

**EFFECTIVIDAD EN LAS ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA COLOMBIANA PARA  
PROMOVER LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**



**RAQUEL YADIRA CORTÉS ARIZA**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA  
BOGOTÁ D.C. MARZO DE 2014**

**EFFECTIVIDAD EN LAS ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA COLOMBIANA PARA  
PROMOVER LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**



**RAQUEL YADIRA CORTÉS ARIZA**

**Trabajo presentado como requisito para optar al grado  
de ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA**

**Asesor metodológico:  
JESÚS SALVADOR MONCADA CERÓN**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA  
BOGOTÁ D.C. MARZO DE 2014**

## HOJA DE PRESENTACIÓN

<b>FACULTAD</b>	Ciencias Económicas
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Especialización en Alta Gerencia
<b>GRUPO DE INVESTIGACIÓN</b>	4- Grupo de Estudios Contemporáneos en contabilidad, Gestión y Organizaciones – GGECCO. Reconocido con código COL0028767 D
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	Estudios Contemporáneos en gestión y organizaciones
<b>ÁREA TEMÁTICA O TEMA</b>	Estrategia, innovación y competitividad
<b>TÍTULO</b>	Efectividad en las estrategias de la política Colombiana para promover la competitividad empresarial
<b>PALABRAS CLAVE</b>	Competitividad, innovación, educación, mejora continua
<b>GRUPO</b>	49 A
<b>FECHA</b>	Marzo de 2014
<b>ASESOR TEMÁTICO</b>	
<b>ASESOR METODOLÓGICO</b>	
DR. JESÚS SALVADOR MONCADA CERÓN	
<b>NOMBRE</b>	<b>CÓDIGO</b>
<b>RAQUEL YADIRA CORTÉS ARIZA</b>	6501540

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Bogotá, D.C. marzo de 2014

## CONTENIDO

RESUMEN .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
LA COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA.....	8
LA INNOVACIÓN COMO PILAR DE LA COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA .....	14
CONCLUSIONES.....	26
BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA.....	27

## **RESUMEN**

La competitividad es un tema relevante a nivel de países y globalización, por lo cual el Gobierno Nacional ha establecido estrategias para promover su crecimiento, sin embargo, estas no han sido suficientes ya que Colombia continúa con niveles bajos dentro de los índices que presenta en relación con otros países.

Teniendo en cuenta lo anterior, se deben retomar estrategias y tener en cuenta aspectos que inicialmente no fueron relevantes y que probablemente aportan beneficios en la búsqueda de nuevos procesos que sean efectivos, que permitan lograr los objetivos y mejorar notablemente los índices que hoy presenta nuestro país.

### **PALABRAS CLAVE**

Competitividad, innovación, educación, mejoramiento continuo

## **ABSTRACT**

Competitiveness is a significant level of countries and globalization issue, for which the Government has established strategies to promote their growth, however, these have not been sufficient as Colombia continues at low levels within the indexes presented in relation with other countries.

Given the above, it should resume and strategies take into account issues that initially were not relevant and probably provide benefits in the search for new processes that are effective, that will achieve the objectives and significantly improve rates shows our country today.

### **KEY WORDS**

Competitiveness, innovation, education, continuous improvement

## INTRODUCCIÓN

La competitividad es un elemento primordial en el desarrollo de un país ya que permite obtener, optimizar y sostener una buena posición tanto en un entorno nacional como internacional, ofreciendo al mercado productos y servicios a la altura de los mejores del mundo, con componentes vitales como la calidad y los precios.

Teniendo en cuenta el entorno empresarial y la globalización, la innovación se ha convertido en un factor que influye en el crecimiento y desarrollo del país, ya que quien innova puede acceder a más oportunidades en los mercados de nivel nacional como internacional, ofreciendo la satisfacción de necesidades a través de productos y/o servicios.

El bajo índice de competitividad de varias empresas en Colombia permite que a nivel de Latinoamérica el País se encuentre dentro de los rangos más bajos, de acuerdo a al Informe Nacional de Competitividad 2013-2014 del Consejo Privado de Competitividad, lo que nos induce a cuestionar si han sido suficientes las estrategias que ha utilizado el gobierno nacional para promover la competitividad en las empresas colombianas.

El presente ensayo permite conocer las principales estrategias que la política colombiana ha trabajado para promover la competitividad en personas y empresas nacionales, tomando factores claves como la innovación y la educación. Así mismo, procura crear conciencia en los lectores sobre algunas alternativas o puntos clave para tener en cuenta al momento de promover acciones que cultiven y mejoren la competitividad de la nación.

## EFFECTIVIDAD EN LAS ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA COLOMBIANA PARA PROMOVER LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

### CAPITULO I

#### LA COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA

El tema de la competitividad toma gran relevancia en los últimos tiempos, Colombia se inscribe en uno de sus importantes exponentes, debido al rol que la competitividad juega en la economía y en los negocios; la dinámica económica cambia con celeridad, por lo cual las empresas deben adaptarse a los estándares de competitividad que exige el mercado global.

El bajo índice de competitividad de varias empresas en Colombia es una de las causas para que el país se encuentre a nivel global dentro de los rangos más bajos en este nivel, de acuerdo al Informe Nacional de Competitividad 2013-2014 del Consejo Privado de Competitividad, *“En 2009 el país se ubicaba en el puesto 69 entre 133 países. Cuatro años después se encuentra en la misma posición entre 148 países”*.

Para un adecuado análisis sobre el tema, es necesario discernir sobre lo que algunos autores entienden por competitividad; para Haguenaer, 1990, “competitividad: es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo”; mientras que la *comisión on industrial competitiveness*, 1985, entiende por competitividad el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libre, producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos. La política colombiana en el CONPES 3439 del 2006 y en el Decreto



2828, así como en el Decreto 1500 de 2012, da pautas para comprender lo que implica la competitividad y se dictan medidas para la organización, articulación y funcionamiento del Sistema Administrativo Nacional de Competitividad e Innovación, que tiene como finalidad poner en marcha políticas concertadas en materia de competitividad, productividad e innovación.

El CONPES 3439 del 14 de agosto de 2006, expresa que hay 7 Factores determinantes de la competitividad en Colombia, estos son: infraestructura física, desarrollo científico y tecnológico, desarrollo de capital humano, desarrollo institucional, ambiente macroeconómico, acceso al crédito y Productividad. Una vez vistos los componentes de la competitividad, nos preguntamos si la política ha tenido efectividad, de igual manera nos interrogamos sobre las acciones que ha originado el gobierno nacional, con el fin de promover y crear estrategias para que la competitividad del país sea eficiente y nos conduzca a índices de superioridad frente a otros países.

El gobierno nacional a través de diversas estrategias busca promover la innovación y competitividad, uno de los logros es la promulgación del Decreto 1500 de 2012, por el que se crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad e Innovación, cuya finalidad es poner en marcha políticas concertadas en materia de competitividad, productividad e innovación, el Sistema está compuesto por los siguientes órganos:

- *Comisión Nacional de Competitividad e Innovación.* Es el órgano asesor del Gobierno Nacional y de concertación entre este, las entidades territoriales y la sociedad civil en temas relacionados con la productividad y competitividad del país y de sus regiones, con el fin de promover el desarrollo económico.
- *Comisiones Regionales de Competitividad.* Son órganos que coordinan y articulan al interior del departamento los principales actores de los sectores público y privado, en temas de competitividad, productividad e innovación.
- *Instancia de coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad.* El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en

representación del sector público del orden nacional coordinará y hará seguimiento a las Comisiones Regionales de Competitividad, con el apoyo de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras).

A través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se promueven las acciones en materia de competitividad y se coordina todo lo que tiene que ver con la materia.

La Agenda Nacional de Competitividad es un plan de vuelo con acciones concretas de corto, mediano y largo plazo que permiten acelerar la productividad del país e impulsan un crecimiento sostenido por encima del seis por ciento, contiene actividades en las siguientes categorías: Instituciones, Infraestructura, Educación, Mercado Laboral, Mercado de bienes, Mercado financiero, Desarrollo tecnológico, Innovación y Sofisticación de negocios en las cuales se definen las entidades responsables, sin embargo a la fecha las acciones se adelantan a través de 9 categorías. La categoría de Educación es la que mayor número de acciones desarrolla, con un total de 25 acciones, representando el 22,1% del total de las acciones.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), de las 113 acciones adelantadas, al segundo trimestre de 2013, 19 se encuentran completadas (17% del total de acciones), 79 se encuentran en proceso (70%) y las restantes 15 (13%), se encuentran eliminadas o no reportan. El Ministerio de Educación se encuentra adelantando 24 acciones (21,2% del total), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 19 (17%) y el Ministerio de Transporte 13 (17,7%).

El Consejo Privado de Competitividad en boletín de agosto de 2013, señala que las variables de percepción en las que Colombia perdió posiciones fueron en la salud y educación básica, la capacidad tecnológica, la innovación, la eficiencia del mercado de bienes e instituciones, mientras que ganó posiciones en educación superior y capacitación, desarrollo del mercado financiero, ambiente macroeconómico, eficiencia en el mercado laboral e infraestructura.

Como hemos visto, el gobierno ha planteado diferentes alternativas para el crecimiento de la competitividad frente a otros países, sin embargo, es evidente que

varias de las acciones no han sido efectivas; y probablemente se deba a que no se han tenido en cuenta algunos aspectos importantes de la competitividad como lo señala Porter, en su libro *Estrategia Competitiva*, estos aspectos son la imposibilidad de obtener materias primas y componentes, periodo de incremento rápido en precios de las materias primas, ausencia de infraestructura, ausencia de estandarización tecnológica o de productos, probabilidad percibida de obsolescencia, confusión de los clientes, calidad irregular de los productos, imagen y credibilidad en la comunidad financiera, aprobación regulatoria, costos elevados, respuesta de las entidades amenazadas.

Para las empresas, la utilización de estrategias clave como la Calidad Total de la que se habla actualmente, es un factor que les permite incorporarse en un mundo que cambia de forma acelerada y en el que las exigencias de los mercados hacen que las organizaciones busquen un enfoque de gestión, elevar los índices de productividad, lograr mayor eficiencia y entregar a sus clientes un servicio con calidad.

El crecimiento económico de Colombia ha sido insuficiente para generar la prosperidad social y resolver los problemas estructurales de pobreza del país. Para alcanzar un mayor bienestar social e individual se requiere de una evolución constante y sostenida. Es decir, se requiere el afianzamiento del mercado interno y la conquista y consolidación de mercados internacionales. Es en este escenario donde la competitividad se convierte en un aspecto clave, no basta con crecer y mejorar con respecto al ambiente interno sino también a nivel mundial.

La capacidad que tiene Colombia para crecer, innovar, ampliar mercados internacionales y consolidar los mercados existentes es amplia pero requiere de un esfuerzo más aunado.

Dentro de los indicadores de medición de la competitividad, se encuentra el de productividad, es decir, el valor producido en una hora de trabajo. La mayor competitividad se refleja en aumentos en los salarios reales de los trabajadores, en mayores ingresos por habitante y en una mejor calidad de vida de la población. La mayor competitividad es un componente necesario del camino hacia el desarrollo.

La competitividad es un factor clave de crecimiento y desarrollo para una nación, lo cual lleva a mejores niveles de vida para sus habitantes. Por esta razón en Colombia, el Consejo Privado de Competitividad junto algunas empresas del sector privado, y participación del sector público evalúan la situación de la economía del país y economías regionales, con el objetivo de fijar metas de mediano y largo plazo, con el fin de mejorar su posición respecto a países de referencia.

A nivel del Gobierno Nacional se deben fomentar políticas que produzcan las condiciones para que los ciudadanos y empresas encuentren la estabilidad necesaria para crecer y encontrar garantías comerciales que permitan el normal desarrollo de las actividades comerciales, de esa manera y tomando acciones como el mejoramiento de estructuras a nivel de instituciones públicas, de ser más justos y estrictos en el tema de impuestos, de reestructurar los programas de salud y educación de acuerdo a las necesidades reales, se contribuirá a una mayor evolución y mejor crecimiento de los índices de competitividad.

De igual manera, se deben tener en cuenta las tendencias que actualmente han surgido en los mercados, producto del crecimiento y la globalización y que han influenciado el desarrollo de las economías dentro de varios países:

*Entorno político-económico:* debido a la globalización de la economía mundial están cambiando reglas de juego en todos los países y a la vez se abren nuevas oportunidades en el mercado. Igualmente si mejora el nivel de vida de muchas familias, favorecerá el aumento de en la demanda de productos y aumenta la difusión de las tecnologías de la información facilitará la comunicación y las formas de potencializar los mercados.

*Estabilidad geopolítica y seguridad:* Actualmente las amenazas terroristas son más descentralizadas, por lo que la mayoría de los países mantienen estrictas medidas de seguridad, así como mayores controles aduaneros y fronterizos.

*Concentración empresarial:* Existe un proceso de concentración empresarial en los distintos sectores y por lo tanto, los principales grupos mundiales serán cada día más capaces de satisfacer las necesidades de un mayor número de clientes.

Como reacción a la homogeneidad en los productos ofrecidos por las diferentes empresas, tomará más fuerza una tendencia a la diferenciación de productos y a la especialización en algunos servicios.

*Nuevos mercados geográficos:* Son mercados recientes, menos segmentados, más lejanos que los habituales y menos conocidos. Se requieren esfuerzos para conocerlos y darse a conocer, pero también hay que adaptar el producto a partir de nuevos gustos y preferencias. Dominar los idiomas de esos nuevos mercados –un requisito básico para comunicarse, vender y ofrecer un buen servicio- resulta fundamental para tener éxito.

*Entorno demográfico:* Los cambios demográficos pueden generar oportunidades bien sea porque algunos segmentos de población ganan volumen e importancia estratégica como mercado potencial, o porque entre la población se detectan necesidades específicas en función de sus características demográficas y de su ciclo de vida (edad, ocupación, nivel de renta, movilidad, estudios, actividades, etc) que ofrecen oportunidades para la especialización.

*Entorno social:* Los valores y hábitos de vida y consumo de la población en general, están cambiando rápidamente e influyen en las motivaciones y expectativas al momento de adquirir cualquier tipo de producto o servicio.

*Nuevas tendencias de consumo:* En las tendencias de consumo en general puede encontrarse la inspiración y el germen para nuevas oportunidades. El consumidor busca cosas nuevas y variedad y, aunque algunas tendencias pueden ser percibidas como algo anecdótico o una moda, hay que saber ver el fondo, sus raíces comunes, ya que nos resultarán útiles para predecir comportamientos futuros.

*Entorno medioambiental:* La aceleración del cambio climático y sus efectos directos en el entorno natural provoca una variación de las condiciones y los recursos para la producción o procesamiento de algunos productos. La mayor conciencia ambiental y el cambio climático planean nuevos retos a las diferentes empresas del país. La contaminación creciente y los desastres medioambientales, entre otros, han

despertado en nuestra conciencia la necesidad de establecer modelos de desarrollo sostenible.

*Entorno tecnológico:* La evolución constante de las tecnologías, especialmente Internet, ha provocado la aparición de instrumentos y herramientas (soportes multimedia, web 2.0, e-commerce etc.) que generan nuevos modelos de obtención de la información y comunicación.

## **CAPITULO II**

### **LA INNOVACIÓN COMO PILAR DE LA COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA**

La innovación en Colombia se puede analizar desde diferentes puntos de vista, a nivel del país, a nivel de empresas y a nivel de cada persona. Según informes y estadísticas se ha encontrado que el tema de innovación y tecnología es uno de los puntos claves dentro del análisis que se realiza para obtener los índices de competitividad, por lo que se puede pensar que se deben invertir más recursos en innovación, lo cual se verá reflejado en el mejoramiento de los índices de competitividad.

Según documento de la OCDE y el Banco Mundial sobre la Educación Superior en Colombia, *el concepto de “sistemas nacionales de innovación” comenzó a utilizarse en la década de los 90 para referirse a la red de instituciones que interactúan en un país con el objetivo de permitir que el conocimiento fluya entre las instituciones de investigación, las empresas y los organismos gubernamentales (Nelson, 1993). Un documento reciente de la OCDE señala que:*

*“El estudio de los sistemas nacionales de innovación se centra en los flujos de conocimiento. El análisis se dirige cada vez más a la mejora del desempeño en las economías del conocimiento, que se basan de forma directa en la producción, la distribución y el uso del conocimiento y de la información. El conocimiento, que se*

*encuentra en los seres humanos (lo que se conoce como capital humano) y en la tecnología, siempre ha sido esencial para el desarrollo económico. Pero no ha sido hasta los últimos años cuando se ha reconocido su importancia relativa, a medida que dicha importancia crece. Las actividades económicas requieren cada vez más conocimiento, como se observa en el auge de las industrias de tecnología avanzada y en la demanda creciente de personas con alto grado de cualificación. Las inversiones en conocimiento, como las que se realizan en investigación y desarrollo, educación y formación, y en métodos de trabajo innovadores, se consideran fundamentales para el crecimiento económico.” (OCDE, 1997).*

Conociendo la importancia de este aspecto, el Estado a través de algunas instituciones busca contribuir a la gestión de la innovación, como lo son Colciencias, SENA, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Cámara de Comercio, entre otras. Estas entidades apoyan en la formación del recurso humano, el desarrollo de la investigación científica, el apoyo a proyectos y el aprendizaje permanente, lo cual permite que algunos colombianos tengan más herramientas para mejorar su nivel de vida.

El país, por medio de estas entidades busca elevar los niveles de competitividad, a través del desarrollo tecnológico innovador y de la integración de actividades entre varios sectores, con el fin de impulsar estrategias de clase mundial. Colciencias promueve el desarrollo de una cultura científica, el SENA a través de incubadoras empresariales acelera el proceso de planeación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedores de los ciudadanos, con alianzas entre los sectores público privado y educativo; beneficios que contribuyen con la solución de problemas en la sociedad.

La manera en que cualquier ciudadano puede aprovechar este tipo de recursos es buscando y consultando los sitios web de las entidades, en las cuales publican información y diferentes convocatorias. De igual forma, Las empresas también pueden acceder a programas que contribuyan al crecimiento propio y de sus empleados.

Otro aspecto a destacar, es la falta de gestión del conocimiento. En Colombia se cuenta con un alto capital humano que requiere tener unas condiciones de aprendizaje más óptimas, educación de calidad e incentivos de parte del Gobierno para promover la gestión de proyectos, a través de la importancia y el desarrollo que se ha dado a las tecnologías de la información se ha contribuido a facilitar el acceso a y desde muchos sitios del país en los cuales no contaban con herramientas como la internet, además ha permitido que la comunicación a nivel del país y a nivel mundial haya evolucionado.

Aunque el acceso a la TIC ha aumentado en el país, es importante tener en cuenta que se debe capacitar en todos los niveles sobre el uso productivo de estas herramientas, además el nivel de acceso es diferente tanto en empresas pequeñas como en empresas grandes, en barrios humildes o en barrios de estratos alto, en los pueblos y en las ciudades, con el fin de encontrar una eficiencia integral a nivel nacional.

Para lograr que todos hablen el mismo idioma, es necesario trabajar en gestión del conocimiento, pensando en competir con las empresas más importantes del mundo, y con personas que están innovando y creando cosas desde su niñez. Los esfuerzos debe centralizarse en sectores que tengan la capacidad de innovar de diferentes maneras (tecnológica, social, cultural, etc).

En consecuencia, la gestión del conocimiento para la innovación en Colombia debe:

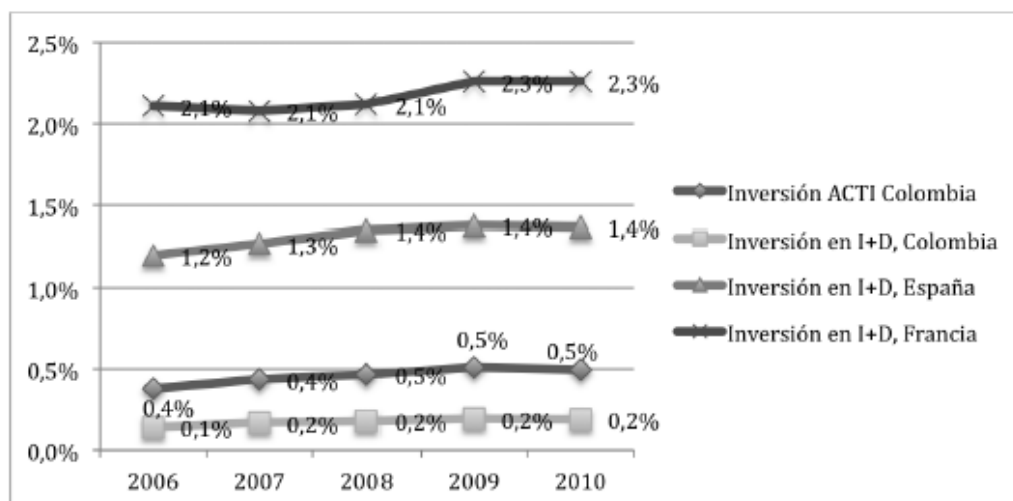
- (1) favorecer la creación y uso compartido del conocimiento desarrollado localmente;
- (2) estar soportada por modelos y herramientas transferidas y contextualizadas a nuestras condiciones científicas y culturales; y,
- (3) estar orientada a la generación de capacidades que permitan la construcción de servicios de valor agregado. González (2012).

También, el equipo evaluador de la OCDE y el Banco Mundial, entre otros aspectos, recomiendan que se aumenten considerablemente los recursos invertidos en ciencia y tecnología en Colombia, y que se incrementen los esfuerzos para estimular la investigación en instituciones distintas a la Universidad Nacional y de fuera de



Bogotá. No obstante, teniendo en cuenta que no es probable que la economía de Colombia se transforme, en un futuro próximo, en una “economía del conocimiento” que necesite que todas o un buen número de universidades se conviertan en instituciones dedicadas a la investigación, el gobierno debe evitar una dispersión excesiva de los recursos destinados a la investigación.

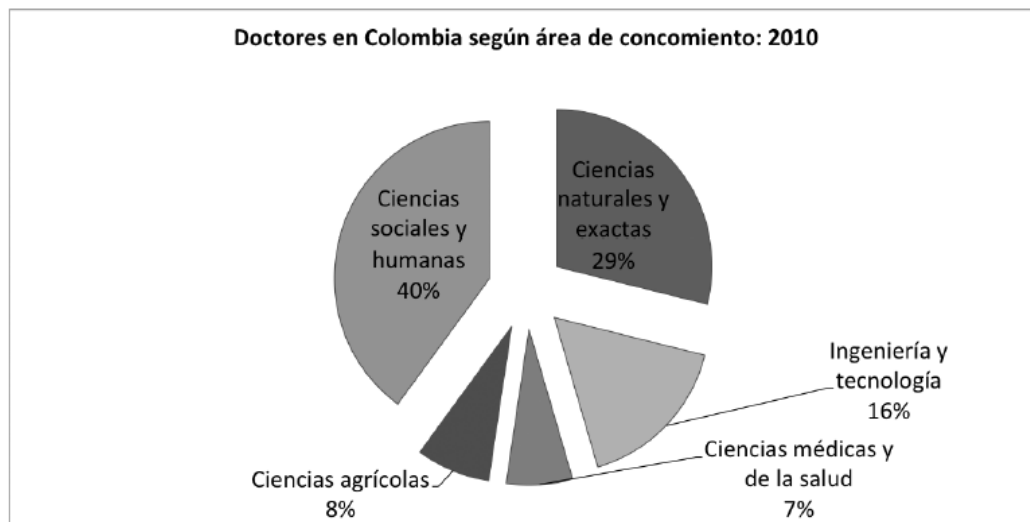
Por otro lado, la investigación y desarrollo son factores claves en la innovación ya que a pesar de que la educación no es uno de los índices más bajos, hay que buscar mejorar el nivel a través de más inversión en educación formal, se trata de integrar las empresas en redes empresariales, redes virtuales y cooperación mutua que permita lograr un mejoramiento en los niveles de innovación y desarrollo.



Fuente: DANE et al. (2010); DANE, DNP, and COLCIENCIAS (2011)

**Gráfica 26: Evolución de la inversión en actividades de ciencia y tecnología e innovación – ACTI como porcentaje del PIB 2006-2011**

Según Salazar- Acosta et al., 2011 p.- 51, citado en el documento *Doctorados en Ingeniería para Promover la Innovación*, Colombia pasó de tener 2.046 doctores en el año 2000 a 5989 en 2010, además el mayor número de doctores pertenece al área de ciencias sociales y humanas, mientras que las áreas de ciencias agrícolas y médicas y de la salud tienen menor representación. Como se presenta en la siguiente gráfica:



Fuente: (Salazar-Acosta et al. 2011, p. 42)

**Gráfica 33: Doctores en Colombia según área de conocimiento**

El desempeño de las empresas de cualquier país depende del entorno y para que estas puedan progresar, el espacio en el que se encuentran debe ser adecuado para fortalecer su crecimiento y elevar la competitividad. Este ambiente o entorno depende de factores como los recursos naturales, la tecnología, la infraestructura física, la mano de obra local, entre otros. Igualmente de las políticas que imponga el gobierno tanto a nivel nacional como de regiones.

El entorno que compone nuestro país es de gran importancia ya que por ser extenso posee diversidad geográfica, de culturas y costumbres, es por eso que Colombia tiene como cumplir con las estrategias de crecimiento y competitividad.

La Visión de Competitividad de Colombia para el año 2032 se concertó en la Comisión Nacional de Competitividad (CNC), creada por el Gobierno Nacional en 2006 y en la que tienen participación activa el Gobierno Nacional, los empresarios, los gremios, las universidades, las regiones y los trabajadores.

*“En 2032 Colombia será uno de los tres países más competitivos de América Latina y tendrá un elevado nivel de ingreso por persona equivalente al de un país de ingresos medios altos, a través de una economía exportadora de bienes y servicios*

*de alto valor agregado e innovación, con un ambiente de negocios que incentive la inversión local y extranjera, propicie la convergencia regional, mejore las oportunidades de empleo formal, eleve la calidad de vida y reduzca sustancialmente los niveles de pobreza”.*

## **QUE APORTA LA COMPETITIVIDAD?**

Reduce sustancialmente los niveles de pobreza, aumenta el ingreso por habitante lo cual mejora su productividad al igual que su poder adquisitivo, además mejora el estatus a nivel de países porque puede competir a nivel de infraestructura, vías, costos notablemente inferiores para el transporte de mercancías y ofrece al los clientes productos de buena calidad.

Los clusters o concentraciones de empresas desarrollados en un entorno favorable, en los que haya una coordinación entre los sectores privado y público que puedan garantizar e incentivar a que las empresas cooperen permitiendo así lograr ventajas competitivas y aumentos en el ingreso per cápita de Colombia.

La informalidad es un aspecto que sacude al país, incluso superando a otros, todo se da porque existe la informalidad laboral y la empresarial, la cual no ofrece garantías a la gente en cuanto a empleo, estas empresas tienen poco respaldo financiero y la mano de obra con que cuentan es poco calificada por lo tanto el producto final no es competitivo, además son empresas que no pagan impuestos y generan una competencia desleal frente a las que cumplen con la normatividad.

Para promover la formalización en el país existen unos planes elaborados por el CONPES para aumentar la cobertura en salud para grupos con capacidad de pago, mejorar salud ocupacional y ARL, promover la responsabilidad social empresarial en la protección laboral y derechos fundamentales del trabajo a nivel nacional, simplificar los trámites para la conformación de nuevas empresas; para esto el CONPES ha sido elaborado en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, un programa en el que se quiere reclutar a 120 empresas ya formalizadas y buscar 250 empresas informales para realizar actividades como seguimiento a los empresarios con el fin de verificar la sostenibilidad empresarial y su condición de

empresa formal, también realizar capacitaciones y sensibilización sobre creación de empresas y su formalización.

A continuación se relacionan algunos puntos a tener en cuenta para que se pueda promover la formalización y la competitividad en Colombia:

- Mejorar la tecnología para poder fabricar productos de buena calidad, que estén en la capacidad de competir y ser comparados bajo los mismos criterios con productos extranjeros, se necesita poseer una maquinaria que se someta a las exigencias de la buena calidad de los productos y de la innovación, una maquinaria y una tecnología avanzada, que estén en la capacidad de satisfacer la demanda de los consumidores y brindarles productos que estén a su alcance y cumplan sus necesidades y que indiscutiblemente logren obtener una buena utilidad a la empresa colombiana.
- Poner en práctica el mejoramiento continuo. Colombia debe fijarse metas que lo lleven a ser cada vez mejor, metas que busquen la perfección y que estén a la altura de un país con capacidades y proyecciones. Debe tener en cuenta que la perfección sólo se alcanza con un mejoramiento continuo, con un estudio diario, con un análisis constante de la posición de la empresa colombiana en el medio en el que se desenvuelve a diario.
- Invertir en la investigación y el desarrollo. La investigación y el desarrollo son necesarios para tener una información actualizada constantemente y poder estar siempre en un buen nivel de desarrollo; hacen parte del mejoramiento continuo y el estudio constante tanto del mercado como de los consumidores. Por medio de su utilización se descubren cosas nuevas y se desarrollan nuevas tendencias y nuevos productos o valores agregados.
- Replantear una imagen. El país debe buscar una imagen que lo destaque tanto fuera del país como dentro del mismo; una imagen que le dé grandeza, imposición, que indique la calidad de los productos siempre y cuando haya sido ganada, es decir, la imagen se debe sustentar con cosas positivas, cosas que hagan que el país se destaque, buenos productos, buena calidad, buen servicio, entre otras.

- Apoyar la capacitación. La empresa colombiana, así como el Gobierno, deben apoyar el estudio y la capacitación de sus empleados y de los habitantes del país también; la gente que se encuentre intelectualmente capacitada podrá generar ideas, proyectos, estrategias, objetivos, innovaciones. Es por esto que el país debe invertir en centro de capacitación para que sus habitantes sean personas capaces de progresar laboralmente y de esta manera logren también el progreso nacional. Debe motivar a las personas a ampliar sus conocimientos recurriendo a cursos, seminarios y diferentes actividades que las instruyan y capaciten.
- Desarrollar nuevos productos. Se deben desarrollar productos nuevos, innovadores, que rompan esquemas establecidos y que generen cambios en el mercado y los consumidores; crear nuevas tendencias y lograr que los nuevos productos sean bien aceptados no solo a nivel local sino internacional.
- Construir estrategias claras. Las empresas colombianas deben establecer claras estrategias que sean convenientes para el cumplimiento de los objetivos y que logren posicionarlas ventajosamente frente a la competencia.
- Establecer objetivos comunes. Hay que establecer objetivos que estén encaminados hacia el cliente o consumidor final, que tengan la misma línea de tendencia de los objetivos de los compradores para que al cumplir los objetivos de la empresa se cumplan, al mismo tiempo, los objetivos del consumidor y de esta manera lograr satisfacer sus necesidades y favorecer la imagen de la organización nacional.
- Crear nuevas empresas - Generar empleo. Incentivar la formación de nuevas empresas no solo abre más puertas en el mercado sino que también genera empleo y de esta manera se utilizan esas mentes activas que se están subutilizando debido a la falta de ocupación. Empresas que estén conformadas por gente capacitada, activa e innovadora.
- Decir SI al cambio. El cambio es uno de los pilares del desarrollo empresarial y del ser competitivos. El mundo se encuentra en un cambio constante, diario, y es necesario que la empresa colombiana este siempre al tanto de ese cambio y, si se

puede, estar un paso más delante del mismo para así lograr sostenerse en el mercado, en el mundo y tener siempre una actitud competitiva; en el momento en que se deje alcanzar por el cambio se dejará alcanzar por la competencia y empezará a caer. Se debe tener en cuenta que sólo con un movimiento rápido y una reacción veloz se conseguirá estar uno paso más adelante del cambio y la competencia.

- Mejorar la calidad y el servicio. Estos dos elementos hacen parte de la imagen, de la satisfacción del cliente, del cumplimiento de la demanda. Adicionalmente se gana un buen perfil y se estará un paso más adelante de la competencia.

- Sector Real. A nivel del mundo Colombia es competitiva en el sector de las **flores**, ya que es el segundo exportador más grande del mundo, después de Holanda, sus exportaciones han crecido durante las últimas décadas, lo cual ha permitido que se creen más empleos directos, sin embargo, actualmente el sector está pasando por un mal momento, pues los problemas económicos del país, han generado que los costos de los cultivos aumenten, la devaluación de la moneda ha generado una disminución en los ingresos, los altos costos de los insumos agroquímicos aumentan los costos, y por lo tanto, es necesario mirar estrategias que permitan que el sector siga siendo competitivo ante los mercados internacionales. (disminución aranceles, redes de distribución del producto a varias partes del mundo, conocer otros mercados,

Otro sector es el **cuero**, en el cual también se deben mejorar aspectos como la creatividad por los variables gustos del consumidor, estas empresas deben estar dispuestas a la innovación y constante cambio para poder ofrecer productos competitivos. También se debe mejorar la comunicación y colaboración entre los mataderos, las curtiembres y las empresas de diseño y confección ya que cada una debe cumplir requisitos que de una u otra forma aportan al otro. También se deben proyectar a nivel mundial ofreciendo productos de buena calidad y el gobierno debe ofrecer más oportunidades de capacitación en técnicas y trabajo con cuero.

A nivel de la industria **textil**, ciertos de los factores que impiden la competitividad son: salarios bajos, altos costos de las materias primas, mal manejo de la publicidad, maquinaria importada que no puede manejar el personal nacional por falta de capacitación, falta conocer los gustos de los clientes, poco control en la aduana que permite importaciones ilegales, contrabando y venta de ropa usada, los altos costos del transporte porque cuando se requiere enviar mercancía a otros países no se puede desde cualquier ciudad sino desde Bogotá.

La Infraestructura de transporte, considerada insuficiente, inadecuada y con mal mantenimiento para servir a la industria; las carreteras, los puertos, las vías fluviales y férreas de nuestro país se encuentran en muy mal estado, solo hay que ver las carreteras, y con esto es suficiente para darnos cuenta que el invierno y la guerrilla hacen que sea imposible el paso de la carga que se necesita para la industria, y esto causa que muchas empresas prefieran quedarse solo en sus regiones y eviten buscar nuevos mercados. A través de los puertos también se ve mucha corrupción actualmente ya que en los contenedores pueden transportar drogas y además existe e ingreso de mercancías sin el debido control.

- La educación es uno de los principales aspectos para el avance competitivo del país e infortunadamente es uno de los aspectos más descuidados, lo que contribuye a afectar no solo la competitividad del país sino también su economía y desarrollo.

Frente a este tema sería conveniente que el país trabajara en:

Realizar planes de enseñanza para que todas las personas tengan acceso a la educación y no solo aquellas que tengan las facilidades económicas, crear un subsidio de educación para todos los niños y jóvenes que deseen desarrollarse intelectual y competitivamente, ofrecer oportunidades de empleo para todos los profesionales y no esperar a que estos salgan para que se busquen la manera de generar empleo, asegurar empleo a los profesionales competitivos que pueden aportar al desarrollo del país, tener las mismas exigencias en cuanto a calidad a las instituciones educativas para evitar desventajas y estudiantes mal preparados.

El concepto de competitividad sistémica ha sido tomado como referencia varios países industrializados y en otros que trabajan en su desarrollo. Si en Colombia se toma como referencia también puede contribuir a que la competitividad mejore, de hacerlo, las empresas deben tener en cuenta factores como la diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores como la capacidad para la integración y la estrategia, y en el nivel meso donde se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa.

Para las empresas industriales Colombianas se ha convertido en un desafío el hecho de incrementar su competitividad y obtener mejores puestos en el mercado tanto nacional como internacional; esto gracias a la competencia internacional que cada vez es más amplia, por lo tanto las empresas sienten la necesidad de adoptar modelos y de trabajar en busca de nuevas tecnologías. Es necesario entonces que unan sus esfuerzos para lograr una eficiencia en la producción y que hagan parte de redes articuladas en donde no solo haya apoyo entre empresas privadas sino que también lo encuentren de parte de entidades públicas y el Gobierno Nacional.

Adicionalmente, corresponde tomar medidas como la estabilización, la liberalización, y apertura del mercado, entre otras, con el fin de corregir errores que se presenten durante el desarrollo competitivo y lograr mayor estimulación e incentivos en las empresas. Las empresas nacionales que se adapten a nuevos requisitos competitivos, nuevos conceptos de producción también deben tener y aplicar conceptos de la actualidad, como outsourcing, empowerment, benchmarking, reingeniería, just in time, entre otros.

El comportamiento de las empresas no sólo depende de la estructura interna, sino también las estructuras políticas, universitarias, financieras, por lo que se busca que exista una orientación empresarial por parte de los centros de investigación de las universidades, una buena estructura de relaciones internacionales y un apoyo y sustento a las entidades financieras.



El país debe trabajar en elementos importantes para mejorar su posición, a nivel meta tener estructuras que promuevan la competitividad de un manera efectiva, a nivel macro apoyar y ejercer presión para que las empresas mejoren sus niveles, un nivel meso donde el Gobierno desarrolle políticas que mejoren y articulen los procesos de aprendizaje en las personas de todas las edades, y a nivel micro empresas y personas que busquen la mejora continua, la calidad y el crecimiento.

Para la gestión de la competitividad, se también hay que tener en cuenta elementos como la orientación hacia mercados mundiales, cambios definidos, desarrollo de la capacidad de respuesta y anticipación a problemas a través de procesos de aprendizaje independientes y la comunicación, entre otros.

## CONCLUSIONES

En Colombia el Gobierno Nacional ha intentado promover la competitividad empresarial, sin embargo es necesario aunar esfuerzos con el fin de lograr que el objetivo se cumpla de forma efectiva y de esa manera mejoren los índices respecto a otros países.

El país debe invertir más recursos en investigación y desarrollo, con el fin de promover la innovación y creación de nuevas ideas de negocio que contrubuyan a satisfacer las necesidades de mercados nacionales e internacionales.

Es necesario hacer mayor control y seguimiento a las actividades concernientes a la implementación y desarrollo de la competitividad en las empresas colombianas, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Para que se logren los objetivos propuestos en cuanto a competitividad, es necesario que haya una articulación y colaboración entre el Gobierno, las Universidades y las empresas privadas.

Tanto las pymes como los profesionales que existen en el país deben buscar factores diferenciadores y presentar ideas transformadoras que les permitan ser más competitivas y contribuyan al crecimiento continuo.

Desde la educación temprana se deben dar pautas e incitar a que los estudiantes investiguen y sean innovadores, con el fin de que inicien a construir un futuro en el que existan mejores posibilidades y un crecimiento integral, tanto personal como intelectual.

## BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

Arredondo Silvia, Hernández Diego. (Mayo de 2012). *La integración productiva como factor de Competitividad en el Sector Agropecuario Colombiano*. Colombia. Universidad Libre.

Celis Jorge, Duque Mauricio, Ramírez Catalina. (Septiembre 2012). *Doctorados en Ingeniería para Promover la Innovación*. Primera Edición. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. Colombia.

Esguerra Carolina, Castro Juan Carlos, González Néstor. *Cambio Estructural y Competitividad: el caso colombiano- DANE*. Colombia.

Foro Económico Mundial. (Abril 2013). *Reporte Global de Tecnologías de la información 2013*. Observatorio de Competitividad – Departamento Nacional de Planeación. Colombia.

Lombana Jahir, Rozas Silvia. (2009). *Marco analítico de la Competitividad*. Colombia. Universidad del Norte.

Martín Pérez Juan 2007-2013. (Octubre 2006). *El programa marco para la innovación y la competitividad*. Unión Europea.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Banco Mundial. (2012). *La Educación Superior en Colombia 2012*. OECD iLibrary.

Porter Michael E. (1991). *Estrategia Competitiva*. Cía Editorial Continental, México.

Colombia. Presidencia de la República De Colombia. *Decreto 1500 del 13 de julio de 2012*. [En Línea]. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48496> Recuperado: Marzo 4 de 2014.

Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2013). Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/competitividad/>. Marzo 4 de 2014.

Consejo Privado De Competitividad. *Informe Nacional de Competitividad 2013-2014*. [En Línea]. Disponible en <http://www.compite.com.co/site/informe-nacional-de-competitividad-2013-2014/> . Recuperado: marzo 4 de 2014.

Consejo Privado De Competitividad. *Índice Departamental de Competitividad 2013*. [En Línea]. Disponible en <http://www.compite.com.co/site/indice-departamental-de-competitividad-2013/> . Recuperado: marzo 4 de 2014.

Consejo Nacional de Política Económica y Social (23 de junio de 2008). *Documento CONPES 3527 -Política Nacional de Competitividad y Productividad*. Disponible en <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf> . Marzo 4 de 2014.

Consejo Nacional de Política Económica y Social (14 de agosto de 2006). *Documento CONPES 3439 –Institucionalidad y Principios Rectores de Política para la Competitividad y Productividad*. [En Línea]. Disponible en <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3439.pdf> . Marzo 4 de 2014.

Gonzalez R. Rafael (10 de abril de 2012). *Gestión del Conocimiento e Innovación en Colombia*. [En Línea]. Disponible en: <http://www.acis.org.co/revistasistemas/index.php/ediciones-revista-sistemas/edicion-no-121/item/60-gesti%C3%B3n-del-conocimiento-e-innovaci%C3%B3n-en-colombia>. Marzo 4 de 2014.