

La competitividad y la estrategia empresarial

C.P. Héctor Jaime Correa Pinzón *

La competitividad no es producto de una casualidad, ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, coherentes con el marco del proceso de “planificación estratégica”. La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideramos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc. y de los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación. La competitividad interna suele plantearse en términos de eficiencia o de productividad, como también de su estructura organizacional, que en la última década del presente siglo ha sufrido un cambio radical con la reingeniería de negocios, absolutamente contraria al sistema de organización por división de trabajo practicado durante casi dos (2) siglos, inspirado en los principios de organización planteados por Adam Smith, osea la división del trabajo.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, etc, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

En pleno siglo XXI, el sistema empresarial universal tiene grandes retos que enfrentar, pues es tan convulsionado el mundo empresarial, que ya no solo se debe hablar de competitividad, sino también de competencias, aspecto éste que tiene relación directa con el mejoramiento continuo y el compromiso del capital humano institucional, lo cual a su vez conlleva a que las organizaciones cada día impulsen aún más, estrategias encaminadas a reestructurar el proceso empresarial, de lo contrario, no se podrá asegurar la supervivencia de aquellas empresas que no se comprometan con estas variables de manera contundente, como el mercadeo, la tecnología, la competitividad, los sistemas contables, financieros, administrativos, la capacitación, el compromiso con el medioambiente y los sistemas de gestión de calidad. Todo esto armonizado y consolidado, impulsará las empresas a enfrentar un nuevo mundo lleno de estrategias, para poder continuar vigentes en el mundo empresarial. De manera que la actuación empresarial, tiene otros aspectos inherentes al desarrollo mismo, como lo es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), asunto éste coherente con las posibilidades de crecimiento en lo social, razón de ser de muchas organizaciones.

*** Presidente Fedecop**
Email:fedecop@fedecop.org