

34

Fecha de presentación: enero, 2022

Fecha de aceptación: marzo, 2022

Fecha de publicación: abril, 2022

COMPETITIVIDAD

DE EMPRESAS ENVASADORAS DE AGUA EN SANTO DOMINGO

COMPETITIVENESS OF WATER PACKAGING COMPANIES IN SANTO DOMINGO

Mario Javier Cabezas Arellano¹

E-mail: us.mariocabezas@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1046-6029>

Fanny Maricela Pozo Hernández¹

E-mail: us.fannypozo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7551-6878>

Oscar Rodrigo Aldaz Bombón¹

E-mail: us.oscaraldaz@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5223-8203>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Cabezas Arellano, M. J., Pozo Hernández, F. M., & Aldaz Bombón, O. R. (2022). Competitividad de empresas envasadoras de agua en Santo Domingo. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 290-299.

RESUMEN

La evaluación de la competitividad es una herramienta fundamental para todo tipo de empresa, a partir de la cual se establece un adecuado diagnóstico que debe estar acompañado por acciones que permitan fortalecer las variables e indicadores que contribuyan a potencializar el desarrollo sostenido de una empresa, el estudio se concentró en la aplicación de la metodología del Banco Interamericano de Desarrollo para evaluar la competitividad de las principales empresas y negocios dedicados a envasar agua en la ciudad de Santo Domingo Ecuador, considerando variables e indicadores relacionados a: gestión estratégica, servicios y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistema de información, analizando los resultados se desprende que este tipo de empresas alcanzaron calificaciones altas de mayor a menor puntuación en servicios y operaciones, contabilidad y finanzas, sistemas de información y talento humano, las demás variables tiene una calificación con un rango medio, pero evidenciado que se debe mejorar radicalmente en aspectos como implementación de estrategias, análisis de resultados, evaluación del sector, estudios de mercado, aplicación de indicadores financiero, manejo adecuado de desechos e innovación constante de productos y servicios, al conseguir el fortalecimiento de estos indicadores, los niveles de competitividad se elevarían en una importante medida y permitirían a la vez que este tipo de empresas y negocios alcancen un desarrollo sostenido a largo plazo fundamentado en la calidad de productos y servicios en aras de atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

Palabras clave: Competitividad, calidad, innovación, gestión, productividad.

ABSTRACT

The evaluation of competitiveness is a fundamental tool for all types of companies, from which an adequate diagnosis is established that must be accompanied by actions that allow strengthening the variables and indicators that contribute to potentiate the sustained development of a company, the study focused on the application of the methodology of the Inter-American Development Bank to evaluate the competitiveness of the main companies and businesses dedicated to bottling water in the city of Santo Domingo Ecuador, considering variables and indicators related to: strategic management, services and operations, quality assurance, marketing, accounting and finance, human talent, environmental management and information system, analyzing the results it appears that this type of companies achieved high marks from highest to lowest score in services and operations, accounting and finance, systems of information and human talent, Other variables have a rating with a medium range, but evidenced that it must be radically improved in aspects such as implementation of strategies, analysis of results, evaluation of the sector, market studies, application of financial indicators, adequate waste management and constant innovation of products. and services, by achieving the strengthening of these indicators, the levels of competitiveness would rise to an important extent and at the same time allow this type of companies and businesses to achieve a sustained long-term development based on the quality of products and services in the interests of to attract new customers and retain current ones.

Keywords: Competitiveness, quality, innovation, management, productivity.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa o negocio que pretenda posicionarse en el mercado donde se desenvuelve, debe evaluar las variables que repercuten en gran medida en la competitividad, para que, en base a los resultados arrojados, se puede establecer acciones y directrices que permitan maximizar los niveles de competitividad, siendo fundamental que los esfuerzos se direccionen en el aseguramiento de la calidad, diseño y ejecución de estrategias e innovación constante de productos y servicios, generando una importante diferenciación con los competidores actuales y potenciales (Porter, 2015).

La competitividad de las compañías se fundamenta en tres grandes niveles, el primero de ellos se refiere a la competitividad de cada país, enfocándose en la estabilidad económica, la facilidad de acceso a la adquisición de bienes y servicios y a mercados internacionales y por último las regulaciones del sector, el segundo se refiere a la infraestructura regional en la cual se desenvuelve la empresa y el último se fundamenta en las acciones internas para potencializar la competitividad (Horta & Jung, 2002).

En otro sentido, para (Franch & Chávez, 2017), la competitividad es primordial para el desarrollo sostenido de una compañía, permite diseñar aspectos diferenciadores con un país, región, sector, empresa o negocio, con el fin de mejorar la captación de clientes y por ende el posicionamiento en el mercado objetivo donde se desarrolla, enfocándose en el aseguramiento de la calidad con una mejora ostensible de los procesos, organización, gestión y planificación de actividades, que permitan alcanzar un crecimiento integral.

Todos los agentes económicos deben contribuir en la maximización de la eficiencia del funcionamiento de los mercados elevando los niveles de competitividad, como condicionamiento para alcanzar un importante desarrollo sostenido de la economía de mercado; en base a que todos y cada uno de los competidores promueven la productividad de los factores económicos de una región o país, pero impulsados por elementos innovadores que contribuyan a maximizar la satisfacción de los clientes (Quemada, 2018).

Para impulsar drásticamente el mejoramiento de la competitividad, es primordial que se desarrolle una eficiente administración (Dosi, 1988), pero sin descuidar elementos importantes tales como la capacidad para generar nuevos sistemas y procesos de producción, potencializar la productividad, ampliar el capital de trabajo e inversión, reducción de costos con integración vertical,

potencializar la innovación a través de la investigación y desarrollo de nuevos productos.

Varios estudios sobre competitividad se enfocan en dos corrientes, así Nara, y otros (2019) señalan que la primera se fundamenta en la respuesta de las compañías a sistemas económicos abiertos, los cuales están influenciados por factores externos que no pueden ser controlados por las empresas, en lo referente a la segunda, se distingue la teoría de los recursos y capacidades de las compañías, señalando que los logros en competitividad son la resultante de todos los esfuerzos, capacidad y gestión que estas desarrollan diferenciándose de la competencia.

En lo que respecta a la evaluación y cuantificación de la competitividad desde la óptica financiera, existen un sin número de metodologías, que se enfocan principalmente en los indicadores de rentabilidad, solvencia y endeudamiento (Kim, Knotts, y Jones, 2008), pero algunos autores estiman que estos indicadores son insuficientes, ya que excluyen otros factores que tienen una importante injerencia en la competitividad y no necesariamente son medibles, porque sostienen en enfoque cualitativo que tendría que considerarse. Al respecto Rubio y Aragón (2006) estiman que los indicadores a utilizarse para medir la competitividad son: tecnología, innovación, mercadotecnia, recursos humanos, gestión, finanzas, cultura y calidad.

Algunos de estos indicadores también son considerados por De la Cruz, Morales y Carrasco, (2006), que además incluyen la producción, logística y la capacidad empresarial, como aspectos relevantes para fortalecer la competitividad y que además se convierten en factores diferenciadores de la competencia, permitiendo cuantificar el nivel de inversión, así como los riesgos y expectativas de crecimiento y posicionamiento en el mercado objetivo. En otro estudio Martínez, Sánchez, Henríquez, y Calvo (2009), estimaron que los indicadores de mayor influencia en la competitividad son los relacionados con el ambiente, tecnología, calidad, innovación, compromiso, gestión, internacionalización con acceso a nuevos y diversos mercados y la opima fusión del financiamiento propio y con acreedores.

La competitividad a nivel macro se sostiene en varias políticas, los esfuerzos de un estado deben direccionarse a alcanzar un desarrollo económico sostenido, teniendo como ejes primordiales a la educación, la salud y la inversión pública, potencializando así la creación de ventajas competitivas, por otra parte, la competitividad a nivel micro tiene como ejes a la gestión financiera, la calidad, innovación, marketing, desarrollo del talento humano, liderazgo en ventas, ente otros, las empresas deben ser productivas, eficientes, y adaptables a nuevas

condiciones, asegurando la calidad en aras de la satisfacción de los clientes.

La innovación, para Schumpeter (1975) es primordial para que el capitalismo alcance un desarrollo sostenido, lo cual es considerado y ampliado por Lemus (2011), cuando señala que, si una empresa pretende ser más competitiva en su mercado objetivo, debe inmiscuirse en desarrollar elementos innovadores, aspecto que también coinciden Díaz, Páez y Padilla (2019). En cualquiera de los casos, la innovación cobra un papel primordial para que las empresas que requieren abrir o permanecer en un mercado desarrollen productos y servicios que satisfagan plenamente las necesidades de los clientes, considerando para tal efecto una profunda transformación en todo ámbito y que las distinga de la competencia, permitiéndoles alcanzar a maximizar sus ingresos y los niveles de rentabilidad.

En lo que respecta a competitividad el Banco Interamericano de Desarrollo promueve que las variables a considerar son: gestión estratégica, servicios y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización de servicios, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de información. Esta metodología también ha sido utilizada por Franch y Chávez (2017), así como por Mejía, Barrero y Gómez (2019) en todos estos estudios se concluye que los factores con mayor repercusión en la competitividad son la calidad, flexibilidad de la producción e innovación.

América latina posee una amplia variedad de PYMES, estas son vitales para el diseño y ejecución de estrategias que potencialicen el crecimiento y desarrollo económico, debido fundamentalmente a su contribución en la generación de empleo. Las PYMES latinoamericanas son muy heterogéneas, en primer lugar, se encuentran microempresas que se crearon para satisfacer necesidades de autoempleo, y que normalmente tienen un manejo empírico e informal, poca o nula internacionalización, complicaciones para ser sujetos de crédito y limitaciones técnicas en el desarrollo de las actividades.

Al otro lado, se encuentran las PYMES de alto crecimiento, que incrementan sus ingresos en cada periodo, y que contribuyen así al desarrollo socio económico del lugar, región y país donde desarrollan sus actividades, generando fuentes de empleo y a la vez incrementando la contribución tributaria a través del cumplimiento de sus obligaciones, este tipo de pymes maximiza las oportunidades que le brinda el mercado, a través del correcto diseño de estrategias innovadoras para maximizar la participación en el mercado (Dini, Stumpo, y Eueopea, 2018). Normalmente las PYMES se desarrollan bajo un conjunto

de normas que rigen un determinado territorio, conviviendo con distintos agentes económicos, en este contexto se ubican las envasadoras de agua que ofertan sus productos y servicios a la comunidad en general.

Las compañías con altos estándares de competitividad se diferencian de sus competidores sobre todo en innovación, productividad, gestión, nivel tecnológico y estrategias como respuesta a una planificación estratégica a largo plazo (Estrada, García, y Sánchez, 2009), por lo que las envasadoras de agua, tienen la imperiosa necesidad de diseñar e implementar estrategias adaptables a las necesidades cambiantes de los mercados, siendo en todo momento flexibles.

Por otra parte, las compañías deben diseñar y aplicar herramientas administrativas contemporáneas, enmarcadas en los constantes cambios de los gustos y preferencias de los clientes en mercados altamente competitivos, por lo que la información debe fluir de manera oportuna y objetiva, con el fin de plantearse estrategias y tácticas que solucionen los problemas e inconvenientes que puedan presentarse en una determinada situación o evento inesperado.

En base a lo descrito las envasadoras de agua deben poseer un sólido sistema de información que contribuya a la optimización de la gestión empresarial, además debe poseer una adecuada planificación estratégica que responda a los desafíos de crecimiento y desarrollo empresarial a largo plazo, por lo que puede quedar plasmada solo en papel, si no que tiene que estar muy bien ejecutada siendo adaptable a las condiciones del mercado bajo la premisa de la constante innovación.

De acuerdo con la base de datos el SRI y del (INEC, 2017) en Santo Domingo Ecuador se encuentran registradas 13 empresas y negocios dedicados a envasar agua, de estas 6 son las que tienen mayor infraestructura, capital y presencia en el mercado. La investigación se enfocó en realizar la evaluación de la competitividad de este tipo de empresas y negocios utilizando los preceptos y metodología sugerida por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el propósito de establecer un diagnóstico competitivo de este sector, para que puedan diseñarse acciones que permitan el fortalecimiento de las envasadoras de agua que operan en Santo Domingo.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio tiene un enfoque mixto, ya que se recolectaron datos de carácter cuantitativo para la tabulación y análisis de los mismos y por otra parte con los criterios y opiniones de los gerentes y administradores de las empresas y negocios de las envasadoras de agua, se

pudo complementar la visión desde la óptica de la competitividad e innovación de este tipo de empresas reflejándose un profundo análisis cuantitativo en base a la extracción de datos medibles que sustentaron el estudio.

En lo que respecta a la determinación de la población fueron consideradas las empresas y negocios envasadoras de agua que tienen el mayor posicionamiento en la ciudad de Santo Domingo Ecuador y que son las siguientes: Qué Rica, Máxima 2, Fénix, Antártida, Capital Water y C-ro2, la investigación de campo se enfocó en la aplicación de los instrumentos a los administradores, gerentes y propietarios de las empresas citadas y que permitieron delinear los resultados alcanzados por el presente estudio.

La cuantificación de los datos obtenidos se fundamentó en la ponderación de cada una de las dimensiones y variables inmersas en la ponderación realizada aplicando la metodología del BID sugerida para evaluar la competitividad de todo tipo de compañía, cuyos rangos de calificación ponderada y su significado se observan en la tabla 1, por otra parte, el detalle de las calificaciones de las variables e indicadores evaluados se observan en la tabla 2, el instrumento fue aplicado a toda la población y por el número de la misma no fue necesario calcular el tamaño de la muestra.

En referencia a los rangos de calificación de los niveles de competitividad, el desglose se visualiza en la tabla 1, considerando cinco rangos de calificación numérica, siendo: 5; muy alta, 4; alta, 3; media, 2; baja, 1; muy baja, 0; nula, estas calificaciones corresponden a los rangos de calificación porcentual con su debido significado.

Tabla 1. Rangos de calificación niveles de competitividad.

Rango calificación numérica	Rango de calificación %	Significado
> 4 < = 5	> 80 < = 100	Muy alta
> 3 < = 4	> 60 < = 80	Alta
> 2 < = 3	> 40 < = 60	Media
> 1 < = 2	> 20 < = 40	Baja
> 0 < = 1	> 0 < = 20	Muy baja

Tabla 2. Indicadores de competitividad empresarial.

Variables	Indicadores
Gestión estratégica	Proceso Aplicación de estrategias Toma de decisiones
Servicios y operaciones	Planificación Capacidad de servicio Mantenimiento Investigación y desarrollo Aprovisionamiento Administración de inventarios Localización e infraestructura
Aseguramiento de calidad	Aspectos generales Sistema de calidad
Comercialización productos y servicios	Mercado objetivo Ventas Servicios Distribución de servicio Promoción de productos y servicios de las envasadoras
Contabilidad y finanzas	Control contable y de gastos Gestión financiera Normativa tributaria
Talento Humano	Generalidades Capacitación y promoción Clima y cultura organizacional Salud y seguridad ocupacional

Gestión ambiental	Gerencia ambiental
Sistema de información	Planificación de la información Entradas de información Procedimientos Salidas de información

Fuente: Saavedra, (2012)

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a la metodología descrita por Saavedra (2012) se observan los resultados ponderados, para indicador considerado en el presente estudio.

Escala Ponderada	Proceso					Aplicación de estrategias		Toma de decisiones		Total Gerencia Estratégica				
	Disponibilidad de Plan estratégico	Implementación de estrategias	Análisis de resultados	Aplicación de FODA	Evaluación del sector	Total Proceso	RRHH comprometido	Estrategias función necesidades	Participación en estrategias		Total aplicación estrategias	Decisiones consensuadas	Decisiones oportunas	Socialización de decisiones
Muy alta > 80 <= 100	87%						83%							
Alta > 60 <= 80			73%					63%	64%		60%	63%		
Media > 40 <= 60			43%		43%	56%		47%					54%	58%
Baja > 20 <= 40	33%										40%			
Muy baja > 0 <= 20														

Figura 1. Calificaciones competitividad en gestión estratégica

Las envasadoras de agua disponen de planes estratégicos, pero que en la practica no son debidamente ejecutados, como se observa los competentes de la competitividad de la gestión estratégica se ubican en una calificación media representada por el 58%.

Escala Ponderada	Planificación			Capacidad del servicio		Mantenimiento		Investigación y desarrollo		Aprovisionamiento		Administración de inventarios			Localización e infraestructura												
	Procesos planificados	Planificación contingente	Documentación oferta productos y servicios	Total Planificación servicio	Servicio flexible y adaptable	Tecnología de punta	Total Capacidad del servicio	Mantenimiento preventivo	Mantenimiento recomendado por proveedor	Total Mantenimiento	Estudios de mercado	Nuevos productos y servicios	Total Investigación y desarrollo	Compas en función a proyecciones	Oportuna adquisición de insumos	Total Aprovisionamiento	Estricto control de inventarios	Insumos debidamente embodegados	Optimo nivel de inventarios	Periódicos inventarios físicos	Supervisión de entradas y salidas	Total Administración inventario	Adecuada localización	Infraestructura en función del sector	Total Localización e infraestructura	Total Servicio y operaciones	
Muy alta > 80 <= 100																											
Alta > 60 <= 80	73%	63%	77%	71%	80%	63%	72%	73%	77%	75%				70%	77%	73%		63%	70%	67%		74%					73%
Media > 40 <= 60											50%	60%	55%														
Baja > 20 <= 40																											
Muy baja > 0 <= 20																											

Figura 2. Calificaciones competitividad en aspectos de servicio y operaciones

En lo que respecta a servicios y operaciones, las envasadoras de agua obtienen altas calificaciones, en: localización e infraestructura 93%, seguido de mantenimiento (75%), inventarios (74%) y aprovisionamiento (73%), lo cual reafirma que este tipo de empresas tienen una importante infraestructura y las máquinas y equipos deben estar en constante mantenimiento por los altos niveles de producción.

Escala Ponderada	Aspectos generales				Sistemas de calidad							Total Aseguramiento de calidad
	Sistema de mejoramiento continuo	Normas de calidad documentadas	Normas de higiene y bioseguridad	Total Aspectos generales calidad	Comparación necesidades con servicio	Controles de calidad	Estandares de calidad	Compras con especificaciones técnicas	Aplicación de programas de calidad	Oferta de servicios complementarios	Total Sistema de calidad del servicio	
Muy alta > 80 <= 100												
Alta > 60 <= 80	67%	63%	67%	66%		63%		67%				
Media > 40 <= 60					60%		60%		53%		57%	60%
Baja > 20 <= 40										40%		
Muy baja > 0 <= 20												

Figura 3. Calificaciones competitividad en aspectos de aseguramiento de la calidad

Por otra parte, en la evaluación referente al aseguramiento de la calidad, este tipo de empresas alcanzó una calificación media de apenas el 60%, lo cual refleja que los esfuerzos de las envasadoras de agua de Santo Domingo deben encaminarse a fortalecer aquellos aspectos que debilitan este factor competitivo, una importante mejora provocaría un importante incremento de los clientes en el mediano y largo plazo.

Escala Ponderada	Mercado objetivo			Ventas		Servicios			Distribución del servicio		Promoción de productos y servicios de las envasadoras			Total Comercialización de servicios												
	Definido mercado objetivo	Establecimiento de segmentos de mercado	Ejecución de estrategias por segmento	Productos en base a estudios de mercado	Cuenta con información de competidores	Servicios con participación en mercado	Total Mercado objetivo	Precios en base a costos	Ventas en función a objetivos y metas	Plan de ventas con cuotas de mercado	Total Ventas	Talento humano capacitado	Manejo adecuado de objeciones		Mecanismo evaluación satisfacción	Folleto con características de servicios	Total Servicios	RRHH adóneo	Distribución eficiente	Cumplimiento de fechas de compra	Total Distribución del servicio	Canal adecuado	Adecuadas tácticas publicitarias	Suficiencia de recursos financieros	Utiliza indicadores	Total Promoción servicios
Muy alta > 80 <= 100	87%																									
Alta > 60 <= 80		67%	63%		62%	67%	67%	70%	67%			77%	73%	70%	67%	70%										61%
Media > 40 <= 60	60%	50%			43%			47%	60%			47%	47%	58%		60%					57%				57%	
Baja > 20 <= 40																							33%			
Muy baja > 0 <= 20																										

Figura 4. Calificaciones competitividad en aspectos de comercialización

La calificación de la competitividad se encuentra en la escala media en los aspectos relacionados a la comercialización, que hacen referencia al mercado objetivo (50%), ventas (51%), servicios (59%), distribución (59%) y por último la promoción con un 48%.

Escala Ponderada	Control contable y de gastos					Gestión financiera								Normativa tributaria				Total Contabilidad y finanzas			
	Información financiera contable	Informes financieros periódicos	Cumplimiento normas contables	Registro de entradas y salidas	Total Control contable	Adecuada planificación financiera	Optima gestión de cuentas x cobrar	Nivel de morosidad aceptable	Aplicación de indicadores	Conoce niveles de rentabilidad	Análisis horizontal	Adecuados niveles de endeudamiento	Evaluación de rendimiento de inversiones	Satisfacción de ganancias de socios	Total Gestión financiera	Cumplimiento obligaciones tributarias	Personal adecuado		Cumplimiento de declaraciones	Correctas retenciones tributarias	Total Normativa tributaria
Muy alta > 80 <= 100																83%	87%	90%	85%		
Alta > 60 <= 80	80%	67%	80%	80%	77%	63%	60%	70%		63%	63%	73%			80%					69%	
Media > 40 <= 60									43%										60%	59%	
Baja > 20 <= 40													33%								
Muy baja > 0 <= 20																					

Figura 5. Calificaciones competitividad en aspectos de contabilidad y finanzas.

Una de las áreas fundamentales en toda empresa o negocio sin duda es la financiera contable, evaluando la competitividad de este tipo de variables, se observa en la figura 5 que la calificación más alta corresponde al cumplimiento de la normativa tributaria con un 85%, al contrario la calificación más baja es de la gestión financiera con apenas un 59%, destacándose la limitada aplicación de indicadores financieros y la poca evaluación de rendimientos, aspectos que inciden negativamente en la calificación indicada.

Escala Ponderada	Generalidades				Capacitación y promoción				Clima y cultura organizacional				Salud y seguridad ocupacional				Total Talento humano		
	Estructura adecuada	Cuenta con manuales de funciones	Cumple obligaciones patronales	Total Generalidades	Programa de capacitación	Plan de promoción	Monitorea resultados de capacitación	Evalúa el desempeño del RRHH	Total Capacitación y promoción	Adecuada comunicación	Compromiso con objetivos	Fomenta trabajo en equipo	Plan de incentivos	Total Clima y cultura organizacional	Plan de salud y seguridad ocupacional	Ambiente de seguridad		Documentación programas de salud	Total Salud y seguridad ocupacional
Muy alta > 80 <= 100				87%															
Alta > 60 <= 80	73%	70%		77%	63%	67%		67%	61%	67%	70%	67%		62%	73%	73%		64%	65%
Media > 40 <= 60							47%						43%				47%		
Baja > 20 <= 40																			
Muy baja > 0 <= 20																			

Figura 6. Calificaciones competitividad en aspectos de talento humano

En lo referente a la competitividad del talento humano los indicadores de mayor a menor calificación son generalidades (77%), salud y seguridad ocupacional (64%), clima y cultura organizacional (62%), capacitación y promoción (61%), la calificación del talento humano en lo concerniente a competitividad es del 65% correspondiente a media.

Escala Ponderada	Gerencia ambiental					Total Gestión ambiental
	Instalación con regulaciones	Manejo adecuado de desechos	Socialmente responsable	Cuantificación de desperdicios	Total Gerencia ambiental	
Muy alta > 80 <= 100	70%					53%
Alta > 60 <= 80						
Media > 40 <= 60		47%	53%	43%	53%	
Baja > 20 <= 40						
Muy baja > 0 <= 20						

Figura 7. Calificaciones competitividad en aspectos de gestión ambiental

Hoy en día la sostenibilidad es un aspecto muy a tener en cuenta para todo tipo de actividad económica, las envasadoras de agua no pueden estar ajenas a esta realidad y deben manejar muy bien los desperdicios que generan, ya que los mismos incrementan los niveles de contaminación, en la evaluación de la competitividad de esta dimensión este tipo de empresas alcanzan una calificación del 53%, lo cual refleja sin duda alguna que debe mejorarse ostensiblemente la gestión ambiental.

Escala Ponderada	Planificación de la				Entradas de			Procedimientos			Salidas de				
	Sistema de información satisfactorio	Adecuado sistema informático	Proporciona información oportuna	Total Planificación información	Adecuado archivo de documentación	Cuenta con respaldos digitales	Total Entradas información	Protección de información relevante	Aseguramiento preventivo de Discos duros en lugares seguros	Total Procedimientos	Confiabilidad de la información	Definición de reportes del sistema	Total Salidas información	Total Sistemas de información	
Muy alta > 80 <= 100	70%	67%	70%	69%	70%	70%	70%	67%	67%	64%	73%	62%	66%		
Alta > 60 <= 80															
Media > 40 <= 60														60%	50%
Baja > 20 <= 40															
Muy baja > 0 <= 20															

Figura 8. Calificaciones competitividad en aspectos de sistemas de información

La calificación de todos los componentes de la competitividad de los sistemas de información es alta, lo que provoca una ponderación total del 66%, denotando que los mismos son los adecuados, pero precisando que podrían mejorarse el manejo preventivo de discos duros y la definición de espera de los sistemas utilizados.

En base al incremento población el consumo de agua debidamente tratada es indispensable para salvaguardar la salud de los individuos de una familia, en este contexto a nivel mundial han proliferado de manera significativa las empresas y negocios dedicados a embotellar y envasar agua, Santo Domingo no ha sido la excepción de esta tendencia, por lo cual la investigación se centró en evaluar la competitividad de las principales envasadoras de agua potable, siguiendo la metodología aplicada y sugerida por Saavedra (2012) y cuyos resultados han sido plasmados en el presente estudio.

En la ciudad de Santo Domingo, de acuerdo con la base de datos del SRI (2021), se dedican a envasar agua potable 13 empresas o negocios, pero apenas 6 tienen un importante posicionamiento a nivel local y regional, es importante acotar que esta actividad económica está regida por organismos de control sanitario y de regulación ambiental, buscando mitigar los riesgos de todo tipo de contaminación ambiental, ya que este es un factor imprescindible para minimizar el calentamiento global.

Las empresas y negocios de este tipo ofrecen a la comunidad agua envasada y en algunos casos botellas de agua y servicios complementarios relacionados a la actividad principal, adaptándose a todo tipo de necesidades y presupuesto de clientes individuales o corporativos (Leyva, Cavazos, y Espejel, 2018). En lo referente a los servicios ofertados, Porter (2015) considera que el precio y la calidad son factores primordiales para ampliar la competitividad de una empresa o negocio, sin descuidar, la existencia y consideración que debe darse a otras variables relevantes para alcanzar distinción entre los competidores que permitan la fidelización de clientes en mercados cada vez más competitivos, priorizando los aspectos inherentes a la calidad, innovación, precio, y sobre todo la diferenciación del producto y de los servicios antes, durante y después de efectuada la venta, siendo estos factores que permiten que una empresa alcance una mayor presencia en su mercado meta.

Las empresas y negocios evaluados en el presente estudio, ratificaron importantes logros alcanzados en función a la metodología de evaluación de la competitividad desarrollada por el BID, esta se convirtió en una importante herramienta para dar un diagnóstico de la situación referente a la competitividad, pero este tipo de empresas y negocios deben preocuparse también en otros aspectos tales como la innovación, para garantizar en primera instancia la fidelización y la captación en gran medida de nuevos clientes. En este contexto, todo tipo de compañía debe desarrollar importantes esfuerzos para enfocarse en la innovación, López, Guzmán, Castro y Ramírez (2016) señalan que las empresas deben ser competitivas, pero, la mayoría no lo es, debido a que existe una pronunciada escasez de empresarios que se enfoquen en la constante innovación de bienes y servicios para satisfacer y crear nuevas necesidades en los mercados, además, deben garantizar la calidad en todo proceso con el fin de desarrollar un crecimiento sostenido y enfocado en la total satisfacción de clientes y usuarios, creando valor en las compañías e incrementando a la vez su posicionamiento en el mercado objetivo en el que se desenvuelven a través del incremento de las ventas.

La innovación acorde a Mackay, Mejía, Mendieta, y Bravo (2015) es un aspecto primordial para fortalecer en gran medida la competitividad y productividad de las empresas y negocios, por lo que las envasadoras de agua de Santo Domingo deben tomar muy en cuenta los aspectos que les permitan desarrollar importantes innovaciones en sus productos y servicios, con el propósito de ampliar la participación en el mercado local y regional.

En lo que respecta a la gestión contable financiera, la evaluación de la competitividad de este tipo de empresas guarda una importante similitud con estudios relacionados, ya que las PYMES mexicanas también evidenciaron en esta dimensión una ponderación alta (SCIAN, 2017), que concuerda con la alta calificación alcanzada por las envasadoras de agua de la ciudad de Santo Domingo, confirmando la importancia que debe darse sobre todo al aspecto tributario relacionado al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

CONCLUSIONES

Se ha demostrado que aún al contar con un plan estratégico, las empresas y negocios que envasan agua en Santo Domingo no implementan adecuadamente estrategias y tácticas, además, tampoco analizan resultados y evalúan periódicamente al sector, lo cual limita en gran medida las acciones que puedan permitir un mayor desarrollo de este tipo de empresas en su mercado objetivo, afectando así a la evaluación de la competitividad en lo que respecta a la gestión estratégica.

Ha quedado evidenciado que en la evaluación de la competitividad referente a las dimensiones servicio y operaciones, comercialización de servicios, contabilidad y finanzas, talento humano y sistemas de información la calificación es alta, pero a pesar de esto, se deben enfocar en fortalecer todos aquellos aspectos que limitan el crecimiento y desarrollo de este tipo de empresas, por lo que se concluye indicando que deberían enfocarse de mejor manera en la innovación de productos y servicios, pero siempre garantizando la calidad, el desarrollo integral de su talento humano, y el adecuado diseño y ejecución de estrategias; todo este conjunto de esfuerzos les permitirá crecer de manera sostenida en función de la satisfacción y fidelización de clientes.

Por último, la metodología aplicada concluye que las dimensiones con las calificaciones más bajas corresponden al de gerencia ambiental y al de aseguramiento de la calidad, lo cual debe generar una importante preocupación, debido a que al tratarse de un empresa productiva, esta debe alinearse a los incesantes y globales esfuerzos sobre la sostenibilidad del medio ambiente, por lo tanto

estas empresas y negocios deben ser socialmente responsables al manejar adecuadamente los desperdicios que generan, estableciendo acciones para mitigar los factores contaminantes, en lo que respecta a la calidad, este tipo de empresas debe mejorar sus procesos productivos, desarrollando acciones que permitan garantizar la calidad en cada uno de los etapas del proceso de producción, con el fin de satisfacer plenamente a los clientes en un mercado altamente competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- De la Cruz, I., Morales, J., & Carrasco, G. (2006). Construcción de un instrumento de evaluación de capacidades en la empresa: Una propuesta metodológica. En las memorias del X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas. Instituto Tecnológico y de Estudios Superior de Monterrey.
- Díaz, D., Páez, A., & Padilla, R. (2019). Impacto del capital social e innovación en la competitividad de productores de amaranto. *Mercados y Negocios*, 40, 105-128.
- Dini, M., Stumpo, G., & Eueopea, U. (2018). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Santiago: CEPAL.
- Dosi, G. (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. *Journal of economic literature*, 26(3), 1120-1171
- Estrada, B., García, P., & Sánchez, T. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169-82.
- Félix, L. O., Hernández, F. S., & Prats, G. M. (2020). Objetivo de Desarrollo Sostenible: agua limpia y saneamiento. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 32, 1-22.
- Franch, K., & Chávezt, R. (2017). Metodología para la gestión de la competitividad con un enfoque estratégico: caso de estudio Cooperativa de Ahorro y Crédito" Juan Pío de Mora: Ecuador. *Cofin Habana*, 2, 226-239.
- Horta, R., & Jung, A. (2002). Competitividad e industria manufacturera. Aportes para un marco de análisis. *Revista electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica*, 1(1), 1-38.
- INEC. (2017). Base de datos por establecimientos económicos. Quito: CEPAL/CELADE Redatam+SP 7/8/2019.
- Kim, K., Knotts, T., & Jones, S. (2008). Characterizing viability of small manufacturing enterprises (SME) in the market. *Expert Systems witt applications*, 34, 128-34.
- Lemus, D. (2011). *Innovación a la China*. México. Colección: Acción Empresarial Serie: Biblioteca Avante.
- Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y administración*, 63(3), 159-179.
- López, G., Guzmán, G., Castro, S., & Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría y administración*, 61(3), 568-581.
- Mackay, R., Pino, F., & Silva, R. (2019). Cadena productiva: productividad e innovación en PYMES, de la ciudad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 148-152.
- Martínez, M., Sánchez, R., Henríquez, L., & Calvo, M. (2009). Factores de Competitividad de la pyme española 2008. *EOI Esc. Organiz. Industrial*.
- Mejía, A., Barrero, M., & Gómez, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *PODIUM*, 35, 97-118.
- Nara, E. O. B., Schaefer, J. L., de Moraes, J., Tedesco, L. P. C., Furtado, J. C., & Baierle, I. C. (2019). Obtención de documentos de investigación sobre la competitividad de las pequeñas y medianas empresas: un enfoque basado en las redes de autores. *Revista Española de Documentación Científica*, 42(2), e230-e230.
- Porter, M. (2015). Ventajas competitivas. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. *Patria*.
- Quemada, J. (2018). La CNMN: cinco años favoreciendo el correcto funcionamiento de los mercados y la competitividad de la economía española. *Información Comercial Española, ICE. Revista de economía*, 905, 59-71.
- Rubio, A., & Aragón, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17, 32-47.
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & gestión*, (33), 93-124.
- Schumpeter, J. (1975). *Historia del Análisis Económico*. Fondo de Cultura Económico.
- SCIÁN. (2017). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México.