

## Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial

**Ramírez Molina, Reynier Israel**<sup>1</sup>

Universidad de la Costa  
rramirez13@cuc.edu.co

**Ampudia Sjogreen, Daniel Esteban**<sup>2</sup>

Universidad de la Costa  
dampudia1@cuc.edu.co

### RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue describir los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial de México y Colombia, con los enfoques teóricos de Kreitner y Kinicki (2007), Bañuls (2009), Weitz (2015), Ortiz y Arredondo (2014), Rodríguez y Rodríguez (2017) y Ramírez M, (2018). Con una metodología de tipo descriptivo transeccional de campo. La población de estudio, estuvo constituida por el personal de las empresas comerciales de Súper Almacén Olímpica (SAO) y tiendas COPPEL, considerando como universo de la población, el sector comercial de Colombia y México. La muestra fue de ciento veinte (120) informantes claves; específicamente el personal administrativo fijo que labora en dichas empresas. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario, estructurado por (12) ítems, con una escala tipo Likert, de selección de respuestas múltiples. Se obtuvo como resultado que los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología, se recomienda diseñar estrategias para fortalecer los recursos técnicos y procedimientos empleados para el sector productivo, donde se promueva en la organización actitudes a favor de la visión estratégica, dirigidas a implementar las mejores prácticas específicas de gestión humana, generando efectos positivos en el desempeño del talento humano.

**Palabras clave:** factores de competitividad empresarial; innovación; tecnología; flexibilidad productiva; calidad.

<sup>1</sup>Postdoctor en Gerencia en las Organizaciones (URBE, 2015). Doctor en Ciencias de la Educación (URBE, 2013). Magister Scientiarum en Gerencia de Recursos Humanos (URBE, 2007). Licenciado en Comunicación Social, Mención Publicidad y RR.PP. (URBE, 2004). Docente Investigador, tiempo completo en la Universidad de la Costa, Barranquilla - Atlántico, Colombia. Miembro del CNP: 20478 – Zulia. Miembro del Grupo de Investigación: Administración Social (GRIAS) de la Universidad de la Costa-COLCIENCIAS. Director Administrativo de la Fundación Villa Bernarda (FUNDAVIBE), Maracaibo-Zulia, Venezuela. Consultor de Servicios Gerenciales y Conferencista Internacional. Correo institucional: rramirez13@cuc.edu.co ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-5073-5158>. Correo personal: reynieri.ramirez@gmail.com

<sup>2</sup>Estudiante del Programa de Administración de Empresas, de la Universidad de la Costa. Correo institucional: dampudia1@cuc.edu.co

## **Factors of Enterprise Competitiveness in the Commercial Sector**

### **ABSTRACT**

The objective of this research was to describe the factors of business competitiveness in the commercial sector of México and Colombia, with the theoretical approaches of Kreitner and Kinicki (2007), Bañuls (2009), Weitz (2015), Ortiz and Arredondo (2014), Rodríguez and Rodríguez (2017) and Ramírez M, (2018). With a methodology of descriptive transectal of field. The study population, was constituted by the staff of the trading companies of Olympic Super Store (SAO) and shops COPPEL, whereas as a universe of the population, the commercial sector of Colombia and México. The sample was of one hundred twenty (120) key informants; specifically the staff fixed working in these companies. Used the technique of the survey using a questionnaire, structured by (12) items with a scale Likert-type of multiple-choice selection. Was obtained as a result of business competitiveness factors present in the commercial sector are innovation, productive flexibility and quality, in a moderately satisfactory category, whereas as opportunity for improvement the indicator technology, it is recommended to design strategies to strengthen the technical resources and procedures used for the production sector, where attitudes in favour of the strategic vision, aimed at implementing the best be promoted in the Organizations specific practices of human resources management, generating positive effects on the performance of human talent.

**Keywords:** business competitiveness factors; innovation; technology; production flexibility; quality.

### **Introducción**

Hoy en día las empresas juegan un papel vital dentro del entorno, éstas satisfacen tanto las necesidades fisiológicas, psicológicas y de autorrealización social, como los modelos de desarrollo tecnológico y económico de los países. De esta manera, las organizaciones a medida que van apareciendo innovaciones tangibles e intangibles, éstas van cambiando sus estrategias comerciales, así como, su forma de trabajo ya sea interno o externo.

Al respecto, la estrategia está directamente relacionada con la resolución del conflicto que tiene que ver directamente con los valores y que repercute en la misión de la organización. Supone convivir en el ambiente de la alta dirección de las empresas, partiendo de la visión, la misión y procesos de acople cultural que permitan alinear la cultura con la estrategia, (Rodríguez y Rodríguez, 2017).

Es por esto que, aquellas compañías que no se actualizan constantemente en cuanto a maquinaria, personal, tecnología e infraestructura pueden dejar de ser competitivas, lo cual llevaría a pérdida de clientes o incluso a desaparecer, (Kreitner y Kinicki, 2007). Por tal motivo, se requiere de estrategias en un tiempo reducido, igualmente es necesario colocar en marcha la creatividad para mantener la calidad, así como, adaptarse a los numerosos cambios para enfrentar los posibles riesgos. Es así, que los recursos humanos son elementos claves en cualquier proceso de cambio y en el aumento de la productividad y competitividad de las organizaciones.

En este mismo orden de ideas, como referente de investigaciones sobre la competitividad de las empresas, se menciona a Saavedra (2012) quien diseñó una metodología para la determinación de la competitividad en las PYMES Latinoamericanas, con la finalidad de determinar el nivel de competitividad de éstas, fundamentadas en el mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Martínez, Charterina y Araujo (2010), quienes desarrollaron un modelo explicativo de la competitividad empresarial a partir de factores internos a la empresa, desde la visión de la empresa basada en recursos (VBR-España).

Estas metodologías incluyen factores de competitividad tales como: planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, capacidades directivas, marketing, calidad, sistemas de información e innovación, complementando con los indicadores de gestión tanto internos como externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

Por su parte, países en América latina, como México, Chile, Venezuela, Argentina y Colombia, en los últimos años, han reportado importantes cifras en la

desmejora en los indicadores de competitivas organizacional. Ante las situaciones descritas, se visualiza la falta de competitividad empresarial en el sector comercial de Colombia y México, entre estos en Súper Almacén Olímpica (SAO) y tiendas COPPEL, a causa del poco reconocimiento a los colaboradores, originando que estos, se sientan desanimados, y por tal motivo en algunas oportunidades se incurre en el mal trato y falta de atención a los clientes.

A su vez, la ausencia de inversión en el personal por parte de la empresa, son indicadores que afectan la competitividad de la organización. Todo esto, ha traído como consecuencia, el poco reconocimiento en el mercado nacional e internacional. En atención a la problemática planteada, se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo son los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial de México y Colombia?

En este sentido, el objetivo de la investigación consistió en describir los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial de México y Colombia. Se justifica por sus aportes teóricos y prácticos; utilizándose como orientación de acuerdo a los referentes teóricos facilitados, que sustentarán nuevos proyectos de investigación para el avance de la ciencia y tecnología; al mismo tiempo, al colocar de manifiesto los factores de competitividad permitirá a futuras investigaciones aplicar los indicadores en otros sujetos de estudio, lo que posibilitará el origen de nuevos hallazgos.

## **Innovación, tecnología, flexibilidad productiva y calidad: factores de competitividad empresarial**

Diversos estudios sobre la competitividad se han convertido en una línea de investigación trascendente entre los académicos y su praxis en talento humano de las organizaciones. Esta puede ser analizada desde diversas perspectivas y todas ellas contribuyen al desarrollo sustentable de una nación basado en el ser humano, generando una participación activa y novedosa en el mercado, considerando los

niveles macroeconómicos, políticas de desarrollo económico, factores culturales y sociales. Afirma Ramírez (2018), que:

El principal factor de éxito en la organización está centrado en el equipo de trabajo, el cual deberá cumplir con todos los requisitos para ser un equipo altamente efectivo, se constituirá en un factor diferenciador que garantice los menores costos de operación y mayores ingresos, ya que su participación en la cadena de valor de la empresa, así como los impactos que genere en los resultados de la organización, hoy en día son posibles de detectar y medir. (Pág.107).

Por otra parte, las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas. El aporte económico en el análisis es indiscutible, pues en un mundo competido, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición o, si se quiere enfocar la competitividad desde lo óptimo, tienen que saber que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; en otras circunstancias, las empresas mueren, (Cabrera, López y Ramírez, 2011).

Al tanto Rodríguez y Rodríguez (2017), manifiestan que los cambios continuos que enfrentan las organizaciones les exigen estrategias efectivas para poder mantenerse latentes en el tiempo. A su vez, las están obligando a identificar y desarrollar ventajas competitivas que les permitan ofrecer servicios y/o productos de alta calidad. Para Díaz (2007), la competitividad empresarial no se trata de un problema de tipo tecnológico y económico, implica otros aspectos como el territorio, elementos sociales, ambientales y políticas. Debe de integrar la tecnología, con los aspectos ecológicos, con la finalidad de equilibrar la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social; todo esto basado en el buen uso de los recursos naturales.

Cabe agregar lo afirmado por Ferraz, Kupfer y Looty (2004), que una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una

posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Las estrategias, capacidades y desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecidos en la actividad realizada; define la base de las empresas, es posible considerar por extensión que un sector es competitivo, si una proporción alta de valor de producción se origina de empresas que son y deben presentar cuatro elementos: ventajas en materia de costos, diferenciación de producto, capacidad de respuesta y progreso técnico.

Díaz (2007) y Mañalich (2004), afirman que existen dos elementos que determinan realmente la competitividad, uno es el nivel microeconómico que incluye la capacidad de la empresa para captar el mercado, actitud de vender aquello que es producido y la capacidad para mantener o incrementar de forma sostenida su cuota en el mercado; y la segunda es el nivel macroeconómico el cual incluye la capacidad de un país para participar en los mercados, la actitud del país para enfrentar la competencia, alcanzando los objetivos centrales de políticas económicas.

Ante los importantes cambios acaecidos en los últimos años, se ha modificado el panorama del mercado comercial, enfrentando nuevos retos y oportunidades. Ello ha supuesto la necesidad de estudiar qué nuevos factores y estrategias garantizan la competitividad de las empresas del sector. Según Weitz (2015), hay cuatro factores importantes que afectan la competitividad empresarial y su aplicación en América Latina, entre estos, (1) la productividad y futuro crecimiento económico mundial serán menos optimistas que en el pasado; (2) en el futuro, el paro bajará mucho para los más formados y subirá en los menos formados; (3) los países que fracasan lo hacen por falta de instituciones democráticas bien asentadas; (4) hacer reformas económicas y cambios estructurales que integren la economía al resto del mundo es fundamental.

Para Ortiz y Arredondo (2014), los factores para el desenvolvimiento y competitividad empresarial, se orientan por: el perfil del administrador, vínculos de colaboración, conocimiento del mercado, la innovación, tecnología y gestión

administrativa. Por su parte, Bañuls (2009), manifiesta que al pasar los años hay que alimentar la competitividad para enfrentar los nuevos retos que se crean cada día, considerando los factores innovación, tecnología, flexibilidad productiva y calidad; puesto que descuidar estos conlleva a desmejorar los procesos administrativos y operativos de la empresa, originando un bajo nivel de competitividad en el mismo mercado. Estos se indican a continuación:

(a) Innovación, es la puesta en el mercado de un producto o servicio nuevo o mejorado atendiendo a las demandas de la sociedad; asociado con temas tecnológicos cuando se utiliza lo técnico como medio para introducir el cambio en todos los ámbitos, es decir, crear e introducir soluciones originales a las necesidades existentes y nuevas que surjan, pero también se puede abordar en el área organizativa y comerciales. Innovar contempla introducir nuevas combinaciones entre factores de la producción para generar un producto mejor, nuevo o diferente, que impacte positivamente en el mercado y en el ambiente, conlleva tanto beneficios económicos como sociales.

(b) Tecnología, es un instrumento potenciador que aumenta las oportunidades de los países en vías de desarrollo a través del conocimiento. Combinación de información, contexto y experiencia, buscando alcanzar los objetivos del negocio como medio de obtener y administrar el conocimiento que la empresa requiere para ser competitiva.

(c) Flexibilidad productiva, capacidad de responder ante el cambio, a la adaptabilidad o a la habilidad para hacer frente de forma eficaz a las circunstancias cambiantes. Habilidad de una entidad para desplegar y replegar sus recursos eficientemente, como respuesta a las condiciones cambiantes. Es la necesidad de la empresa moderna de contar con fuerza de trabajo capaz de adaptarse fácilmente a las fluctuaciones de la demanda, e intervenir directa o indirectamente en la mejora de la calidad de la producción y productos finales, sean estos bienes o servicios.

(d) Calidad, significa alcanzar la excelencia bajo indicadores de productividad de acuerdo a su creación, fabricación o procedencia, referenciado con óptimas garantías.

Ante los aportes teóricos de Weitz (2015), Ortiz y Arredondo (2014), y Bañuls (2009), se observa la evolución de los factores de competitividad empresarial en esta era global, con énfasis en la innovación, tecnología, flexibilidad productiva y calidad, siendo estos indicadores del desarrollo científico y avance tecnológico, que repercute día tras día en la raza humana, y por tal motivo hace eco en las organizaciones. Ciertos elementos se desprenden de esto, como la revolución de las TIC y su relación socio-cultural, gestión del conocimiento para el crecimiento económico global, mercados laborales sin fronteras, transformaciones sociales y políticas, lo que impactará las nuevas formas de producción en las empresas.

En este sentido, la actual era de la globalización, incertidumbre, información, sociedad postindustrial y de la hipercompetencia, exige a las instituciones una sólida capacidad competitiva basada en altos estándares de calidad, eficiencia, productividad, servicio y otros activos intangibles críticos que aseguren su sobrevivencia y desarrollo, (Cuesta, 2015).

Por otra parte, Ramírez y Hugueth (2017) manifiestan que hoy en día, las organizaciones interesadas en mejorarla efectividad de su gestión, han conseguido en la comunicación una herramienta gerencial que les permite mantener grupos de trabajo integrados, cumpliendo con los objetivos planificados a través de una comunicación productiva.

## **Materiales y métodos**

Epistemológicamente la investigación se enmarcó dentro del paradigma cuantitativo, con un enfoque empírico positivista, de acuerdo a Hurtado (2010), utiliza la lógica de la verificación empírica de hechos, causas, complejidad del ser humano reducida a variables, calcula la probabilidad estadística, se aplican



instrumentos que codifican, tabulan, analizando para concretar las conclusiones. La metodología, se consideró como descriptiva y de campo, especificando características, rasgos del fenómeno objeto de análisis.

Según la perspectiva temporal fue transeccional, con un diseño no experimental. La población de estudio estuvo constituida por el personal de las empresas comerciales de Sao y Coppel, considerando como universo de la población, el sector comercial de Colombia y México, para Tamayo, y Tamayo (2012), el universo de la población es definida como la totalidad de individuos o elementos en los cuales pueden presentarse determinadas características susceptibles a ser estudiada. De acuerdo a los criterios de selección de la población, fueron considerados el personal administrativo, que contemplan los mandos medios: supervisores, líderes y jefes de áreas, que labora en las empresas sujetos de estudio, los cuales cuentan con un número de unidades operativas y administrativas similares en su estructura organizacional.

De igual manera, se tomaron estas empresas, porque son similares en cuanto a sus áreas operativas de trabajo, números de personal y servicios que prestan; representativos para valorar los resultados, consolidando los objetivos de investigación. Las unidades informantes, se caracterizan por ser técnico y profesional, personal fijo, de ambos sexos, mayores de edad e independientemente del estado civil, (ver tabla 1).

**Tabla 1. Constitución de la población**

<b>Nombre de la empresas</b>	<b>Personal fijo</b>	<b>Cantidad de sujetos</b>
SAO	Personal administrativo.	81
Coppel	Personal administrativo.	39
	Unidades informantes	120

**Fuente: Elaboración propia (2017).**

La técnica para recolectar los datos fue la encuesta, como instrumento un cuestionario, con preguntas de escala de selección múltiples, estructurado por doce

(12) ítems, con una escala ordinal de acuerdo a los postulados de Hernández, Fernández y Baptista (2014), mediante opciones de respuestas, (MDA): muy de acuerdo, (DA): de acuerdo, (I): indeciso, (ED): en desacuerdo, (MED): muy en desacuerdo, calificándose desde cinco (5) al uno (1) los enunciados positivos y del uno (1) al cinco (5) los enunciados negativos. Para dar respuesta al propósito de la investigación se generó un baremo de interpretación de la media aritmética estableciendo el comportamiento de los indicadores de los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial, (ver tabla 2).

**Tabla 2. Baremo de interpretación de la media aritmética**

<b>Rango</b>	<b>Categoría</b>
0 - 1 $\geq$	Insatisfactoria.
1 - 2 $\geq$	Moderadamente insatisfactoria.
$\leq$ 2 - 3 $\geq$	Ni Satisfactoria - Ni Insatisfactoria.
$\leq$ 3-4 $\geq$	Moderadamente satisfactoria.
$\leq$ 4-5	Satisfactoria.

**Fuente: Elaboración propia (2017).**

Para determinar la validez del contenido del instrumento, se sometió a revisión con diez (10) expertos en las áreas de metodología y gestión organizacional. De acuerdo a la confiabilidad, se realizó una prueba piloto en un número de sujetos similares a la población, y una vez recopilada la información, se aplicó la fórmula de confiabilidad Alfa de Cronbach, dando como resultado un 0,91r, lo cual indica, que el instrumento es altamente confiable según el baremo de interpretación, (ver tabla 3).

**Tabla 3. Baremo para la interpretación de la confiabilidad**

<b>Escala</b>	<b>Categoría</b>
DE 0 HASTA 0,20.	Muy Baja.
DE 0,21 HASTA 0,40.	Baja.
DE 0,41 HASTA 0,60.	Moderada.
DE 0,61 HASTA 0,80.	Alta.
DE 0,81 HASTA 1.	Muy Alta.

**Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).**

Una vez completada la recolección de los datos se procede al análisis de los resultados, mediante la codificación y tabulación de la hoja de cálculo Excel (Microsoft Excel 2016, versión V3); la metodología se centró mediante: (a) la selección del tema, revisión bibliográfica, a fin de estructurar el planteamiento del problema, referentes teóricos, justificación y objetivo; (b) elaboración de la metodología; (c) construcción del instrumento, sometido a prueba de expertos con el fin de precisar la validez del mismo, elaborar la versión final para aplicarlo a la población de estudio; (d) tratamiento estadístico de análisis y discusión de los resultados; (e) para la obtención de conclusiones.

## Resultados y discusiones

Al describir los factores de la competitividad empresarial presentes en el sector comercial de México y Colombia, el promedio total de la variable; competitividad empresarial, de acuerdo al baremo de interpretación del promedio o media fue de 3,20 %, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria. El 41,67% de los encuestados, informaron estar indeciso, (ver tabla 4).

**Tabla 4. Promedio o media aritmética de los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial**

Alternativas de Respuesta	Ítems	MDA		DA		I		ED		MED		TOTAL		Promedio
		Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	
Innovación.	1-3.	17	14,17	19	15,83	54	45,00	17	14,17	13	10,83	120	100	<b>3,09</b>
Tecnología.	4-6.	22	18,33	22	18,33	47	39,17	22	18,33	7	5,83	120	100	<b>3,19</b>
Flexibilidad productiva.	7-9.	23	19,17	20	16,67	48	40,00	15	12,50	14	11,67	120	100	<b>3,19</b>
Calidad.	10-12.	24	20,00	22	18,33	51	42,50	13	10,83	10	8,33	120	100	<b>3,32</b>
<b>Total Dimensión</b>	<b>1-12.</b>	<b>22</b>	<b>17,92</b>	<b>21</b>	<b>17,29</b>	<b>50</b>	<b>41,67</b>	<b>17</b>	<b>13,96</b>	<b>10</b>	<b>9,17</b>	120	100	
<b>Baremo de Interpretación del Promedio o Media</b>														
<b>Categorías</b>	<b>Rangos</b>	<b>Promedio Total de la Dimensión</b>												
<b>Insatisfactoria.</b>	0 - 1≥	<b>3,20</b>												

<b>Moderadamente insatisfactoria.</b>	1 - 2 $\geq$
<b>Ni Satisfactoria - Ni Insatisfactoria.</b>	$\leq 2$ - 3 $\geq$
<b>Moderadamente satisfactoria.</b>	$\leq 3$ -4 $\geq$
<b>Satisfactoria.</b>	$\leq 4$ -5

**Se ubica en una categoría moderadamente satisfactoria.**

---

**Fuente: elaboración propia (2018).**

En virtud de lo planteado, los resultados coinciden con Rodríguez y Rodríguez (2017), quienes manifiestan que en los primeros años del siglo XXI, para dar respuestas a las necesidades que aquejan a las organizaciones, estas requieren modificar sus estructuras y comportamientos, muchos de los cuales, responden a un mundo y un entorno tecnológico – económico - político - social - demográfico y cultural que ya no existen.

Ello trae como consecuencia, respuestas a realidades inexistentes y, por ende, pérdida en la capacidad de adaptación que impida sacar provecho de ellas. En cuanto a la descripción de los factores de competitividad, Bañuls (2009), opina que los cambios acaecidos en los últimos años han modificado a nivel comercial el panorama del mercado frente a nuevos retos y oportunidades, siendo difícil describir todos los factores de la competitividad, ya que éstos son numerosos y complejos.

Por su parte un 9,17% de los encuestados están medianamente en desacuerdo, lo que refuerza el promedio total de la variable, y se percibe una posible insatisfacción de acuerdo a la innovación, tecnología, flexibilidad productiva y calidad, considerándose como oportunidad de mejora. El factor de la competitividad empresarial presente en el sector comercial de México y Colombia, es el indicador innovación, que a pesar que el 45% de la población esta indecisa, posee una desviación positiva de 15,83%, donde se manifiesta que están de acuerdo.

Es la puesta en el mercado de un producto o servicio nuevo o mejorado atendiendo a las demandas de la sociedad; cada vez que se habla de innovación se asocia con temas tecnológicos cuando se utiliza la tecnología como medio para introducir el cambio, pero también puede abarcar ámbitos organizativos y comerciales. Cabrera, López y Ramírez (2011), resaltan que la innovación le da el

significado de producir o introducir algo nuevo, alguna idea, método o instrumento nuevos, para la marcha; así la innovación es la concepción de una idea, la cual requiere de un proceso para que se lleve a cabo en un cambio en la función de producir.

Por otra parte, el indicador tecnología, es el que posee falencias ya que un 18,33% manifestó estar en desacuerdo, siendo ésta la tendencia negativa, debido a que un 39,17%, estaba indeciso. Lo que indica que se deben diseñar estrategias para fortalecer dicho indicador presentes en el sector comercial de México y Colombia.

Al respecto, Cuesta (2015), opina que es importante el estudio de ambos enfoques organizacional y administrativo, estriba en las similitudes presentes en la definición tanto de la gerencia del conocimiento como de la gestión tecnológica, al punto que, se observa concordancia en que juntas estas actividades buscan alcanzar los objetivos del negocio por medio de obtener y administrar el conocimiento o la tecnología que la empresa requiere para ser competitiva.

En cuanto a la flexibilidad de la organización, los informantes estuvieron medianamente en desacuerdo con el indicador flexibilidad productiva con un 19,17%, Añez (2005) sustenta la búsqueda de la adaptabilidad constante en modelos de producción basados en información, conocimiento y el uso de materia gris, también denominado desarrollo del capital intelectual, lo antes indica que la flexibilidad productiva, es saber adaptarse a los constantes modelos de producción usando la información como una estrategia para lograr la adaptación.

Además, enmarcada en sistemas dinámicos de mejora continua; en una estructura empresarial moderna en forma de red flexible y descentralizada que responda a una dirección estratégica, pero conservando autonomía en cada nodo de la estructura organizacional; y en trabajadores vistos como socios estratégicos, técnicos en la innovación y generación de riqueza.

El papel central de la calidad se ha convertido en la actualidad en parte del vocabulario empresarial, dado el éxito exportador obtenido por las empresas de

distintos países que lo aplican. Este indicador obtuvo un 20,00%, con la categoría medianamente en desacuerdo, porcentaje elevado, se le debe dar importancia por sus contribuciones a la innovación y desarrollo tecnológico, en este sentido las empresas tecnológicas están obligadas a efectuar mejoras continuas no solamente en la producción sino en los procesos de la organización.

Ferraz, Kupfer y lootty (2004), define a la calidad como desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor. De acuerdo a la cita anterior se puede decir que la calidad es crear un producto que mantenga sus estándares óptimos, satisfaciendo la necesidad del cliente.

En cuanto a la calidad Díaz (2007), agrega que no es la perfección de un producto, es la eficiente producción de un producto, el cual se espera siempre cumpla con la necesidad planteada por el consumidor final, satisfaciendo según Martínez, Charterina y Araujo (2010), las necesidades del cliente. Los autores en referencia, afirman que la calidad es lo que un cliente siempre quiere y que una empresa puede ser siempre exitosa si cumple con un estándar que el cliente espera se le brinde siempre que adquiera un producto.

De acuerdo con Saavedra (2012), la competitividad es un factor importante dentro del entorno organizacional, particularmente en el ambiente global, que es cada vez más dinámico y en donde la revolución tecnológica, facilita la comunicación entre países y mejora la productividad, evidenciando las cualidades, así como debilidades de las empresas. Para Ortiz y Arredondo (2014), cada empresa va adoptando diversas condiciones y características que afectan directamente la manera de actuar de los integrantes, y la forma de percepción de dichas características que conforma el clima organizacional.

Asimismo, Saavedra (2012), hace referencia que para mejorar la competitividad en las empresas, es preciso comenzar desde el interior de éstas y conocer los factores que lo determinan. Considerando un adecuado clima organizacional, para el desarrollo de sus labores dentro en un ambiente interno

favorable, usando sus conocimientos y habilidades de una manera conveniente y oportuna.

Se obtuvo como resultado que los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, ubicándose en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología. Se recomienda diseñar estrategias gerenciales para fortalecer los recursos técnicos y procedimientos empleados para el sector productivo, donde se promueva en la organización actitudes a favor de la visión estratégica, dirigidas a implementar las mejores prácticas específicas de gestión humana, generando efectos positivos en el desempeño del talento humano.

## Referencias consultadas

- Añez, C. (2005). *El capital intelectual: Nuevo enfoque de la flexibilización laboral*. **Revista Venezolana de Gerencia (RVG)**. Extraído de: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/10389/10378> (310-324). Maracaibo - Estado Zulia, República Bolivariana de Venezuela. Consultado: 18/01/2018.
- Bañuls, A. (2009). *El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas*. **Revista Cuadernos de Turismo**. Extraído de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/92651/89131> Volumen 24, (53-64). Murcia, España. Consultado: 18/01/2018.
- Cabrera, López y Ramírez. (2011). **La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio**. Primera edición. Bogotá, Colombia. Ediciones Universidad Central.
- Cuesta S, A. (2015). **Gestión del talento humano y del conocimiento**. 5<sup>ta</sup> edición. Bogotá, Colombia. Editorial Ediciones ECOE.
- Díaz, A. (2007). *Divergencia Regional en los Niveles de la Productividad Sectorial del Trabajo y la Productividad Total Factorial*. **Revista Comercio Exterior**. Extraído de: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/113/2/RCE2.pdf> Volumen 58, número 3, (187-197). México. Consultado: 18/01/2018.

Ferraz, Kupfer y Iooty. (2004). *Competitividad industrial en Brasil 10 años después de la liberación. Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Extraído de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/10943> Volumen 82. (91-119). México D.F., México. Consultado: 18/01/2018.

Hernández R; Fernández C y Baptista P. (2014). **Metodología de la Investigación**. 6<sup>ta</sup> edición. Madrid, España. Editorial McGraw-Hill Education.

Hurtado de Barrera, J. (2010). **Metodología de la Investigación Holística Guía para la comprensión holística de la ciencia**. 4<sup>ta</sup> edición. Bogotá, Colombia. Quirón Ediciones S.A.

Kreither, R y Kinicki, A. (2007). **Comportamientos de las organizaciones**. 6<sup>ta</sup> edición. Madrid, España. Editorial McGraw-Hill Education.

Mañalich, I. (2004). *El sector agrícola cubano en la década de 1990: un análisis de competitividad. Revista Agroalimentaria*. Extraído de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/agroalimentaria/article/view/1311/1257> Volumen 18, (35-45). Mérida, República Bolivariana de Venezuela. Consultado: 18/01/2018.

Martínez, Charterina y Araujo. (2010). *Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Extraído de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312601178> Volumen 16, número 2, (165-188). Vigo, España. Consultado: 18/01/2018.

Ortiz, C y Arredondo, E. (2014). *Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. Extraído de: <http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/enlace/article/view/19117/19097> Volumen 11, número 3, (49-73). Maracaibo - Estado Zulia, República Bolivariana de Venezuela. Consultado: 18/01/2018.

Ramírez M, R. (2018). **Tendencias emergentes de la gestión de talento humano en las organizaciones**. Pp. 101-107. En Quintero Garzón Martha Lucia y Sánchez Fernández María Dolores. (2018) Responsabilidad Corporativa: una mirada integral en América Latina. Primera Edición. Colección Ciencias Sociales. Programa Editorial Universidad del Valle. Cali - Colombia. pp.324.



Ramírez M y Hugueth A. (2017). *Modelo de comunicación productiva para las organizaciones de salud pública en Venezuela*. **Revista Opción**. Extraído de: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23118> Volumen 33, número 83, (305-335). Maracaibo - Estado Zulia, República Bolivariana de Venezuela. Consultado: 18/01/2018.

Rodríguez y Rodríguez. (2017). *Pensamiento Estratégico como Perspectiva para la Gerencia en las Organizaciones del siglo XXI*. **Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo**. Extraído de: <http://www.recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/39/pdf> Volumen 2, número 2, (90-109). Maracaibo – Estado Zulia, República Bolivariana de Venezuela. Consultado: 18/01/2018.

Saavedra, G.(2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. **Revista pensamiento y gestión**. Extraído de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005) Volumen 33, (93-124). Barranquilla, Atlántico – Colombia. Consultado: 18/01/2018.

Tamayo y Tamayo. (2012). **Técnicas de la Investigación**. 3ª edición. Madrid, España. Editorial Panapo S. A.

Weitz, M. (2015). *Cuatro factores importantes que afectan la competitividad y su aplicación en América Latina*. **ESIC ACTUALIDAD**. Extraído de: <http://esic.edu/actualidad/cuatro-factores-importantes-afectan-competitividad-y-aplicacion-america-latina/> Entrevista del 19 de mayo 2015. Madrid, España. Consultado: 18/01/2018.