

**ENTENDER CONTEXTOS E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES QUE LA
PROSPECTIVA LE OFRECE A LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN
COLOMBIA**

**PRESENTADO POR:
JOSÉ GREGORIO REYES
D5201015**

TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIO A DISTANCIA (FAEDIS)
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA
SEMINARIO DE GRADO
BOGOTÁ, D.C.
2018**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	3
ABSTRACH	4
ENTENDER CONTEXTOS E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES QUE LA PROSPECTIVA LE OFRECE A LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN COLOMBIA.....	5
1. El sector industrial en Colombia	5
2. La prospectiva.....	7
3. Aplicación de la prospectiva en las empresas	11
CONCLUSIONES	16
REFERENCIAS	17

RESUMEN

Como objetivo principal del ensayo es lograr entender la importancia de la prospectiva en las empresas de un sector relevante de Colombia, el cual es el industrial, en el ensayo se busca entender contextos e identificar oportunidades que dichas empresas pueden tener si se aplica la prospectiva, teniendo en cuenta principalmente el contexto económico que vive Colombia la cual ha sido complicado, donde los sectores económicos han presentado desaceleración. Para ello se analiza en su contexto el sector industrial colombiano, para luego conocer el concepto de prospectiva y la importancia que este tiene sobre el mundo empresarial, por último, relacionar a las empresas del sector ya mencionada con la prospectiva, en donde se debe entender como esta puede ser factor de éxito para afrontar además la globalización. Además, La prospectiva posee herramientas metodológicas que facilitan y sistematizan la reflexión colectiva sobre el futuro y la construcción de imágenes o escenarios de futuro, por tanto, es un instrumento de ayuda en la toma de decisiones, que ayuda a reducir la incertidumbre.

Palabras clave

Prospectiva, sector industrial, empresas, estrategia, escenarios futuros, objetivos, visión

ABSTRACH

As the main goal of the trial is to understand the importance of foresight in the companies in a relevant sector of Colombia, which is the industrial, trial seeks to understand contexts and identify opportunities that these companies may have if you applied foresight, considering primarily the economic context affecting Colombia, which has been complicated, where economic sectors have presented slowdown. This is discussed in their context the industrial sector of Colombia, to then learn the concept of perspective and the importance it has on business, to finally relate to the companies with foresight, where is You must understand how this can be success factor to address also the globalization. In addition, foresight has methodological tools that facilitate and systematize the collective reflection on the future and the construction of images or scenarios of the future.

Keywords

Prospectiva, sector industrial, empresas, estrategia, escenarios futuros, objetivos, visión

ENTENDER CONTEXTOS E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES QUE LA PROSPECTIVA LE OFRECE A LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN COLOMBIA

1. El sector industrial en Colombia

El sector industrial está teniendo un importante crecimiento con grandes posibilidades de exportación, esta industria satisface las necesidades de infraestructura del país, La Economía Colombiana se caracterizó en el período 1850-1920 por ser agro exportadora, basándose fundamentalmente en la salida de productos como: tabaco, quina, añil y café y a su vez estaba importando productos manufacturados (de Inglaterra especialmente). El café, es el único producto de los mencionados que logra mantenerse como bien de exportación, fenómeno diferente al de los otros productos examinados por no desarrollarse de manera casual.

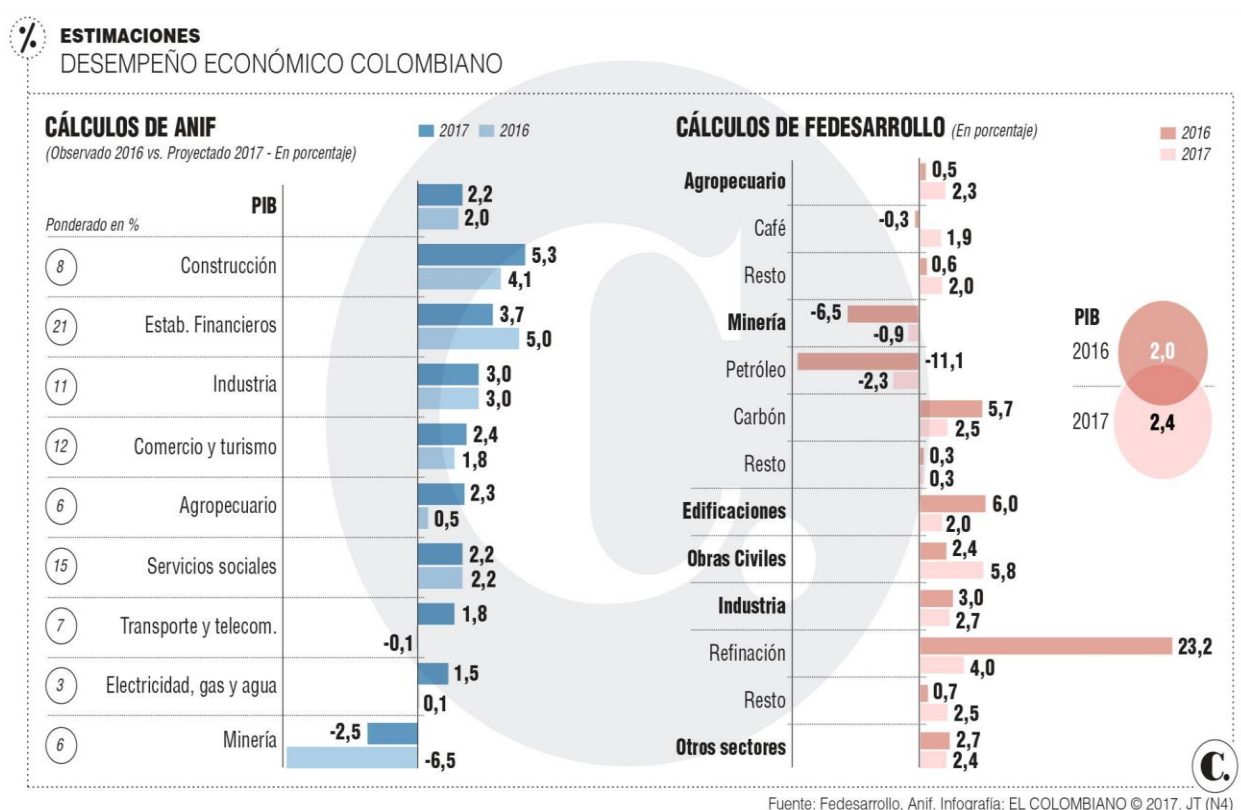
En realidad, el café se ajustó al modelo que durante el siglo XIX se había impuesto a Colombia, es decir abastecedor temporal en coyunturas de precios favorables. Lo diferente con respecto a las experiencias precedentes fue el establecimiento del café en casi todo el territorio colombiano en proporciones nunca conseguidas por otro producto. Las áreas de producción, las formas de organización social y los centros de mercadeo que se desarrollaron con el cultivo, variaron y se transformaron a lo largo de la historia del café; situación manifiesta en dos regiones del país: oriente y occidente. En la parte oriental (Cundinamarca, Santanderes, Tolima) predominaba la gran hacienda, cuya explotación se basaba en las formas precapitalistas: arrendatarios y aparceros (UCP.EDU, 2010)

De acuerdo con los resultados definitivos de la Encuesta Anual Manufacturera de 2015, los 9.015 establecimientos industriales de los que se obtuvo información ocuparon un total de 711.827 personas, de las cuales 569.208 fueron contratadas directamente por las industrias (411.371 permanentes y 157.837 temporales directos), 118.766 a través de agencias especializadas en servicios de suministro de personal; 20.756 aprendices y 3.097 propietarios, socios y familiares. Por otra parte, estos establecimientos

registraron una producción bruta de \$226,2 billones, un consumo intermedio de \$140,5 billones y un valor agregado de \$85,7 billones. (DANE, 2017)

Las perspectivas económicas del país en general para este año son un poco mejores, ya que se espera que la inflación no supere el 4,5%, lo que significa que los colombianos tendrán más dinero para gastar y el aumento del IVA de 3% solo terminará afectando la inflación en 0,7%; además, en condiciones normales, el Banco de la República debe seguir bajando las tasas de interés.

Figura 1: Desempeño económico colombiano



Fuente: FEDESARROLLO

En la figura 1 se puede observar el desempeño económico colombiano, una comparación entre años 2016 y 2017, donde se observa de manera clara un cálculo propuesto por ANIF (Agencia Nacional de Infraestructura) y FEDESARROLLO, donde se encuentra el sector industrial colombiano, el cual se observa que su desempeño es

del 3% para las dos instituciones, se puede decir que es un cálculo preocupante para un sector tan importante para la economía nacional. (Ver figura 1)

Teniendo en cuenta la gran problemática que existe en la actualidad por el bajo precio del petróleo y el precio del dólar, es necesario reconsiderar hacia donde se debe proyectar las empresas del sector, ya que se debe buscar incentivar la inversión y el mercado de estas empresas.

Para ello, se analizará en el siguiente apartado la prospectiva estratégica, y cómo esta puede ser aplicada en las empresas, para generar oportunidad de negocio que permita que el sector pueda tener mayor oportunidad, sobre todo para aquellas empresas que buscan ser importantes como son las pymes.

2. La prospectiva

Todas las empresas están constantemente preocupadas por el futuro, y es algo fundamental cuando se habla de la planeación en las organizaciones sin importar su tamaño, ya que es importante tanto para las pymes como para las grandes empresas. Donde principalmente lo que se quiere conocer es lo que va a ocurrir, de manera que se pueda ver cuál va hacer el posicionamiento dentro del campo estratégico y dentro del campo de lo que puede ser comportamientos dentro de un determinado mercado.

La verdad es que el ser humano anda siempre preocupado sobre lo que va hacer el futuro, desde la creación, el hombre se está preguntando en el momento que tuvo conocimiento de que es lo que puede ocurrir, por tanto, en el mundo empresarial no es distinto, inclusive el proceso de planificación es más frecuente, y sobre ello es que funciona cualquier organización que quiera en el futuro sostenible y cumplir los objetivos y metas propuestas.

El pensamiento sobre el futuro toma su fuerza como ciencia, a partir de mediados del siglo XX, y hay dos elementos fundamentales que desencadenan un posicionamiento en cuanto al estudio del futuro, y ambos son negativos puesto que aparecen como acción para que no vuelvan a ocurrir, uno de ellos son las crisis económicas, por ejemplo, en la crisis de Estados Unidos en 2009, y medio mundo se viene abajo

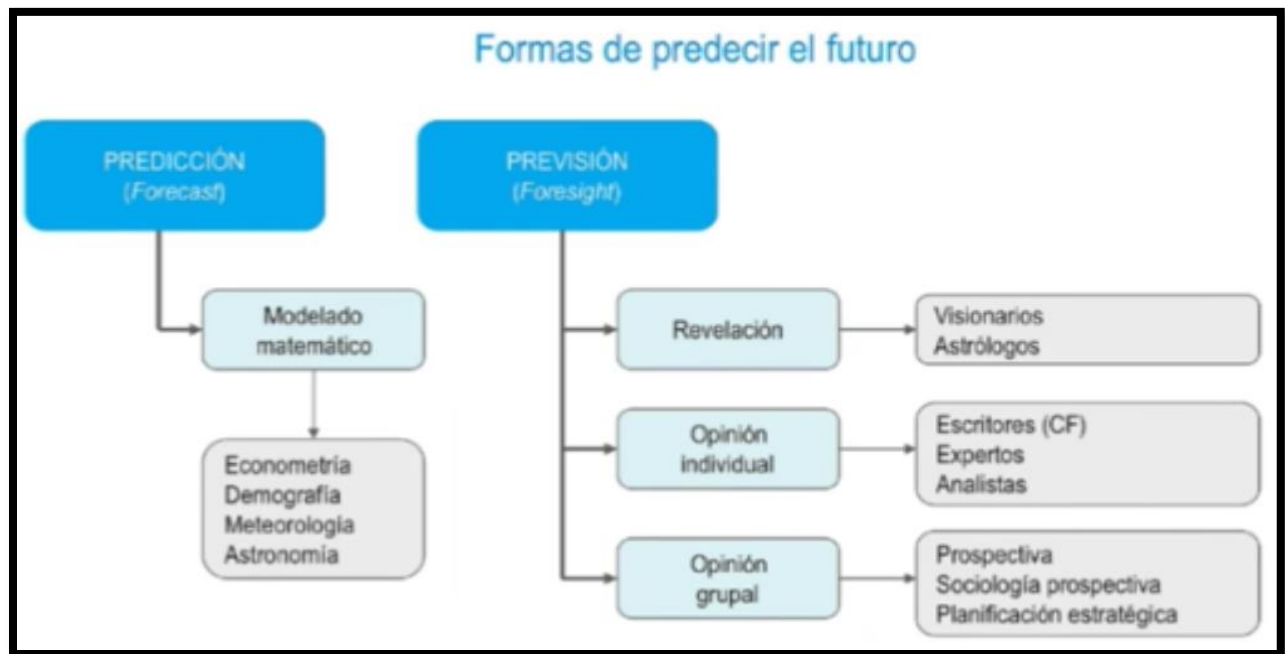
económicamente, allí aparece uno de los primeros indicadores que permiten alertar sobre que esto es fenómeno que no puede volver ocurrir más en el futuro, por tanto, se debe de intentar poner las bases para analizar y sobre todo prever que ello no ocurra

El segundo elemento importante son las guerras mundiales, a partir de estas sientan la necesidad de que esto no vuelva a ocurrir, por tanto, es necesario analizar cuáles son los métodos para poder prever que es lo que puede ocurrir en ese futuro.

Hay dos escuelas que se desarrollan en el siglo XX, una es la escuela Americana y la otra es la escuela Europea, ambas escuelas los avances son similares, aunque a lo mejor hay pequeñas diferencias en cuanto a la denominación, lo que en el campo Europeo se llama prospectiva en el Americano se llama más la aplicación del método Delphi, pero en realidad sus objetivos siguen siendo los mismos, por tanto se puede afirmar que inicialmente la prospectiva se inició como una forma de estrategia que se utilizó en las guerras donde se buscaba adelantar a las acciones que el enemigo iban a realizar. Y de esta forma se fue consolidando una forma de estrategia en las empresas, que lo principalmente permite es identificar las tendencias que pueden hacer que el futuro cambie y por lo menos reducir un poco la incertidumbre.

En cuanto a las formas de predecir el futuro se puede clasificar o se puede ejecutar de dos formas, como es la predicción y la previsión. La predicción es el intentar aplicar métodos matemáticos que permitan ver cómo va a suceder algo específico, es decir, es mover o hacer un modelo, el cual funcione de forma que se pueda prever que es lo que puede suceder. En la previsión, en donde se intenta ver de lejos pero no se utilizan las herramientas de modelado que permiten predecir, puesto que se están hablando de entornos sociales, lo que lo hacen de manera inestable, donde se presentan varias variables. Para entender mucho mejor en la ilustración 1 se presenta de manera gráfica las formas de predecir el futuro.

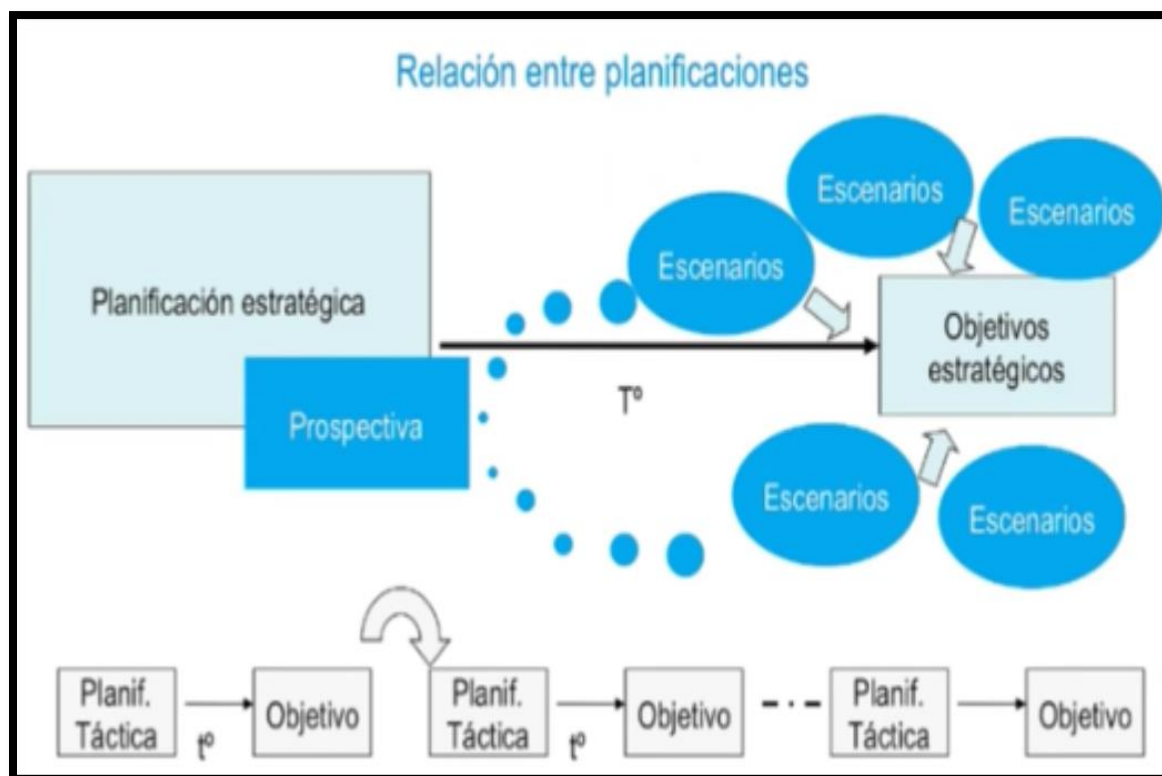
Figura 2: Formas de predecir el futuro



Fuente: Elaboración propia

Como las empresas quieren ver y ver de lejos, pues es necesario tener una actitud de planificación, las cuales pueden ser estratégicas a largo plazo o una planificación táctica a corto plazo. Cuando se habla de la planificación estratégica a largo plazo se está alineando a la empresa con los objetivos estratégicos que pueda tener cualquier organización, con ello se plantea que es lo que quiere alcanzar la empresa, como se quiere poseer, como se quiere ver en el futuro. La planificación táctica es el conjunto de pequeñas iniciativas o proyectos que están orientándose dentro del campo de la planificación estratégica, pero que llevan a la empresa en el día a día.

Figura 3: Relación entre planificaciones



Fuente: Elaboración propia

En la planificación estratégica es esencial realizar estudios de escenarios, y no es más que visualizar los objetivos estratégicos que se quieren para la empresa, por ejemplo, abrir una sucursal de la empresa en otra ciudad o país. Como objetivo estratégico puede estar definido con mayor o menor detalle, pero sino se realiza un análisis de escenario alrededor de ese objetivo estratégico, si en ese análisis de escenario no se recogen los elementos que pueden ocurrir como por ejemplo Inestabilidades de tipo político, fluctuaciones de tipo económico, elementos que pueden afectar directamente a la moneda con la cual se va a estar comprando, la seguridad ciudadana. Sino se hace ese análisis de escenario, de poco sirve la materialización de los objetivos propuestos por la alta gerencia dentro de su planificaron estratégica.

Por tanto, la Prospectiva Estratégica es un concepto que concierne a la construcción del futuro. Tomás Miklos (2009) afirma "en las últimas décadas ha surgido en los

campos científicos un movimiento de anticipación que puede ser definido como el esfuerzo de hacer probable el futuro más deseable. Esto es la p prospectiva: la actitud de la mente hacia la problemática del porvenir, y se le dimensiona como elemento clave de un estilo de planeación más acorde con las circunstancias actuales". (p.15)

La prospectiva es una disciplina, pero, aún más relevante, es una forma de pensar que implica anticiparse, sin restarle importancia al presente. Los prospectivistas estudian el largo plazo y toman acciones para diseñar el futuro. Si las tendencias indican un futuro indeseable, se toman medidas correctivas para modificarlo; si se espera un futuro deseable, se busca mantener el statu quo. (Gonzales, 2017)

Por tanto, es importante entender la relevancia de los escenarios futuros, ya que estos ayudan a describir acontecimientos y condiciones en el futuro, el objetivo no es adivinar el futuro dado que el entorno es inestable, sino que es el identificar situaciones que puedan suceder e intentar plantear hipótesis para la empresa.

Para el planteamiento de los escenarios es importante tener en cuenta unas fases:

- Identificación de factores clave
- Descripción de posible evolución
- Construir los escenarios

3. Aplicación de la prospectiva en las empresas

Sin lugar a dudas la tecnología viaja a un ritmo vertiginoso y difícil de presidir su futuro, más aún cuando la globalización ha facilitado el ingreso de nuevo emprendimiento y competencia en la industria de las telecomunicaciones y acceso a la web los cuales han experimentado cambios notables en los últimos años. Quizás en la actualidad para gran parte de la población es normal escuchar de las principales tendencias que facilitan la interacción entre los seres humanos, las organizaciones y el mundo en general, como lo son la comunicación móvil que no solo es hablar de dispositivos, sino la facilidad de interactuar desde cualquier lugar de manera instantánea, de igual forma es común hablar de la nube la cual permite la recepción y archivo de datos que

podemos utilizar desde el propio navegador, sin instalar nada en nuestro ordenador, y cuyos documentos se almacenan en Internet, así que podemos acceder a ellos desde cualquier ordenador, Tablet o móvil.

En el mundo empresarial el factor social cobra una importancia trascendental, a la hora de compartir comentarios y recomendaciones en la web que le dan un ligero impulso al marketing para anticiparse a las necesidades del cliente. El crecimiento del mercado alcanza en el último año un 50% de aumento proporcional en las empresas encargadas de la fabricación de los medios por los cuales se ha innovado la comunicación y acceso a la web, sin impedir que entre las mismas surjan toda clase de romances, alianzas, traiciones, escándalos y venganzas.

Para dimensionar los alcances de la tecnología en la industria de las telecomunicaciones y es necesario preguntarnos que estaría dispuesto a pagar el cliente para adquirir los dispositivos o medios que permiten una interacción rápida e instantánea, con aplicaciones que sustituyan al hombre de la manera más imaginablemente posible. El auge del tema en mención es el punto de convergencia que permite anticiparse a una infinidad de tendencias en el aspecto empresarial, educativo, social y personal, ya que los medios digitales son el futuro, pero el gran reto es establecer sus modelos de negocios para hacerlos realmente viables y rentables, pues no podemos olvidar que los momentos de esplendor que vive la publicidad en la web no son garantía de supervivencia de los medios de comunicación en la red. Razón por la cual es fundamental analizar los riesgos del futuro pues ellos también marchan a una velocidad impresionante con implicaciones al medio ambiente y la salud pública. Teniendo en cuenta lo anterior fundamentaremos mi tema de estudio en la perspectiva estratégica de las comunicaciones en el futuro y los posibles impedimentos de su crecimiento.

Es de vital importancia conocer el momento clave que está viviendo las empresas del sector de la industria y tener un conocimiento más amplio de su perspectiva en el mañana, donde sin lugar a duda tendrá una sostenibilidad y competitividad innovadora que permitirá aumentar los beneficios en cuanto a comodidad, rapidez y virtualidad. Dichos beneficios facilitarán en concepto de estrategia prospectiva en la educación, en

la empresa y en todas las actividades del ser humano de la vida cotidiana, uno de los máximos retos de industria en cuanto al tema en mención es lograr llegar a todas partes pues la cobertura en la actualidad solo permite que un porcentaje de la población acceda a estos medios.

En la actualidad las empresas de este sector persuaden con diferentes procesos que cautivan la necesidad del cliente facilitando producto de calidad con el exterior, convirtiéndose en elementos de primera necesidad y considerada una sensación en el mundo y el horizonte de la moda, generando todo tipo de estrategias de competitividad para garantizar que esta moda sea auto sostenible en el mercado y logre la apertura y penetración internacional, con mayor innovación y emprendimiento, sin olvidar ampliar la cobertura para llegar a poblaciones más vulnerables que desconocen de los beneficios de los productos del sector de la industria

En el mundo globalizado las estrategias son el pilar de sostenibilidad, en las y en las empresas del sector industrial estas estrategias son sometidas a mejora continua día a día, caracterizando sus procesos, de manera que la calidad del servicio y sus productos atiendan las necesidades del cliente segmentado. Es común y está de moda que las empresas se inclinen por ofertas convergentes asequible para el cliente porque los precios son menores y el servicio es coordinado y la fidelidad del contrato no está ligada a la adquisición de otros productos si no al importe del producto. (Eroski Consumer, 2014).

Por tanto, es importante orientar la prospectiva en las empresas hacia la toma de decisiones y la acción modificadora del presente. Por esta razón, la prospectiva se integra, también, con el enfoque y contenido de la Dirección y Estrategia Empresarial que forma parte de la Cultura Empresarial y Gerencia de mercados en las empresas del sector.

Por lo anterior, se pueden entender que la complejidad del mundo global demanda gerentes capaces de liderar el cambio y las transformaciones necesarias para la sobrevivencia de las organizaciones y empresas. Por este motivo, los gerentes deben ser de clase mundial, con posibilidades de manejar el riesgo y la incertidumbre. Por ello se observa que la capacidad de anticipar y prever es parte esencial de las estrategias

para la solución de las preguntas iniciales. Estas habilidades conllevan a definir lo que se debe hacer hoy, lo que se debe consumir hoy, pero teniendo en cuenta lo que puede acontecer en el futuro.

Es una racionalidad llevada a su máxima expresión. Sólo si se es previsivos y anticipatorios en la sociedad, en la economía, en la organización se puede resolver el desafío que en la actualidad viven las empresas del sector industrial: dar salida a las necesidades ilimitadas con recursos limitados

Además de esta capacidad de previsión, existe otra condición más para resolver el dicho desafío: la previsión debe llevarnos a la toma de decisiones y a la acción. Si queremos modificar el futuro, la única forma que tenemos los seres humanos es afectando el presente. Aquí radica la importancia de anticipar el futuro.

Los fabricantes industriales habitan un mundo lleno de inquietud. La demanda mundial de productos manufacturados está creciendo a un ritmo de caracol. Se espera que la producción aumente sólo un 3,1 por ciento en 201 y un 3,4 por ciento en 2017, según el Fondo Monetario Internacional. El crecimiento es amortiguado por las preocupaciones de Brexit y las incertidumbres políticas. El comercio exterior se encuentra en niveles históricamente bajos y, aunque los precios del petróleo se han recuperado un poco recientemente, no están aumentando lo suficiente para deshacer el colapso de la perforación y la retracción concomitante en el resto de la cadena de suministro de energía

Más problemas podrían estar en la salida. Los nuevos gobiernos nacionalistas de todo el mundo, incluidos los Estados Unidos, amenazan con socavar aún más el libre flujo de bienes, creando más incertidumbre y limitaciones al crecimiento de la manufactura. Los efectos indirectos de cualquier intento de restablecer los acuerdos comerciales se sentirían en el sector de la fabricación industrial; los fabricantes con plantas en México y China pudieron ver sus modelos de negocio declinar rápidamente bajo el peso del aumento de aranceles y derechos de importación. Muchos adoptarán un enfoque de esperar y ver, retrasando las inversiones en gastos de capital hasta que surja más claridad sobre las políticas reales.

Por ello es importante que las empresas del sector tengan clara sus estrategias, la visión y sobre todo el planteamiento de los objetivos, los cuales deben ser alcanzables a futuro, por ello los altos gerentes de estas empresas deben plantearse los escenarios posibles hacia donde se puede llegar, para ello se crean diferentes estrategias, pero para ello se deben aplicar todas las variables de la planeación. Todo lo anterior permitirá que las empresas puedan tener la oportunidad de crecer y ser más productiva y por tanto tener un sector económico más fuerte.

CONCLUSIONES

Es importante entender que para construir un escenario en el que se cumplan los objetivos y metas propuestos por las entidades, se hace necesario ser competitivo e innovador, estos dos conceptos son los que en la actualidad son importantes y que a futuro son el principal mecanismo de subsistencia de una entidad en cualquier mercado. Para tal efecto es recomendable apoyarse en las tendencias que se tienen en la actualidad para lograr construir un futuro deseado, por medio de una correcta planeación estratégica.

La prospectiva les brinda a las empresas la oportunidad de generar planeamientos estratégicos, donde se fundamenta o se trabajan sobre los objetivos y las metas de la organización, mucho más teniendo en cuenta que el sector industrial es un sector de relevancia no solo para la economía colombiana sino también a nivel mundial.

Las organizaciones se deben adaptar a su entorno para alcanzar un desempeño óptimo, La situación de incertidumbre resultante de un entorno cada vez más cambiante, forma parte del núcleo de las preocupaciones en la gestión estratégica de las empresas. En este contexto la prospectiva cobra una relevancia cada vez mayor como una importante herramienta de ayuda a la mejora en los procesos de toma de decisión (Quesado & Aibar, 2014)

REFERENCIAS

- DANE. (septiembre de 2017). *Encuesta Anual Manufacturera -EAM-*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-anual-manufacturera-enam>
- Eroski Consumer. (31 de Octubre de 2014). *Internet y Telecomunicaciones*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2014/10/01/220656.php>
- Fernández, A. (2010). *Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Fuentes, A. (2012). *VISION GERENCIAL. PROSPECTIVA DE GESTION Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL*. Lulu.com.
- Gonzales, M. (septiembre de 2017). *¿Qué es la prospectiva estratégica?* Obtenido de <http://www.avanzaproyectos.com/que-es-la-prospectiva-estrategica/>
- Quesado, P., & Aibar, B. (2014). La influencia de factores relativos a la estrategia organizativa y al entorno en la adopción del Cuadro de Mando Integral en empresas portuguesas. *Revista de Contabilidad*, 12.
- UCP.EDU. (25 de noviembre de 2010). *SECTOR INDUSTRIAL COLOMBIANO*. Obtenido de biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/paginas/article/download/25/25
- Wheelwright, V. (2015). *Prospectiva Para Pequeñas Empresas*. Personal Futures Network.