



ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EN PEQUEÑAS EMPRESAS DE MANUFACTURA DEL ESTADO DE GUANAJUATO

María Guadalupe de Lourdes Acosta Castillo¹, Dulce Marisol Arteaga Godoy¹, Everardo Mares Mares¹, Rosa Izela Rodríguez Ortega¹ y María Concepción Hernández Escobar¹

¹ Instituto Tecnológico Superior de Guanajuato. macosta@itesg.edu.mx

La competitividad puede referirse a la capacidad de las organizaciones para mantenerse en el mercado con herramientas que ofrezcan ventajas en comparación a su competencia, donde se vean impulsadas a mantenerse actualizadas mediante planes estratégicos que busquen la mejora continua dentro de sus instalaciones a la hora de brindar el producto o servicio¹. Sin embargo, el planteamiento teórico - metodológico de la competitividad ha evolucionado a lo largo de los cambios ocurridos en el ámbito económico, político, social, cultural entre otros, lo cual ha permitido construir un camino largo y fructífero para la discusión y el análisis de las fortalezas y debilidades que determinan las capacidades locales y regionales de desarrollo industrial, así como los determinantes políticos y económicos que caracterizan el crecimiento industrial sostenido, centrándose en los aspectos de creación de redes entre gobierno, instituciones, empresas y organizaciones privadas para el logro de un desarrollo industrial y mayor competitividad nacional².

En este sentido, el presente trabajo aborda un enfoque mixto con alcance descriptivo en la aplicación de un instrumento de medición de la competitividad en 150 pequeñas empresas de manufactura en sectores estratégicos del Estado de Guanajuato, donde se incluyeron dimensiones, variables e indicadores en la elaboración de un diagnóstico acerca de su habilidad para operar de manera rentable en el mercado. Los indicadores mencionados incluyen la parte interna y externa de las organizaciones para conocer el comportamiento operativo, gerencial y de apoyo, así como sus estrategias para el aseguramiento de la calidad.

Los resultados de la investigación muestran que existe un incremento del 35% en el nivel de competitividad para las organizaciones que mantienen una alta interacción con su entorno, en comparación con las organizaciones que presentan menores valores de interacción, principalmente en las relaciones con sus proveedores, clientes e inversionistas. Estos resultados sirven como base para la identificación de áreas de oportunidad en las organizaciones que buscan el incremento en su competitividad, así como para el desarrollo de nuevos estudios dirigidos hacia pequeñas y microempresas, especialmente en el impacto de la gestión interna donde todavía existe una oportunidad metodológica en la evaluación de la competitividad empresarial.

1. Sepúlveda, E. (2010). Temas económicos y sociales de actualidad en México. Charlas en mangas de camisa. *Museo Interactivo de Economía*, 287.

2. Cisneros, M. A. I., Torres, L. A. G., y Flores, M. D. R. D. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107-130.