con la teoría estudiada en los trabajos previos, los factores que determinan la competitividad (gestión de competitividad, estrategia de competitividad, mejoramiento de productividad, y capital intelectual) se consideraron como constructos multidimensionales e implican la necesidad de establecer una serie de ítems que permitan evaluarlos de modo conjunto.

El constructo representativo de la "Gestión de competitividad" se ha materializado a través de nueve ítems, a saber, los que enfocan la política y objetivos de la competitividad de la empresa. De igual forma, la "Estrategia de competitividad" se concreta por nueve ítems: estos orientan la diferenciación por producto, ventas y servicios. Del mismo modo, el "Mejoramiento de la productividad" se define a través de 15 ítems, que se sitúan hacia la cadena de producción, su optimización, la calidad del abastecimiento, la eficiencia en la capacidad productiva y el valor agregado. De manera análoga, el "Capital intelectual" se conforma con nueve ítems, y enfocan el capital humano, el capital estructural y el capital relacional, para encontrar en qué medida la empresa desarrolla la competitividad.

Las medidas de las dimensiones fueron seleccionadas tanto de estudios teóricos como empíricos (Tabla 1).

Tabla 1. Medida de la competitividad

Dimensión	Variables	Atributos o ítems
1. Gestión de competitividad	1. Política de competitividad	1. Las políticas del gobierno en el punto competitividad son importante para las empresas. 2. La sostenibilidad de las empresas depende mucho de cómo el gobierno plantee políticas en el plano de competitividad. 3. Cree que el cumplimiento de las políticas en las empresas es esencial para el correcto funcionamiento de la organización.
	2. Objetivo de competitividad	1. Deben plantearse proyecciones estratégicas en las empresas para mejorar la competitividad.

			2. Para el fortalecimiento de la organización es necesario establecer bien los objetivos de las empresas. 3. Para tener una buena inserción en el mercado se necesita establecer mejor los objetivos de las empresas.
2.	Estrategias de competitividad	3. Diferenciación por producto	1. Para mejorar la satisfacción del cliente es necesario mejorar la originalidad del producto. 2. La diferenciación es importante para hacer frente a la competencia. 3. Deben plantearse estrategias en las empresas para crear un producto o servicio.
		4. Diferenciación por ventas	1. Es importante analizar la incorporación de nuevos competidores de las empresas en el mercado. 2. Se puede ofrecer productos de calidad, para tener una diferenciación frente a otros competidores. 3. Debe establecerse estrategias de ventas para mejorar los ingresos de las empresas.
		5. Diferenciación por servicio	1. Mejorar la atención al cliente, ayudaría a diferenciarse frente a sus demás competidores. 2. Ofrecer un servicio a un determinado segmento mejoraría la rentabilidad de la empresa. 3. Los objetivos estratégicos ayudarían a mejorar el servicio y ser más eficientes que otros competidores.
3.	Mejoramiento de la productividad	6. Cadena de producción	1. Un proceso debe ser analizado rigurosamente. 2. La elaboración, distribución y comercialización deben ser supervisadas constantemente en las empresas. 3. Un proceso debe ser analizado rigurosamente.
		7. Optimización de cadena de producción	1. El mantenimiento de los equipos es uno de los factores importantes para la optimización de la cadena productiva en las empresas. 2. Se debe tomar medidas de contingencias en caso de que los equipos tengan algunas fallas. 3. Es importante la capacitación al personal, para tener observado cuidadosamente los activos de las empresas.
		8. Calidad de abastecimiento	1. Se deben evaluar a los proveedores para garantizar la calidad de los bienes en las empresas. 2. Debe haber un control en el abastecimiento sobre los materiales que se usan. 3. Se deben realizar tareas preventivas en caso haya un desabastecimiento.
		9. Eficiencia en capacidad productiva	1. Para tener mayor eficiencia productiva debe haber un control óptimo por parte del personal. 2. Es importante fijar precios accesibles para poder alcanzar el éxito en las empresas. 3. La optimización de los recursos escasos ayudaría a poder alcanzar más productividad en las empresas.
		10. Valor agregado	1. Darle un valor al producto generaría más aceptación por los demandantes al momento de la compra. 2. Tener una cierta diferenciación, frente a sus competidores, le hace a la empresa tener una ventaja competitiva.

		3.	Es importante dar un valor añadido para generar mayor competencia frente a sus competidores.
4. Capital intelectual	11. Capital humano	1.	El sentido de pertenencia es un factor para motivar al hombre a proyectarse sobre el desarrollo de la competitividad de su empresa.
		2.	El trabajo en equipo eficiente es una fórmula ideal para lograr ventajas competitivas.
		3.	La formación general y especializada es indispensable para lograr avances hacia la competitividad empresarial.
	12. Capital estructural	1.	Los esfuerzos y resultados de I+D+i son claves para el desarrollo de la competitividad de la empresa.
		2.	El desarrollo de la cultura organizacional es vital para el logro de la competitividad empresarial.
		3.	Lograr desarrollar mayor nivel de la calidad de procesos y productos, es imprescindible para el desarrollo competitivo de la entidad.
	13. Capital relacional	1.	La buena relación con los clientes apoya el desarrollo de la competitividad.
		2.	La buena relación con los proveedores afirma el desarrollo de la competitividad.
		3.	Las relaciones con instituciones financieras potencia el desarrollo de la competitividad.

Fuente: elaboración de los autores

Para evaluar las diferentes dimensiones se emplea la técnica estadística “análisis factorial exploratorio o componentes principales”. La misma consiste en reducir la dimensión del conjunto de ítems inicial, buscando la información común a todos ellos y creando nuevas variables que recogen la parte de información: de esa manera, queda de modo residual la información más específica de cada una de los ítems originales. Las variables con comunalidades menores de 0,6 se analizan para ser eliminadas, por considerarse que no contienen información común con el resto de ítems. Para seleccionar el número de factores se tiene en cuenta el método de normalización Kaiser, el gráfico de sedimentación, y se seleccionan aquellos que explican al menos 80% de la varianza total.

Reducida la información, para su interpretación se realiza un proceso de rotación de los ejes, ajustándolos a los diferentes ítems originales, de forma que no se pierda la

información. Harman (citado en López-Aguado & Gutierrez-Provecho, 2019) señala que tradicionalmente se hace uso de la técnica Varimax para mantener la relación ortogonal entre los componentes que intervienen, y asegurar su incorrelación.

El grado de validez de la técnica viene dado por dos instrumentos auxiliares: el test de Bartlett y el coeficiente de Kaiser-Meyer y Okin (KMO). El primero contrasta si la matriz de correlaciones entre los ítems originales es una matriz identidad. El segundo instrumento mide la adecuación muestral, comparando las correlaciones parciales entre los ítems que intervienen. Si dicho coeficiente es cercano a uno (1), es un indicador de que las correlaciones parciales son prácticamente nulas y, por consiguiente, la información de los ítems se encuentra comprendida en el conjunto de todos ellos. Los valores que se suelen considerar como aceptables son aquellos ≥ 0,6 (Kaiser, 1974).

Dado que el conjunto de ítems utilizados para cada aspecto intenta medir una única dimensión, para establecer la confiabilidad del instrumento de medida y recolección de datos, se calcula el coeficiente Alfa de Cronbach (Cronbach, 1951), a través del cual se determina la consistencia interna del cuestionario. Este coeficiente produce valores que oscilan entre cero (0) y uno (1). Mientras más cerca del valor uno (1), más confiable es el instrumento. Los criterios empleados en la interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach son valores propuestos por Nunnelly (1978): menores de 0,6 (baja); entre 0,61 y 0,70 (adecuada); entre 0,71 a 0,80 (buena); mayores de 0,80 (alta).

Para comprobar el efecto entre dimensiones se hace uso de las técnicas de “regresión lineal”, que permite evaluar y contrastar cuál es el efecto directo de cada variable independiente sobre la dependiente considerada. Mientras, en el proceso de análisis, depuración y tratamiento de datos, determinación de factores y evaluación de efectos

se utilizó el programa IBM *Statistical Package for the Social Sciences* (IBM SPSS, versión 25).

Paso 4. Análisis y evaluación de los factores de competitividad

El objetivo de obtener los elementos relevantes respecto a los factores determinantes de la competitividad empresarial, es respaldado por el nivel de conocimiento disponible y actualizado de los encuestados sobre el problema de investigación. Los datos se recolectan en la encuesta a través del instrumento lista de chequeo, que de manera particular se diseña en la matriz de datos.

La matriz de datos obtenida corresponde a 390 casos o respuestas al instrumento aplicado: posee 390 filas y 39 columnas que representan los ítems de 13 variables seleccionadas. Para su valoración se emplea una escala de 1-5, cuyos valores fueron expuestos con anterioridad. El desarrollo se describe a continuación:

a) Definir objetivo y variables independientes a analizar

El objetivo es seleccionar un grupo reducido de factores que permitan conocer el estado de la competitividad empresarial en el objeto de estudio.

b) Elaborar matriz de correlación de las variables

Para analizar la varianza común a todas las variables, se parte de una matriz de correlaciones. Se aplica el instrumento a los encuestados y es supervisado por un grupo de expertos (ver lista de chequeo en Anexo 1). Las respuestas a los ítems de cada variable se introducen en la hoja de datos del software IBM SPSS, versión 25, formando así la matriz de cálculo.

c) Método de análisis factorial a emplear

Los enfoques básicos son: análisis de los componentes principales y el análisis de los factores comunes. El primero considera la varianza total de los datos, y es recomendado para determinar el número mínimo de factores que explican la varianza máxima. El segundo, para calcular los factores a partir de la varianza común: es conocido también como factor de factorización de eje principal.

El estudio emplea el análisis por componentes principales. Para conocer la adecuación de las muestras al modelo, se observa el análisis factorial descriptivo con la prueba del coeficiente de adecuación de la muestra (conocida por sus siglas en inglés, KMO), donde: KMO ≥ 0,6 significa correlación fuerte entre las variables, correlaciones parciales bajas; y KMO < 0,6 significa correlación débil entre las variables, correlaciones parciales altas. También utiliza el coeficiente de esfericidad de Barlett: su valor lo expresa el p-valor o Sig. El valor de estos coeficientes permitirá conocer si el análisis factorial es aplicable o no.

a) Analizar la varianza explicada

Al observar los valores de la tabla de resultados de la varianza explicada y el porcentaje de cada componente, se tomarán aquellos que representen más varianza.

b) Analizar las comunalidades y determinar el número de factores

De la tabla de resultados de comunalidades, se observa cuánto aporta cada variable. Los factores o componentes se determinan a través de diferentes procedimientos: a priori (lo determina el investigador); valor propio (cuando el valor propio es mayor de 1,0) y la gráfica de sedimentación (se visualiza las pendientes pronunciadas de factores de valores >1,0). Existen otros procedimientos, como porcentaje de varianza, confiabilidad de división de mitades y prueba de significación.

c) Rotar los factores

La rotación transforma la matriz factorial o matriz de patrones factoriales en una matriz más sencilla y más fácil de interpretar. La rotación distribuye la varianza explicada por los factores individuales: en este caso, se le conoce como rotación ortogonal si los ejes se mantienen en ángulos rectos. El procedimiento más común para esta rotación es el procedimiento de “Varimax”.

El desarrollo del análisis permite seleccionar un sistema de indicadores vinculados a las variables asociadas por componentes, con el objetivo de obtener patrones de comparación y la posibilidad de su evaluación a través del *benchmarking* interno y entre entidades similares.

Resultados de la aplicación de la propuesta

La Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente pertenece al grupo empresarial BioCubaFarma, que representa al sector biofarmacéutico, subordinado al Consejo de Ministros. Su misión es contribuir a la salud y bienestar de la sociedad elaborando productos farmacéuticos de elevada calidad. La fuerza de trabajo la componen 723 personas. La entidad tributa al Cuadro Básico de Medicamentos (CBM) del país: el 100% de las vendas enyesadas, 100% de polvos orales, 17% de comprimidos orales (tabletas), el 50% de soluciones concentradas para hemodiálisis, y 75% de los sueros de gran volumen.

El trabajo de campo realizado para caracterizar la situación actual en la Empresa Laboratorios Farmacéuticos Oriente concluye que los inconvenientes más sobresalientes resultaron: los componentes que impactan la competitividad y su desarrollo no están determinados; existe dificultad y conflictos de intereses en medio de

las áreas de resultados claves; la formación de doctores en Ciencia es irrisoria; los ejecutivos acostumbran ser fieles con las vivencias pasadas que tuvieron éxitos; se destaca la información interna y financiera en la toma de decisiones; el control de gestión se enfoca al control de presupuesto y su consecución; desmesurado hincapié en puntos técnicos y mecánicos; no hay proyecciones que permitan planificar y medir el progreso hacia el cumplimiento con las regulaciones de empresa de alta tecnología; y no se manejan indicadores de desarrollo científico y de desarrollo tecnológico.

Algunas de las razones por las que el estudio resulta de interés para las empresas farmacéuticas cubanas son: frente a los retos que confronta la organización, la alta dirección puede obtener recursos nuevos, claves para la reformulación de su estrategia competitiva; representa un beneficio práctico que permitirá direccionar las actividades del desempeño competitivo con las metas trazadas; y evaluará y corregirá los componentes identificados y disponibilidad de fuentes idóneas para el desarrollo de la competitividad.

Además, los autores de la investigación estiman de interés el estudio y aplicación del tema, y pretenden situar en relevancia la utilización de la propuesta para la gestión efectiva y exitosa de estas entidades: de ahí adopta su enfoque, ya que trata de prevenir los factores que mejoran la capacidad real para obtener el resultado anhelado. Por consiguiente, permite asegurar que los recursos y las habilidades reales se utilicen de forma efectiva en los procesos claves y relevantes para el logro de la estrategia competitiva de la organización.

La revisión bibliográfica permitió seleccionar un grupo de factores que determinan la competitividad empresarial. La encuesta y el instrumento de lista de chequeo se aplica

a un grupo de encuestados, supervisados por expertos seleccionados para que evalúen los ítems asociados a cada variable (Tabla 2).

Para identificar las variables en la matriz de cálculo se emplea la expresión siguiente:

$V_{n,m}$: nombre de variable (V)

donde:

n = 1, 2, …13 (número identificador de la variable en el cálculo)

m = 1, 2, …39 (número del ítem o indicador asociado a la variable)

Tabla 2. Relación de variables a evaluar

Variable	Descripción
V1	Política de competencia
V2	Objetivo de competencia
V3	Diferenciación por producto
V4	Diferenciación por ventas
V5	Diferenciación de servicio
V6	Cadena de producción
V7	Optimización de la cadena de producción
V8	Calidad del abastecimiento
V9	Eficiencia en la capacidad productiva
V10	Valor agregado
V11	Capital humano
V12	Capital estructural
V13	Capital relacional

Fuente: elaboración de los autores

Las respuestas a los ítems de cada variable se introducen en la hoja de datos del software IBM SPSS, versión 25, formando así la matriz de cálculo. El valor Alfa de Cronbach resultó = 0,989, lo que supone una alta confiabilidad o consistencia correcta del instrumento (Tabla 3).

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,989	0,989	39

Fuente: elaboración de los autores a partir del software IBM-SPSS Versión 25.

El estudio emplea el análisis por componentes principales. Como se aprecia en la Tabla 4, KMO = 0,967 y p-valor = 0,000. Este resultado implica que el análisis puede considerar el ajuste de las variables mediante el análisis factorial.

Tabla 4. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,967
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	26418,914
	gl	741
	Sig.	0,000

Fuente: elaboración de los autores a partir del software IBM-SPSS Versión 25.

Según la varianza total explicada, resultan 4 componentes o factores de la competitividad que explican el 84,02%; y el componente es muy significativo si se observa que él solo representa 70,34% de la varianza (Tabla 5).

Tabla 5. Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
Componente	**Total**	**% de varianza**	**% acumulado**	**Total**	**% de varianza**	**% acumulado**	**Total**	**% de varianza**	**% acumulado**
1	27,434	70,343	70,343	27,434	70,343	70,343	12,595	32,294	32,294
2	3,016	7,734	78,078	3,016	7,734	78,078	8,666	22,220	54,514
3	1,262	3,235	81,312	1,262	3,235	81,312	6,170	15,821	70,335
4	1,058	2,713	84,025	1,058	2,713	84,025	5,339	13,690	84,025

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: a partir del software IBM-SPSS Versión 25.

El procedimiento seleccionado para efectuar la rotación fue “Varimax”. El resultado se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6. Matriz de componente rotado[a]

Variable	**Componente**

	1	2	3	4
V101	,872			
V111	,837			
V102	,836			
V103	,833			
V112	,808			
V53	,771			
V61	,757			
V83	,744			
V62	,742			
V63	,730			
V113	,724			
V71	,713			
V91	,672			
V72	,661			
V51	,660			
V123	,625			
V92	,619			
V82	,600			
V73		,806		
V122		,798		
V81		,775		
V121		,762		
V32		,733		
V33		,713		
V93		,713		
V52		,682		
V133			,783	
V131			,775	
V132			,763	
V11			,684	
V12			,682	
V13			,680	
V21				,635
V22				,631
V43				,620
V23				,612
V42				,611
V41				
V31				

Método de extracción: análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 7 iteraciones.

Fuente: elaboración de los autores a partir del software IBM-SPSS Versión 25

La ecuación para evaluar la competitividad de la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente, al tener en cuenta el Componente 1, podría escribirse de la manera siguiente:

$$Componente\ 1 = B_1 + (0{,}872)V_{101} + (0{,}836)V_{102} + (0{,}833)V_{103} + (0{,}837)V_{111} + (0{,}808)V_{112} + (0{,}724)V_{113} + (0{,}771)V_{53} + (0{,}660)V_{51} + (0{,}757)V_{61} + (0{,}742)V_{62} + (0{,}730)V_{63} + (0{,}744)V_{83} + (0{,}600)V_{82} + (0{,}713)V_{71} + (0{,}661)V_{72} + (0{,}672)V_{91} + (0{,}619)V_{92} + (0{,}625)V_{123} + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$Componente\ 1 = B_1 + (0{,}872)V_{101} + (0{,}836)V_{102} + (0{,}833)V_{103} + (0{,}837)V_{111} + (0{,}808)V_{112} + (0{,}724)V_{113} + (0{,}771)V_{53} + (0{,}660)V_{51} + (0{,}757)V_{61} + (0{,}742)V_{62} + (0{,}730)V_{63} + (0{,}744)V_{83} + (0{,}600)V_{82} + (0{,}713)V_{71} + (0{,}661)V_{72} + (0{,}672)V_{91} + (0{,}619)V_{92} + (0{,}625)V_{123} + \varepsilon_1 \quad (1)$$

Otra forma de visualizar la significancia de los componentes sobre los resultados de la competitividad es mediante el gráfico de sedimentación (Fig. 1). Se recomienda no dejar de tenerse en cuenta en la valoración, la presencia de variables que poseen un valor por encima de uno en la pendiente. El Componente 1 de la competitividad muestra un valor en el gráfico de sedimentación de 27,434%; y está compuesto por dimensiones, variables e ítems (Tabla 7).

Este resultado es coherente con lo dicho tanto en la teoría como en la práctica, al señalar la importancia de dar un valor añadido para lograr cierta diferenciación frente a la competencia, ya sea en los productos que se ofertan o en el servicio que se da. De igual manera, señala el análisis riguroso sobre la eficiencia de los diferentes eslabones de la cadena de producción, y que el control de estas variables corresponda con la estrategia competitividad diseñada.

El desarrollo del análisis permite seleccionar un sistema de indicadores asociados a las variables seleccionadas por componentes, con el objetivo de obtener patrones de comparación en diferentes períodos de tiempo y la posibilidad de su evaluación a través de un *benchmarking* interno y, en un futuro, entre entidades similares en la red de laboratorios farmacéuticos del grupo empresarial BioCubaFarma. Con los indicadores obtenidos se propone un manual de Indicadores de Gestión, los que se

registran por nombre, forma de cálculo, objetivo, nivel de referencia, nivel de dirección con responsabilidad, punto de lectura y periodicidad.

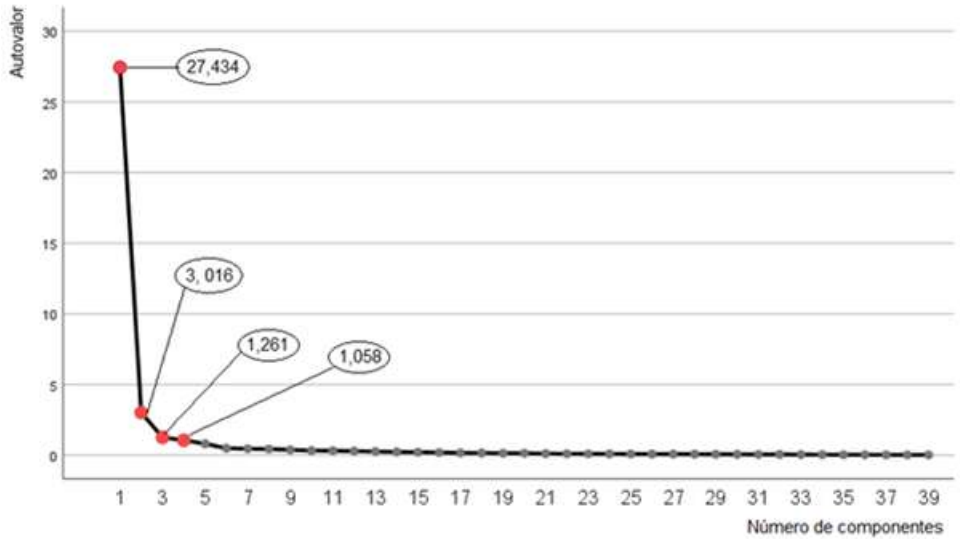

Fig 1. Gráfico de sedimentación

Tabla 7. Relación de dimensión, variables e ítems vinculados al primer Componente 1

Dimensión	Variable	Ítems
Valor agregado	V101	1. Darle un valor al producto generaría más aceptación por los demandantes al momento de la compra.
	V102	2. Tener una cierta diferenciación, frente a sus competidores, hace a la empresa tener una ventaja competitiva.
	V103	3. Es importante dar un valor añadido para generar mayor competencia frente a sus competidores.
Capital humano	V111	1. El sentido de pertenencia es un factor para motivar al hombre a proyectarse sobre el desarrollo de la competitividad de su empresa.
	V112	2. El eficiente trabajo en equipo es una fórmula ideal para lograr ventajas competitivas.
	V113	3. La formación general y especializada es indispensable para lograr avances hacia la competitividad empresarial.
Diferenciación del servicio	V53	3. Los objetivos estratégicos ayudarían a mejorar el servicio y ser más eficientes que otros competidores.
	V51	1. Mejorar la atención al cliente, ayudaría a diferenciarse frente a sus demás competidores.
Cadena de producción	V61	1. Un proceso deber ser analizado rigurosamente.
	V62	2. La elaboración, distribución y comercialización deben ser supervisadas constantemente en las empresas.
	V63	3. Un proceso deber ser analizado rigurosamente.
Calidad del	V83	1. Se deben realizar tareas preventivas en caso haya un desabastecimiento.

abastecimiento	V82	2. Debe haber un control en el abastecimiento sobre los materiales que se usan.
Optimización de la cadena de producción	V71	1. El mantenimiento de los equipos es uno de los factores importantes para la optimización de la cadena productiva en las empresas.
	V72	2. Se debe tomar medidas de contingencias en caso de que los equipos tengan algunas fallas.
Eficiencia en la capacidad productiva	V91	1. Para tener mayor eficiencia productiva debe haber un control óptimo por parte del personal.
	V92	2. Es importante fijar precios accesibles para poder alcanzar el éxito en las empresas.
Capital estructural	V123	3. Lograr desarrollar mayor nivel de la calidad de procesos y productos es imprescindible para el desarrollo competitivo de la entidad.

Fuente: Elaboración propia de los autores.

CONCLUSIONES

1. La propuesta desarrollada responde al objetivo de determinar los factores que inciden de manera significativa en la mejora del desarrollo de la competitividad de una empresa farmacéutica productora de medicamentos genéricos.
2. El método principal para desarrollar el estudio fue el análisis y síntesis de la información, así como de la experiencia de los expertos y actores consultados, que permitió estudiar la incidencia y los valores en los que las variables estudiadas se determinaron, permitiendo recopilar y analizar los datos para responder al propósito del estudio.
3. El resultado obtenido es coherente con lo dicho tanto en la teoría como en la práctica al identificar la importancia de dar un valor añadido para lograr cierta diferenciación frente a la competencia; ya sea en los productos que se ofertan o en el servicio. De igual manera, señala el análisis riguroso sobre la eficiencia de los diferentes eslabones de la cadena de producción y que el control de estas variables corresponda con la estrategia competitividad diseñada.

4. El estudio aporta un procedimiento que representa las teorías estudiadas sobre competitividad y la articulación entre los elementos que la componen. Se enfoca en la determinación de los factores que inciden de manera significativa, lo que representa un beneficio práctico que permitirá direccionar las actividades del desempeño competitivo con las metas trazadas al evaluar y corregir estos componentes identificados, permitiendo la mejora continua de la competitividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, Cánovas, & Loredo, (2021). Evaluación de la competitividad en la Empresa de Productos Lácteos (EMPLAC) de Camagüey. *Folletos Gerenciales*, 25(2), 104-114. Recuperado de: http://200.14.55.208/index.php/folletosgerenciales/article/download/277/272

Antúnez, S. (2020). La minería inversa en el ordenamiento jurídico en cuba. Una apuesta al desarrollo sostenible desde la economía circular. *Innova ITFIP*, 6(1), 71–92. ISSN: 2619-3558. Recuperado de: https://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/download/79/16

Alva Grados, V. A. (2020). *Factores de competitividad empresarial desde la perspectiva interna de la unidad de negocio de helados D'Onofrio, 2019*. Recuperado de: https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24185/Alva%20Grados,%20Victor%20Arturo%20-%20Parcial.pdf?sequence=1

Bernal-Jiménez, M. C. & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad

empresarial. *Scientia et technica*, 24(1), 85-96. Recuperado de: https://www.redalyc.org/journal/849/84959429009/84959429009.pdf

Borrás-Atiénzar, F. & Campos-Chaurero, L. (2018). El capital intelectual en las empresas cubanas. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 56-66. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000100007

Burbano, V. & González, M. (2011). La competitividad como elemento esencial para el desarrollo de las regiones. Gestión y Desarrollo, 1, 51–78. Recuperado de: http://revistas.usbbog.edu.co/index.php/GD/article/download/1822/1578

Cardozo, L. & Caraballo, M. (2019). Mercosur y la Alianza del Pacífico. Dos modelos de competitividad–país. *Espacios*, 40(18), 26. Recuperado de: http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/7383/a19v40n18p26.pdf

Castellano, M., Machado, N. & Castellano, C. (2017). Evaluación de los factores de competitividad en la provincia de Villa Clara. *Ingeniería Industrial*, XXXVIII (3), 298–310. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362017000300008&script=sci_arttext&tlng=en

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3): 297-334. Recuperado de: http://psych.colorado.edu/~carey/courses/psyc5112/readings/alpha_cronbach.pdf

Cruz, C. (2017). *Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil-confección a mercados internacionales*. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:

https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/60884/Principales%20factores%20de%20competitividad%20para%20el%20acceso%20de%20las%squence=1

Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica*. México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de: https://www.academia.edu/download/63311696/320200514-123786-h2q2nk.pdf

David, C. & Arenas, C. (2021). Sanjaya Lall: la competitividad industrial y las capacidades tecnológicas. *Apuntes del CENES*, 40(71), 41–74. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01202021000100041

Enrique, L. & Cutipa, M. (2020). *Gestión empresarial y su influencia con la competitividad en las mypes manufactureras en el distrito Cnel. Gregorio Albarracin Lanchipa, 2020*. Recuperado de: https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1509/6&isAllowed=y

Everett, A. (1991). *Administración de la producción y las operaciones*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamerican. Recuperado de: http://licenciaturas.fca.unam.mx/docs/administracion/sem/operaciones_1.pdf

Gast, M. & Campos, C. (2020). Análisis y medición de la competitividad de las empresas de autotransporte de carga. *Publicación Técnica*, 631, 54. ISSN 0188-7297. Recuperado de: https://trid.trb.org/view/1847753

Gómez, B., Londoño, M. & Mora, G. (2020). Modelos de capital intelectual a nivel empresarial y su aporte en la creación de valor. *Revista CEA*, 6(11), 165–184. Recuperado de: https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/download/1434/1546

Herrera-Echeverry, H. (2017). Public Expenditure in Research and Development and Venture Capital Commitments. *Eng. Econ.* 2017(28), 240–252. Recuperado de: https://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/download/13216/8808

Jan, K., Sarah, L. & Kerstin, P. (2020). *The Determinants of Economic Competitiveness*. Recuperado de: https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/5455/1/ihs-working-paper-2020-kluge-lappoehn-plank-determinants-economic-competitiveness.pdf

Kaiser, H. F. (1974): An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36. Recuperado de: http://cda.psych.uiuc.edu/psychometrika_highly_cited_articles/kaiser_1974.pdf

López-Aguado, M. & Gutiérrez-Provecho, L. (2019). Com dur a terme i interpretar una anàlisi factorial exploratòria utilitzant SPSS. *REIRE Revista d'Innovació I Recerca En Educació*, 12(2), 1–14. https://doi.org/10.1344/reire2019.12.227057

Medeiros, V. & Godoi, L. G. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 129. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129_Medeiros.pdf

Molina, R. & Israel, R. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *RECITIUTM*, 4(1), 16–32. Recuperado de: https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2249/Post%20print%20Factores%20de%20Competitividad%20Empresarial%20en%20el%20Sector%20Comercial.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nunnelly, J. C. (1978). *Psychometric Theory*, (2da. Ed.). Nueva York: McGraw Hill. Recuperado de: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/014662169501900308

Paulina, C. & Torres, M. (2017). La franquicia como estrategia de expansión internacional y competitividad de una PyMe de servicios alimentarios. *EAN*, 2016. Recuperado: http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/5017/Las%20Mipymes%20y%20su%20Competitividad%20Sustentable.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Porter, M. (1999). *Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones*. Bilbao: Deusto. Recuperado de: https://scholar.google.es/citations?user=g9WIbh0AAAAJ&hl=es&oi=sra

Porter, M. (1995). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Cecsa. Recuperado de: https://www.academia.edu/download/44950478/243493180-M-Porter-Estrategia-competitiva-383-pdf_11.pdf

Sarmiento Reyes, Y. R. & Delgado Fernández, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *Cofin Habana*, 15(2). Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612021000200006&script=sci_arttext&tlng=en

Tomta, D. & Chiatchova, C. (2009). Cadenas productivas y productividad de las Mipymes. *Criterio Libre*. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3227605

Tovar Giraldo, J. A. & Guevara Osorio, L. F. (2018). *Diseño de un modelo de competitividad empresarial para la empresa Arango Guevara SAS*. Recuperado de Recuperado de: https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17249/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20COMPETITIVIDAD%20EMPRESARIAL.pdf?sequence=1

Wibowo, N. & Nurcahyo, R. (2020). Competitiveness in global transformation. A systematic review. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 12(10), 718–727. Recuperado de: http://www.ieomsociety.org/ieom2020/papers/358.pdf

Vázquez-López, R. (2020). Competitividad estructural de las exportaciones del sector textil mexicano: un análisis comparativo con respecto a sus competidores. *Contaduría y administración*, 65(4). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-20000400015&script=sci_arttext

Anexo 1. Instrumento aplicado al grupo de encuestados.

Estimados colegas: estamos realizando una investigación para el perfeccionamiento de la gestión de la competitividad en la entidad, por lo que solicitamos su colaboración como expertos para el desarrollo de la etapa de diagnóstico. Para ello, se han definido propuestas de listas de chequeo para evaluar las dimensiones y sus variables, que aparecen en los enunciados en forma de afirmaciones.

Instrucciones:

1- En la columna señalada con los números del 1 al 5, usted le otorgará la evaluación que considere tiene la empresa en cada atributo relacionado. Para ello, utilizará un orden ascendente de impacto, donde (1) significa “Muy Bajo” y (5) significa “Muy Alto”.

2- Se acepta que incorpore otras dimensiones y atributos que considere importante y las califique siguiendo las instrucciones anteriores.

COMPETITIVIDAD
GESTIÓN DE COMPETITIVIDAD

	POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Las políticas del gobierno en el punto competitividad son importante para las empresas.	____	____	____	___	____
2	La sostenibilidad de las empresas depende mucho de cómo el gobierno plantee políticas en el plano de competitividad.	____	____	____	___	____
3	El cumplimiento de las políticas en las empresas es esencial para el correcto funcionamiento de la organización.	____	____	____	___	____
	OBJETIVO DE COMPETITIVIDAD					
1	Deben plantearse proyecciones estratégicas en las empresas para mejorar la competitividad.	____	____	____	___	____
2	Para el fortalecimiento de la organización es necesario establecer bien los objetivos de las empresas.	____	____	____	___	____
3	Para tener una buena inserción en el mercado, se necesita establecer mejor los objetivos de las empresas.	____	____	____	___	____
	ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD					
	DIFERENCIACIÓN POR PRODUCTO					
1	Para mejorar la satisfacción del cliente es necesario mejorar la originalidad del producto.	____	____	____	___	____
2	La diferenciación es importante para hacer frente a la competencia.	____	____	____	___	____
3	Deben plantearse estrategias en las empresas para crear un producto o servicio.	____	____	____	___	____
	DIFERENCIACIÓN POR VENTAS					
1	Es importante analizar la incorporación de nuevos competidores de las empresas en el mercado.	____	____	____	___	____
2	Se puede ofrecer productos de calidad, para tener una diferenciación frente a otros competidores.	____	____	____	___	____
3	Debe establecerse estrategias de ventas para mejorar los ingresos de las empresas.	____	____	____	___	____
	DIFERENCIACIÓN POR SERVICIO					
1	Mejorar la atención al cliente, ayudaría a diferenciarse frente a sus demás competidores.	____	____	____	___	____
2	Ofrecer un servicio a un determinado segmento mejoraría la rentabilidad de la empresa.	____	____	____	___	____
3	Los objetivos estratégicos ayudarían a mejorar el servicio y ser más eficientes que otros competidores.	____	____	____	___	____
	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD					
	CADENA DE PRODUCCIÓN					
1	Un proceso deber ser analizado rigurosamente.	____	____	____	___	____
2	La elaboración, distribución y comercialización deben ser supervisadas constantemente en las empresas.	____	____	____	___	____
3	Un proceso deber ser analizado rigurosamente.	____	____	____	___	____
	OPTIMIZACIÓN DE CADENA DE PRODUCCIÓN					
1	El mantenimiento de los equipos es uno de los factores importantes para la optimización de la cadena productiva en las empresas.	____	____	____	___	____
2	Se debe tomar medidas de contingencias en caso de que los equipos tengan algunas fallas.	____	____	____	___	____
3	Es importante la capacitación al personal, para observar	____	____	____	___	____

	cuidadosamente los activos de las empresas.					
	CALIDAD DE ABASTECIMIENTO					
1	Se deben evaluar a los proveedores para garantizar la calidad de los bienes en las empresas.	____	____	____	___	____
2	Debe haber un control en el abastecimiento sobre los materiales que se usan.	____	____	____	___	____
3	Se deben realizar tareas preventivas en caso de que haya un desabastecimiento.	____	____	____	___	____
	EFICIENCIA EN CAPACIDAD PRODUCTIVA					
1	Para tener mayor eficiencia productiva debe haber un control óptimo por parte del personal.	____	____	____	___	____
2	Es importante fijar precios accesibles para poder alcanzar el éxito en las empresas.	____	____	____	___	____
3	La optimización de los recursos escasos ayudaría a alcanzar más productividad en las empresas.	____	____	____	___	____
	VALOR AGREGADO					
1	Darle un valor al producto generaría más aceptación por los demandantes al momento de la compra.	____	____	____	___	____
2	Tener una cierta diferenciación, frente a sus competidores, hace a la empresa tener una ventaja competitiva.	____	____	____	___	____
3	Es importante dar un valor añadido para generar mayor competencia frente a sus competidores.	____	____	____	___	____
	CAPITAL INTELECTUAL					
	CAPITAL HUMANO					
1	El sentido de pertenencia es un factor para motivar al hombre a proyectarse sobre el desarrollo de la competitividad de su empresa.	____	____	____	___	____
2	El trabajo en equipo eficiente es una fórmula ideal para lograr ventajas competitivas.	____	____	____	___	____
3	La formación general y especializada es indispensable para lograr avances hacia la competitividad empresarial.	____	____	____	___	____
	CAPITAL ESTRUCTURAL					
1	Los esfuerzos y resultados de I+D+i son claves para el desarrollo de la competitividad de la empresa.	____	____	____	___	____
2	El desarrollo de la cultura organizacional es vital para el logro de la competitividad empresarial.	____	____	____	___	____
3	Lograr desarrollar mayor nivel de la calidad de procesos y productos es imprescindible para el desarrollo competitivo de la entidad.	____	____	____	___	____
	CAPITAL RELACIONAL					
1	La buena relación con los clientes apoya el desarrollo de la competitividad.	____	____	____	___	____
2	La buena relación con los proveedores afirma el desarrollo de la competitividad.	____	____	____	___	____
3	Las relaciones con instituciones financieras potencia el desarrollo de la competitividad.	____	____	____	___	____

Declaración de conflictos de interés y conflictos éticos

Lo autores declaramos que el manuscrito es original y no ha sido enviado a otra revista para su publicación. Es responsabilidad de los autores los contenidos abordados en el manuscrito y se asegura que no existen plagios, conflictos de interés, ni conflictos éticos y se libera a la revista de cualquier compromiso ético y/o legal.

Declaración de contribuciones de los autores

Francisco Enrique Soria Piñera (líder): Formulación del objetivo y fundamentos teóricos y metodológicos del tema de expuesto, recopilación de datos; aplicación de técnicas estadísticas para analizar o sintetizar datos de estudio; conclusiones, redacción del manuscrito original; preparación, creación y presentación del trabajo.

Eligio Rafael Ruano Ortega (apoyo): Conceptualización y sistematización de ideas; formulación del objetivo y fundamentos teóricos y metodológicos del tema de expuesto; conclusiones, revisión del manuscrito original.