



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.2035>

Ciencias económicas y empresariales
Artículo de investigación

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

Competitiveness model through quality and innovation as business profitability factors

Modelo de competitividade pela qualidade e inovação como fatores de rentabilidade do negócio

Kléber Antonio Luna-Altamirano ^I

klunaa@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4030-8005>

Oscar Rene Calle-Masache ^{III}

ocalle@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1605-9555>

Edgar Geovanny Zamora-Zamora ^{II}

ezamoraz@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3265-8846>

Mónica Alexandra Lituma-Yascaribay ^{IV}

mlitumay@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-8645-9167>

Correspondencia: klunaa@ucacue.edu.ec

***Recibido:** 28 de mayo del 2021 ***Aceptado:** 20 de junio del 2021 *** Publicado:** 05 de julio del 2021

- I. Candidato a Doctor en Ciencias Sociales, Mención Gerencia, de la Universidad del Zulia (Venezuela), Magister en Administración de Empresas, Mención Recursos Humanos y Marketing, Economista, Licenciado en Economía y Finanzas Docente Investigador, Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- II. Magister en Administración de Empresas, Mención Recursos Humanos y Marketing, Especialista en Docencia Universitaria, Contador Público, Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración, Docente, Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- III. Magister En Administración de Empresas, Mención Recursos Humanos y Marketing, Especialista en Docencia Universitaria, Contador Público, Licenciado en Administración, Ingeniero Comercial, Docente de la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- IV. Magister en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Autorizado (CPA), Docente de la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

El presente artículo pertenece al proyecto de investigación titulado: "Sistema de indicadores económico-financiero con base en la metodología de la lógica difusa para el impulso de la productividad, competitividad y sustentabilidad en el sector industrial de Cuenca-Ecuador", aprobado en la séptima convocatoria CIITT realizado por la Universidad Católica de Cuenca, para el período 2020-2022

Resumen

Se presenta un estudio de revisión cuyo objetivo es diseñar un modelo de competitividad para las empresas del sector industrial de Cuenca-Ecuador, precisando factores como la calidad, la innovación y otras estrategias que fomenten la rentabilidad empresarial y el desarrollo de ventajas competitivas en el sector. La metodología es tipo descriptiva y cualitativa - documental, apoyada en la revisión sistemática de materiales y documentos de diversos autores que estudian la competitividad empresarial. Los principales resultados señalan que la calidad es un elemento central para la competitividad empresarial y en este sentido las empresas estudiadas se abocan al cumplimiento de los estándares exigidos en el sector. Con respecto a la innovación, está marcada por el desarrollo de nuevos modelos y el empleo de materiales novedosos requeridos para ofrecer productos competitivos. Se concluye que las empresas del sector industrial hacen su mayor esfuerzo para potenciar la competitividad desde sus aspectos micro, trabajan en ofrecer productos de calidad que respondan a las especificaciones exigidas tanto nacionales e internacionales, de la misma forma trabajan en potenciar la innovación. La rentabilidad es un aspecto en el que trabajan también para mantener su posición en el mercado regional, nacional e internacional.

Palabras clave: Calidad; empresas industriales; innovación; modelo de competitividad; rentabilidad.

Abstract

A review study is presented whose objective is to design a competitiveness model for companies in the industrial sector of Cuenca-Ecuador, specifying factors such as quality, innovation and other strategies that promote business profitability and the development of competitive advantages in the sector. The methodology is descriptive and qualitative - documentary type, supported by the systematic review of materials and documents from various authors who study business competitiveness. The main results indicate that quality is a central element for business competitiveness and in this sense the companies studied are committed to meeting the standards required in the sector. With regard to innovation, it is marked by the development of new models and the use of new materials required to offer competitive products. It is concluded that companies in the industrial sector make their best efforts to enhance competitiveness from their micro aspects, they work to offer quality products that meet the required national and international specifications, in the

same way they work to promote innovation. Profitability is an aspect in which they also work to maintain their position in the regional, national and international market.

Keywords: Quality; industrial companies; innovation; competitiveness model; profitability.

Resumo

É apresentado um estudo de revisão cujo objetivo é desenhar um modelo de competitividade para as empresas do setor industrial de Cuenca-Ecuador, especificando fatores como qualidade, inovação e outras estratégias que promovam a rentabilidade empresarial e o desenvolvimento de vantagens competitivas no setor. A metodologia é descritiva e qualitativa - do tipo documental, apoiada na revisão sistemática de materiais e documentos de diversos autores que estudam a competitividade empresarial. Os principais resultados indicam que a qualidade é um elemento central para a competitividade empresarial e, nesse sentido, as empresas estudadas estão comprometidas em atender aos padrões exigidos no setor. No que diz respeito à inovação, ela é marcada pelo desenvolvimento de novos modelos e pela utilização de novos materiais necessários para oferecer produtos competitivos. Conclui-se que as empresas do setor industrial envidam todos os esforços para aumentar a competitividade desde os seus aspectos micro, trabalham para oferecer produtos de qualidade que cumpram as especificações nacionais e internacionais exigidas, da mesma forma que trabalham para promover a inovação. A rentabilidade é um aspecto em que também trabalham para se manterem no mercado regional, nacional e internacional.

Palavras-chave: Qualidade; negócios industriais; inovação; modelo de competitividade; relação custo-eficácia.

Introducción

Actualmente el mundo ha sido marcado por la presencia de un virus denominado coronavirus de tipo 2, asociado al SARS (SARS-COV) que causa el síndrome respiratorio agudo. Desde la perspectiva humana, el virus ha desatado una situación pandémica, afectando la vida de los seres humanos, las familias y las sociedades, ante un confinamiento social que limita las interacciones humanas tal y como era concebidas. La presencia de este virus, al inicio por su desconocimiento, y luego por la agresividad con la que actúa, ha ocasionado la muerte de millones de personas en el

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

mundo, y más aún, en países con sistemas de salud debilitados y colapsados ante la magnitud de la situación sanitaria presentada

Desde el plano empresarial, el COVID-19 ha contraído las economías del mundo, incluyendo las latinoamericanas, las cuales se encuentran en presencia de paralizaciones a nivel de las operaciones productivas de las empresas y organizaciones que conforman el aparato productivo de las naciones. Restricciones logísticas frente al cierre de fronteras y poca movilidad inicial, aunado al miedo producto del desconocimiento por parte de los seres humanos, como individuos frágiles en medio de esta situación que arropa al mundo y las organizaciones, limita la continuidad operativa de las operaciones productivas, altera el flujo continuo de las operaciones de las empresas sean estas pequeñas, medianas o grandes, afectando su competitividad y el desarrollo de procesos esenciales asociados a la generación de productos y/o servicios en cantidad y variedad.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), la pandemia impacta a las economías de América Latina y el Caribe por medio de factores externos e internos cuyo efecto conjunto conducirá a la peor contracción de la actividad económica que la región haya sufrido, desde sus registros, manifiesta que el nuevo virus llegó en un momento de dificultad económica y de vulnerabilidad macroeconómica, desestabilizando aún más la situación de varios países.

En el caso de empresas del sector industrial cuencano, el asumir estrategias para afrontar estas realidades es esencial, aunque no ha sido tarea sencilla. El desplegar metodologías de trabajo emergentes, ante contextos llenos de incertidumbre exige disponer de herramientas de análisis que permitan proyectar ante lo incierto del contexto, riesgos y consecuencias desde la perspectiva productiva y de rentabilidad y competitividad asociadas.

En este caso, en particular como contexto geográfico, se estudia a la ciudad de Cuenca-Ecuador, como ciudad y país que se ha visto afectado por esta crisis sanitaria. Su desarrollo económico ha mostrado la mayor contracción en la historia de su economía, según datos de la OCDE (2020); esta contracción es del 10.9% (FMI, 2020), y a pesar de representar la octava economía de América Latina, ha sido fuertemente afectada por la situación pandémica, mostrando una caída del Producto Interno Bruto (PIB) en los años 2019-2020 de entre un 7,3% y un 9,6%, según estimaciones realizadas por el Banco Central de Ecuador (Banco Central de Ecuador, 2020). Según plantea la OCDE (2020), uno de los principales desafíos que enfrentan los países ante la crisis del COVID-

19, es el de movilizar la ingente cantidad de recursos económicos necesarios para responder a sus efectos. En Ecuador, este desafío es particularmente grave, debido al fuerte impacto de la crisis, que se ve acentuado por las vulnerabilidades estructurales de su modelo de desarrollo.

En función de los planteamientos anteriores, este estudio se enfoca en diseñar un modelo de competitividad direccionado a las empresas del sector industrial de Cuenca- Ecuador, precisando factores como la calidad, la innovación y otras estrategias que fomenten el desarrollo de ventajas competitivas en el sector. Desde el plano metodológico, la investigación es de tipo descriptiva y cualitativa - documental, apoyada en la revisión sistemática de materiales y documentos de diversos autores que estudian la competitividad empresarial.

Competitividad: definiciones básicas

El planteamiento teórico-metodológico de la competitividad ha evolucionado en función de cambios ocurridos en el escenario mundial, y a medida que se incrementa la complejidad de las nuevas formas de organización industrial, los principios teóricos de la competitividad adquieren más vigencia y mayor valor estratégico para la formulación de planes de desarrollo en países del tercer mundo (Labarca, 2007).

En el contexto actual, estos cambios se conectan con la pandemia generada por el coronavirus (COVID-19) donde las reglas del juego cambiaron y las realidades organizacionales se han visto afectadas por ello. El contexto actual, no es el mismo de hace dos años atrás, hoy día nuevos factores y acontecimientos estas presentes y ante ellos, se deben lidiar para mantener posiciones de dominio y liderazgo en los mercados, proyectando una rentabilidad aceptada por los gerentes y directivos de las empresas. En relación a la rentabilidad, plantean Vázquez y Reyes (2013), que esta representa una medida de competitividad de los sistemas de precios del mercado, tomándola como referencia para el análisis costo-beneficio en el mercado real (privado) de los precios.

Según Martínez et al. (2010), la competitividad es un concepto ampliamente estudiado además de controversial en el ámbito de investigación, académico, empresarial, gubernamental y a nivel de los medios de difusión, afirmación que puede complementarse con los planteamientos de Porter (2003) quien establece que no existe una teoría convincente ni una definición aceptada sobre competitividad; pues según lo plantean Lombana y Rozas (2008) la competitividad es un concepto

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

que ha causado controversia entre autores. A pesar de ello, diversas definiciones se han ido gestando y construyendo con el pasar de los años, pudiendo referenciar algunas de ellas:

González (2015), explica que la competitividad es el principal desafío para triunfar en los negocios, ser competitivo es tener la capacidad de proveer un producto o servicio comparable al de sus rivales, pero realizando actividades de una manera más eficiente o desarrollando métodos únicos y exclusivos de la empresa que permitan crear un mayor valor agregado y el cliente lo pueda percibir en términos de precio, oportunidad y calidad). Los autores Porter y Kramer (2011), afirman que la competitividad es la capacidad de las organizaciones para competir con sus rivales; está determinada por cuatro atributos: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias conexas de apoyo y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas; estos atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones.

M Rodríguez y D Rodríguez (2009), la definen como una relación que inicia con el término de productividad solamente en el campo empresarial, con el tiempo el enfoque ha ido variando entrando en términos laborales muy relacionados al desempeño personal. Benavides (2002) refiere un conjunto de condiciones y habilidades desarrolladas en el tiempo, generadas para competir, tomada como una interacción en la oferta para ver quién se queda con una demanda que con los años se vuelve indescifrable. Ickis (1998), la competitividad moderna percibe una concepción de ganar-ganar establecida como la única cuestión saludable en la actividad comercial, direccionado a la permanencia en el mercado, el aumento de cuota en la demanda y el establecimiento del top of mind como objetivos principales.

Para los autores, Enright et al. (1994), en el ámbito de la empresa la competitividad consiste en ser capaz de suministrar bienes y servicios de la misma calidad o mejor que sus competidores. Haguenaer (1989), significa producir bienes con los estándares de calidad requeridos en el mercado, pero con costos iguales o inferiores a los de industrias similares del resto del mundo.

Esser et al. (1996), definen a la competitividad como aquella caracterizada y distinguida por reconocer que un desarrollo industrial exitoso no se logra únicamente con una función de producción en el nivel micro, o de condiciones macroeconómicas estables en el nivel macro, sino también por la existencia de medidas específicas del gobierno y de organizaciones privadas de desarrollo orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas (nivel meso). Además, la

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

capacidad para vincular las políticas meso y macro está en función de un conjunto de estructuras políticas y económicas y de un conjunto de factores socioculturales y patrones básicos de organización (nivel meta).

World Economic Forum (2016), considera 12 pilares fundamentales para medir la competitividad desde el punto de vista global, estos pilares son: instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación primaria, educación superior y entrenamiento, eficiencia de los mercados de bienes, eficiencia en el mercado laboral, desarrollo del sistema financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación empresarial y la innovación. Estos aspectos fueron estudiados en Ecuador, resaltando según Uzcátegui et al. (2017) entre los pilares con mayor puntaje: a) eficiencia del mercado de bienes, b) preparación tecnológica, c) educación superior y entrenamientos y d) sofisticación de los negocios. Para los autores, a pesar de tener una economía emergente, las empresas, el gobierno y los ecuatorianos tienen la obligación de apuntar al mejoramiento del desempeño de todos los sectores que conforman esta enorme organización llamada Ecuador

Y así diversos autores, precisan elementos dentro de la definición de competitividad que van tomando fuerza y se proyectan en contextos y realidades complejas características en cada país y región. En este sentido, Vázquez y Reyes (2013), el término de “competitividad” es utilizado de distintas perspectivas analíticas e integra herramientas de medición que examinan las condiciones por las cuales compiten los países, empresas y productores.

Según los autores, se establecen indicadores de posición competitiva mediante rankings que constituyen diferenciaciones, haciendo la aclaratoria de que los enfoques de la competitividad se encuentran hoy día en constante transformación, a tal grado, que además de incluir indicadores económicos suman elementos tecnológicos, políticos, sociales y ambientales, referenciando también los autores, el patrón básico de “competitividad sistémica” expuesto por Alterburg et al. (1998) los cuales constituye un marco de referencia de las acciones emprendidas del desarrollo industrial en países tanto en vías de desarrollo como industrializados.

Analizando las definiciones y conceptualizaciones emitidas por los autores antes citados, es evidente en diferentes contextos espaciales, las precisiones realizadas sobre competitividad; la creación de ventajas comparativas de los productos en el mercado, ofrecer valor agregado, precios, oportunidad y calidad para clientes denotan la capacidad que pudieras tener para competir bajo una concepción

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

de ganar-ganar, asumiendo en este sentido, una mejora o garantía de valor. También las conceptualizaciones giran alrededor de las condiciones o factores externos o que forman parte de un nivel meta o macro en los que resaltan la demanda; industrias conexas y de apoyo y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, acompañados estos elementos de medidas específicas del gobierno y de organizaciones dispuestas a fortalecer la competitividad de las empresas (nivel meso).

Así dada la amplitud del término y sus connotaciones y aplicaciones, en este ensayo se tomarán aspectos esenciales para el estudio de la competitividad desde la perspectiva interna de las empresas, es decir desde los elementos de carácter microeconómico, pues según plantea Martínez et al. (2010), todos los factores internos de competitividad son inabarcables, aún en trabajos con una vocación de estudio global.

En este sentido, desde la perspectiva de los factores internos, se asumen la calidad, innovación y la rentabilidad que, como fin último de los anteriores, da garantía de sostenibilidad empresarial. El cumplimiento de estándares de calidad y la capacidad de innovar representan fuentes de ventajas competitivas (Galende y Suárez, 1999). A continuación, se realizan algunas precisiones sobre ambos conceptos, analizados desde la competitividad:

Calidad: La calidad a nivel de los productos o servicios consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de las características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del cliente (Martínez et al. 2010), representa un activo intangible estratégico y habla de la reputación y la percepción de la calidad que se hace el cliente sobre los productos y la empresa, convirtiéndose en una de las competencias distintivas de una empresa.

Para Aragón et al. (2010), para lograr el aumento de la satisfacción del cliente es importante establecer un sistema de gestión que incorpore los principios de mejora de la calidad. Según González (2015), la idea es lograr entregar un producto o servicio con la misma calidad que sus competidores, pero con menores costos de producción.

La calidad y su gestión tienen como objetivo la mejora de los procesos, productos y servicios de una organización, y cada persona perteneciente a la misma debe contribuir de alguna forma a ese fin; representa una función permanente en una organización de servicios (Vera, 2017)

Innovación: De acuerdo con Martínez et al. (2010), quienes referencian a (Hall, 1993; Carmeli, 2001; Gopalakrishnan y Bierly, 2001), la visión de la empresa basada en recursos, enfatiza la importancia de la innovación como fuente de ventaja competitiva, sin embargo, también alegan los autores que a pesar de la gran cantidad de estudios que abordan el tema de la innovación, hoy en día no se ha logrado una definición del concepto de innovación ampliamente adoptada, pues es un concepto complejo y difuso, cuya característica central es la novedad asociada al mismo. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2005), la innovación es la creación o mejoramiento de productos, procesos, métodos de comercialización o métodos organizativos (gestión) en las prácticas internas de la empresa, con el fin de generar competitividad en el mercado

En lo que respecta a la definición establecida por el Manual de Oslo (OCDE, 2005), la innovación refiere a la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Mientras que para Nagles (2007) representa la “capacidad de la empresa para generar soluciones ingeniosas, creativas y rentables de manera que atienda las necesidades expectativas y demandas de los consumidores, mercados y sociedad en general” (p.82).

En este orden de ideas, la define como el proceso sistémico, Ochoa (2007) afirma “que requiere de asociaciones y vínculos entre las distintas áreas del conocimiento, para la implementación y el funcionamiento de mejoras en las formas de hacer las cosas, sobre la base de ideas creativas y transformadoras” (p.2), con el fin de llegar con éxito a los mercados y lograr en ellos un impacto social, económico o ambiental. Siendo Schumpeter (1978), un teórico importante que alude a que la innovación es la fuerza principal que impulsa el sistema capitalista y que permite su transformación y desarrollo económico y social. Son amplias y diversas las definiciones de innovación, pero todas confluyen en las estrategias y acciones que la empresa desarrolla para dar soluciones creativas al cliente, a partir de sus requerimientos o con el objetivo de generar necesidades de consumo antes inexistentes. Así, la innovación se confirma como una de las ventajas competitivas encontradas como clave del éxito, resultado consistente con investigaciones previas.

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

Para Aragón et al. (2010), la innovación posibilita responder a los cambios del mercado y mantener su posición competitiva. González (2015), la búsqueda de una identidad innovadora y competitiva requiere del compromiso de los actores del sistema; la innovación es un componente fundamental de la competitividad empresarial; afirmando algunos autores que el fin de toda innovación es un producto comercial que impacte positivamente en lo económico y de posición estratégica a la empresa.

Rentabilidad: como fin último de toda empresa, los niveles de rentabilidad resultan determinantes para evaluar la capacidad de la organización para cubrir sus obligaciones de deuda, y por ende para medir los resultados de su desempeño en un ejercicio económico determinado. La rentabilidad cubre el beneficio normal del titular de la empresa porque es un factor del costo y queda completamente cubierto con los ingresos (Población e Iglesias, 1994). El punto de equilibrio o umbral de rentabilidad, indica el nivel de operaciones que se requiere para cubrir todos los costos y la rentabilidad relacionada con diversos niveles de ventas. Se calcula de tal manera que representa el punto en el que se cubren todos los costos, tanto operativos como financieros.

El punto de equilibrio operativo de una empresa es sensible a diversas variables: los costos operativos fijos (FC), el precio de venta por unidad (P), y el costo operativo variable por unidad (VC). En este sentido, se refiere al volumen de ventas que se requiere para que los ingresos totales y los costos de operación totales sean iguales o para que la ganancia operativa sea igual a cero (Van Horne y Wachowicz, 2010).

Calidad e innovación, factores para la competitividad y rentabilidad empresarial

La competitividad a nivel de las empresas, exige de un trabajo riguroso de despliegue de recursos de diversa índole de manera que se puedan concretar desde los niveles organizacionales los objetivos establecidos, además de cumplir con estándares definidos a nivel de los productos o servicios ofrecidos por las empresas. En la sección anterior se plantean algunas condiciones que deben existir en lo que respecta al contexto externo en el que se desenvuelven las organizaciones, en la actualidad marcado por una pandemia mundial que cambió el transitar de los acontecimientos y ha conllevado a la re-definición de procesos y estrategias a nivel interno en las organizaciones. En lo que respecta a este ensayo, se han seleccionado dos aspectos que en la industria de cerámica plana que son fundamentales para lograr productos competitivos: 1) calidad a nivel de

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

especificaciones técnicas y de diseño y 2) la innovación a nivel de procesos, tecnología y productos ambos elementos requieren del despliegue de recursos y conocimiento desde la gerencia de las empresas para concretar posiciones de liderazgo en los mercados locales, nacionales y mundiales. Estos aspectos serán analizados en las empresas industriales de la ciudad de Cuenca-Ecuador, observando la capacidad productiva que mantienen en el mercado a través de sus ingresos para la generación e incremento de la producción. Estos elementos dan cuenta de un desempeño pre pandemia satisfactorio, sin embargo, en economías contraídas esta situación se ve afectada, pues en un contexto de crisis económica, el entorno de negocios se muestra inestable, complejo y hostil; y la incertidumbre aumenta la posibilidad de fracaso y pone a prueba la capacidad de la empresa para adaptarse al cambio (Sansores, 2017). En este contexto, las mediciones de la competitividad representan un aspecto importante, al proveer información de utilidad para la formulación e implementación de estrategias que apalancen un mayor desarrollo (Consejo Privado de Competitividad, 2013).

Resultados

A nivel de la competitividad, estas empresas, según fuentes revisadas, despliegan desde su filosofía organizacional, las siguientes estrategias que direccionan los esfuerzos hacia la competitividad y la mejora continua, garantizando con ello la rentabilidad económica y social.

Tabla 1: Factores de competitividad internos en las empresas cerámica plana de Ecuador

Factores de competitividad internos	Competitividad		
	Calidad	Innovación	Rentabilidad
Empresas del sector industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Se pliegan a las exigentes Normas Europeas (Normas EN) para ofrecer productos de alta calidad • Definen desde su misión el cumplimiento de altos estándares de calidad • Poseen departamentos de calidad para velar por el cumplimiento de los parámetros exigidos • Fabrican diseños novedosos con altos estándares de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajan por impulsar la innovación, el compromiso y la motivación como factores positivos en las empresas. • Suponen el know how de la empresa y expresan la capacidad de aprendizaje e innovación en el tiempo, constituyendo un valor añadido importante para la empresa • Ofrecen al mercado diversidad de productos innovadores y de muy buena calidad, logrando así satisfacer hasta los más complejos requerimientos al en materia de construcción 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajan por lograr la eficiencia, eficacia y la economía en el empleo de recursos • Calculan indicadores tanto financieros como económicos y proyectan rentabilidad de manera tradicional • A futuro se proponen determinar con el apoyo de la lógica difusa a través de intervalos de confianza indicadores económicos y

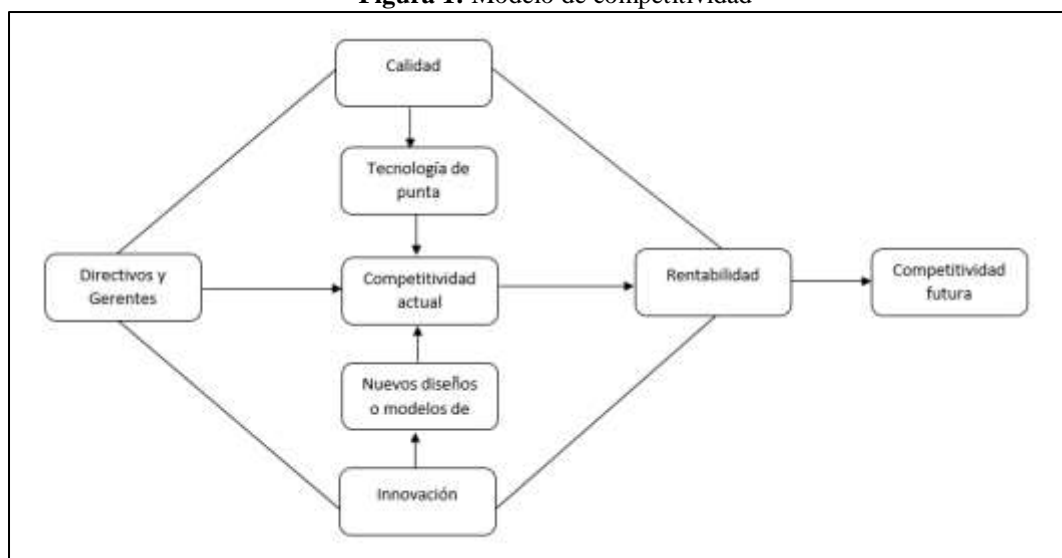
Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

	cumpliendo normativas nacionales e internacionales <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen productos de buena calidad tanto en artesanal, como industria 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen convenios multilaterales para promover la innovación, creatividad y protección a los derechos • Potencian constantemente la innovación tecnológica, adoptando equipos, sistemas de computación, maquinaria, herramientas, de manera que se disponga de tecnología de vanguardia en las operaciones de producción • Están constantemente tomando decisiones para direccionar sus productos hacia la máxima calidad e innovación posible 	financieros, entre ellos el área de equilibrio, rompiendo esquemas tradicionales y haciéndose más competitivas que otras empresas.
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de Ruilova y Sacarasi (2013), Paredes (2013), González y Chávez (2017), Piña y Tenecela (2015).

Estos puntos ayudan a establecer que tan competitivos pueden llegar a ser estas empresas, basados en precios, calidad e innovación, existen industrias que su factor de competitividad no necesariamente es por costos, sino que se suman factores como la calidad, la innovación, la tecnología, entre otras ventajas competitivas. De allí la importancia de presentar a modo de ejemplo un modelo de competitividad basado en los factores descritos, este modelo apoyara a tomar mejores decisiones a nivel de directivos y gerencia, con el propósito de propender a incrementar la rentabilidad empresarial.

Figura 1: Modelo de competitividad



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Existe una influencia positiva de la calidad y la innovación en la competitividad de la empresa del sector cerámico de Ecuador; las empresas trabajan en potenciar la calidad y la innovación como elementos centrales de los aspectos internos. La necesidad de adaptación a los requerimientos de los clientes debe realizarse prestando especial atención a la calidad del producto o servicio, el cumplimiento de los estándares de calidad y el fomento de la innovación es fundamental.

En Ecuador, existen lineamientos que apuntan a fortalecer la competitividad de las empresas del sector, preparándose constantemente para proyectar aspectos tecnológicos y las empresas estudiadas se pliegan a ellos. A pesar de las circunstancias originadas por el COVID 19, siguen en pie, dando lo mejor de sí para retomar el curso de sus acontecimientos y seguir proyectando competitividad. El diseñar un modelo de competitividad, apoyará a las empresas del sector industrial de Cuenca-Ecuador, ha enmarcarse en una competitividad futura, a través de productos de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas del mercado, con este aporte los directivos y gerentes podrán tomar decisiones más oportunas en beneficio de sus organizaciones y con ello continuar acrecentando el desarrollo local, regional y nacional.

Referencias

1. Alterburg, T., Wolfgang, J., y Meyer-Stamer, J. (1998). Building Systemic Competitiveness Concept and Case Studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand. (Mimeo, Trad.) Berlín, Germany: German Development Institute.
2. Aragón, A., Rubio, A., Serna, Ana., y Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Investigación y Ciencia*, 18 (47), 4-12.
3. Aragón, A y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las PyME industriales en España. *Universia Business Review*, 8, 38-51, 2005.
4. Banco Central de Ecuador (2020). El COVID-19 pasa factura a la economía ecuatoriana, *Boletín de Prensa*, 3 de junio 2020. Disponible: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo>

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

5. Benavides, O. (2002). Competencias e competitividad para organizaciones latino-americanas (N° 658.4 / B45c).
6. Cámara de Industria, producción y empleo (2019) (CIPEM).
7. Carmeli, A. (2001). High -and low- performance firms: do they have different profiles of perceived core intangible.
8. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Dimensionar los Efectos del COVID-19 para Pensar en la Reactivación.
9. Enright, M., Frances, A., y Scott, E. (1994). Venezuela, el reto de la competitividad. Caracas: IESA.
10. Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., y Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica. Nuevo desafío a las empresas y a la política. Revista de la CEPAL, (59), 39-52.
11. FMI (2020), IMF Videos, Presentación sobre las Perspectivas de la Economía Mundial en la Universidad de los Andes, Bogotá, Disponible en: <https://www.imf.org/external/mmedia/view.aspx?vid=6171927156001>
12. Galende, J., y Suárez, I. (1999). A resource-based analysis of the factors determining a firm's R&D activities. Research Policy, (28), 891-905.
13. González, M., y Chávez, G. (2017). Análisis de la Industria Ecuatoriana de Cerámica Plana y Porcelanato: Estrategias para su Competitividad. Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
14. González, J. (2015). Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local. Revista Le Bret, (7), 103 – 124.
15. Gopalakrishnan, S., y Bierly, P. (2001). Analyzing innovation adoption using a knowledge-based approach. Journal of Engineering Technology Management, 18, (2), 107-130.
16. Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage.
17. Ickis, J. C. (1998). Como obtener ventajas competitivas y desenvolvimiento económico local. Guatemala. <http://www.yorku.ca/ishd/CUBA>. LIVRO, 6.

Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial

18. Kramer, M., y Porter, M. (2003). La filantropía empresarial como ventaja competitiva. *Harvard Deusto Business Review*, (112), 6-21.
19. Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Revista Omnia*, 13 (002), 158-184.
20. Lombana, J., y Roza, S. (2008). Marco analítico de la competitividad. *Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Pensamiento y Gestión*, (26).
21. Martínez, R., Charterina, J., y Araujo de la Mata, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(2), 165-188.
22. Nagles, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), 77-87.
23. OCDE (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, 3ª Ed., OCDE y EUROSTAT, París.
24. OCDE (2020). *Impacto financiero del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas. Making Development Happen Volume 6*. Disponible en: <https://www.oecd.org/dev/Impacto-financiero-COVID-19-Ecuador.pdf>
25. Ochoa, M. (2007). *Innovación, tecnología y gestión tecnológica*. ACIMED. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/10618/1/08-Innovaci%C3%B3n,tecnolog%C3%ADaygesti%C3%B3ntecnol%C3%B3gica.pdf>.
26. Paredes, J. (2013). *Propuesta de un diseño de planeación y control de la producción en la fábrica "italpisos S.A"*. Universidad de Cuenca.
27. Piña, C., y Tenecela, P. (2015). *Diseño de una manual de políticas y procedimientos para el área de contabilidad en Grupo Industrial Graiman Cía Ltda*. Universidad del Azuay. Facultad de Ciencias de la Administración.
28. Porter, M. (2003). *Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Deusto. España. *Resources and business environment, Technovation*, 21 (10), 661-671.
29. Rodríguez, M., y Rodríguez, D. (2009). *Concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*. *Revista da Universidad de La Salle*, (48), 80-99

30. Ruilova, C., y Sacarasi (2013). Auditoría de gestión al Grupo industrial Graiman CIA LTDA. Universidad del Azuay.
31. Schumpeter, J. (1978). Teoría del desenvolvimiento económico. México: Fondo de Cultura Económica. *Strategic Management Journal*, 14 (8), 607-618.
32. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2019) (ENAE).
33. Uzcátegui, C., Pérez, M., y Solano, J. (2017). Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial. II congreso internacional virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI.
34. Van Horne, J., y Wachowicz, Jr., J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Decimotercera edición. Pearson Educación, México.
35. Vázquez, A., y Reyes, A. (2013). Fundamentos sobre la competitividad para el desarrollo en el sector primario. *TLATEMOANI, Revista Académica de Investigación*, 14.
36. Vera, Y. (2017). Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, Rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016. Universidad católica los ángeles Chimbote.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).