



Análisis de la Rentabilidad y Competitividad Digital como Componentes Claves del Éxito en las Organizaciones Empresariales Latinoamericanas en Respuesta al COVID-19, 2020.

Analysis Of Profitability And Digital Competitiveness as Key Components Of Success *in* Latin American Business Organizations in Response To COVID-19, 2020.

Eduardo Alejandro Veliz Rodríguez
Universidad de Panamá, Facultad de Ingeniería
Eduardoveliz2000@gmail.com / eduardo.veliz@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-3013-3598>

Recibido:8/5/2022 Aceptado: 18/10/2022 Publicado: 1/2023

Se autoriza la reproducción total o parcial de este artículo, siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica

Resumen

En el siguiente trabajo se estará presentando la importancia de la rentabilidad y competitividad digital como factor esencial para el desarrollo de las empresas a corto y largo plazo. El objetivo de este estudio es determinar la relación del impacto de la rentabilidad y competitividad como componentes claves del éxito en las organizaciones empresariales latinoamericanas y su supervivencia ante un mercado cambiante, 2020. Busca especificar la importancia de estas dos variables y su influencia en la búsqueda del éxito empresarial ante una situación de emergencia. Se determinó que factores permiten la rentabilidad y competitividad para el desarrollo de una organización empresarial, así como demostrar el impacto que pueden generar estos elementos en las organizaciones empresariales y cómo influyen directamente en el éxito de las mismas. Para este desarrollo nos basamos en una

metodología inductiva y analítica observacional mediante la búsqueda bibliográfica de textos que ayuden a validar la investigación. En esta investigación los métodos y materiales que se utilizaron son: recursos literarios como artículos científicos, tesis, revistas, blogs entre otros documentos y sitios webs que aportasen valor a la investigación y que fueran de gran ayuda para la recopilación de la información pertinente como también información secundaria lo que muestra un nivel exploratorio y un análisis cualitativo. Los resultados obtenidos en esta investigación nos muestran que datos impactantes para la conclusión de este artículo como por ejemplo un 19% de empresas de la región estudiada se vieron afectadas y consideraron cerrar, además 8,1% del total del empleo formal en el sector empresarial (esto representa 8.5 millones de empleos). Al culminar esta investigación podemos observar cómo estos factores de estudio: rentabilidad y competitividad; han jugado un papel muy importante en el éxito de una empresa permitiéndonos observar la importancia que se debe tenerle a estos factores una empresa para poder crecer y subsistir principalmente. Además también encontramos que estos factores se encuentran directamente ligado con la misión y visión de la empresa.

Palabras Claves: Competitividad, rentabilidad, eficiencia, visión, productividad

Abstract

In the following work, the importance of digital profitability and competitiveness will be presented as an essential factor for the development of companies in the short and long term. The objective of this study is to determine the relationship between the impact of profitability and competitiveness as key components of success in Latin American business organizations and their survival in a changing market, 2020. It seeks to specify the importance of these two variables and their influence on the search of business success in an emergency situation. It was determined which factors allow profitability and competitiveness for the development of a business organization, as well as to demonstrate the impact that these elements can generate in business organizations and how they directly influence their success. For this development we rely on an inductive and observational analytical methodology through the bibliographic search of texts that help to validate the research. In this investigation the methods and materials that were used are: literary resources such as

scientific articles, theses, magazines, blogs among other documents and websites that add value to the investigation and that are of great help for the collection of relevant information as well as secondary information which shows an exploratory level and a qualitative analysis. The results obtained in this investigation show us that shocking data for the conclusion of this article, such as 19% of companies in the studied region were affected and considered closing, in addition to 8.1% of total formal employment in the business sector. (this represents 8.5 million jobs). At the end of this investigation we can observe how these study factors: profitability and competitiveness; They have played a very important role in the success of a company, allowing us to observe the importance that a company must have to these factors in order to grow and survive mainly. In addition, we also found that these factors are directly linked to the mission and vision of the company.

Keywords: Competitiveness, profitability, efficiency, vision, productivity

Introducción

La rentabilidad es un factor determinante para las empresas desarrolladas y en desarrollo. como dato informativo podemos mencionar que según el autor (Izquierdo, 2016) nos indican que “Una de las consecuencias del actual contexto económico está siendo la pérdida de crecimiento y rentabilidad en los países más desarrollados como consecuencia de la crisis financiera mundial, lo que provoca que los inversores busquen empresas más seguras”. Con esto nos podemos dar cuenta que, si la empresa no se maneja de manera correcta según los factores internos y externos puede bajar su valor, aquí es donde se ve lo importante que es lograr una buena rentabilidad empresarial.

Otros autores como (Días, 2018) explican que, “Para muchos empresarios y directivos el incrementar la rentabilidad de un negocio es uno de sus principales objetivos, ya que esto se traduce en generar mayores ingresos, y por lo tanto, a un negocio que va por buen camino”. Si los objetivos de las empresas no están bien definidos, la rentabilidad de la misma se puede ver afectada a largo plazo, de esta manera la empresa primero tiene que procurar lograr la eficacia y posteriormente la eficiencia, lo que le ayudara a ser más rentables y competentes.

Una de las características básicas de la rentabilidad es que para que una empresa se denomine rentable, tiene que aportar a los inversores una tasa de retorno viable que remunere sus inversiones y les propicien ganancias a mediano y largo plazo. Según la autora (Estela, 2020), Existe rentabilidad, entonces, cuando se recibe un porcentaje significativo del capital de inversión, a un ritmo considerado adecuado para proyectarlo en el tiempo.

Ahora bien, la rentabilidad es necesaria para que una empresa sea competente, para el desarrollo de este articulo nos enfocamos en la competitividad digital. (medina, 2018) define la competitividad como,

la capacidad que tiene una empresa para competir, entonces una empresa competitiva es una empresa que puede captar los suficientes “recursos económicos” del mercado con facilidad. Pero, la captación de los recursos en el mercado no es directa, se hace principalmente a través de la venta de los productos; asimismo, para que los productos se vendan, en las condiciones actuales de mercado.

Con esto analizamos que según varían los requisitos de los clientes, la empresa se tendrá que adaptar para mantener la competitividad. De esta manera adaptamos el enfoque de este informe para que nos dé una visión más amplia de la importancia de una capacidad de competir digitalmente ante otras empresas frente a una situación externa que limite las operaciones físicas.. Por otra parte, el autor (gonzalez, 2020), define la competitividad de la siguiente manera, “la competitividad de la empresa hace referencia a su capacidad para afrontar con éxito su actividad de mercado frente a los competidores”

Lo que se busca con este ensayo es demostrar el impacto que deja la rentabilidad y la competitividad digital en una empresa si se manejan de la mejor manera, además de explicar porque se debe ser una empresa rentable y competente para la mejora continua de la empresa para luego poder inferir en caso sea necesario y concluir acerca de el impacto de estos 2 factores en las empresas.

En temas de competitividad, esta depende de algunos factores, (Salas, 1993) nos dice que, tradicionalmente se han identificado 3 grandes bloques de factores determinantes de la competitividad empresarial: factores macroeconómicos relacionados con el entorno institucional, factores sectoriales y factores de carácter interno de la propia empresa. Por otra parte (Horst, 2016) especifica que “Los Recursos Humanos pueden y deben de ser un factor de competitividad y desarrollo de las empresas. Desafortunadamente muchas veces no se le da la importancia debida al área”.

La hipótesis que podemos generar a la hora de la confección de este articulo nos dice lo siguiente: El éxito de una empresa si depende de factores claves como lo son la competitividad y rentabilidad.

En este mismo sentido (Vazquez, 2017) indica que, Lo que la rentabilidad mide es la eficiencia con que la empresa emplea sus recursos, es decir, si se aprovechan o desperdician. Aquí hacemos uso del termino eficiencia porque esta es la manera en la que se mejoran los procesos eficaces, lo cual conduce a una mayor productividad y competitividad. Y por otro lado (Vazquez, 2017) también dice que “la competitividad, es la búsqueda de eficacia y efectividad que las diferentes empresas realizan en pos de posicionarse como las mejores en su rubro o área”. De esta manera podemos ver como dos conceptos poderosos como la

eficacia y eficiencia está relacionados con la competitividad y la rentabilidad de manera directa. Por otra parte las empresas deben seguir un camino que los guie a su meta principal y para esto se basan en su misión, para (Gonzalez, 2015) nos aporta que “La misión de una empresa, establece el camino necesario para que una empresa logre su meta y se vuelva rentable”

Ya estamos teniendo una visión de lo que trata este ensayo, (Dos consultores, 2018) establece que,

En el contexto actual de los negocios, los objetivos centrales de la gerencia se resumen en dos direcciones fundamentales: fortalecer e incrementar la rentabilidad del negocio; y fortalecer e incrementar la competitividad de sus procesos y producto. En la práctica empresarial, estas dos variables, rentabilidad y competitividad, están íntimamente relacionadas y es necesario entender su relación para definir un mecanismo racional que pretenda mejorarlas

De manera mas clara (José Reinel, 2018) expone que, Actualmente en el ámbito de la actividad económica es de vital importancia discernir sobre la subsistencia y crecimiento de las organizaciones al estar subsumidas en un sistema económico globalizado y desregulado que hace de la rentabilidad y competitividad las únicas sendas disponibles por las empresas para resistir las agresivas acometidas de la competencia. Esto nos deja en evidencia que si no hay rentabilidad y competitividad las empresas no avanzaran en un mundo con requisitos variantes.

Métodos

Esta investigación ha sido desarrollada en diferentes secciones en donde podemos analizar de manera ordenada los temas planteados. El autor (Pedro Cadena, 2017) aporta el siguiente concepto de investigación científica “es un proceso, término que significa dinámico, cambiante y continuo, compuesto de varias etapas las cuales se derivan unas de otras”

La siguiente investigación fue llevada a cabo mediante un estudio inductivo (donde analizaremos el fenómeno observado) y analítico observacional. Según la autora (Dávila,

2006) nos comenta que “La inducción conlleva a acumular conocimientos e informaciones aisladas”. Aparte la redacción de este artículo se basa en una metodología mixta en donde aplicamos un desarrollo cualitativo reforzado con información cuantitativa mostrada en gráficos que evidencian las estadísticas reales de las distintas situaciones en el año estudiado..

El sitio blog (pro, 2017) nos aclara mejor estas metodologías comentando que “Los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa son una herramienta que permite recabar información para tu proyecto. Cada uno cuenta con características que pueden ayudar al investigador a encontrar el resultado de su estudio”.

Se utilizaron recursos literarios como artículos científicos, tesis, revistas, blogs entre otros documentos y sitios webs que aportasen valor a la investigación y también recursos tecnológicos que fueron de gran ayuda para la recopilación de la información.

Desarrollo y resultados

El 2020 fue un año en el que muchas empresas desaparecieron y por otra parte otras se mantuvieron. Muchas nuevas compañías salieron a flote gracias a su capacidad de poder adherirse al nuevo mercado y como este estaba cambiando. Uno de los factores que mas influyo en el cambio de la manera de trabajar fue la llegada del COVID-19 a cada país del mundo pero en especial decidimos estudiar a Latinoamérica ya que es una sección del continente americano que talvez le hagan falta muchos cambios para afrontar situaciones de emergencia como la llegada del COVID, donde solo las empresas con la capacidad mas competente supieron aprovechar las oportunidades que se presentaban para operar de manera efectiva y seguir manteniendo la rentabilidad.

Ser competitivos no es una tarea fácil, ser competitivos requiere de una serie de operaciones estratégicas como una buena planificación, procesos eficaces y eficientes, aumento de la productividad sin bajar la calidad del producto. Pero principalmente ser rentables. Si una empresa no logra ser rentable no puede avanzar al siguiente nivel para poder competir en el mercado con las demás empresas. (ingram, 2019) establece que, “Mantener una ventaja competitiva es vital para el éxito a largo plazo de cualquier negocio pequeño”.

La autora (Milagros cano, 2013) dice que “El factor más importante para establecer la salud integral de la empresa y su competitividad es su rentabilidad”. Entonces podemos analizar que la rentabilidad de la empresa consiste de varios factores, no solo de competitividad, para lograr la rentabilidad en la empresa, esta tiene que estar bien organizada para poder llevar a cabo con éxito sus procesos y lograr las metas con eficiencia.

De esta manera las autoras (Leon & Varela, 2011) nos aportan lo siguiente:

La rentabilidad constituye el eje central de la sostenibilidad y crecimiento de los negocios en el tiempo. Es por ello que las decisiones dirigidas a desarrollar proyectos de inversión a financiarse mediante deuda deben considerar la importancia de que la capacidad generadora de ingresos de los proyectos sea más que proporcional al costo de financiamiento de los recursos, toda vez que ambos incidirán en las utilidades y por ende en el rendimiento sobre la inversión.

La competitividad digital se puede definir entonces como la capacidad de una economía para explorar, desarrollar e implementar tecnologías digitales que transformen las prácticas empresariales, los modelos de negocios y con ello la sociedad en si misma. Se trata de un proceso gradual y requiere cambios en los niveles organizacional y estructural, de modo que pueda reconocer, comunicar y asumir estos nuevos desafíos que arrastran las oleadas de nueva tecnología.

Siguiendo en la misma línea de lo antes mencionado, uno de los cambios más impactantes del mercado Latinoamérica y también del mercado mundial fue la manera de operar, el COVID-19 trajo consigo una serie de limitaciones operacionales que no permitieron a las empresas trabajar de la manera mas optima posible.

La autora (Chevalier, 2020) nos comenta lo siguiente respecto al tema desarrollado:

“En cuestión de meses, la pandemia de COVID-19 llevó a muchas empresas ya sea a detener sus actividades o a reinventarse para mantenerse a flote. La tecnología ha desempeñado un papel fundamental en este proceso de adaptación y transformación, poniendo en evidencia la necesidad que tienen las economías alrededor del mundo de adoptar y explorar tecnologías digitales que les permitan seguir siendo competitivas”.

Según los resultados del (IMD, 2020), elaborado por el Instituto Internacional para el Desarrollo de la Gestión (IMD, por sus siglas en inglés), la capacidad de América Latina para competir con otras naciones en un mundo activado por la tecnología sigue siendo limitada. Entre los 63 países considerados por el estudio, Chile es la economía latinoamericana con la mejor puntuación en competitividad digital, con aproximadamente 61,5 puntos sobre 100 posibles. Aun así, el país sudamericano sólo aparece en el puesto número 41. De la región, Brasil es el siguiente, ocupando el 51° lugar, con 52,1 puntos. Si bien tanto Chile como Brasil han mejorado su posición en el ranking en comparación con 2019, no ocurre lo mismo con México, que ha caído seis posiciones este año.

Grafica n°1.
Índice de competitividad digital 2020



Nota: grafica correspondiente a un estudio de 63 países en donde la mayoría de los últimos puestos pertenecen a Latinoamérica. De fuente secundaria: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/>

En la grafica n°1 podemos ver que de 63 países analizados los representantes de Latinoamérica en este análisis ocupan literalmente los últimos puestos de competitividad

digital. Esto nos hace darnos cuenta que Latinoamérica en cuestiones de competitividad digital no está lo suficientemente preparada.

En el año 2020 la competitividad digital se volvió un pilar para las empresas ya que como lo mencionamos anteriormente, el COVID-19 presentó muchas limitaciones físicas para el personal por lo cual las empresas se vieron presionadas a solo dos opciones: la primera sería rendirse y la segunda afrontar los nuevos retos demostrando una competitividad que ayudase a mantener la rentabilidad de la empresa.

Tenemos que tener en claro que la rentabilidad y competitividad son dos conceptos que van ligados fuertemente uno dependiendo del otro. La empresa para poder ser rentable necesita ser competitiva y por su otra parte, si la empresa desea ser competitiva y contar con todos los recursos necesarios para competir con otras empresas también tiene que ser rentable para poder contar con la suficiente facilidad monetaria que respalde esta competencia.

De esta manera ante una situación de esta magnitud como el COVID-19 el cual dejó impacto global siempre hay que tener un plan de contingencia en caso de ser necesario. Este no fue el caso de casi el 98% de las empresas latinoamericanas las cuales se vieron obligadas a paralizar sus operaciones mientras reestructuraban todos sus procesos y digitalizaban todas las plataformas necesarias para seguir operando.

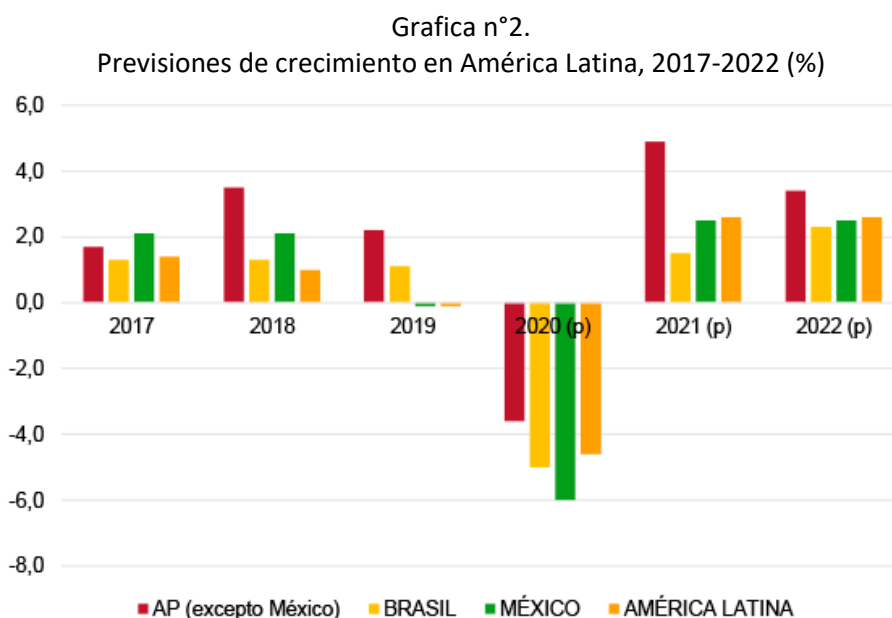
Este impacto del COVID causó pérdidas millonarias en cada una de las empresas que se vieron afectadas exceptuando algunos rubros como salud y supermercados. Es aquí donde las empresas realmente deben demostrar su respuesta ante la situación con una competencia que ya no sería física si no digital. Podríamos decir que con el COVID entramos en una nueva época, en la cual se aprovechó el 100% de los recursos tecnológicos para fortalecer la competencia de la empresa.

Según el sitio web del banco interamericano de datos (BID, 2022), nos comentan que:

“A más de dos años del inicio del COVID-19, las cifras de capital productivo siguen estando un 20% por debajo de los niveles anteriores a la pandemia. Se necesitan nuevas políticas para ayudar a las empresas a impulsar la inversión y el crecimiento”

Este porcentaje del cual se menciona en la cita anterior se pudo disminuir si las empresas presentaran una competencia digital desde antes de la pandemia lo cual hubiese ayudado a que la rentabilidad de la empresa mostrara índices mas equilibrados.

Hasta el momento hemos visto como la falta de competitividad digital se convirtió en un factor determinante para las empresas en donde si hubiesen tenido una competencia a nivel digital mayor no hubiesen sufrido una baja en la rentabilidad de las empresas. En la siguiente grafica mostramos como ha sido el crecimiento y decaída de la región en los últimos 5 años.



Nota: Se puede observar en esta grafica como el año 2020 fue el año en el que la mayor parte de la región se vio afectada por falta de competitividad digital. De fuente secundaria:

<https://www.iadb.org/es/noticias/tras-sobrevivir-la-pandemia-las-empresas-de-america-latina-y-el-caribe-necesitan-ayuda-0>

En la gráfica n°2 podemos ver que la tendencia de los países latinoamericanos era creciente durante 2017 y 2019 pero apenas llegó el covid en 2020 se experimentó una caída del mercado empresarial. De esta caída podemos resaltar problemas como la falta de adaptación a la tecnología los cuales hicieron que las empresas latinoamericanas y de la

región se fueran a pique con sus índices de competitividad y rentabilidad principalmente lo cual provocó que un gran índice cerrara sus puertas y se declarara en banca rota. Con esto podemos observar como la competitividad digital se convirtió en un factor determinante para el éxito de una empresa en el mercado ya que si no se desarrolla una buena competitividad las empresas se pueden estancar e ir bajando sus niveles de rentabilidad poco a poco, lo cual no es para nada bueno para la salud operativa de la organización empresarial.

Por otra parte el sitio web (Dos consultores, 2018) nos dice que “una empresa con alta competitividad no necesariamente tiene una alta rentabilidad; o inclusive una empresa con una competitividad regular puede obtener una alta rentabilidad. Esto dependerá en gran medida de la estrategia de negocio que esté aplicando la empresa”.

Podemos ver con este argumento que en algunos casos no siempre una empresa competitiva tendrá una alta rentabilidad, esto va proporcional a la estrategia de negocio como se menciona ya que un negocio puede ser rentable pero no buscar ser competitivo o ser competitivo ya sea por las diferentes propuestas de valor pero no es lo suficientemente rentable ya que las ganancias son bajas, pero aun así esa es la manera de subsistir de la empresa.

La autora (Milagros cano, 2013) nos agrega que, lo siguiente acerca de la rentabilidad:

la rentabilidad constituye una condición necesaria aunque no suficiente para el éxito del proceso de crecimiento de la empresa pues aquella que no consiga una rentabilidad como mínimo similar a la de sus competidores no podrá traer los fondos necesarios para financiar su expansión dado que los inversores destinarán sus recursos a alternativas más prometedoras mientras que las instituciones financieras podrán imponer limitaciones al crédito y tipos de interés más elevados que le compensen por los mayores riesgos asumidos.

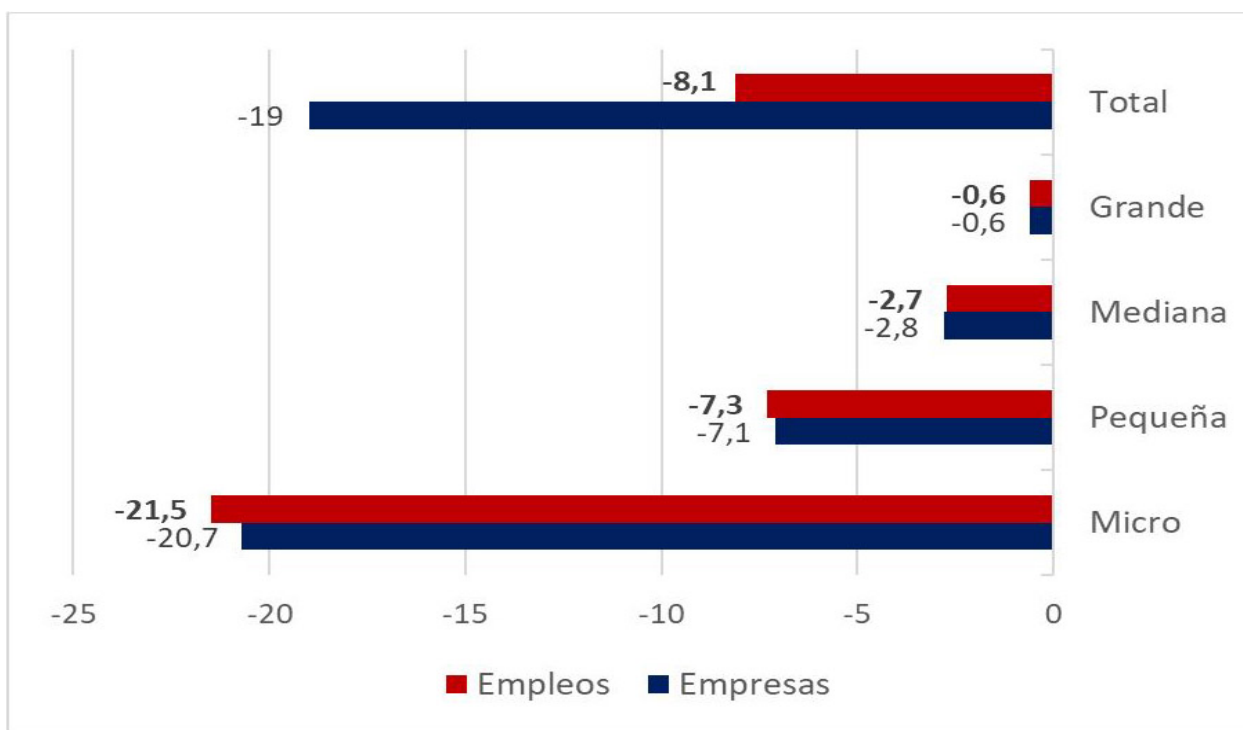
A continuación estaremos presentando una serie de graficas que evidencias el gran impacto que ha generado la llegada del COVID-19 a las empresas de la región donde se ven reflejados resultados impactantes gracias a su falta de capacidad de competencia digital.

Como ya sabemos, esta pandemia estuvo produciendo un impacto muy grande sobre la economía y la sociedad de América Latina. El sitio web de la comisión de economía para América latina y el caribe (CEPAL, 2021) nos dice que “se estima que antes de finales de 2020 podrían cerrar 2,7 millones de empresas, equivalentes al 19% de todas las firmas de la región. En el caso de las microempresas este porcentaje podría llegar al 21%.”.

Este índice obtenido con esta grafica nos deja muy impactados ya que podemos observar que la rentabilidad de las empresas se fue directo hacia abajo con la falta de competitividad digital y su capacidad de adaptarse a un mercado cambiante con la suficiente eficiencia como para seguir operando y mantener la rentabilidad.

Gráfico n°3.

Porcentaje de empresas de A. latina y trabajos que posiblemente se perderán



Nota: en la grafica vemos los porcentajes de empleos y empresas que se vieron afectados por la pandemia. Fuente secundaria: <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>

En términos de empleo, esto generaría la destrucción de más de 8,5 millones de puestos de trabajo: 8,1% del total del empleo formal en el sector empresarial y más de un quinto de los puestos de trabajo generados por las microempresas (véase el gráfico 3).

Es así como podemos observar claramente como el impacto del COVID arrasó con todas aquellas empresas en especial las micro y pequeñas empresas que no contaban con la suficiente capacidad de competencia digital. Esto provocó que un alto índice de empresas paralizara sus operaciones ya que sufrieron pérdidas millonarias por las limitaciones físicas que trajo consigo la pandemia.

Conclusiones

Podemos concluir finalmente en este ensayo con que la rentabilidad y la competitividad si son dos componentes claves para la búsqueda del éxito empresarial. Las empresas al empezar desde cero su primer objetivo debe ser apuntar en búsqueda de la rentabilidad empresarial e ir adaptándose poco a poco a los cambios del entorno ofreciendo las mejores propuestas de valor para poder entrar con pie firme al mercado y lograr ser competentes.

Con el desarrollo de este artículo mostramos diferentes gráficas en donde vimos como la competitividad digital representó un factor de éxito muy importante para la empresa debido al cambio drástico que provocó la llegada del COVID-19 donde pudimos observar como muchas empresas se fueron a la quiebra por la falta de competitividad digital.

De esta manera podemos observar que una empresa debe considerar plenamente estos factores como componentes de éxito empresarial ya que sin una buena competencia la empresa puede dejar de ser rentable y a su vez puede dejar de crecer si no se adapta a los nuevos requisitos de competencia.

Referencias Bibliograficas

- BID. (03 de agosto de 2022). *Tras sobrevivir la pandemia, las empresas de América Latina y el Caribe necesitan ayuda*. Obtenido de Banco interamericano de datos: <https://www.iadb.org/es/noticias/tras-sobrevivir-la-pandemia-las-empresas-de-america-latina-y-el-caribe-necesitan-ayuda-0>
- CEPAL. (2021). *Mipymes y el COVID-19*. Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>
- Chevalier, S. (2020). *América Latina sigue atrasada en materia de competitividad digital*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/23135/paises-latinoamericanos-en-el-ranking-de-competitividad-digital/>
- Clavijo, C. (18 de julio de 2020). *Competitividad empresarial: 4 estrategias para tu negocio*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>
- Dávila, G. (2006). EL RAZONAMIENTO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO DENTRO DEL PROCESO INVESTIGATIVO EN CIENCIAS EXPERIMENTALES Y SOCIALES. *Laurus*, 12, 180-205. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- Días, B. (27 de abril de 2018). *¿Cómo mejorar la rentabilidad de tu empresa?* Obtenido de GrowX Agency: <https://blog.growxco.com/articulos/como-mejorar-la-rentabilidad-de-tu-empresa>
- Dos consultores. (2018). *Cómo mejorar la competitividad y la rentabilidad de un negocio*. Obtenido de Dos consultores: <https://dosconsultores.com/articulo-como-mejorar-la-competitividad-y-la-rentabilidad-de-un-negocio/>
- Estela, m. (09 de julio de 2020). *Rentabilidad*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/rentabilidad/>
- Fernández, H. (2019). *Capital humano ¿Qué significa para una empresa?* Obtenido de economía tic: <https://economytic.com/capital-humano/>

- gonzalez, E. (enero de 2020). *Variedad estratégica y rentabilidad empresarial*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/11087/UOV0027TEGF.pdf?sequence=1>
- Gonzalez, I. (2015). *Nuestra Misión, nuestra Visión y nuestros Valores*. Obtenido de IDEXIO: <http://idexio.com/Mision,-Vision-y-Valores/>
- Horst, A. (2016). *Competitividad, productividad y rentabilidad en la gestión del talento*. Obtenido de IMC: <https://mxintegralmc.com/Articulos/IMC2015.pdf>
- IMD. (2020). *La misión del Centro de Competitividad Mundial*. Obtenido de IMD: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/>
- ingram, D. (2019). *¿Cuáles son los componentes clave para el éxito competitivo en los negocios?* Obtenido de La Voz: <https://pyme.lavoztx.com/cuales-son-los-componentes-clave-para-el-xito-competitivo-en-los-negocios-11018.html>
- Izquierdo, J. D. (abril/junio de 2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. *Contaduría y administración*, 61(02). doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.12.001>
- José Reinel, J. B. (2018). *FUENTES DE RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL*. Obtenido de cladea: https://cladea2014.files.wordpress.com/2014/10/paper_289.pdf
- Koenes, A. (1995). *Objetivo: Rentabilidad*. madrid: Ediciones 2 santos.
- Leon, A., & Varela, M. (2011). LA RENTABILIDAD COMO FUENTE DE CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD EN EL ENTORNO EMPRESARIAL. *Ciencias Económicas*, 29(1), 531-544.
- medina. (2018). *Cómo mejorar la competitividad y la rentabilidad de un negocio*. Obtenido de dosconsultores: <https://dosconsultores.com/articulo-como-mejorar-la-competitividad-y-la-rentabilidad-de-un-negocio/>

- Milagros cano, D. O. (2013). *Rentabilidad y competitividad en la PYME*. Obtenido de ciencia Administrativo:
<https://cienciadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1661>
- Orellana, P. (03 de agosto de 2020). *Sostenibilidad económica*. Obtenido de Econimipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-economica.html>
- Pedro Cadena. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 1603-1617.
- pro, Q. (2017). *¿Cuáles son los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa?* Obtenido de Question pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>
- Salas, V. (1993). factores de competitividad empresarial. Consideraciones generales. *papeles de economía española*, 379-396.
- Vazquez, C. (2017). Rentabilidad, Competitividad y eficiencia. *Economías emergentes*, 55-60.