CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Competitividad empresarial: claves para la innovación, calidad y responsabilidad en un entorno global

Business competitiveness: keys to innovation, quality, and responsibility in a global environment

Wilfredo Urdaneta
Universidad Politécnica Santiago Mariño
Correo electrónico: wilfredourdaneta73@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-7788-3036

Recibido: Septiembre 2025 **Aceptado: Febrero: 2026** **Publicado: Marzo 2026**

Cómo citar: Urdaneta, W. (2026). **Competitividad empresarial: claves para la innovación, calidad y responsabilidad en un entorno global.** Editorial CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, Volúmen 23 No. 2. Marzo-Mayo (2026). Venezuela. https://doi.org/10.36390/z8yyje77

RESUMEN

En un entorno empresarial cada vez más dinámico y globalizado, la competitividad se ha consolidado como un factor esencial para alcanzar el éxito y asegurar la sostenibilidad de las organizaciones. Frente a este desafío, las empresas deben centrarse en áreas estratégicas como la innovación tecnológica, la calidad de productos y servicios, una gestión responsable del capital humano y la integración de prácticas éticas y sostenibles. Este artículo tiene como objetivo analizar los principales factores que inciden en la competitividad empresarial y cómo estos pueden ser gestionados de manera efectiva para generar valor en el mercado. Para ello, se examinan elementos clave como la competencia sectorial, la comunicación interna y externa, la gestión del conocimiento del cliente, la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa. Se argumenta que estos factores no solo influyen en el posicionamiento competitivo de una empresa, sino también en su desempeño organizacional y su capacidad de adaptación frente a los constantes cambios del entorno. Asimismo, se presentan estrategias prácticas orientadas a fortalecer la competitividad, entre ellas la adopción de tecnologías emergentes, la diversificación de mercados, el fortalecimiento de redes de colaboración empresarial y la implementación de modelos de gestión basados en la innovación. En conclusión, la competitividad no debe verse únicamente como una meta, sino como un proceso continuo de mejora e innovación que permita a las organizaciones enfrentar con éxito los retos de un mercado cada vez más exigente, sin descuidar su compromiso con el desarrollo social y ambiental.

Palabras claves: Competitividad empresarial, innovación, calidad, responsabilidad.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

ABSTRACT

In an increasingly dynamic and globalized business environment, competitiveness has become a key factor for achieving success and ensuring organizational sustainability. In response to this challenge, companies must focus on strategic areas such as technological innovation, product and service quality, responsible human capital management, and the integration of ethical and sustainable practices. This article aims to analyze the main factors that influence business competitiveness and how they can be effectively managed to generate market value. Key elements are examined, including industry competition, internal and external communication, customer knowledge management, organizational culture, and corporate social responsibility. It is argued that these factors not only impact a company's competitive positioning but also affect its organizational performance and adaptability to ongoing environmental changes. Furthermore, practical strategies are presented to enhance competitiveness, such as the adoption of emerging technologies, market diversification, the strengthening of business collaboration networks, and the implementation of innovation-based management models. In conclusion, competitiveness should not be regarded merely as an objective, but rather as a continuous process of improvement and innovation, that enables organizations to successfully face the challenges of an increasingly demanding market, while maintaining their commitment to social and environmental development.

Keywords: Business competitiveness, innovation, quality, responsibility.

INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial actual, caracterizado por una globalización acelerada y un mercado cada vez más competitivo, las empresas enfrentan desafíos constantes para mantenerse relevantes y sostenibles. La competitividad se ha convertido en uno de los factores más cruciales para el éxito y la supervivencia a largo plazo de cualquier organización. Para sobresalir, las empresas deben no solo adaptarse a los cambios del mercado, sino también anticiparse a ellos, lo que requiere una estrategia integral que abarque áreas clave como la innovación, la calidad, la responsabilidad social y la gestión eficiente de los recursos humanos. En este sentido, la competitividad no solo se mide por la capacidad de una empresa para generar ingresos, sino por su habilidad para aportar valor real y duradero tanto a sus clientes como a la sociedad en general.

La innovación tecnológica juega un papel fundamental en la competitividad empresarial, ya que permite a las organizaciones mantenerse a la vanguardia y ofrecer productos y servicios que respondan a las demandas cambiantes de los consumidores. Las empresas que invierten en investigación y desarrollo (I+D), adoptan nuevas

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

tecnologías y fomentan una cultura de innovación interna logran diferenciarse de sus competidores. Este enfoque no solo mejora la eficiencia y la calidad de los procesos productivos, sino que también abre nuevas oportunidades de negocio y mercados, ayudando a las empresas a posicionarse como líderes en su sector.

Por otro lado, la calidad es otro de los pilares fundamentales para mantener una ventaja competitiva. Las empresas que aseguran altos estándares de calidad en todos sus productos y servicios pueden ganarse la confianza y fidelidad de los consumidores, lo que les permite no solo consolidar su base de clientes, sino también diferenciarse en mercados saturados. Para lograrlo, es esencial contar con sistemas de gestión de calidad eficaces, así como con personal capacitado y comprometido con la mejora continua. La calidad también impacta directamente en la eficiencia operativa, reduciendo costos y mejorando la rentabilidad a largo plazo.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en una parte integral de las estrategias competitivas de muchas organizaciones. A medida que los consumidores y los inversores prestan más atención a los impactos sociales y ambientales de las empresas, aquellas que adoptan prácticas responsables ganan una ventaja significativa. La RSE no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también fomenta la lealtad del cliente y crea un ambiente de trabajo positivo.

Además, las empresas responsables son más capaces de atraer inversores interesados en sostenibilidad y ética, lo que les permite fortalecer su posición en el mercado global. La gestión del talento humano es otro factor crucial para la competitividad. Las empresas que logran atraer, desarrollar y retener talento altamente calificado están mejor posicionadas para innovar y adaptarse a los cambios del mercado. La capacitación continua y el desarrollo de habilidades son fundamentales para asegurar que los empleados puedan contribuir de manera efectiva al logro de los objetivos organizacionales. Además, un entorno de trabajo que valore la diversidad y fomente la colaboración impulsa la creatividad y la productividad, lo que fortalece la competitividad a nivel interno.

Finalmente, la comunicación efectiva dentro de la organización, tanto interna como externa, es esencial para garantizar que todos los miembros de la empresa trabajen hacia

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

los mismos objetivos y que la información fluya de manera oportuna y precisa. La comunicación no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también facilita la innovación al permitir que las ideas y el conocimiento se compartan de manera efectiva entre los equipos. Además, una comunicación clara y abierta con los clientes y otros stakeholders contribuye a fortalecer la reputación de la empresa y mejorar la relación con su entorno.

Entonces, la competitividad empresarial no depende de un solo factor, sino de una combinación de elementos estratégicos que deben ser gestionados de manera integral. La innovación, la calidad, la responsabilidad social, la gestión del talento y la comunicación efectiva son aspectos clave que las empresas deben considerar para mantenerse competitivas en un entorno cada vez más complejo. Este artículo profundiza en estos temas, analizando cómo cada uno de estos factores contribuye al éxito organizacional y presentando estrategias que las empresas pueden implementar para mejorar su posición competitiva en un mercado globalizado.

FUNDAMENTOS TEORICOS

Competitividad

La competitividad se define como la capacidad de una organización, sector o país para generar bienes y servicios que puedan competir exitosamente en el mercado, manteniendo o incrementando su participación, eficiencia, productividad e innovación. Esto implica no solo la capacidad de ofrecer productos de calidad a precios competitivos, sino también de adaptarse a los cambios del entorno global, aprovechando sus recursos internos, tecnología y capital humano para generar valor sostenible en el tiempo.

La competitividad se basa en la productividad, la cual depende de la inversión en innovación tecnológica, la calificación de los trabajadores, la eficiencia de los procesos y la calidad de los bienes y servicios. Las empresas deben adoptar tecnologías de punta, diseñar productos atractivos y útiles, mejorar sus procesos y desarrollar el talento humano. El análisis del entorno y las necesidades cambiantes de los clientes es esencial para definir estrategias que permitan ventajas competitivas. González (2022).

La competitividad empresarial depende de múltiples factores entre los que destacan: calidad de productos y servicios, innovación continua, eficiencia de procesos,

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

costos competitivos, compromiso de los trabajadores y enfoque al cliente. Las empresas deben adoptar tecnologías avanzadas, desarrollar el talento, mejorar la organización interna y diseñar estrategias de diferenciación. La competitividad es una capacidad dinámica que las empresas deben desarrollar en el tiempo. Delgado (2020).

La competitividad se origina en tres niveles: país (macro), sector o industria (meso), región (meta) y empresa (micro). Los componentes o determinantes de la competitividad pueden darse a nivel micro (gestión empresarial y del recurso humano, la responsabilidad social, la sostenibilidad ambiental, el uso de insumos, la cadena de abastecimiento, los estándares sanitarios, la diferenciación y rentabilidad del producto, la cultura organizacional, la productividad, las estrategias empresariales, la asociatividad) y a nivel macro (condiciones macroeconómicas, gestión pública, políticas educativas, regulación económica). Sánchez & Parra (2023).

La competitividad empresarial se fundamenta en factores como la productividad, la innovación tecnológica, la calidad de los bienes y servicios y la eficiencia de los procesos internos, apoyados por la inversión en tecnología y el desarrollo del talento humano. Es crucial que las empresas adopten tecnologías avanzadas, diseñen estrategias de diferenciación, y se adapten a las necesidades cambiantes de los clientes y del entorno para lograr ventajas sostenibles.

Factores de competitividad

Los factores que inciden en la competitividad representan elementos clave que determinan la capacidad de una empresa, sector o país para sobresalir en el mercado. Entre ellos se destacan la calidad en la oferta de bienes y servicios, el uso de tecnologías innovadoras, la eficiencia operativa, la optimización de costos, el capital humano calificado, el enfoque sostenible y la capacidad de adaptación a las demandas del entorno y del cliente. En conjunto, estos aspectos permiten construir ventajas estratégicas sostenibles a largo plazo.

En el ámbito empresarial, inciden múltiples dimensiones que fortalecen el posicionamiento competitivo. La inversión en tecnología para optimizar procesos y productos, el fomento del talento mediante programas de formación continua, la obtención

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

de certificaciones que garanticen altos estándares de calidad, y la productividad impulsada por procesos eficientes son aspectos fundamentales. Además, se suma el establecimiento de una cultura corporativa orientada a la mejora constante y a la atención al cliente, la exploración de mercados internacionales a través de capacidades exportadoras, y la implementación de estrategias de posicionamiento efectivas. (Castillo, 2022).

En la actualidad, la competitividad organizacional está estrechamente vinculada con la integración tecnológica y el fortalecimiento de las habilidades del equipo humano. En este sentido, una empresa que aspire a mantenerse vigente en el mercado debe apostar tanto por la incorporación de tecnologías avanzadas como por la formación continua de su personal. (Muñoz et al., 2021).

El entorno corporativo también representa una dimensión crítica, ya que abarca factores sociales y económicos que influyen de forma diferenciada en cada industria. Por ello, no es posible aplicar un mismo criterio de valoración para todas las organizaciones; las características del mercado, así como la naturaleza de los productos o servicios ofrecidos, obligan a considerar estrategias particulares de análisis y adaptación. (Díaz, Quintana & Fierro, 2021). En conclusión, la competitividad empresarial se sustenta en una combinación articulada de recursos tecnológicos, humanos y organizativos, así como en la capacidad de innovar, adaptarse y destacar en entornos cada vez más exigentes, tanto a nivel nacional como internacional.

Infraestructura

La infraestructura es un pilar fundamental para potenciar la competitividad empresarial, ya que proporciona las bases necesarias para el desarrollo eficiente de las actividades económicas. Una red de transporte moderna y bien conectada permite la distribución ágil de bienes, mientras que servicios esenciales como energía confiable, telecomunicaciones avanzadas y acceso a tecnología favorecen la productividad y la innovación.

Además, una infraestructura adecuada reduce costos operativos, optimiza los tiempos de producción y fortalece la capacidad de las empresas para competir en mercados globales. En un entorno empresarial dinámico, invertir en infraestructura no

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

solo impulsa el crecimiento económico, sino que también crea un ecosistema atractivo para nuevas inversiones y oportunidades de negocio. Dada la importancia de la infraestructura como uno de los pilares fundamentales para incrementar la competitividad de un país, la prioridad que se de en cuanto a la creación e implementación de políticas regionales, con énfasis en infraestructura. Innovación: un componente esencial de la infraestructura de transporte vial para incrementar los niveles de competitividad de Colombia en la alianza del pacífico. (2021).

Es así como la infraestructura se posiciona como un elemento clave para fortalecer la competitividad de un país, destacándose como un eje estratégico en la implementación de políticas regionales que promuevan el desarrollo, particularmente en sectores como el transporte vial, donde la innovación juega un papel esencial para aumentar los niveles de competitividad. Además, la infraestructura tecnológica, ya sea propia o tercerizada mediante soluciones como la computación en la nube, se convierte en un aspecto fundamental para la gestión organizacional eficiente. Desde una perspectiva integradora, la creación de infraestructura requiere una adecuada planificación, desarrollo y conclusión de proyectos, resaltando su importancia en la construcción de capacidades que impulsen tanto el crecimiento económico como la competitividad empresarial.

Ambiente tecnológico

El ambiente tecnológico juega un papel crucial en la competitividad empresarial, ya que permite a las organizaciones innovar, optimizar procesos y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. En la actualidad, empresas líderes como Tesla, bajo la dirección de Elon Musk, han revolucionado la industria automotriz mediante la implementación de tecnologías avanzadas en movilidad eléctrica y conducción autónoma, lo que les otorga una ventaja competitiva frente a sus rivales.

De manera similar, Amazon, con Andy Jassy como CEO, ha transformado el comercio electrónico y la logística al utilizar inteligencia artificial y big data para personalizar la experiencia del cliente y gestionar inventarios de forma eficiente. Estas empresas demuestran cómo el aprovechamiento de la tecnología, desde la automatización hasta la

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

computación en la nube, se ha convertido en un factor determinante para destacar en un entorno global altamente competitivo.

Un ambiente tecnológico que impulse la investigación científica y la formación de recursos humanos altamente calificados, con instituciones líderes en I+D, es determinante para la competitividad empresarial. Facilita la innovación en productos y procesos, así como la absorción y adaptación de tecnologías. Es clave para el desarrollo de sectores sofisticados y de alto valor agregado. Márquez (2019).

Los ambientes tecnológicos son nuevas estrategias empresariales que buscan satisfacer de una forma más útil y sencilla a los consumidores de un producto e servicio, para un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad inter empresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente tecnológico, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los empresarios públicos y privados. Saavedra (2015), Un ambiente tecnológico sólido, respaldado por la investigación científica y la formación de talento humano altamente calificado, es fundamental para impulsar la competitividad empresarial. Este entorno no solo facilita la innovación en productos y procesos, sino que también permite a las empresas absorber y adaptar nuevas tecnologías para desarrollar sectores de alto valor agregado.

Además, la existencia de instituciones educativas y centros de investigación de calidad es clave para formar el capital humano necesario y fomentar un ecosistema donde florezcan emprendimientos tecnológicos y se logre una mayor sofisticación económica. En mi opinión, estas estrategias no solo generan un impacto positivo en la productividad empresarial, sino que también fortalecen la capacidad de las empresas para adaptarse y colaborar en un mercado competitivo. El desafío radica en garantizar que estas políticas y esfuerzos tecnológicos se integren de manera efectiva con las necesidades del mercado y de los consumidores.

Recursos humanos

Los recursos humanos son un factor clave para la competitividad empresarial, ya que el talento, las habilidades y la motivación de las personas impulsan la innovación, la

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

productividad y la adaptación al cambio en un entorno dinámico. Contar con un equipo bien capacitado y comprometido permite a las organizaciones desarrollar estrategias eficaces, mejorar la calidad de sus productos y servicios, y responder de manera ágil a las demandas del mercado. Además, la inversión en formación, bienestar y liderazgo fomenta un clima laboral positivo que potencia el rendimiento individual y colectivo, lo que a su vez fortalece la posición competitiva de la empresa frente a sus rivales. En un mundo globalizado, el capital humano se convierte en el recurso diferenciador más valioso de toda organización.

La gestión del talento humano, es indispensable para el éxito organizacional, pues las iniciativas de dichas gestiones permiten entender el papel de los recursos humanos empresarial como factor de competitividad pues se adopta una orientación estratégica que, en el planteamiento de los procesos, se ajustan, son congruentes para lograr el fin de la organización, crear la mejor empresa y mejorar la calidad de la vida laboral. Soledispa, Pionce & Sierra (2022).

Toda empresa define metas por alcanzar, para esto se requiere una acción coordinada entre los distintos recursos humanos con que cuenta, lo que incide en una mejor productividad, competitividad y sostenibilidad. Esto se logra analizando el ambiente empresarial para identificar los factores que repercuten ya sea generando oportunidades o representando amenazas, que conlleve a la empresa a definir estrategias competitivas que maximicen los beneficios con los recursos con que cuenta. Gaitán (2021).

El acceso a recursos técnicos avanzados, como laboratorios, servicios de metrología e instituciones de investigación, junto con una infraestructura científico-tecnológica especializada, es fundamental para impulsar la innovación y crear bienes y servicios de alto valor agregado. A esto se suma la importancia de financiar el emprendimiento tecnológico, que amplía las capacidades productivas de las empresas. Por otro lado, la gestión estratégica del talento humano es clave para alinear los procesos organizacionales con las metas empresariales, mejorando la productividad, competitividad y sostenibilidad. Una acción coordinada entre los recursos humanos y técnicos permite a las empresas identificar oportunidades y enfrentar desafíos, maximizando los beneficios y consolidando su posición en el mercado.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Recursos técnicos

Los recursos técnicos son fundamentales para la competitividad, ya que proporcionan las herramientas y capacidades necesarias para innovar, optimizar procesos y desarrollar productos de alto valor agregado. Infraestructuras como laboratorios, servicios de metrología, centros de investigación y proveedores tecnológicos permiten a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y mejorar su eficiencia operativa.

Además, el acceso a tecnologías avanzadas fomenta la diferenciación en un entorno globalizado, ayudando a las organizaciones a posicionarse como líderes en sus sectores. Al potenciar la capacidad productiva y apoyar la creación de soluciones innovadoras, los recursos técnicos no solo impulsan la productividad, sino que también fortalecen la sostenibilidad y la ventaja competitiva de las empresas.

El acceso a recursos técnicos avanzados como laboratorios, servicios de metrología, instituciones de investigación aplicada y desarrollo experimental, así como proveedores de tecnologías productivas, son pilares para un entorno empresarial competitivo. La disponibilidad de infraestructura científico-tecnológica especializada permite desarrollar bienes y servicios innovadores y de alto valor agregado. Financiar el emprendimiento tecnológico también contribuye a expandir los recursos técnicos aprovechables por el aparato productivo de un país. Hidalgo (2020).

Contar con instituciones y empresas que provean recursos técnicos avanzados en forma de servicios tecnológicos, acceso a laboratorios, y desarrollo de soluciones técnicas, es vital para la competitividad empresarial. Estos recursos facilitan la innovación en productos y procesos, la mejora continua, la producción sofisticada y la agregación de valor. El financiamiento a emprendimientos de base tecnológica también expande y profundiza los recursos técnicos aprovechables por las empresas. Montero, (2018).

El acceso a recursos técnicos avanzados, como laboratorios, servicios de metrología, centros de investigación y proveedores de tecnologías, es esencial para un entorno empresarial competitivo. Estas herramientas permiten la creación de bienes y servicios innovadores de alto valor agregado, impulsan la mejora continua y promueven la sofisticación en los procesos productivos.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Además, el financiamiento a emprendimientos tecnológicos amplía las capacidades técnicas disponibles, beneficiando al aparato productivo de un país. La colaboración entre instituciones académicas, empresas y centros de investigación fortalece aún más el ecosistema empresarial, optimizando procesos administrativos y productivos para garantizar mayor competitividad y sostenibilidad.

Recursos financieros

Los recursos financieros son esenciales para la competitividad empresarial, ya que permiten a las organizaciones invertir en innovación, tecnología, capacitación y expansión de operaciones. Contar con financiamiento adecuado facilita la implementación de proyectos estratégicos, mejora la eficiencia operativa y permite a las empresas adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. Además, el acceso a fuentes de financiamiento, como créditos, inversiones y capital de riesgo, potencia el desarrollo de nuevas oportunidades y la diversificación de productos y servicios.

En un entorno competitivo, una gestión financiera eficiente no solo asegura la sostenibilidad de la empresa, sino que también refuerza su capacidad para competir y destacar frente a sus rivales. El financiamiento es uno de los aspectos que permite a las empresas de cualquier tamaño o estructura tener recursos financieros para incrementar sus ingresos, adquirir o reemplazar activos, así como expandirse a corto, mediano y largo plazo. Intriago, Bravo & Bravo Rosillo. (2021).

El desarrollo económico financiero de las empresas depende de los productos o servicios de los diversos sistemas financieros que ofertan y los cuales están ceñidos a las políticas monetarias y financieras que existen en cada uno de los países, para fortalecer el desarrollo económico, social y productivo de una nación que conlleva a la estimulación del crecimiento económico. Morán, Peña, & Soledispa (2021).

En resumen, las decisiones de inversión y financiamiento tienen como base la evaluación de la empresa, en la cual se determina los activos de mayor productividad en función a la revisión de los indicadores financieros, es por ello que determinan el fin de una inversión con el objetivo de maximizar los recursos o también obtener financiamiento que genere menor costo financiero. Macías & Delgado (2023).

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

El financiamiento es crucial para que las empresas, independientemente de su tamaño, cuenten con los recursos necesarios para aumentar sus ingresos, adquirir o reemplazar activos y expandirse a corto, mediano y largo plazo. El desarrollo económico y financiero de las empresas depende de los productos y servicios que ofrecen los sistemas financieros, los cuales están regulados por las políticas monetarias y financieras de cada país.

Estas políticas son fundamentales para fortalecer el desarrollo económico, social y productivo, lo que a su vez estimula el crecimiento económico. Las decisiones de inversión y financiamiento se basan en la evaluación de los activos de la empresa, utilizando indicadores financieros para maximizar los recursos y obtener financiamiento con el menor costo posible.

Dimensiones de la competitividad

Las dimensiones de la competitividad abarcan varios aspectos clave que influyen en el desempeño y éxito de una empresa o país en el mercado global. Entre ellas se encuentran la eficiencia en la producción, que asegura la optimización de recursos y procesos; la innovación, que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y tecnologías; y la calidad, que busca satisfacer las necesidades del cliente de manera constante y diferenciada.

En los modelos de evaluación de la competitividad, existe consenso en que es necesario definir dimensiones, variables e indicadores en dependencia del nivel (país, región, industria o sector y empresas), del contexto y los objetivos que se persigan. La conexión entre la medición de la competitividad a nivel empresarial y los resultados alcanzados en un territorio contribuyen a mejorar la efectividad en la gestión local. Sarmiento & Delgado (2020).

El análisis empírico revela que existe una relación significativa entre las dimensiones del valor de marca entre las dimensiones de la competitividad de las empresas. El principal hallazgo revela que la gestión de marca tiene un “valor subyacente” de las empresas con respecto a su capacidad para obtener una ventaja competitiva. Saltos & Saltos (2022). La dimensión de sostenibilidad en la competitividad empresarial

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

es la cualidad de mantener su ventaja competitiva durante un tiempo prolongado. Una empresa sosteniblemente competitiva es aquella que puede ser flexible al cambio, mantener y mejorar continuamente sus recursos estratégicos y mantener relaciones sólidas con sus partes interesadas. Ruiz & Soto (2023).

La evaluación de la competitividad requiere definir dimensiones, variables e indicadores según el nivel (país, región, industria, sector o empresa), el contexto y los objetivos que se deseen alcanzar. Medir la competitividad a nivel empresarial y vincularla con los resultados territoriales mejora la efectividad de la gestión local. Además, se ha encontrado que la gestión de marca juega un papel clave en la competitividad de las empresas, ya que el valor de la marca está relacionado directamente con la capacidad de obtener una ventaja competitiva.

Por otro lado, es fundamental mencionar que, la sostenibilidad en la competitividad empresarial es crucial para mantener y mejorar continuamente la ventaja competitiva a lo largo del tiempo. Las empresas competitivas sostenibles son aquellas que se adaptan al cambio, mantienen sus recursos estratégicos y establecen relaciones sólidas con sus partes interesadas.

Conocimiento del cliente

El conocimiento del cliente es fundamental para la competitividad empresarial, ya que permite a las organizaciones entender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores. Esta información es clave para desarrollar productos y servicios que realmente satisfagan las expectativas del mercado, lo que ayuda a las empresas a diferenciarse de la competencia.

Al conocer bien a sus clientes, las empresas pueden mejorar la experiencia del consumidor, anticipar tendencias y adaptar rápidamente sus estrategias comerciales. Además, un conocimiento profundo del cliente facilita la personalización de ofertas y la fidelización, lo que fortalece la posición competitiva de la empresa y le permite mantener una ventaja sostenida en el mercado.

El conocimiento del cliente radica, que en estas podrán realizar acciones para disminuir determinadas falencias y permitir elevar sus niveles de eficiencia, productividad

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

y competitividad. Permitiendo tener un conocimiento específico de las actividades que desarrolla la empresa en diversas áreas, la que tiene el control directo sobre las variables que le permiten desarrollarse y afianzarse en el mercado, satisfacción del cliente. Esta es una de las dimensiones más relevantes ya que la interacción con clientes y proveedores es esencial tanto para producir de manera eficiente como para distribuir y vender los productos entre los clientes de forma exitosa. González et al. (2017)

Generar conocimiento sobre las necesidades y características de los clientes permite a las empresas competir mediante propuestas de valor diferenciadas. Contar con información detallada, investigación de consumidores, metodologías de segmentación y especialistas, posibilita estrategias enfocadas en nichos específicos de clientes. El conocimiento del cliente se convierte en una capacidad para crear valor que mejora la posición competitiva. Ibarra et al, (2015).

El conocimiento profundo de los clientes, incluyendo sus necesidades, preferencias y comportamientos, es esencial para la competitividad empresarial. Facilitar el acceso a herramientas como el estudio de mercados, la investigación de consumidores y el análisis de big data permite a las empresas adaptar sus productos y servicios a los requerimientos específicos de los clientes, lo que impulsa la innovación y el desarrollo de valor agregado.

Este enfoque también mejora la eficiencia y la productividad, al identificar áreas de mejora y optimizar la satisfacción del cliente. Además, tener un conocimiento detallado de los clientes permite a las empresas crear propuestas de valor diferenciadas y diseñar estrategias dirigidas a nichos específicos, mejorando su posición competitiva y fortaleciendo su relación con clientes y proveedores.

Comunicación

La comunicación juega un papel esencial en la competitividad empresarial, ya que facilita la transmisión efectiva de información tanto dentro de la organización como hacia el exterior. Una comunicación clara y eficiente permite a las empresas alinear sus objetivos, estrategias y procesos, mejorando la colaboración entre equipos y departamentos. Además, fortalece las relaciones con los clientes, proveedores y otros

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

actores clave, lo que contribuye a una mejor toma de decisiones y una mayor adaptabilidad en el mercado.

La comunicación organizacional es importante porque cumple con unas funciones importantes: la primera es el control, y es cuando se transmiten lineamiento, normas, políticas y estándares dentro de la empresa. La segunda es la motivación, esta se da cuando la organización se traza metas, objetivos y retos, y por medio de la comunicación estimula a las personas que se relacionan en la empresa a lograrlas. La tercera es la expresión emocional, cuando las personas en la organización expresan sentimientos, necesidades y estados de ánimo. La cuarta función es la información, que es una de las funciones más importantes dentro de la organización, ya que por medio de esta se transmite toda la información necesaria para validar las actividades dentro de la empresa.

Lindo (2021). La comunicación efectiva entre las áreas de investigación, desarrollo, ingeniería y producción facilita la innovación tecnológica en las empresas. Compartir conceptos, prototipos, especificaciones y realimentación entre quienes generan y aplican conocimientos, mejora los resultados. Contar con sistemas para codificar y transferir el conocimiento, espacios de colaboración, y una cultura de trabajo en equipo, optimiza la explotación de capacidades tecnológicas para innovar. (García, 2019)

La comunicación efectiva entre las distintas áreas de una empresa, como investigación y desarrollo, ingeniería y producción, es fundamental para transformar las capacidades tecnológicas en innovaciones comerciales exitosas. La interacción fluida de conceptos, prototipos y retroalimentación entre los equipos facilita el proceso de creación y aplicación de conocimiento, lo que potencia los resultados.

Además, la comunicación organizacional cumple funciones cruciales como el control, la motivación, la expresión emocional y la transmisión de información, esenciales para garantizar el alineamiento de los empleados con los objetivos de la empresa. La gestión adecuada del conocimiento, mediante la codificación y socialización, así como la creación de un entorno colaborativo, optimiza la innovación tecnológica y mejora la competitividad.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Competencia

La competencia es un factor clave para el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas, ya que impulsa la innovación, mejora la eficiencia y fomenta la adaptación constante a las demandas del mercado. En un entorno competitivo, las empresas se ven obligadas a ofrecer productos y servicios de mayor calidad, a precios más atractivos y con mejores características, lo que beneficia a los consumidores. También, la competencia incentiva a las empresas a optimizar sus procesos, adoptar nuevas tecnologías y estrategias más efectivas, lo que mejora su productividad y rentabilidad.

La competencia también contribuye a la diversificación de productos y servicios, permitiendo a las empresas acceder a nuevos nichos de mercado y fortalecer su posición frente a competidores. En resumen, la competencia no solo favorece la innovación y el desarrollo, sino que también es un motor esencial para el dinamismo económico y el progreso empresarial.

La competencia técnica del personal de investigación y desarrollo es determinante para la competitividad tecnológica de las empresas. Contar con equipos de amplios conocimientos científicos y tecnológicos, sólida formación técnica, capacidad analítica para resolver problemas complejos, y habilidades para el aprendizaje permanente, permite desarrollar innovaciones que marquen la diferencia en el mercado. Gestionar el talento, la capacitación continua y la diversidad de perfiles potencia esta competencia técnica. Díaz, (2020).

La competitividad depende en gran medida de las amplias competencias del personal en aspectos científicos, técnicos, analíticos y de aprendizaje. Equipos con profundo conocimiento de tecnologías emergentes, capacidad para resolver problemas aplicando métodos científicos, y habilidad de actualización permanente, generan innovaciones de alto impacto. Gestionar el talento humano e incrementar sus competencias blandas y técnicas es estratégico. Villalobos (2019).

En el ámbito empresarial, generalmente se asignan tres enfoques para la determinación de la competencia: el primer enfoque determina la competencia por el criterio principal en el tipo definición del mercado industrial (la teoría sobre la estructura del mercado); el segundo enfoque determina la competencia como competitividad en el

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

mercado; el tercer enfoque considera a la competencia como un elemento de equilibrio de la oferta y la demanda en un mecanismo de mercado. Paredes, Chiriboga & Zambrano (2022).

La competitividad tecnológica de las empresas depende en gran medida de la competencia técnica de su personal, especialmente en áreas clave como investigación y desarrollo. Equipos con sólidos conocimientos científicos y tecnológicos, habilidades analíticas para resolver problemas complejos y la capacidad de aprendizaje continuo son esenciales para generar innovaciones que marquen la diferencia en el mercado.

La gestión efectiva del talento, la capacitación constante y la promoción de una diversidad de perfiles dentro de los equipos potencian esta competencia técnica. Además, la competitividad empresarial puede abordarse desde diferentes enfoques, como la definición del mercado industrial, la competitividad en el mercado o el equilibrio entre la oferta y la demanda, lo que permite una comprensión más profunda de cómo se posiciona una empresa en su entorno.

Responsabilidad

La responsabilidad es un factor crucial en la competitividad de las empresas, ya que no solo afecta su desempeño económico, sino también su reputación y relación con los stakeholders. Las empresas que asumen una responsabilidad social y ambiental sólida son percibidas positivamente por consumidores, empleados e inversores, lo que puede traducirse en una ventaja competitiva significativa. Al integrar prácticas responsables en sus operaciones, como el respeto al medio ambiente, la equidad laboral y la ética empresarial, las organizaciones pueden generar lealtad, atraer talento de calidad y mejorar su imagen en el mercado. Además, la responsabilidad empresarial fomenta la sostenibilidad a largo plazo, lo que contribuye a la estabilidad y crecimiento continuo en un entorno de competencia global.

La responsabilidad ética y social debe guiar la innovación tecnológica para construir una competitividad sostenible. Anticipar impactos potenciales en personas y medioambiente, realizar análisis de riesgo responsable y diseñar tecnologías seguras y confiables, genera valor compartido. La transparencia, rendición de cuentas,

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

autorregulación responsable y compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son fundamentales para competir éticamente. Portillo (2019). La responsabilidad social como parte de la estrategia empresarial ha tomado fuerza en las últimas décadas. En un contexto de elevada competitividad manifestado en los mercados internacionales, existen empresas exportadoras que están aprovechando como una oportunidad la integración de la perspectiva económica, legal y medio ambiental para generar un impacto positivo de sus acciones en el medio en el que se desarrollan. Parrales, Trelles & González (2021).

Es preciso que las empresas en su misión, visión y objetivos acojan la responsabilidad social, favorece su inserción en los mercados, su consolidación como empresas competitivas garantes del ejercicio responsable con la sociedad, siendo preciso generar compromisos de calidad y responsabilidad dentro de las cadenas de valor y los conglomerados que se formen. Cadevilla (2022).

La responsabilidad ética y social es clave para lograr una competitividad sostenible, especialmente en el contexto de la innovación tecnológica. Las empresas deben anticipar los impactos de sus productos en las personas y el medioambiente, realizando análisis de riesgos responsables y diseñando tecnologías seguras y confiables, lo cual genera valor tanto para la empresa como para la sociedad.

La integración de prácticas responsables en la estrategia empresarial, como la responsabilidad social y la adhesión a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también les permite competir de manera ética en un mercado global cada vez más exigente. Además, incorporar la responsabilidad social en la misión, visión y objetivos corporativos favorece la inserción en nuevos mercados, contribuyendo a la consolidación de la empresa como un actor responsable y competitivo en su entorno.

Calidad

La calidad es un pilar fundamental para la competitividad de las empresas, ya que se traduce en la capacidad de ofrecer productos y servicios que cumplan o superen las expectativas de los clientes, generando confianza y fidelidad. En un mercado globalizado y altamente competitivo, las empresas que mantienen altos estándares de calidad logran

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

diferenciarse de sus competidores, lo que les permite no solo atraer y retener clientes, sino también optimizar sus procesos internos, reducir costos y aumentar la eficiencia. Además, la calidad se convierte en un factor clave en la sostenibilidad a largo plazo, ya que impulsa la innovación, mejora la reputación empresarial y facilita el acceso a nuevos mercados. En resumen, una sólida estrategia de calidad es esencial para mantenerse competitivo, ya que no solo responde a las demandas del consumidor, sino que también fortalece la posición de la empresa frente a sus rivales.

La calidad es un pilar fundamental de la competitividad empresarial. Contar con sistemas de gestión de calidad, personal competente, instalaciones y equipos adecuados, y estándares certificados, permite ofrecer productos y servicios con el valor y la confiabilidad que demandan los clientes. Evaluar y controlar la calidad en cada proceso mediante protocolos, indicadores y trazabilidad, es clave para entregar propuestas superiores y diferenciadas. La calidad genera ventajas competitivas. Fernández (2021). Asegurar la calidad de los productos y procesos a través de personal calificado, instalaciones adecuadas, tecnologías óptimas, protocolos y estándares certificados, es indispensable para la competitividad.

Evaluar y controlar la calidad en cada etapa genera bienes y servicios superiores que satisfacen al cliente. La calidad integrada bajo un enfoque sistémico proporciona ventajas diferenciales. Navarro, (2019). La relación de la competitividad con la gestión de la calidad presente en las organizaciones, es un tema muy importante a desarrollar, por esto, hay que profundizar en la definición y otros factores de la competitividad. Esta se conceptualiza como la suficiencia que tienen las organizaciones de producir y comercializar bienes o servicios, y ver qué tan óptimo es frente a sus competidores. Romero, Pertuz, Orozco (2020).

La calidad es un factor fundamental para la competitividad de las empresas, ya que no solo asegura la satisfacción del cliente, sino que también impulsa la innovación, mejora la reputación y facilita el acceso a nuevos mercados. Implementar sistemas de gestión de calidad, contar con personal competente, y asegurar el uso de instalaciones y tecnologías adecuadas son elementos clave para ofrecer productos y servicios que cumplan con las expectativas del consumidor y se diferencien de la competencia.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Además, evaluar y controlar la calidad a lo largo de cada proceso mediante protocolos y estándares certificados permite a las empresas ofrecer propuestas superiores y generar ventajas competitivas sostenibles. Un ejemplo claro de esto es Toyota, cuya filosofía de calidad y mejora continua (kaizen) ha sido un factor clave en su éxito y liderazgo en la industria automotriz global.

METODOLOGIA

En la presente investigación se realizó un análisis documental respaldado en el paradigma cualitativo, para indagar la temática sobre Competitividad Empresarial: Claves para la Innovación, Calidad y Responsabilidad en un Entorno Global, examinándose las variables principales sobre la competitividad, factores de competitividad, infraestructura, ambiente tecnológico, recursos humanos, recursos técnicos, recursos financieros. Dimensiones de la competitividad, conocimiento del cliente, comunicación, competencia, responsabilidad y calidad.

Por lo expuesto anteriormente, se elabora una revisión absoluta de los documentos disponibles, nacionales e internacionales, libros y artículos científicos, razón por la cual, se inspeccionaron treinta y ocho (38) investigaciones, desglosando los resultados y reflexiones finales exhibidos en el presente estudio, una vez realizado el análisis documental desarrollado.

RESULTADOS

La investigación realizada y mostrada con antelación, permitió identificar los factores clave que contribuyen a la competitividad empresarial, destacando la importancia de la integración de múltiples dimensiones estratégicas. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Importancia de la Competitividad Multinivel: Se estableció que la competitividad opera en niveles macro, meso y micro. En el nivel macro, las políticas públicas y condiciones económicas juegan un papel esencial. En el meso, se resaltan las particularidades de los sectores o industrias, mientras que en el micro se aborda la gestión empresarial, la sostenibilidad y la diferenciación de productos.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Factores Determinantes: Los recursos humanos, técnicos, financieros y la infraestructura fueron identificados como pilares fundamentales. La gestión eficiente de estos recursos es indispensable para que las empresas puedan responder a los desafíos del mercado y capitalizar oportunidades.

Innovación Tecnológica: La capacidad de las empresas para integrar tecnologías avanzadas y fomentar la investigación y desarrollo es crucial para diferenciarse en el mercado. La innovación no solo mejora la eficiencia interna, sino que también potencia la creación de productos y servicios con alto valor agregado.

Conocimiento del Cliente: Se determinó que entender las necesidades y preferencias de los consumidores es una ventaja competitiva clave. Las herramientas tecnológicas como el big data y el análisis predictivo permiten segmentar mercados y diseñar propuestas personalizadas que fortalecen la fidelización y aumentan la satisfacción del cliente.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: La integración de prácticas éticas y responsables en las estrategias empresariales fue destacada como un elemento indispensable. Esto mejora la imagen corporativa y genera valor tanto para la sociedad como para la empresa, consolidando su ventaja competitiva.

Gestión de la Calidad: Implementar sistemas de gestión de calidad garantiza que las empresas cumplan o superen las expectativas de los clientes. La calidad también se vincula con la mejora continua, la reducción de costos y el acceso a nuevos mercados.

Impacto del Ambiente Tecnológico: Las empresas líderes, como Tesla y Amazon, ejemplifican cómo el uso de tecnologías disruptivas transforma sectores completos y genera ventajas competitivas significativas. Este entorno fomenta la colaboración interinstitucional y eleva la sofisticación económica.

Infraestructura como Soporte Estratégico: La disponibilidad de infraestructura física y tecnológica adecuada contribuye directamente a la eficiencia operativa, reduciendo costos y optimizando procesos. Esto crea un entorno favorable para la inversión y el crecimiento económico.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Gestión del Talento Humano: Se identificó que la capacitación continua y el desarrollo de competencias técnicas y blandas del personal son esenciales para impulsar la innovación y garantizar el éxito organizacional en un entorno competitivo.

Relevancia de la Comunicación: La comunicación efectiva, tanto interna como externa, facilita la alineación de objetivos, la colaboración entre áreas y la generación de confianza con los stakeholders, fortaleciendo la posición de las empresas en el mercado.

En síntesis, se destaca que los resultados obtenidos confirman que la competitividad empresarial es un proceso integral y dinámico, que requiere la alineación estratégica de diversos factores internos y externos. La interacción efectiva de estos elementos permite a las organizaciones no solo adaptarse a un entorno en constante cambio, sino también liderar en sus respectivos mercados, consolidando su sostenibilidad y crecimiento.

REFLEXIONES FINALES

La competitividad se presenta como un pilar estratégico en el desarrollo empresarial y territorial, abarcando niveles macro, meso y micro, y constituyéndose como una capacidad dinámica que requiere adaptabilidad constante. Este concepto no solo implica la habilidad de competir en mercados globales, sino también de generar valor sostenible a través de la innovación, la eficiencia y la productividad. En este contexto, factores como la innovación tecnológica y el desarrollo del talento humano surgen como motores esenciales para asegurar el éxito a largo plazo.

Entre los factores determinantes de la competitividad, los recursos humanos, técnicos, financieros y la infraestructura desempeñan un papel fundamental. Su gestión adecuada permite a las empresas aprovechar sus capacidades internas y responder eficazmente a los desafíos externos. Por ejemplo, los recursos humanos bien capacitados y motivados impulsan la innovación y la productividad, mientras que los recursos técnicos avanzados, como laboratorios y centros de investigación, facilitan la creación de productos de alto valor agregado. Asimismo, contar con una infraestructura sólida y recursos financieros suficientes asegura la implementación de proyectos estratégicos que fortalecen la posición competitiva de las organizaciones.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Dentro de este marco, el conocimiento del cliente emerge como una prioridad estratégica. Entender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores permite a las empresas desarrollar productos y servicios adaptados, diferenciándolos de la competencia. Este enfoque, apoyado por herramientas como el big data y el análisis predictivo, no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también fomenta la fidelización y el desarrollo de propuestas de valor que consolidan la posición competitiva en el mercado.

La innovación y la sostenibilidad se convierten en elementos indispensables para mantener la competitividad. Las empresas líderes han demostrado que la integración de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles genera ventajas significativas. No obstante, esta innovación debe estar alineada con la responsabilidad social y ambiental, integrando principios éticos en las estrategias empresariales. Esto no solo mejora la reputación corporativa, sino que también garantiza la sostenibilidad a largo plazo en un entorno competitivo global.

La calidad, por su parte, se establece como un componente central de la competitividad. Las organizaciones que implementan sistemas de gestión de calidad logran no solo satisfacer las expectativas de sus clientes, sino también optimizar procesos internos, reducir costos y aumentar la eficiencia. En este sentido, evaluar y controlar la calidad en cada etapa del proceso productivo permite a las empresas ofrecer bienes y servicios superiores que refuerzan su posición en el mercado. Un ejemplo emblemático es Toyota, cuya filosofía de mejora continua ha sido clave en su liderazgo en la industria automotriz global.

El ambiente tecnológico también desempeña un papel crucial, ya que facilita la innovación, la optimización de procesos y la rápida adaptación a los cambios del mercado. Empresas como Tesla y Amazon han demostrado cómo el uso de tecnologías disruptivas redefine sectores completos, estableciendo nuevos estándares de competitividad. Este entorno tecnológico no solo permite la creación de bienes y servicios innovadores, sino que también fomenta la sofisticación económica y la colaboración interinstitucional.

En este contexto, la ética y la responsabilidad empresarial adquieren una relevancia central. Integrar prácticas responsables en las operaciones, como la equidad

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

laboral y la sostenibilidad ambiental, no solo mejora la imagen corporativa, sino que también refuerza la fidelidad de los clientes y atrae a inversores conscientes. Este enfoque ético contribuye a una competitividad sostenible y asegura el éxito a largo plazo en mercados cada vez más exigentes.

En síntesis, la competitividad empresarial se construye sobre una base sólida que combina innovación, calidad, conocimiento del cliente, tecnología y responsabilidad social. Estos elementos, interconectados estratégicamente, permiten a las organizaciones no solo adaptarse a un entorno dinámico, sino también liderar en sus respectivos mercados, consolidando su sostenibilidad y crecimiento a lo largo del tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Cadevilla (2022). *La competitividad desde la perspectiva dialógica.* Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones 6 (11), 14-34 http://regyo.bc.uc.edu.ve/v6n11/art01.pdf

Castillo, A. (2022*). Factores determinantes de la competitividad empresarial.* Revista de Negocios Internacionales, 10(3), 59-67.

Delgado, R. (2020). *Bases para la competitividad empresarial.* Investigación en Negocios y Competitividad, 7(2), 52-59.

Diaz, Quintana & Fierro (2021). *La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones.* Revista INNOVA Research Journal Vol. 6 Núm. 1 Pág. 145-161. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906

Díaz, A. (2020). *Competencia técnica para la innovación.* Revista de Innovación y Tecnología, 11(2), 77-88.

Fernández, A. (2021). *Calidad y competitividad empresarial.* Revista de Negocios y Competitividad, 11(1), 77-88.

Gaitán (2021). *La competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa mediante la gestión de sus recursos.* Revista Científica de FAREM-Estelí. Medio Ambiente, Tecnología y Desarrollo Humano, 10(Edición especial), 115-135. ISSN: 2305-5790. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8845400

García, C. (2019). *Comunicación para la innovación tecnológica*. Revista de Innovación y Tecnología, 9(2), 77-88.

González, J. (2022). *Factores clave de la innovación tecnológica.* Revista de Tecnología e Innovación, 12(3), 50-60.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

González, M. y Demuner, M. (2017). *Dimensiones de la competitividad: Un modelo teórico. Revista GEON* (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 4(2), 89-106. https://doi.org/10.22579/23463910.81

Ibarra Cisneros, Manuel Alejandro, González Torres, Lourdes Alicia, y Demuner Flores, María del Rosario. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California.*

Innovación: un componente esencial de la infraestructura de transporte vial para incrementar los niveles de competitividad de Colombia en la alianza del pacífico. (2021). *Catálogo Editorial Politecnico Grancolombiano, 1*(176), 120-135. https://doi.org/10.15765/poli.v1i176.2396

Intriag, Bravo & Bravo Rosillo. (2021). *A Preliminary Approach to the Management of Financial Resources of Small and Medium Enterprises in the Agricultural Sector.* Cofin Habana, 15(1), . Epub 01 de enero de 2021. Recuperado en 14 de diciembre de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000100004&lng=es&tlng=en.

Ledezma Rojas, W. (2022). *La infraestructura y la competitividad de LATAM.* Universidad San Marcos, San José, Costa Rica. https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/111506/2705/LEC%20ECO%200003%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lindo (2021). *La comunicación organizacional como factor decisivo para el éxito de los equipos de trabajo y de la misma organización.* Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia. Recuperado de https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/aee677d7-dc8a-418e-bcc5-5d4bb9b7245a/content

Macías & Delgado (2023). *Indicadores financieros y su relación con la toma de decisiones. Polo del Conocimiento:* Revista científico - profesional, 8(2), 895-918. ISSN 2550-682X.

Márquez, C. (2019). *Competitividad e innovación tecnológica*. Revista de Economía y Competitividad, 9(4), 77-84.

Martínez y Moreno (2020). *Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia.* Revista Escuela de Administración de Negocios, Edición especial 2020, 93 - 114. DOI: https://doi.org/10.21158/01208160.n0.2020.2739

Montero, R. (2018). *Recursos técnicos y entorno empresarial competitivo*. Revista de Economía Industrial, 8(1), 77-88.

Morán, Peña, & Soledispa (2021). *El sistema financiero y su impacto en el desarrollo económico - financiero.* Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN: 2588-090X . Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 6(1), 804-822. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.372

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)

Muñoz, Lombeida & Mosquera (2021). *La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones*. INNOVA Research Journal, 6(1), 145- 161.

Navarro, J. (2019). *Calidad y competitividad empresarial.* Revista de Administración y Competitividad, 8(3), 77-88.

Paredes, Chiriboga & Zambrano (2022). *Competitividad empresarial y desarrollo de mercado turístico.* RevistaCientífica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR. ISSN 2737-6354., 5(9), 2-7. Recuperado a partir de https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/50

Parrales, Trelles & González (2021). *La responsabilidad social empresarial y su papel estratégico en la competitividad de las empresas exportadoras internacionales. Yachana.* Revista Científica, 10(2), 92-113

Pedraza Amador, EM. y Velázquez Castro, JA. (2015). *Oficinas de Transferencia Tecnológica en las Universidades como Estrategia para Fomentar la Innovación y la Competitividad: Caso: Estado de Hidalgo, México.* Revista de gestión e innovación tecnológica, 8(2), 221-234

Pérez, A. (2019). *Conocimiento del cliente para la competitividad.* Revista de Investigación de Mercados, 11(1), 74-85.

Portillo, A. (2019). *Responsabilidad para la competitividad tecnológica.* Revista de Innovación Responsable, 11(2), 77-88

Rodríguez, R. (2020). *Comunicación y competitividad tecnológica.* Revista de Innovación y Tecnología, 8(3), 77-88.

Romero, Pertuz, Orozco (2020). *Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria.* Inf. tecnológica, vol. 31, no. 5, pp. 21–32, 2020, doi: 10.4067/s0718- 07642020000500021.

Ruiz & Soto (2023). *Marketing digital y la competitividad en la empresa* Diex Technology EIRL, Chepén. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/145327

Saavedra (2015). *Ambiente tecnológico y competitividad empresarial.* Revista de Negocios Globales.

Saltos & Saltos (2022). *Gestión de marca y competitividad empresarial: Un estudio explicativo de procesos fundamentales.* Revista Venezolana de Gerencia, 27(Especial 7), 186 202. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890673

Sánchez & Parra (2023). *La relación entre la asociatividad empresarial, la productividad y la competitividad: una revisión de la literatura.* Revista Universidad y Empresa, volumen 26, Numero 46. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13484

Sarmiento & Delgado (2020). *Medición de la competitividad empresarial para el desarrollo territorial.* Cooperativismo y Desarrollo, 8(3), 409-424. Epub 02 de diciembre de 2020. Recuperado en 14 de diciembre de 2024, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2020000300409&lng=es&tlng=es.

Soledispa., Pionce & Sierra (2022). *La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas.* Dominio de las Ciencias, 8(1), 280-294. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383391

Vidal, R. (2017). *Ambiente tecnológico y competitividad.* Revista de Economía Industrial, 7(3), 59-66.

Villalobos, C. (2019). *Competencias para la innovación tecnológica.* Revista de Innovación y Desarrollo Tecnológico, 9(3), 77-88.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.2 2026 (marzo 2026–mayo 2026)