

Desarrollo organizacional y su influencia en la competitividad de las mypes de la región

Organizational development and its influence on the competitiveness of medium and small businesses in the region

Proto Washington Caira Centeno

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez

✉ wascarcen@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6631-0795>

RESUMEN

El desarrollo organizacional es un proceso planificado que busca mejorar la productividad y competitividad empresarial, a través de estrategias y tácticas dinámicas coetáneas a la innovación, el cambio y la mejora continua. En el siguiente estudio se busca determinar la influencia del desarrollo organizacional en la competitividad de las micro y pequeñas empresas. Para ello se hace uso de un enfoque de investigación cuantitativo, no experimental-transversal, deductivo y básico. Los resultados obtenidos sugieren que el 12% de la variabilidad de la competitividad es debida al desarrollo organizacional además de tener significancia de 0.000. Además, otras variables como la edad organizacional, tamaño de organización, etapa de evolución, etapa de revolución y crecimiento organizacional tiene un índice de variabilidad de 29.6%, 1.3%, 0.2%, 0.6% y 7.8% sobre la competitividad empresarial. De acuerdo a estos resultados se concluye que el desarrollo organizacional y sus dimensiones mas significativas; edad, tamaño y crecimiento, son factores clave para el desarrollo de la competitividad empresarial de las MyPes de la región Puno.

Palabras clave:

Desarrollo organizacional, Influencia organizacional, Competitividad empresarial, Micro empresa, Pequeña empresa.

ABSTRACT

Organizational development is a planned process that seeks to improve business productivity and competitiveness, through dynamic strategies and tactics concurrent with innovation, change, and continuous improvement. The following study seeks to determine the influence of organizational development on the competitiveness of micro and small businesses. For this, a quantitative, non-experimental-transversal, deductive, and basic research approach is used. The results obtained suggest that 12% of the variability in competitiveness is due to organizational development, in addition to having a significance of 0.000. In addition, other variables such as organizational age, organization size, stage of evolution, stage of revolution, and organizational growth have a variability index of 29.6%, 1.3%, 0.2%, 0.6%, and 7.8% on business competitiveness. According to these results, it is concluded that organizational development and its most significant dimensions; age, size, and growth, are key factors for the development of business competitiveness of the MyPes in the Puno region.

Keywords:

Organizational development, Organizational influence, Business competitiveness, Micro business, Small business.

INTRODUCCIÓN

El mundo empresarial de la postmodernidad está regido por la competitividad empresarial nacional e internacional, que originan ambientes laborales tensos y turbulentos (Guarnizo Crespo et al., 2021). Guarnizo Crespo et al., (2021) mencionan que el Desarrollo Organizacional (DO) es el nuevo paradigma de la administración, ya que gracias a esta las organizaciones mas innovadoras y exitosas derivan de equipos de trabajo adaptables, multinivel y multidisciplinarios. En este sentido Chiavenato, (2009), sugiere que el DO es “la manera en que las organizaciones aprenden y desarrollan en razón de cambio e innovación” (p. 366). Del mismo modo, Audirac Camarena et al., (2012) define el DO como una estrategia para lograr un cambio planeado, que toma como punto de partida a las personas, y se enfoca en satisfacer exigencias y demandas organizacionales. Teniendo el DO un impacto positivo en la competitividad y productividad organizacional (Vasquez Ponce et al., 2021), además de permitir la resolución de conflictos y fortalecer las relaciones entre empleado-empleador (Zamora Aguilar, 2018).

Bajo estas premisas se puede afirmar que el cambio no es un derivado de la organización, sino al contrario, la organización es producto del cambio, donde la entidad dirige su propio cambio y coetáneamente este proceso se regenera (Haridimos & Chia, 2002, como se citó en Pérez-Vallejo et al., 2017). La adaptación es una variable clave en la capacidad organizativa de un ente, ya que depende de la dinámica generada por la visión gerencial, sin la cual no sería posible encaminar el perenne proceso de cambio organizacional (Pérez-Vallejo et al., 2017). Por otro lado, el conocimiento y el aprendizaje proveen ventajas competitivas, sostenibles y rendimientos crecientes en los estudios de mercado (Vasquez Ponce et al., 2021). Dado que el aprendizaje permite la adaptación y prevención de cambios no planeados en el ámbito de los procesos, productos y servicios (Castro et al., 2020).

La innovación supone otra fuente de ventajas competitivas a nivel de procesos, productos y servicios; ya que, gracias a esta, las organizaciones tienen la facultad de aumentar la cuota de mercado, reducir los costos de producción y generar mayor rentabilidad (García Monsalve et al., 2021). De acuerdo a Moncada et al., (2020), esta debe de incluir un valor relevante desde la perspectiva cliente-consumidor, aventajando el producto y/o servicio frente a la competencia. Para ello es vital que se aprovechen los recursos locales y regionales endógenos; los integren a conocimientos, tecnologías y personas que ayuden en el desarrollo de sistemas innovadores competitivos dentro de la región y mercado mundial (García Monsalve et al., 2021; Hernández-Fuentes & Sánchez-Mojica, 2017).

Innovación organizacional

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Empresarial (OCDE & EUROSTAT, 2007), la innovación implica la integración de un nuevo y/o mejorado producto, servicio, proceso, método de mercadería o organizacional en las actividades internas de la compañía, la organización del trabajo y relaciones externas. Bajo esta premisa, la innovación se clasifica en 4 diferentes tipos: innovación de productos, innovación de procesos, innovación organizacional e innovación en mercadeo. Concomitante a estas ideas, (Velázquez Castro et al., 2018) afirman que la innovación se refiere a cambios significativos en productos, organización y mercadeo con el objeto de lograr mejoras en los resultados.

Por su parte, la implementación de nuevas estructuras organizativas, procesos o prácticas es considerada como punto clave para el éxito sostenido y crecimiento económico de una empresa, lo que ha llevado a investigadores y estudiosos a concentrar esfuerzos en este tema (Jia et al., 2018; Martínez Garcés & Padilla

Delgado, 2020). Además de la mejora de productos y procesos, la innovación también provee sostenibilidad a medida que evoluciona y desarrolla ventajas competitivas que incrementa la capacidad de supervivencia de la organización (Chaubey & Sahoo, 2019). En el contexto contemporáneo, la gestión y dirección permiten que la innovación organizacional y esta da paso a la innovación tecnológica, incidiendo ambos en un mayor nivel de rendimiento organizativo (Camisón & Forés, 2015). Del mismo modo, Berra Barona et al., (2020) encontró que las relaciones externas, lugar de trabajo y puestos de trabajo influyen significativamente sobre la innovación organizacional, y con ello avanzar hacia la innovación tecnológica y la manufactura avanzada. (Zuñiga-Collazos, 2018) comenta que el éxito empresarial depende de la dirección y gestión de nuevos métodos organizativos.

Perilla Maluche et al., (2022), afirman que, durante la innovación organizativa, un aspecto fundamental fue la descentralización de la toma de decisiones para facilitar la celeridad en la asignación de recursos y aprobación de ejecuciones presupuestales. Por su parte, Solarte Solarte et al., (2020) señalan la correlación significativa y positiva de causalidad de la orientación al mercado, en las micro y pequeñas empresas familiares, con la innovación; siendo el cambio generacional en la gestión de estas, motivo de fracaso o éxito basada en innovaciones. Para ello, “la innovación debe conjugarse con el liderazgo, concentrarse en el cliente y transformar las formas de producción para generar cambios en la sociedad, de esta manera se transforma la empresa a través del conocimiento adquirido y éste se vierte nuevamente en el mercado, transformándolo, a su vez, en una nueva realidad que modifica la actuación de la empresa” (Solarte Solarte et al., 2020).

Competitividad empresarial

El concepto moderno de competitividad incluye aspectos como prosperidad social, inclusión y calidad del medio ambiente, vinculada cada vez mas a la calidad de productos e innovación tecnológica (Andreoni y Miola, 2016, Como se citó en García Navarro & Granda Revilla, 2020). En línea a este objetivo García Navarro & Granda Revilla, (2020) resaltan la importancia de alinearse a aspectos de aseguramiento de la sostenibilidad para la obtención de ventajas competitivas en los mercados. Por su parte Lara Manjarrez & Sánchez Gutiérrez, (2021) concluyen que la responsabilidad social empresarial representa una herramienta importante para el aumento de la competitividad y rentabilidad de una organización; dentro de las ventajas de la competitividad se resaltan: el aumento en los índices de retención y contratación de empleados capacitados, fortalecimiento de la imagen y reputación de la empresa, aumento en el desempeño financiero, acceso a capital, reducción de

costos operativos, incremento de calidad, aumento de ventas, atracción de inversores, disminución de actividades nocivas para el medio ambiente y ahorro por factores de reciclaje y reutilización.

Respecto a la disminución de actividades nocivas para el medio ambiente, “toda organización que adopte estrategias medioambientales, además de mejorar su responsabilidad social, lograra crear una ventaja competitiva sostenible e inimitable en el tiempo” (Salas Canales, 2020, p. 102). Esto debido a que aquellas empresas que manifestaron preocupación por el medio ambiente, han experimentado altos índices de crecimiento, rentabilidad, reducción de costos a largo plazo y mejora de su imagen corporativa (Salas Canales, 2020). En línea con estas afirmaciones, Sinforoso Martínez et al., (2022) sostienen que la gestión ambiental es un factor estratégico clave para la competitividad empresarial; esto se logra cuando la organización logra reducir los costos de producción y sostenibilidad, traduciéndose en económicos precios de venta o elevados márgenes de utilidad.

Picón-Lucero et al., (2020) mencionan que la competitividad es un conjunto de acciones encaminadas a mantenerse en el medio y/o mercado, a través de la generación de la rentabilidad respecto a los competidores. Mientras que la calidad de vida de un país es cada vez mas dependiente de la competitividad de sus empresas, medido en la capacidad de estas para generar bienes y servicios a partir de los recursos que brinda la economía internacional (Blanco-Rengel, 2014, como se citó en Picón-Lucero et al., 2020). En este sentido, Mora et al (2015, como se citó en Picón-Lucero et al., 2020) plantean ocho dimensiones clave para el desarrollo de la competitividad empresarial, siendo estas: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, y sistemas de información.

Por su parte, Huerta & García, (2023) señalan que la primera dimensión de la competitividad empresarial se refiere a la capacidad de las organizaciones para distribuir de forma eficiente los recursos, disfrutar de ventajas competitivas y satisfacer las necesidades de los consumidores. Aunque estas solo sean temporales, mientras la innovación y calidad de servicios y productos ocupen el pináculo de la visión empresarial. Un medio de innovación y mejora de la calidad puede ser abordada desde estrategias dirigidas a capacitar, especializar y formar a los trabajadores a partir de su experiencia adquirida, pero que a menudo muy pocas empresas son conscientes de ello. En este sentido, la innovación y la competitividad deben de dinamizarse constantemente (Martínez Garcés & Padilla Delgado, 2020). Ya que esto es un proceso de aprendizaje co-participativo, donde confluyen aspectos internos como

externos (Jimenez et al, 2017, como se citó en Martínez Garcés & Padilla Delgado, 2020).

La presente investigación esta encaminada a determinar la influencia del desarrollo organizacional en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno. Este tema se considera de gran valor para abordar la problemática que surge acerca de la profesionalización en el desarrollo organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas. A nivel teórico se considera de suma importancia debido a la inexistencia de estudios que traten este tema en la región puno, ya que las condiciones coyunturales de tiempo, espacio y cultura influyen significativamente en los resultados de la experimentación. Por otro lado, a nivel practico se pretende ayudar en el entendimiento del asunto tratado para ulteriormente hacer mejoras que fortalezcan el desempeño de una mayor competitividad empresarial en las actividades económicas de la región Puno, de tal manera que estos se encuentren ligados a las necesidades del cliente y la empresa en conjunto.

MATERIALES Y MÉTODO

El presente estudio es de método deductivo, el cual consistió en la revisión literaria de fuentes de información, para posteriormente formular la siguiente hipótesis de investigación “El desarrollo organizacional influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno”. El tipo de investigación de básica, ya que la finalidad es el aumento de conocimientos sin que se tenga una aplicación especifica a mediano o corto plazo. Asimismo, la investigación es de enfoque cuantitativo, al ser considerada un conjunto de procedimientos secuenciales y probatorias; parte de una idea que se delimita, derivando en el planteamiento de objetivos y preguntas de investigación(Hernández Sampieri et al., 2014).

El interés de la presente investigación es responder por las causas de los eventos y fenómenos en las actividades empresariales contemporáneas de la región Puno, explicar por qué ocurre un fenómeno, en qué condiciones se da, porque y como se relacionan las variables “desarrollo organizacional” y “competitividad empresarial”. Además, se optó por un diseño no experimental-transversal, dado que los sujetos de estudio ya “pertenecen a un grupo o nivel determinado de la variable independiente por autoselección” (p. 153) y no se dio una manipulación de variables durante las mediciones y estas ultima se efectúo en solo momento de la investigación (Hernández

Sampieri et al., 2014).

En referencia a los datos iniciales para el estudio estadístico correlacional, se consideró una población en la ciudad de Juliaca-Puno de 1500 micro y pequeñas empresas, resultando en una muestra de 306 MyPes. Del mismo modo, la técnica de recolección de datos fue mediante el método de encuestas utilizando un cuestionario como instrumento, debido a que esta técnica es un método científico social ampliamente distribuido y se basa en declaraciones orales y escritas de los participantes de la muestra del estudio (López-Roldan & Fachelli, 2015).

Validación y confiabilidad del instrumento

Antes de efectuar las mediciones en la muestra seleccionada, se sometió nuestro instrumento de medición a un juicio de tres expertos, para determinar la validez estructural del mismo. Siendo los veredictos finales de cada uno entre “bueno” y “excelente”. Mientras la confiabilidad del instrumento fue evaluada para las variables “sistema de gestión antisoborno” y “conducta ética”. Para ello se utilizó el método de Alfa de Cronbach (AC) y el software estadístico SPSS; siendo para la primera variable un AC de 0.903 para 20 elementos, y para la segunda variable un AC de 0.883 para 24 elementos. De acuerdo a los valores de los coeficientes AC de ambas variables, se pudo encontrar que la fiabilidad es de perfecto y elevado respectivamente, según los criterios establecidos por Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018).

Diseño y contrastación de la hipótesis

Al igual que para la prueba de fiabilidad de instrumento, la contrastación de la hipótesis de se efectuó en el programa SPSS, la prueba de normalidad para determinar el método estadístico Kolmogórov-Smirnov ó Chápiro Wilck, para finalmente utilizar el método ANOVA y determinar la influencia de ambas variables.

RESULTADOS

En la tabla 1 se muestra un valor de R cuadrado de 0.120, que expresa el 12.0% de la variación de la Competitividad llega a estar explicada por los valores del Desarrollo organizacional, con un grado de significancia del 0.000. En este sentido, se puede afirmar que el desarrollo organizacional si llega a influenciar en la competitividad de las micro y pequeñas empresas. Asimismo, en la misma tabla se indica que cuando los predictores o variables independientes actúan conjuntamente obtienen un R cuadrado $R^2=0.296$, lo que quiere decir que las cinco variables: Edad organizacional,

tamaño de la organización, etapa de evolución, etapa de revolución, crecimiento de la organización, explican el 29.6% de la variación de la variable dependiente Competitividad.

Tabla 1 *Datos generales*

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD	RESUMEN DEL MODELO					ESTIMACIONES DE PARÁMETRO	
	R cuadrado	F	df1	df2	Sig.	Constante	b1
Desarrollo organizacional	0.120	41.370	1	304	0.000	65.294	0.365
Edad de la organización	0.296	127.714	1	304	0.000	71.851	1.416
Tamaño de la organización	0.013	4.057	1	304	0.045	99.798	-0.424
Etapas de evolución	0.002	0.621	1	304	0.431	90.827	0.156
Etapas de revolución	0.006	1.905	1	304	0.169	89.787	0.225
Crecimiento de la organización	0.078	25.825	1	304	0.000	83.003	0.717

Fuente. Elaboración propia.

Para la dimensión “edad de la organización”, en la tabla 2 se evidencia que cuando los predictores o variables independientes actúan conjuntamente obtienen un R cuadrado $R^2=0.153$, que quiere decir que los cinco indicadores: “Cantidad de años en el mercado”, “tiempo en el mercado”, “ciclo de vida”, “utiliza alguna estrategia”, y “emplea mecanismos”, explican el 15.3% de la variación de la variable dependiente “Competitividad”. Mientras que la dimensión “tamaño de organización” se observa que cuando los predictores o variables independientes obtienen un R cuadrado $R^2=0.041$ (tabla 2). Estos resultados indican que los indicadores: “Número de locales”, “contratar servicios”, “éxito de negocio”, “reemplazo de administración”, y “visión”, implican que el 4.1% de la variación en la variable dependiente.

En relación a dimensión “Etapas de evolución” Los resultados obtenidos indican un R cuadrado $R^2=0.085$ (tabla 2). Esto significa que los indicadores: “Apertura de nuevos locales”, “inversión”, “planificación”, “conocimiento de planificación”, y “mecanismos tecnológicos”, influyen en 8.5% sobre la variable dependiente “Competitividad”. En la misma tabla se puede apreciar, para la dimensión “etapas de revolución”, un R cuadrado $R^2=0.034$. Es decir que los indicadores: “Preparación del personal”, “control de personal”, “sugerencias de nuevas ideas”, “propuestas”, e “implementación de estrategias”, inciden en el 3.4% sobre la competitividad empresarial. Y, por último, la dimensión “crecimiento de la organización” reflejo un R cuadrado $R^2=0.081$, implicando que los indicadores: “Apertura de nuevos locales”, “consideración de nuevos locales”, “contratación de nuevo personal”, “cantidad

de clientes”, y “creatividad e innovación”, suponen el 8.1% de variación sobre la competitividad.

Tabla 2 Resultados estadísticos para diferentes dimensiones.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD		RESUMEN DEL MODELO				ESTIMACIONES DE PARÁMETRO		
		R cuadrado	F	df1	df2	Sig.	Constante	b1
Edad Organizacional	Cantidad de años en el mercado	0.136	47.840	1	304	0.000	84.938	2.731
	Tiempo en el mercado	0.067	21.910	1	304	0.000	87.318	2.215
	Ciclo de vida	0.130	45.588	1	304	0.000	84.595	2.876
	Utiliza alguna estrategia	0.063	20.343	1	304	0.000	86.417	2.218
	Emplea mecanismos	0.153	54.877	1	304	0.000	84.441	2.772
Tamaño de Organización	Número de locales	0.000	0.013	1	304	0.909	93.211	0.047
	Contratar servicios	0.016	4.966	1	304	0.027	97.135	-1.243
	Éxito de negocio	0.012	3.764	1	304	0.053	90.531	0.940
	Reemplazo de administración	0.002	0.504	1	304	0.478	94.483	-0.356
	Visión	0.041	13.095	1	304	0.000	98.029	-1.508
Etapas de Evolución	Apertura de nuevos locales	0.034	10.681	1	304	0.001	98.107	-1.533
	Inversión	0.085	28.264	1	304	0.000	83.221	2.948
	Planificación	0.002	0.563	1	304	0.454	92.112	0.393
	Conocimiento de planificación	0.001	0.450	1	304	0.503	92.311	0.334
	Mecanismos tecnológicos	0.001	0.173	1	304	0.677	94.037	-0.206
Etapas de Revolución	Preparación del personal	0.034	10.852	1	304	0.001	88.720	1.468
	Control de personal	0.000	0.124	1	304	0.725	92.803	0.174
	Sugerencias de nuevas ideas	0.017	5.354	1	304	0.021	90.133	1.014
	Propuestas	0.007	2.004	1	304	0.158	95.591	-0.629
	Implementación de estrategias	0.001	0.365	1	304	0.546	94.059	-0.252
Crecimiento de la Organización	Apertura de nuevos locales	0.031	9.659	1	304	0.002	88.760	1.509
	Consideración de nuevos locales	0.004	1.088	1	304	0.298	91.830	0.536
	Contratación de nuevo personal	0.015	4.633	1	304	0.032	91.107	0.843
	Cantidad de clientes	0.019	6.040	1	304	0.015	90.742	0.914
	Creatividad e innovación	0.081	26.721	1	304	0.000	87.605	1.875

Fuente. Elaboración propia.

Prueba de hipótesis

En la tabla 3, la prueba de normalidad conforme a Kolmogórov-Smirnov, donde se visualiza que el desarrollo organizacional (variable 1) tiene un nivel de significancia de 0.00. Asimismo, en cuanto a competitividad de micro y pequeñas empresas (variable 2) se registró un nivel de sig. de 0.059. El resultado de la segunda variable es mayor

al 5% de sig. estándar ($p > 0.05$). Esto nos indica que son pruebas normales, por ello aplicamos la prueba de hipótesis paramétrica, utilizando la prueba paramétrica Anova para conocer la influencia paramétrica entre las dos variables.

Tabla 3 *Prueba de normalidad.*

	KOLMOGOROV-SMIRNOV			SHAPIRO-WILK		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
C	0.103	306	0.000	0.960	306	0.000
Competitividad de las MyPEs	0.050	306	0.059	0.987	306	0.007

Fuente. Elaboración propia.

Contrastación de hipótesis

Para la contrastación se planteó una hipótesis alternativa (H_a) y la hipótesis nula (H_0):

H_a . El desarrollo organizacional influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras de la región Puno, 2022.

H_0 . El desarrollo organizacional no influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras de la región Puno, 2022.

Para un Nivel de significancia 5%, prueba de hipótesis seleccionada: Prueba paramétrica Anova, y cálculo estadístico. Valor de P: 0.000.

Tabla 4 *Coficiente de Anova entre “desarrollo organizacional” y “competitividad”.*

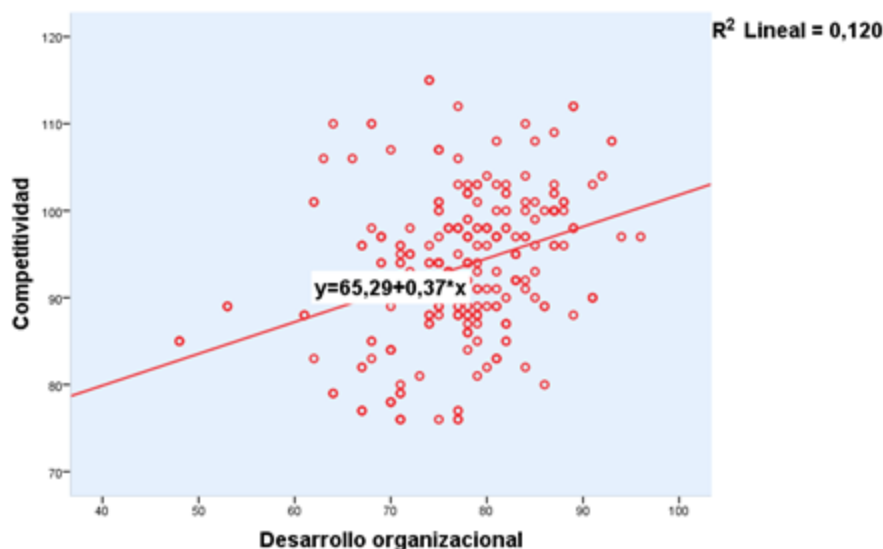
	SUMA DE CUADRADOS	gl	MEDIA CUADRÁTICA	F	Sig.
Entre grupos	21.315	2	10.657	21.174	.000
Dentro de grupos	152.506	303	.503		
Total	173.820	305			

Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26

En la tabla 4, el P-valor calculado es de 0.000, por lo que se acepta la hipótesis estadística alterna, que nos menciona que al menos una de las medias de los grupos es diferente de otra. Dado que las medias son diferentes podemos afirmar que el desarrollo organizacional influye significativamente en la competitividad de las mypes comercializadoras. En la figura 1 se puede apreciar que la expresión algebraica

$Y=65.29+0.37*X$ indica una linealidad entre la variable dependiente “competitividad” respecto la independiente “desarrollo organizacional. Es decir que a medida que se incrementa el desarrollo organizacional, mayores valores tendrá la competitividad empresarial en la región Puno.

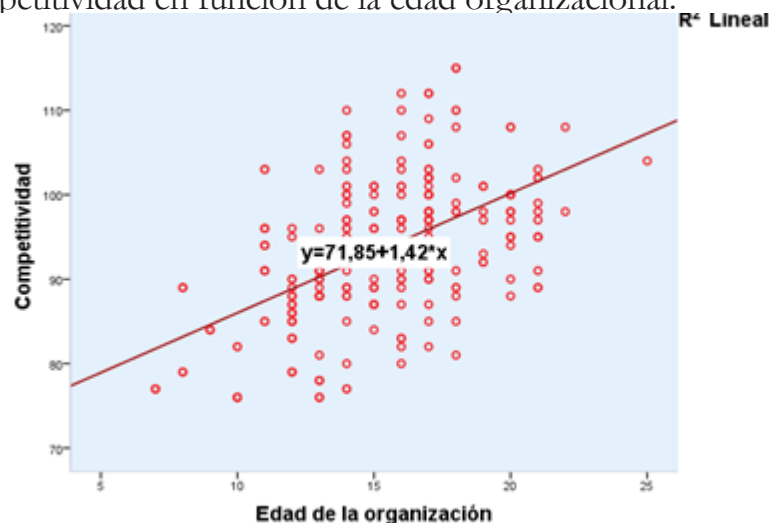
Figura 1. Competitividad en función del desarrollo organizacional.



Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

En la tabla 5 se aprecia que el P-valor calculado es de 0.000 para la variable “edad organizacional”, por lo que aceptaremos la hipótesis estadística alterna. Esto sugiere que al menos una de las medias de los grupos es diferente de otra, ya que las medias son diferentes se puede afirmar que la edad organizacional influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. En la figura 2 se puede apreciar que la ecuación $Y=71.85+1.42*X$ describe un comportamiento de linealidad entre la “competitividad” respecto de la variable “edad organizacional”.

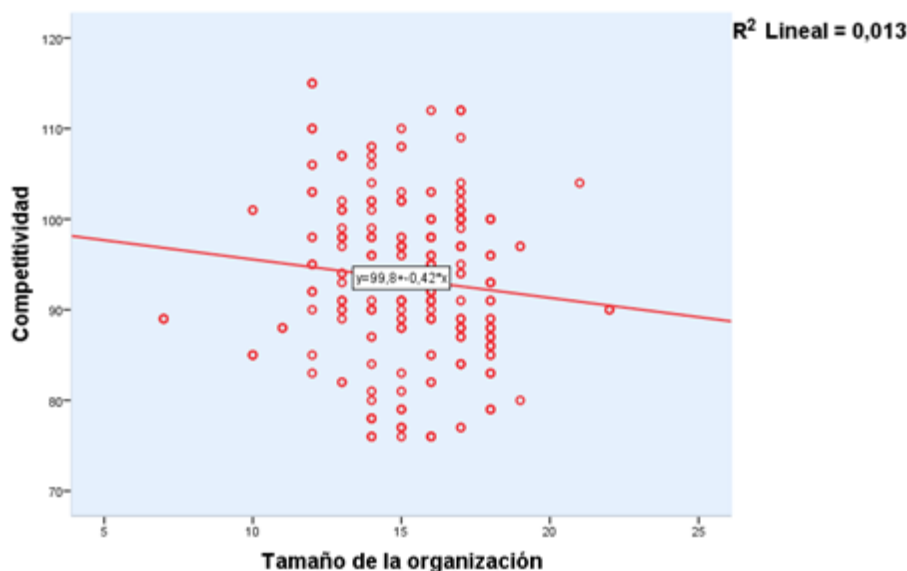
Figura 2. Competitividad en función de la edad organizacional.



Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

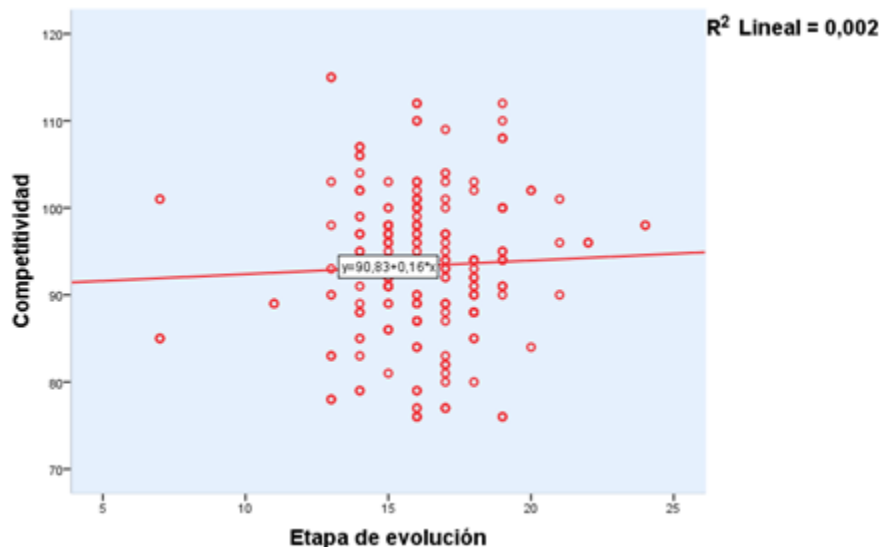
En cuanto a la variable “tamaño de la organización” se puede observar que el P-valor calculado es de 0.010, por lo que se acepta la hipótesis alternativa (tabla 5). Esto nos permite afirmar que al menos una de las medias de los grupos es diferente de otra, ya que las medias son diferentes podemos concluir que el tamaño de la organización influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. Del mismo modo, en la figura 3 se puede apreciar que la expresión matemática lineal $Y=99.8-0.42*X$, que describe el comportamiento de la competitividad respecto al tamaño de la organización tiene una pendiente negativa.

Figura 3. Competitividad en función del tamaño organizacional



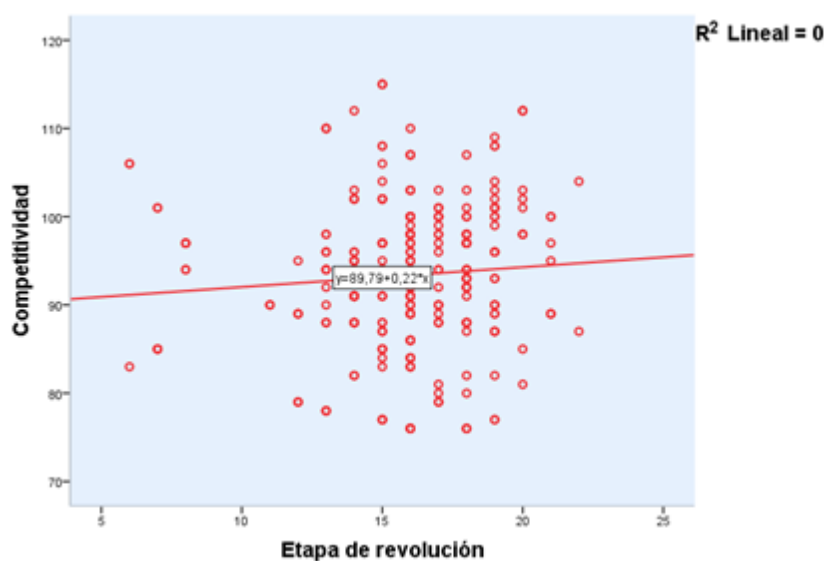
Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

La variable “etapa de evolución” refleja un P-valor de 0.031, por lo que aceptaremos la hipótesis estadística alterna (ver tabla 5). De acuerdo a este resultado, se concluye que la etapa de evolución influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. Asimismo, según la figura 4, la expresión matemática lineal $Y=90.83+0.16*X$, que describe el comportamiento de la competitividad respecto al tamaño de la organización, tiene una pendiente positiva.

Figura 4. Competitividad en función de la etapa de evolución.

Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

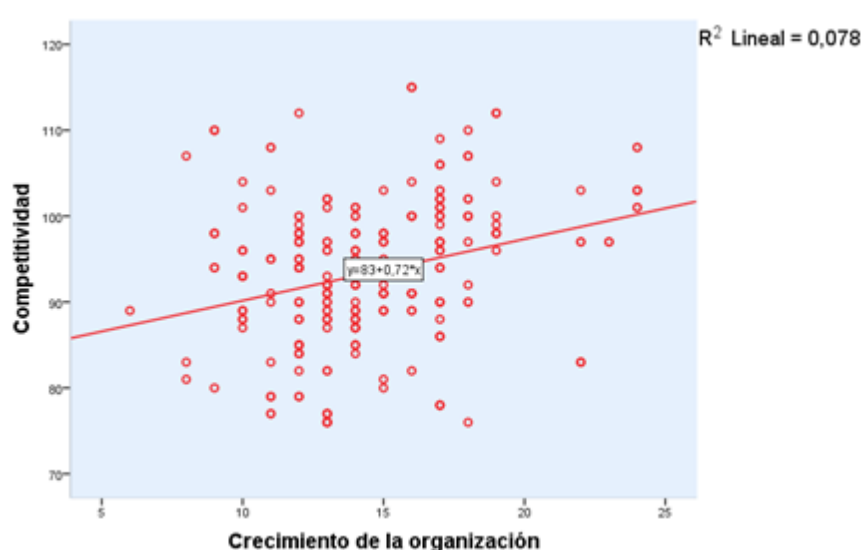
En relación a la variable “etapa de revolución” se observa un P-valor de 0.037, lo que nos lleva a aceptar la hipótesis alternativa (tabla 5). En este sentido, las medias son diferentes, por lo que se puede afirmar que la etapa de revolución influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. En la figura 5, la expresión matemática lineal $Y=89.79+0.22*X$, que describe el comportamiento de la competitividad respecto al tamaño de la organización, tiene una pendiente positiva.

Figura 5. Competitividad en función de la etapa de revolución

Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

Finalmente, en la variable “crecimiento de la organización” se tiene un P-valor calculado es de 0.000, por lo que se acepta la hipótesis alterna (ver tabla 5). Esto indica que al menos una de las medias de los grupos es diferente de otra, ya que las medias son diferentes podemos afirmar que el crecimiento de la organización influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. En la figura 6 la expresión matemática lineal $Y=83+0.72*X$, que describe el comportamiento de la competitividad respecto al tamaño de la organización, tiene una pendiente positiva.

Figura 6. Competitividad en función del crecimiento de la organización



Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26

Tabla 5 Coeficiente Anova para la competitividad respecto a diferentes variables.

HIPÓTESIS		SUMA DE CUADRADOS	gl	MEDIA CUADRÁTICA	F	Sig.
Ha. La edad organizacional influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Entre grupos	31.708	2	15.854	41.484	0.000
	Dentro de grupos	115.799	303	0.382		
Ho. La edad organizacional no influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Total	147.507	305			

Ha. El tamaño de la organización influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Entre grupos	4.577	2	2.289	4.722	0.010
	Dentro de grupos	146.864	303	0.485		
	Total	151.441	305			
Ho. El tamaño de la organización no influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.						
Ha. La etapa de evolución influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Entre grupos	3.060	2	1.530	3.522	0.031
	Dentro de grupos	131.632	303	0.434		
	Total	134.693	305			
Ho. La etapa de evolución no influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.						
Ha. La etapa de revolución influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Entre grupos	3.301	2	1.650	3.324	0.037
	Dentro de grupos	150.464	303	0.497		
	Total	153.765	305			
Ho. La etapa de revolución no influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.						
Ha. El crecimiento de la organización influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.	Entre grupos	9.611	2	4.805	12.824	0.000
	Dentro de grupos	113.543	303	0.375		
	Total	123.154	305			
Ho. El crecimiento de la organización no influye significativamente en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de la región Puno.						

Fuente. Elaboración propia, y procesado en el programa SPSSv26.

DISCUSIÓN

A la luz de los resultados obtenidos, se afirmó que el desarrollo organizacional influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. No obstante, el desarrollo organizacional también implica factores como la innovación, capacidad de liderazgo desde las esferas gerenciales, aprendizaje organizacional y otros. En este sentido, es importante la implementación y planificación de estrategias destinadas al desarrollo e innovación organizacional para mejorar la competitividad empresarial de las MyPes. Concomitante a nuestros hallazgos García Monsalve et al., (2021) encontró en su estudio una correlación moderada positiva de 0.459 y estadísticamente significativa entre la innovación y la competitividad empresarial. Mientras que Azeem et al., (2021), registró una correlación fuerte positiva y significativa de 0.75 entre la innovación organizacional y la competitividad. Estos resultados evidencian la importancia de la innovación de productos y/o servicios para mantener una competitividad empresarial que le permitan a las MyPes mantenerse dentro del mercado. Además de tener en cuenta que las actividades de innovación y consiguientemente la competitividad son temporales y dinámicas, y dependen de la cultura organizacional.

Respecto a variable “edad organizacional”, esta también influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. Esto responde al hecho de que las MyPes con más cantidad de experiencia en el mercado acumulan mayor conocimiento sobre las necesidades, debilidades, fortalezas y oportunidades que el cambiante mercado exige. Para ello es indispensable enfocar la cultura hacia un aprendizaje organizacional con el objeto de maximizar los conocimientos obtenidos y encausarlos a actividades de innovación y diferenciación frente a la competencia. En esta misma línea, Sarfraz et al., (2021) señalan que la experiencia, especialmente de los trabajadores, “fortalece la capacidad de evaluar correctamente las direcciones específicas de la sostenibilidad, la competitividad y la economía circular”, aunque, “las personas críticas con menos experiencia pueden proponer visiones organizativas competitivas” (p. 2115). De acuerdo con estos comentarios, se puede afirmar que la edad de operación y experiencia son factores clave para el desarrollo de la competitividad, pero no son excluyentes, ya que personas naturales y jurídicas con características críticas y analíticas pueden compensar la falta de experiencia en el desarrollo de la competitividad empresarial.

Asimismo, se determinó que el tamaño de la organización influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras, por lo que el tamaño de cada MyPEs refleja la capacidad de cumplir con las demandas del mercado interno y/o

externo, sin descuidar las expectativas de calidad de los mismos. En razón de ello es necesario que los productos y/o servicios que se ofrecen sean exhibidos a través de canales físicos en estanterías y tiendas, además de aprovechar las tecnológicas digitales y redes sociales para expandir el mercado de la empresa y llegar a potenciales clientes. Estos resultados concuerdan con lo encontrado por Bibi et al., (2020), al señalar en su estudio que el tamaño organizacional modera las relaciones clima innovativo-aprendizaje organizacional y clima innovativo-comportamiento innovativo. Siendo el efecto moderador mucho mas para organizaciones pequeñas; debido a su flexibilidad al cambio, apertura a nuevas ideas, facilidad de adaptación de tecnologías y modelos de negocio innovativos.

La etapa de evolución organizacional influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras, por lo que el crecimiento de la empresa depende en gran magnitud de la competitividad que tenga a comparación de otras. En este sentido, el contexto territorial influye significativamente sobre la evolución organizacional de la empresa, tal como lo manifiesta Adamik & Sikora-Fernandez, (2021), “existe un vínculo entre el nivel de desarrollo a nivel micro (el nivel de una organización) y el nivel de desarrollo a escala macro (el nivel de las economías de los países individuales)” (p. 21). Esto evidencia la importancia de la integración de perspectivas micro y macro para comprender cómo las organizaciones inteligentes pueden ser una fuente de competitividad y desarrollo sostenible en la era de la Industria. Los autores proponen una herramienta efectiva para monitorear el uso del poder de las organizaciones inteligentes en los procesos de construcción de la competitividad y el desarrollo sostenible de los países.

Respecto a la etapa de revolución, esta influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. En este contexto, no es novedad que una revolución organizacional que implique cambios a nivel operativo como estructural en una empresa, tiene el potencial de hacer crecer o sepultar a la misma. Es por ello que la adopción de modelos de agilidad en las actividades laborales no solo tiene el potencial de incrementar la productividad de la empresa, sino se aumenta la eficiencia el comprometimiento y motivación de los empleados (Balog, 2020).

Finalmente, se halló que el crecimiento de la organización influye significativamente en la competitividad de las MyPEs comercializadoras, por lo que es importante que se empleen diversos mecanismos para que la empresa crezca, porque ello influye de manera significativa en la competencia que se tenga frente a otras MyPEs. El crecimiento organizacional se refiere a una maduración estructural y administrativa de la empresa, e implicando un limitado aumento de tamaño de la misma (mas

personal) ya que según Bibi et al., (2020), la ventaja de las grandes compañías es su disponibilidad de recursos para el desarrollo de actividades innovativas. Contrastando con la realidad peruana del calzado en microempresas, se identificó como factor clave las utilidades percibidas como eje central del crecimiento organizacional, competitividad y cumplimiento de obligaciones a nivel laboral y tributario (Carrasco Vega et al., 2021).

CONCLUSIONES

En conclusión, el desarrollo organizacional es determinante en la competitividad de las MyPEs comercializadoras. Factores como la innovación, el liderazgo, el aprendizaje organizacional, la edad organizacional y el tamaño de la organización, influyen significativamente en la competitividad empresarial. Se hace necesario el enfoque en la cultura organizacional hacia el aprendizaje y la innovación, la exploración de mecanismos de crecimiento de la empresa, así como la integración de perspectivas micro y macro para comprender cómo las organizaciones pueden ser una fuente de competitividad y desarrollo sostenible en la era de la Industria.

Asimismo, es importante destacar la influencia de la etapa de evolución y revolución organizacional en la competitividad de las MyPEs comercializadoras, así como la percepción de las utilidades como el eje central del crecimiento organizacional y la competitividad. La adopción de modelos de agilidad en las actividades laborales y el aprovechamiento de canales físicos y digitales para la promoción de los productos y/o servicios son importantes para expandir el mercado de la empresa y llegar a potenciales clientes. En resumen, se requiere de una visión estratégica, basada en la innovación de productos y servicios para la implementación de diferentes factores que impulsen la competitividad de las MyPEs comercializadoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adamik, A., & Sikora-Fernandez, D. (2021). Smart organizations as a source of competitiveness and sustainable development in the age of industry 4.0: Integration of micro and macro perspective. *Energies*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/en14061572>
- Audirac Camarena, C. A., De Leon Estavillo, V., Domínguez Gonzáles, A., López García, M. E., & Puerta Negrete, L. I. (2012). *ABC de desarrollo organizacional*. Editorial Trillas. <https://toaz.info/doc-view-2>

- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101635>
- Balog, K. (2020). The concept and competitiveness of agile organization in the fourth industrial revolution's drift. *Strategic Management*, 25(3), 14–27. <https://doi.org/10.5937/straman2003014b>
- Berra Barona, C., Ramírez Ramírez, M., & Vázquez Arango, M. de L. (2020). Relación de la innovación organizacional y la manufactura avanzada en industrias manufactureras. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 9(17), 46–71. <https://doi.org/10.23913/ricea.v9i17.146>
- Bibi, S., Khan, A., Qian, H., Garavelli, A. C., Natalicchio, A., & Capolupo, P. (2020). Innovative climate, a determinant of competitiveness and business performance in chinese law firms: The role of firm size and age. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/SU12124948>
- Camisón, C., & Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, 477–499. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.001>
- Carrasco Vega, Y. L., Mendoza Virhuez, N. E., López Cuadra, Y. M., Mori Zavaleta, R., & Alvarado Ibáñez, J. C. (2021). La competitividad empresarial en las PYMES: Retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557–564. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500557
- Castro, B. R., Duran, S. E., Mora García, Y., Castro Zapata, R., Ballestas, M. del R., & Tamara Name, J. (2020). El aprendizaje como eje estrategico del desarrollo organizacional en PyMEs de Barranquilla (Colombia). *Revista Espacios*, 41(41). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n41/20414114.html>
- Chaubey, A., & Sahoo, C. K. (2019). Enhancing organizational innovation in Indian automobile industry. *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 82–101. <https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2018-0022>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (M. P. Guzmán Brito & J. L. Rodríguez Tepezano, Eds.; Tercera edición). McGraw-Hill. https://www.academia.edu/42223113/Chiavenato_I_2009_Gesti%C3%B3n_del_Talento_Humano
- García Monsalve, J. J., Tumbajulca Ramírez, I. A., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- García Navarro, V., & Granda Revilla, G. (2020). La incorporación de los objetivos de desarrollo sostenible como factor de competitividad empresarial. *ICE, Revista de Economía*, 912, 75–86. <https://doi.org/10.32796/ice.2020.912.6963>
- Guarnizo Crespo, S. F., Tapia Ubillús, A. M., & Zambrano Farías, F. J. (2021). El

- desarrollo organizacional como herramienta para el cambio y la mejora de las empresas comerciales de Guayaquil. *Opuntia Brava*, 13(2), 63–74. https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Zambrano-Farias/publication/351118116_El_desarrollo_organizacional_como_herramienta_para_el_cambio_y_la_mejora_de_las_empresas_comerciales_de_Guayaquil/links/60887782907dcf667bcac62d/El-desarrollo-organizacional-como-herramienta-para-el-cambio-y-la-mejora-de-las-empresas-comerciales-de-Guayaquil.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M. del P., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. P. (2014). *Metodología de la investigación* (M. Rocha Martínez, Ed.; Sexta edición). McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (McGraw-Hill Interamericana Editores SA, Ed.; Primera edición). McGraw-Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Hernández-Fuentes, S. N., & Sánchez-Mojica, K. Y. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 23–33. <https://doi.org/10.19053/20278306.v8.n1.2017.7368>
- Huerta, E., & García, O. (2023). Competitividad empresarial y reparto de rentas: asignaturas pendientes. *Panorama Social*, 37, 67–80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9129367>
- Jia, X., Chen, J., Mei, L., & Wu, Q. (2018). How leadership matters in organizational innovation: a perspective of openness. *Management Decision*, 56(1), 6–25. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2017-0415>
- Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*, 43, 97–118. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa: Vol. II* (Primera edición). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Martínez Garcés, J., & Padilla Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(2), 120–132. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500747>
- Moncada, Á. F., Montoya Monsalve, J. N., & Ordóñez Pedrosa, S. R. (2020). Desarrollo de un modelo de competitividad para la consolidación del clúster aeroespacial colombiano. In H. Sanabria Rivera, N. Rojas Sierra, P. Salinas Garzón, M. Cabiati Daza, & N. Rojas Sierra (Eds.), *La gestión de organizaciones en Colombia* (Primera edición). Universidad Central. <https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/gestion-colombia-ucentral-v2.pdf>
- OCDE, & EUROSTAT. (2007). OSLO: *Manual de Oslo, Directrices para la recogida e*

interpretación de información relativa a innovación (Comunidad de Madrid, Consejería de Educación, & Dirección General de Universidades e Investigación, Eds.; Tercera edición).

- Pérez-Vallejo, L. M., Vilariño-Corella, C. M., & Ronda-Pupo, G. A. (2017). El cambio organizacional como herramienta para coadyuvar con la implementación de la estrategia. *Ingeniería Industrial*, 38(3), 323–332. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360453131009>
- Perilla Maluche, R. B., Mesa Molano, J., & Orozco Castro, L. A. (2022). Relación estrategia-estructura en la innovación organizacional y de modelo de negocio a partir de la transformación digital en el contexto de la COVID-19. *Cuadernos de Administracion*, 35, 1–20. <https://doi.org/10.11144/JAVERIANA.CAO35.REEIOM>
- Picón-Lucero, J. H., Matovelle-Romo, M. M., Salazar-Vásquez, F. I., & Ordoñez-Laso, A. L.-R. (2020). Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo de la competitividad farmacéutica. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 893. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i3.926>
- Salas Canales, H. J. (2020). Tecnologías limpias como fuente de ventaja competitiva empresarial. *ACADEMO Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(1), 97–104. <https://doi.org/10.30545/academo.2020.ene-jun.10>
- Sarfraz, M., Ivascu, L., Belu, R., & Artene, A. (2021). Accentuating the interconnection between business sustainability and organizational performance in the context of the circular economy: The moderating role of organizational competitiveness. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2108–2118. <https://doi.org/10.1002/bse.2735>
- Sinforoso Martínez, S., Villafuerte Valdès, L. F., & Carrera Mora, O. Y. (2022). Competitividad empresarial de las organizaciones desde las externalidades ambientales. Análisis teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 47–60. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.4>
- Solarte Solarte, C. M., Solarte Solarte, M. L., & Barahona Vinasco, J. F. (2020). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto (Colombia). *Contaduría y Administración*, 65(1), 1–25. <https://doi.org/10.22201/FCA.24488410E.2019.1725>
- Vasquez Ponce, G. O. A., Parrales Piloza, D. H., & Morales Chávez, V. E. (2021). Proceso administrativo: factor determinante en el desarrollo organizacional de las mipymes. *Revista Publicando*, 8(31), 258–278. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2249>
- Velázquez Castro, J. A., Cruz Coria, E., & Vargas Martínez, E. E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(3), 9–19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28059580002>
- Zamora Aguilar, M. G. (2018). El desarrollo organizacional como generador de un cambio significativo en las organizaciones de la sociedad civil. *Almenara: Revista*

Extremeña de Ciencias Sociales, 10, 87–109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6415690>

Zuñiga-Collazos, A. (2018). Analysis of factors determining Colombia's tourist enterprises organizational innovations. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 254–259. <https://doi.org/10.1177/1467358416642008>