



REVISTA SABERES APUDEP
ISSN L 2644-3805

Acceso Abierto. Disponible en:
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberessapudep>

Vol. 6, No.1
Enero-Junio 2023

Recibido: 28-03-2022
Aceptado: 13-08-2022
pp. 24-38



FACTORES DE ADMINISTRACIÓN COMPETITIVA EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN PANAMÁ

ADMINISTRATIVE COMPETITIVENESS FACTORS INVOLVED IN SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVES IN PANAMA

Ortega González, Frank

Universidad de Panamá, Panamá

frankortega60@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-2758-710X>

Resumen

Si se define al cooperativismo como un movimiento autónomo que busca la cooperación de sus miembros para alcanzar los fines establecidos, el cooperativismo competitivo es aquel que busca, como valor agregado, generar satisfacción para destacarse de otras cooperativas. Con esta finalidad se buscó identificar algunos de los factores de competitividad que intervienen en las cooperativas de ahorro y crédito en Panamá desde la perspectiva administrativa, lo cual ha sido descrito dentro del rango de la administración competitiva. Para ello, en el estudio realizado durante el año 2020, de las 479 cooperativas formalmente registradas, la muestra estuvo conformada por las 124 de ahorro y crédito, tomando en un muestreo por conveniencia a dos de ellas para aplicarles un cuestionario, en una investigación con diseño mixto de tipo descriptivo. Los resultados determinaron que los factores de competitividad se encuentran básicamente orientados en dos categorías: transparencia por medio de la comunicación periódica de informes financieros, y el uso y manejo de sistemas de información gerencial, lo que entra en concordancia con la administración competitiva, por lo que se concluye que los factores internos que forman parte de la competitividad de las organizaciones se relacionan directamente con su comportamiento interno y funcionalidad desde su entorno administrativo para tratar diligentemente la resolución de problemas y gestionar la cantidad de integrantes mientras mantiene la fidelidad de los mismos. Estos resultados sirven para recomendar a las cooperativas de ahorro y crédito del país fundamentar sus factores de competitividad de manera estandarizada y homogénea para alcanzar una administración competitiva.



Palabras Clave: administración financiera, operación administrativa, cooperativa-Panamá.

Abstract

If cooperativism is defined as an autonomous movement that seeks the cooperation of its members to achieve established goals, competitive cooperativism is one that seeks, as an added value, to generate satisfaction to stand out from other cooperatives. With this purpose, we sought to identify some of the competitiveness factors that intervene in credit unions in Panama from the administrative perspective, which has been described within the range of competitive administration. For this, in the study carried out during the year 2020, of the 479 formally registered cooperatives, the sample was made up of 124 savings and credit cooperatives, taking two of them in a convenience sample to apply a questionnaire, in an investigation with descriptive type mixed design. The results determined that the competitiveness factors are basically oriented in two categories: transparency through the periodic communication of financial reports, and the use and management of management information systems, which is in accordance with the competitive administration, therefore It is concluded that the internal factors that are part of the competitiveness of organizations are directly related to their internal behavior and functionality from their administrative environment to diligently deal with problem solving and manage the number of members while maintaining their loyalty. These results serve to recommend to the savings and credit cooperatives of the country to base their competitiveness factors in a standardized and homogeneous way to achieve a competitive administration.

Keywords: cooperative-Panama, financial administration, administrative operation.

Introducción

Si desde la administración de recursos se define al cooperativismo como un movimiento autónomo e independiente que busca la cooperación de sus miembros para alcanzar los fines que haya establecido, el cooperativismo competitivo es aquel que busca, como valor agregado, generar satisfacción entre sus asociados o cooperativistas para destacarse de las otras cooperativas de su estilo. Entre los factores de competitividad que se encuentran en estas instituciones de ahorro y crédito figuran la cantidad de servicios que ofrecen para sus integrantes; pueden encontrarse las líneas de crédito (préstamos, hipotecas), los intereses en base al tipo y valor estimado del servicio, facilidad para la inscripción y acceso a cuentas de



ahorro, posibilidad de obtener beneficios personales y familiares (becas u otros) o el otorgamiento de los beneficios propios de la institución en tiempos más cortos que sus similares. Otro punto de gran importancia como factor competitivo de las cooperativas se establece en la capacitación y conocimiento sobre todos los servicios y solución de problemas que pueden presentarse en la organización, lo cual forma parte de la buena administración en todos sus procesos.

El movimiento cooperativo se encuentra basado en la manera en la cual se buscan garantías para establecer una igualdad de condiciones para todos los participantes de la organización a la que forman parte. A su vez, se puede establecer que los objetivos del movimiento cooperativo mantienen la adhesión voluntaria de los miembros de la organización, membresía voluntaria de los asociados, capacitación de miembros integrantes de la organización, e igualdad de derechos y obligaciones con sus integrantes.

En la esfera de las actividades productivas, la economía solidaria puede ser considerada como una de las bases fundamentales de un desarrollo alternativo. Es importante determinar cómo influyen los factores de competitividad para que una persona común que pertenece a las filas de este tipo pueda obtener los servicios financieros que busque por medio del accionar de estas instituciones, haciendo hincapié en su razón social y las características que impulsan la preferencia de un asociado sobre otro. Desde la administración se pueden establecer estrategias o lineamientos con los cuales se pueda hacer frente a las problemáticas operacionales como en los casos de liquidez, rentabilidad de las operaciones o el costo de proporcionar un crédito contra el beneficio que se obtiene.

Con esta finalidad se propuso como objetivo del artículo identificar algunos de los factores de competitividad que intervienen en las cooperativas de ahorro y crédito en Panamá desde la perspectiva administrativa, porque el estudio de las



cooperativas de ahorro y crédito se delimita muchas veces a las capacidades para generar utilidades, pero también es importante determinar los factores que permiten mantener la competitividad y cuáles son las ventajas competitivas externas e internas de los servicios que prestan estos entes dentro de la economía de un país.

Por ello es oportuno conocer los factores que permiten conformar una administración competitiva que intervenga, que sepa gestionar desde la planeación estratégica, la producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, gestión de recursos humanos, gestión ambiental, capacidades directivas, o los sistemas de información e innovación (por ejemplo), unido a los indicadores de gestión internos y externos (Ramírez Molina y Ampudia Sjøgreen, 2018). Bajo la figura de organismos que los agrupen, la gestión cooperativa en general se puede hacer más fácil y manejable, porque se pueden estandarizar los procesos básicos, mantener estadísticas y permitir la auto revisión de cada una de ellas.

Materiales y métodos

Se presenta un diseño mixto que, según Canales Cerón (2014), puede ser definido como un proceso donde se mezcla el diseño cualitativo con el cuantitativo para generar investigaciones que utilizan hechos numéricos que cuantifican los resultados con situaciones intangibles de apreciación, observación o fenomenológicos para expresar nuevos resultados basados en esos resultados cuantitativos, pero la principal característica es su capacidad de mezclar ambos diseños para equilibrar la exposición de los resultados de manera que el lector pueda comprender cabalmente lo que se intenta expresar. De acuerdo con lo que señala Canales Cerón, los objetivos de la investigación mixta pueden encontrarse estipulados según lo anteriormente establecido, por lo que se entiende entonces que es aquella donde se emplean datos numéricos (por lo general estadísticos) y



se acompaña con el uso de documentos para realizar un análisis posterior de los mismos y asociarlos con los resultados cuantitativos, o viceversa. Esto permite a su vez precisar desde dos vertientes diferentes de investigación cómo se explican las variables estudiadas, relacionando los resultados arrojados por cada una.

Se trata de un estudio descriptivo que está dirigido a “mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92). Con lo anterior se puede expresar entonces que el estudio busca presentar de manera efectiva cómo un conjunto de situaciones conformadas por aspectos secuenciales y subsecuentes logra conformar una causalidad compleja, que a su vez determina cómo afecta a un aspecto específico y la manera efectiva en que se puede reconocer para posteriormente abordarse de manera oportuna. Es de tipo no experimental (Mendoza Torres, 2014) porque no toma en la experimentación ninguna variable de investigación para comprobar la relación que existe entre ellas, o sea, consiste en la revisión y el detalle de las situaciones tal y como se encuentran en su entorno natural y solo se centra en describir cómo se encuentran los fenómenos planteados. En cuanto a la temporalidad, es de carácter transversal (García, 2014), siendo recolectados sus datos durante el año 2020, acordado por un cronograma de investigación previamente estipulado que se cumplió con la recolección de los datos.

Resultados

La administración competitiva en los servicios de las cooperativas de ahorro y crédito

La competitividad se puede explicar a partir de la capacidad de la empresa para formular e implementar estrategias para mejorar o mantener una posición sostenible en su mercado (Ferraz, Kupfer y Haguenuer, 1996). Por lo tanto, la administración competitiva está relacionada con la capacidad para administrar



recursos de modo que la empresa pueda contender y obtener un desempeño superior al de los competidores. Además, se puede identificar por sus características: porque es dinámica y tiene la capacidad de transformar el potencial en resultados, por su capacidad de controlar recursos y capacidades apuntando a un desempeño superior orientado a largo plazo, y porque es relativa y comparable con otras empresas del sector (Man, Lau y Chan, 2002). Estos atributos que se alcanzan para comprobar su nivel de competitividad son los que hacen que permanezcan en el tiempo y se puedan expandir a nuevos mercados.

En este sentido, puede estar definida por el entorno competitivo o por las fuerzas competitivas, las cuales son vistas como los determinantes del sector y la competencia de la empresa (Porter, 1991), por tanto, se relaciona con una serie de factores en un mercado concreto, lo cual es parte de la interdependencia entre empresas (Ferraz, Kupfer y Haguener, 1996). Este concepto también se refiere a las características administrativas de las empresas y está relacionado con el desempeño (Coutinho y Ferraz, 1994). Así mismo, un factor competitivo (por ejemplo, las relaciones de cooperación) se convierten en una ventaja competitiva para una empresa (Zaccarelli, 2006) que se mide por el desempeño. En otras palabras, puede entenderse como la capacidad de crear y mantener un desempeño administrativo que sea superior en relación con los competidores.

Factores de administración competitiva que intervienen en las cooperativas de ahorro y crédito en Panamá

En términos generales, los resultados al realizar el estudio a dos cooperativas de la República de Panamá que subdividen sus servicios en el ahorro y crédito, permitieron reconocer una de las características administrativas fundamentales de estas instituciones financieras, y se puede comprobar que los integrantes de este tipo de instituciones poseen un nivel académico que les permite

identificar cuáles son los conceptos básicos relacionados con las finanzas de estas instituciones. Esto es necesario para reconocer el manejo administrativo que incluye pérdidas del período fiscal, ganancias, división de excedentes u otros.

Utilizando un cuestionario dicotómico compuesto por 4 ítems para especificar el perfil sociodemográfico del encuestado y 15 que formaban parte del contenido al que apuntaba la intención de la investigación, las preguntas se dividieron en 3 factores, donde los ítems estructurales abordaron la competitividad (5 ítems) como tema principal, y la productividad y rentabilidad (4 ítems) para medir este componente dentro de las dos cooperativas de ahorro y crédito que participaron en el estudio. También se realizaron preguntas complementarias dentro de los factores de competitividad para determinar la percepción del encuestado sobre la gestión de la cooperativa; en este aspecto se exploró sobre adaptación al cambio (2 ítems), gestión de recursos humanos (1 ítem), capacitación (1 ítem) y satisfacción (2 ítems).

Al realizarse una selección en base a la cantidad de cooperativas existentes en el mercado financiero para conocer de manera específica cómo las cooperativas de ahorro y crédito interactúan en su microambiente para hacer frente a los cambios presentados en su microambiente de manera continua, se tomó en cuenta para la depuración de los datos y conocer el desarrollo de su actividad que las cooperativas seleccionadas cuenten con las características de proporcionar a sus asociados productos relacionados al ahorro y crédito en igualdad de condiciones, entre los cuales se pueden encontrar los préstamos y creación de cuentas de ahorro, al igual que los aportes de beneficios relacionados a la pertenencia a las filas de la cooperativa como miembros oficiales y participantes.

Se tomó en consideración la similitud en cuanto a la integración de los miembros de la Cooperativa Usmania R.L., que se encuentra compuesta por los



docentes, administrativos y estudiantes de la Universidad Santamaría La Antigua (sector privado) y en contraparte, para verificar la concordancia en los servicios se escogió a Coopaceidaan R.L., en la cual sus integrantes forman parte de la fila de trabajo del Instituto de Acueductos y Alcantarillados de Panamá (sector público). Al tomarse en consideración la similitud y grados de pertenencia y pertinencia entre ambas organizaciones, se construyeron los instrumentos de investigación con lo que se determinó cómo ambas cooperativas comparten patrones de aceptación e inscripción similares.

Para rescatar las características anteriormente comentadas, se consideraron factores generalmente aceptados en las organizaciones, entre los cuales se encuentran la transparencia en sus operaciones, conocimiento de los miembros de la cultura organizacional por la cual la cooperativa se rige, la aplicación y aceptación de la tecnología como medio para intercambiar y comunicar información relevante para cada miembro, conocimiento de conceptos básicos relacionados a ganancias, pérdidas, programas de capacitación proporcionados por estas instituciones, al igual que el grado de satisfacción presentado por pertenecer a la organización. Con lo anteriormente mencionado, se busca establecer de manera eficiente una identificación de los factores de competitividad donde intervienen el capital, personas, tecnología, la penetración en el mercado y la capacitación de los integrantes que pueden hacer la diferencia entre las instituciones de la misma categoría.

Perfil sociodemográfico. En primer lugar, se determinó el perfil del encuestado utilizando una muestra por conveniencia: el 50% de los encuestados pertenecían a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Usmania y 50% a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopaceidaan. De ellos, el 50 % era de sexo femenino y el 50 % de sexo masculino; de este porcentaje, el 60 % era asociado, en comparación con el 40% que pertenece al nivel administrativo. El perfil también determinó que el

100% estudió la secundaria completa, el 93% poseía nivel universitario y el 7% estudió la secundaria completa. Basándose en estos datos, se pudo determinar que sí se podía medir la percepción sobre competitividad en el entorno de las cooperativas a partir de sus mismos integrantes, por medio de los factores abajo identificados.

Factor competitividad. El primer factor en medición se compuso de 5 ítems donde se preguntaba a los encuestados en las dos cooperativas si sentían que conocían a su cooperativa y podían valorar su competitividad; si conocían los factores de competitividad que intervienen en los servicios de las cooperativas de ahorro y crédito; si tenían claros los conceptos de competitividad, productividad, rentabilidad, pérdidas y ganancias; si creían que la cooperativa a la cual pertenecían era competitiva al compararla con otras, y; si la cooperativa contaba con programas que realizaban su competitividad. Las respuestas estaban encaminadas a medir la percepción de competitividad, pero también la pertenencia de quienes la integraban (preguntas 1-5, Tabla 1).

Tabla 1.

Factor competitividad, porcentaje de respuestas por cada ítem.

FACTOR 1: COMPETITIVIDAD										
Respuesta a cada ítem										
Cooperativa	P. 1		P. 2		P. 3		P. 4		P. 5	
Usmania	76%*	24%	76%*	24%	70%*	30%	96%*	4%	90%*	10%
Coopaceidaan	78%*	22%	78%*	22%	60%*	40%	92%*	8%	92%*	8%

Nota: porcentaje de respuestas positivas*

Factor productividad y rentabilidad. Este factor se conformó con 4 ítems para medir la percepción sobre las áreas de productividad y rentabilidad. Se preguntó en ellos si la cooperativa contaba con fuentes de información que permitieran conocer sobre las capacidades de generar utilidades en base a

productividad, rentabilidad, pérdidas y ganancias; si existe la coordinación de los administrativos con los asociados en cuanto a las decisiones importantes de los estados financieros y gestión social; si cuenta la cooperativa con estados financieros visibles que arrojen los resultados en base a las ganancias y pérdidas, y; si ofrecen oportunidades para que asociados y público en general quieran seguir inscritos (preguntas 6 a la 9, Tabla 2).

Tabla 2.

Factor productividad y rentabilidad, porcentaje de respuestas por cada ítem.

FACTOR 2: PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD								
Respuesta a cada ítem								
Cooperativa	P. 6		P. 7		P. 8		P. 9	
Usmania	92%*	8%	96%*	4%	80%*	20%	70%*	70%
Coopaceidaan	88%*	12%	96%*	4%	84%*	16%	30%*	30%

Nota: porcentaje de respuestas positivas*

Factores complementarios. Para aumentar el conocimiento sobre los elementos de competitividad en las cooperativas de ahorro y crédito encuestadas, se elaboraron 6 preguntas de cierre (preguntas 10 a 15) que componen el factor complementario para saber cuáles son los elementos de competitividad que intervienen en las cooperativas de ahorro y crédito en Panamá. Estos ítems seleccionados fueron: adaptación al cambio (2 ítems, si la cooperativa tenía capacidad de adaptación al entorno y a los avances tecnológicos, y si el encuestado podía navegar en páginas web), gestión de recursos humanos (1 ítem, si las cooperativas contaban con herramientas donde se puede valorar la gestión de recursos humanos), capacitación (1 ítem, si la cooperativa tenía programas de capacitación frecuentes y en temas de actualidad) y satisfacción (2 ítems, si se sentían satisfechos de pertenecer a su cooperativa, y si recomendarían la cooperativa a familiares y público en general). Los resultados están expresados en la Tabla 3.

Tabla 3.
Factores complementarios, porcentaje de respuestas por cada ítem.

FACTOR 3: FACTORES COMPLEMENTARIOS												
Respuesta a cada ítem												
Cooperativa	P. 10		P. 11		P. 12		P. 13		P. 14		P. 15	
Usmania	76%*	24%	92%*	8%	84%*	16%	90%*	10%	92%*	8%	96%*	4%
Coopaceidaan	78%*	22%	92%*	8%	96%*	4%	92%*	8%	92%*	8%	100%*	0%

Nota: porcentaje de respuestas positivas*

Cabe destacar los factores de competitividad de las cooperativas de carácter financiero, que se encuentran estipulados en base a los lineamientos administrativos básicos para la creación, de la historia y sus principios de operación, entre los cuales figuran la inscripción voluntaria de sus miembros y la preocupación por las comunidades donde se encuentran. Las cooperativas a nivel nacional basan sus factores de competitividad en los lineamientos establecidos por la Ley 17 del 1 de mayo de 1997. Para estas, figura la aplicación de las normas internacionales aceptadas como estándar para el desarrollo del ciclo contable de una empresa, empleándose la declaración de documentos contables o estados financieros que deben ser rendidos a los estamentos de fiscalización al igual que a los integrantes de las cooperativas, de modo que conozcan la situación actual del negocio y demuestren la transparencia que debe caracterizar las transacciones que en estas se realicen.

Estos resultados ponen de manifiesto la gestión administrativa que realizan, lo que se une a los resultados relevantes sobre percepción de operaciones y factores de competitividad que deben determinar un mayor porcentaje de conocimiento sobre su capacidad para destacarse de otras. Esto se debe a que muchas de estas instituciones trabajan de manera mancomunada, lo cual les permite sentirse más familiarizados con su entorno y mantienen valores compartidos.



Si bien es cierto que las cooperativas deben mantener valores compartidos y lineamientos, aquellas donde la mayoría de sus miembros pertenecen a un mismo entorno, generan una adhesión y visión similares con mayor significación, lo que se pone de manifiesto al dividir los subgrupos investigados entre uno del sector público y otro del sector privado. Para poder identificar factores competitivos y tener conocimiento de los mismos, sus miembros deben estar informados continuamente para que esta información sea replicada mediante los mensajes internos. Este es un reflejo también de la identidad de cada cooperativa, lo que indica que es cierto el hecho de que “aprovechan su identidad para reforzar la competitividad” (Creciendounidos.org, 2021, párr. 2).

Conclusiones y Recomendaciones

Entre las características fundamentales que se establecen para la concepción del trabajo de las cooperativas se encuentran un sistema de adhesión abierta, control democrático, utilización de los excedentes para el trabajo en equipo futuro y reconocimiento de interés limitado. Para el establecimiento de una estrategia para la competitividad de la organización, es importante el establecimiento de una dirección administrativa para que su funcionamiento sea óptimo, por medio de la contratación de personal administrativo especializado en la materia con el propósito de mantener las operaciones en constante monitoreo y que se vayan corrigiendo las fallas.

En la encuesta realizada a las dos cooperativas de ahorro y crédito de Panamá, se determinó que los factores de competitividad se encuentran básicamente orientados en dos categorías: la transparencia a sus socios de trabajo por medio de una administración eficiente que permite la comunicación periódica de informes financieros, y el uso y manejo de sistemas de información gerencial. Por



su parte los factores de competitividad a nivel financiero hacen referencia a la capacidad para poder enfrentar riesgos como el otorgamiento de préstamos, la evaluación de los retornos económicos efectivos y el recurso humano con el cual operan. La comparación puede establecer que las personas que integran a Copaceidaan y Usmania poseen conocimientos clave para saber dónde se encuentran con respecto a sus cooperativas y mantener un conocimiento básico de los períodos de ganancias y pérdidas con respecto a las operaciones. A su vez, con lo anterior se puede conocer que sus integrantes, al formar parte de la institución de manera activa, conocen de manera eficiente los factores de competitividad; en este mismo sentido se puede comprobar que ambas mantienen un buen sistema para compartir información estratégica, no obstante, la consideración de los encuestados de que la transmisión de información también puede mejorar.

La reflexión sobre este tema recae en las bases de la economía solidaria como nuevo enfoque conceptual de la teoría económica en los procesos de experimentación de solidaridad y cooperación en la economía y en la vida social de los individuos, sugiriendo que se debe realizar un enfoque constructivo sobre la comunicación de los gobiernos corporativos de las cooperativas, al igual que de los principios en general. Esto se basa en la manera de compartir los beneficios fundamentados en las bases de la economía solidaria para incentivar el aumento del número de personas que forman parte de la cooperativa, dando paso a un nuevo mercado y estabilizando los procesos administrativos. Es de vital importancia que se manejen conceptos como los beneficios directos funcionales al formar parte de las cooperativas mediante obsequios en especie, reconocimiento y aceptación.

También se advierten los factores de acometividad con mayor presencia para el establecimiento de sistemas de mejora para la actividad operacional en el tiempo, lo cual permite aumentar la competitividad al igual que la transparencia mediante un aumento del uso de herramientas de gestión y planificación de

estrategias donde la división de mercado juega un papel importante. Por ello se recomienda a las cooperativas de ahorro y crédito de Panamá fundamentar sus factores de competitividad de manera estandarizada y homogénea para alcanzar una administración competitiva y reconociendo, mediante la simple inspección, los factores que intervienen a favor y en contra; también se invita a estas instituciones mantener un sistema de capacitación elevado que favorezca el crecimiento en base al conocimiento y desarrollo de estrategias operativas por parte del recurso humano de la organización, ya que los factores de competitividad de las instituciones de ahorro y crédito deben ser similares.

Referencias Bibliográficas

- Canales Cerón, M. (Coord.). (2014). *Metodologías de investigación social*. Santiago: Lom Ediciones.
- Cole, A. (2010). Una prueba de la agencia de la teoría de la propiedad gerencial, el apalancamiento y los dividendos corporativos. *Financial Management*, 18, pp. 36-46.
- Coutinho, L.G., Ferraz, J.C. (1994). *Estudo da competitividade da indústria brasileira*. Brasil: Papyrus.
- Creciendounidos.org. (2021). La identidad cooperativa refuerza la competitividad. La historia de Amul. Recuperado de <https://creciendounidos.org/la-identidad-cooperativa-refuerza-la-competitividad-la-historia-de-amul/>
- Ferraz, J.C., Kupfer, D., Haguenuer, L. (1996). El desafío competitivo para la industria brasileña. *Revista de La Cepal*, 58, pp. 145-173.
- García, J. (2014) *Metodología de la investigación para administradores*. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Haguenauer, L. (2012). Competitividad: conceptos y medidas. *Revista de Economía Contemporánea*, 16 (1), pp. 146-176.

Ley 17, Por la cual se desarrolla el artículo 283 de la Constitución Política y se establece el Régimen Especial de las Cooperativas. Gaceta Oficial de la República de Panamá, Panamá, 1 de mayo de 1997.

Man, T. W., Lau, T., Chan, K.F. (2002). La competitividad de las pequeñas y medianas empresas: una conceptualización con enfoque emprendedor competencias. *Journal of Business Venturing*, 17 (2), pp. 123-142.

Mendoza Torres, C.P. (2018) *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México. Editorial McGraw-Hill.

Porter, M.E. (1991). Estrategia competitiva: Técnicas de análisis de industrias y competencia. Río de Janeiro: Elsevier.

Ramírez Molina, R.; Ampudia Sjogreen, D. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. *Revista Recitium, Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*, 4(1), pp. 16-32.

Zaccarelli, S.B. (2006). *Estratégias e sucesso nas empresas*. São Paulo: Saraiva.