

# **8° ARTICULO**

**COMPETITIVIDAD, RETO DE  
COLOMBIA FRENTE AL MUNDO**

# COMPETITIVIDAD, RETO DE COLOMBIA FRENTE AL MUNDO<sup>1</sup>

*Joaquín Jiménez Castro<sup>2</sup>*

“Colombia tiene todo para ser la estrella latinoamericana en competitividad. ¿Por qué no lo es? (Porter, 2005, citado en Polo, 2006). El mejoramiento de la competitividad es fundamental para lograr mayores niveles de desarrollo económico y social. La competitividad está asociada con la capacidad de participar exitosamente en mercados internacionales, la generación de valor agregado y la creación de empleo, entre otros factores. Este documento presenta las reflexiones del autor sobre la concepción de las estrategias que se deben desarrollar para promover la competitividad del país frente al mundo.

Para hablar de competitividad es importante conocer cómo se debe entender el concepto. Según Padilla (2006), la competitividad se puede definir a partir de tres enfoques: desde el punto de vista empresarial significa tener capacidad operativa y rentable que le permita competir en los mercados internacionales; desde el punto de vista de los economistas se relaciona con las cuotas de participación en los mercados internacionales; y por último, la competitividad se asocia con el nivel de productividad con que la nación, región o clúster utilizan sus recursos naturales, humanos y capital (Porter, 1991, citado en Padilla, 2006); como también puede ser entendida a tres niveles: a) empresas, b) industrias (o sectores) y c) un país o una región.

Así como existen diversos conceptos, también existen distintas formas de competitividad. Dentro de las más relevantes está la competitividad efímera, artificial o espuria basada en la explotación no adecuada de los recursos, basada en una ventajas comparativas estáticas; mientras que existe una competitividad real o autentica asociada con la introducción de nuevos productos, incremento de la productividad (capacidad productiva), nuevas formas de organización empresarial, Padilla (2006), basada en ventajas comparativas dinámicas.

Al analizar el concepto a nivel de empresa versus industria, se asocia con las ventajas competitivas en mercados determinados, y a nivel de país o región el concepto está asociado con las ventajas comparativas derivadas de sus recursos, con ventajas creadas principalmente de la inversión en formación del capital humano y en esfuerzos de innovación.

En ese orden de ideas, es necesario desarrollar una política nacional para la productividad y competitividad, donde se orienten las apuestas productivas del país y las regiones, buscando un país más viable, sostenido y competitivo. La internacionalización de la economía implica que el país se prepare técnicamente para insertarse en un mercado exigente y diverso, siendo un escenario que requiere que se participe regionalmente según se defina en las agendas regionales de productividad y competitividad.

---

<sup>1</sup> Título tomado de la presentación de realizada por Juan Esteban Polo Yépez. XIV Seminario de Administración Pública.

<sup>2</sup> Docente Universidad Libre Seccional Cartagena, Administrador de empresas, Especialista en Gestión para el Desarrollo Empresarial y Master en Administración, miembro del grupo de investigación GNOSIS, registrado en Colciencias.

Entonces, será importante mejorar la productividad de las empresas y aumentar la competitividad de los productos colombianos con miras a lograr exportaciones con mayor valor agregado; para ello, a juicio del autor, es necesario establecer unas acciones estratégicas que en materia de competitividad permitirán que esta se promueva en el país.

Dentro de las estrategias que el autor considera claves, se describen a continuación:

- El desarrollo empresarial
- La innovación y el desarrollo tecnológico
- El capital humano

Según informe GEM 2010, el emprendimiento a nivel general en el mundo ha disminuido debido a la crisis, pero el número de empresas creadas por necesidad aumentó. En Colombia, en particular, no se promueve emprendimiento de alto impacto, que es el generador principal de empleo e impulsor de cambios sustanciales dentro de la estructura económica de un país. Las políticas de emprendimiento en el país no favorecen grandes ideas con pocos recursos. Se crean pequeñas y medianas empresas por necesidad, porque no se tiene acceso a empleo formal, nacen sin plan, sin visión o sin un producto innovador, pocos son los que sobreviven.

En el tema del desarrollo empresarial y su articulación hay que distinguir tres grandes ámbitos o situaciones distintas. Según la CEPAL, en una sociedad, el indispensable liderazgo empresarial proviene de las empresas más grandes y los grupos económicos consolidados. Su disposición para invertir en proyectos de envergadura o de vanguardia y para abrir nuevos mercados incide significativamente en la trayectoria de productividad del conjunto. En este mismo ámbito, tienen un papel importante las empresas transnacionales, a través de su vinculación con el tejido empresarial local y los gobiernos, que promueven grandes inversiones y crean las condiciones para que las empresas líderes se transformen en jugadores globales.

Un ámbito distinto es el relacionado con la dinámica de creación de pequeñas empresas y la modernización de las existentes, con arreglo a parámetros de competitividad internacional. Hasta hace pocos años se prestaba poca importancia al fenómeno de la empresariedad en contextos económicos modernos, especialmente, en lo que respecta al proceso de emprendimiento. El creciente interés, académico y técnico-político, en la problemática de la empresariedad se basa en una serie de argumentos y evidencias que plantean la relación positiva entre el desarrollo empresarial y el crecimiento económico (OCDE, 2001a)<sup>3</sup>, su importancia en términos del rejuvenecimiento del tejido socioproductivo, el enriquecimiento del proceso innovador y la creación de nuevos puestos de trabajo (BID, 2001b).

Un tercer ámbito es la empresariedad analizada desde la perspectiva de la informalidad, componente usual de las estrategias de supervivencia de los grupos más vulnerables. En los últimos años el gobierno ha asumido, en este caso, funciones tendientes a su inclusión en la economía formal y a la creación de condiciones para que estos emprendimientos tengan capacidad de acumulación. Justamente, por ello, en los últimos años ha surgido un sinnúmero de iniciativas, no sólo de organismos públicos, sino también de empresas privadas, gremios, universidades, proyectos de cooperación internacional y consultores privados, que buscan estimular la interacción y la asociatividad entre empresas, con el

<sup>3</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

objeto de estimular la visión estratégica de conjunto y hacer posible la obtención de aumentos colectivos de eficiencia y productividad.

Entonces, el factor “empresarial” (estructura, disponibilidad, capacidad y calidad) se convierte en factor crítico en el desarrollo de la estrategia, ya que incide en aspectos centrales del desenvolvimiento de la economía de los países: consolidación de cadenas productivas, articulación con empresas grandes a fin de ampliar los efectos secundarios, inserción internacional, dinámica tecnológica, etc.

Por consiguiente, la estrategia necesita de mecanismos que faciliten el desarrollo empresarial a partir del emprendimiento. En las últimas investigaciones (BID, 2001b) realizadas sobre América Latina se adopta un enfoque metodológico secuencial sobre el proceso emprendedor, diferenciando tres fases principales: a) la gestación del proyecto, b) la puesta en marcha de la actividad y c) el desarrollo inicial de la firma. En Colombia se requiere más formalidad en este proceso, el cual requiere que se fortalezca la cultura del emprendimiento, y de otros factores fundamentales como la innovación y el desarrollo tecnológico.

Otro aspecto que se considera fundamental dentro de la estrategia, es la modernización del sistema productivo actual basada en el apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, en promoción de exportaciones, difusión de tecnología, capacitación de recursos humanos, en particular para la gestión, servicios de información, asesoría y consultoría; instrumentos de fomento a la gestión empresarial, financiamiento o incentivos a la contratación de consultoría para asistencia técnica a empresas individuales, y con mecanismos de apoyo a la articulación empresarial, tanto en materia de desarrollo de proveedores como de asociatividad de grupos de empresas (Dini y Stumpo, 2004).

El desarrollo de la empresarialidad y el estímulo a la concreción de nuevos emprendedores exitosos deben concebirse como una inversión estratégica, a nivel nacional o local, y de enorme trascendencia social, económica y política.

Pasando a la propuesta de la segunda estrategia, según la Política Nacional para la Productividad y la Competitividad, el rápido cambio tecnológico por el que atraviesa el mundo contemporáneo, con los grandes avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's), así como la biotecnología y los nuevos materiales, plantean una serie de oportunidades y desafíos a la sociedad y a la estructura productiva de los distintos países a nivel mundial; en efecto, aquellos que no logren adaptar para sí las transformaciones impulsadas por las nuevas tecnologías corren el riesgo fatal de quedarse a la zaga en términos de desarrollo y bienestar.

Joseph Schumpeter afirmaba que el desarrollo económico está movido por la innovación, por medio de un proceso dinámico en el cual nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas. Desde el punto de vista económico, la repercusión clave de este proceso es la mayor importancia adquirida por la tecnología como factor de producción, esto gracias a los cambios que ésta ha hecho posible en aspectos tales como la naturaleza de los bienes producidos, los mercados y la competencia internacional. Todo esto se ha visto acompañado (y en gran parte ha sido consecuencia) del incremento del contenido tecnológico de los bienes y servicios, derivado del conocimiento científico, conceptos avanzados de diseño, materiales inteligentes, automatización, software, conceptos avanzados de servicio y descubrimientos médicos y biológicos entre otros.

Desde la década de 1950, gracias al trabajo de un buen número de autores como Abramovitz (1956), Kendrick (1956) y Solow (1957), empieza a abrirse paso el reconocimiento del progreso tecnológico como la fuerza motriz del crecimiento económico, la productividad y por ende del mejoramiento de las condiciones de vida de la población, lo cual inevitablemente condujo a que se empezara a prestar una mayor atención a este factor dentro del análisis económico tradicional.

Sólo hasta finales de la década de 1980 y comienzos de los años noventa, gracias a trabajos como los de Romer (1990), tiene lugar la incorporación formal del cambio tecnológico a los modelos económicos, en los que se sitúa a la innovación en el núcleo del crecimiento del producto. En este orden de ideas, la innovación deja de ser ya un factor exógeno, en la medida en que se reconoce que éste es el fruto de la inversión intencional de recursos por parte de firmas maximizadoras de beneficios.

Peter Drucker define la innovación como “el cambio que crea una nueva dimensión de desempeño” y en su obra *Innovation and Entrepreneurship* (1985), este autor pone de relieve el hecho de que innovación y actividad empresarial van de la mano. El Libro Verde de la Innovación (Comisión Europea, CE; 1995) considera a esta como la fuerza motriz que impulsa a las empresas hacia objetivos ambiciosos a largo plazo, y la que conduce a la renovación de las estructuras industriales y a la aparición de nuevos sectores de la actividad económica.

El papel clave de la innovación se entiende en la medida en que tal como lo afirma (Porter, 1990): “Una razón prominente por la que las firmas obtienen ventaja competitiva es que éstas adoptan una perspectiva diferente de los competidores, centrándose en un segmento diferente, alterando la cobertura geográfica, o combinando los productos de industrias relacionadas” es decir, innovando.

A fin de cuentas, la innovación busca entonces responder a las necesidades del mercado (clientes), a la vez que apunta a ir por delante del competidor y permanecer allí. Vista de esta forma, más que una opción, en este enfoque la innovación es el componente central de la ventaja competitiva, por lo que una actitud pasiva en este campo tiene todos los ingredientes de una auténtica amenaza a la supervivencia misma de las organizaciones.

Según el Manual de Oslo (2005), los impactos de la innovación sobre los resultados de las empresas van desde los efectos sobre las ventas y la cuota de mercado, a la mejora de la productividad y la eficiencia. Los impactos importantes en los sectores de actividad o a nivel nacional son la evolución de la competitividad internacional y de la productividad total de los factores, los desbordamientos del conocimiento surgido de las innovaciones realizadas por las empresas, y el aumento del volumen de conocimientos que circulan por las redes.

La innovación puede estar presente en cualquier sector de la economía, incluyendo los servicios públicos tales como la salud y la educación. La innovación es también importante en el sector público, sin embargo, se sabe menos sobre la innovación en los sectores no orientados al mercado. La estrategia apunta más a desarrollar el sector empresarial, lo cual incluye industria manufacturera, el sector primario y los servicios.

La innovación es un proceso continuo. Las empresas, de forma continua, efectúan cambios en los productos, los procesos, captan nuevos conocimientos, etc. Una empresa puede hacer numerosos

cambios en métodos de trabajo, en el uso de los factores de la producción y en sus tipos de productos para mejorar su productividad y/o su rendimiento comercial. El Manual de Oslo (2005), define cuatro tipos de innovaciones que incluyen una amplia gama de cambios en las actividades de las empresas, innovaciones de producto, innovaciones de proceso, innovaciones organizativas e innovaciones de mercadotecnia.

Más que un producto nuevo, la innovación puede estar detrás de las nuevas tecnologías, nuevos procesos operacionales, nuevas prácticas mercadológicas, pequeños cambios, incrementos, adaptaciones, en fin, novedades que de una forma u otra generen este “valor” para quién las puso en práctica. Pero este valor debe traducirse en ganancia para la empresa (Zawislak, 2008).

Existe un tipo de innovación muy particular que considero importante la cual siempre producirá altos niveles de competitividad para las firmas en la medida que se promueva el mejoramiento de las empresas, es la innovación en modelo de negocio, partiendo de que un modelo de negocio (también llamado diseño de negocio o diseño empresarial) es la forma con la cual una empresa intenta generar ingresos y beneficios, la innovación sobre el mismo gira al establecimiento de nuevas o mejoradas condiciones de funcionamiento estratégico que entre otros elementos puede incluir esquemas de selección, manejo y atención de clientes; definición de sus productos y/o servicios; esquema de publicidad, mercadeo y distribución; manejo de recursos y proveedores y estrategias generales de generación de valor.

Por lo que se refiere al desarrollo tecnológico, de acuerdo con Mokyr (1990), en términos generales, el progreso tecnológico se refiere a la introducción de cualquier cambio en la aplicación de información al proceso de producción que permite la obtención de un incremento en la eficiencia: todo esto resultante o bien en la fabricación de un producto dado con menores recursos (esto es, menores costos), o la elaboración de nuevos o mejores productos.

En resumidas cuentas, como se ha dicho hasta el momento, a nivel global, el binomio tecnología - competitividad viene reconfigurando las reglas de juego del sector productivo en las economías de los países. En este contexto, el nuevo paradigma tecnológico está trasformando el escenario empresarial (Marcovitch, 1990). Por un lado, esas nuevas condiciones pueden amenazar la supervivencia de las empresas, pero a la vez promueve la búsqueda de nuevos mercados, vuelve obsoletas las competencias acumuladas, promueve la globalización y estimula la creación de las llamadas empresas de conocimiento (Pineda, 1993)

Finalmente la estrategia asociada con el capital humano, se basa en la relación que existe entre la producción y el uso del conocimiento, encontrándose en el núcleo de las actividades intensivas en valor agregado, y que la innovación se encuentre en la base de las estrategias de las firmas y las naciones para el crecimiento y la competitividad. En este contexto, el conocimiento es un insumo, que se combina con capital, trabajo y otros insumos para producir bienes y servicios siendo así una fuente de productividad total de los factores. Pero el conocimiento es también un producto del conocimiento existente y de inversiones en actividad innovativa.

Entonces será importante desarrollar destrezas para la competitividad de Colombia en el mundo en la cual la economía del conocimiento es cada vez más importante como fuente de ventajas competitivas, la educación y la formación de capacidades laborales son esenciales para un país exitoso.

Existe una relación directa entre mejoras en educación y mejoras en productividad, por lo cual el mejoramiento del capital humano es fundamental para avanzar hacia la prosperidad colectiva. Las experiencias exitosas de transformación productiva han logrado una articulación entre sus esfuerzos de capacitación y acumulación de conocimiento específico, y las potencialidades de los sectores productivos, (Gómez, 2008).

La estrategia de competitividad de largo plazo se fundamenta en la necesidad de realizar una transformación productiva, la cual implica producir más y mejor de todo lo que tenga mercados dinámicos a nivel local e internacional, y producir nuevos bienes y servicios de mayor valor agregado y sofisticación tecnológica. Para lograr este objetivo, se debe trabajar en impulsar el desarrollo de sectores de clase mundial, un salto en la productividad y el empleo en los sectores tradicionales, avanzar en la formalización laboral y empresarial, el fomento de la ciencia, tecnología e innovación y en estrategias transversales que permitan la eliminación de barreras para la competencia y el crecimiento de la inversión, dentro de las cuales se encuentra el fortalecimiento de la educación y las destrezas laborales.

Según Gómez (2008), la experiencia internacional muestra que el emprendimiento es necesario en una economía competitiva, para lo cual son requeridas competencias como la creatividad, la capacidad para resolución de conflictos y el ser recursivos. Así, es prioritario construir un proyecto educativo en torno a competencias mediante el cual se puedan acercar los jóvenes y ciudadanos a las exigencias del mercado laboral y de una economía internacionalmente competitiva.

Una economía competitiva necesita la articulación entre la educación media y la superior, que tiene un papel decisivo para el desarrollo de destrezas laborales y formación de recurso humano calificado, y orientado a los sectores estratégicos para el desarrollo del país. Los cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos plantean cada día nuevas exigencias al mundo productivo y una demanda por trabajadores más capacitados y con habilidades que les permitan desempeñarse exitosamente en el mercado laboral y generar mejoras en productividad e innovación (Gómez, 2008). Lo anterior genera a su vez grandes retos para el sistema educativo colombiano, encargado de la formación del capital humano.

Tener una población educada por sí solo no basta; se requiere una distribución adecuada de la educación y de una educación orientada a la competitividad, finalmente, así como dice Michael Porter el fin último de la competitividad es elevar el nivel de vida de la población, los esfuerzos de los países y regiones deben orientarse a preparar a sus jóvenes para ser competitivos en la nueva economía. El cambio tecnológico y económico ha incrementado substancialmente el requerimiento en habilidades académicas, competencias laborales y “estilos cognoscitivos” que permitan a los miembros de la fuerza laboral enfrentarse al cambio acelerado de nuestra economía. (Katz & Murphy, 1992).

En conclusión, un factor decisivo en el desarrollo económico y productivo de un país o región es la disponibilidad, capacidad y calidad de sus agentes económicos. Un sinnúmero de elementos vinculados con la trayectoria histórica de una sociedad, factores sociales, educativos, culturales y económicos están presentes en la “empresarialidad” (espíritu, vocación, creación, consolidación y calidad) de un país, territorio o región. En los últimos años se ha puesto de relieve, además, la importancia de sinergias, producto del tejido empresarial y la articulación entre agentes, que son determinantes para las trayectorias de aprendizaje y el ritmo de aumento de productividad del conjunto.

La innovación mejora el desempeño de las firmas, dado que el resultado de las actividades de innovación las hace más competitivas, a la vez que el proceso de innovación transforma las capacidades internas de estas. La gran velocidad del cambio tecnológico y la rápida acumulación de nuevos conocimientos significan que las firmas que no sean capaces de incorporar nuevos saberes tendrán un rezago fundamental en términos de productividad y competitividad. Es claro que la innovación es una actividad compleja y diversificada, con muchos componentes que interactúan entre sí al nivel nacional y organizacional. La innovación entendida como la aplicación exitosa de conocimientos o técnicas de nuevas formas o para nuevos propósitos, tiene que ver con la organización de un negocio para explotar nuevas oportunidades rentablemente. La innovación es clave para todos los negocios, bien sea que estos usen o no alta tecnología.

La innovación requiere una actitud mental que siempre busca mejorar, responder a las necesidades del cliente, que apunta a ir por delante del competidor y permanecer allí. En este sentido, más que una opción, la innovación es hoy una necesidad imperiosa para garantizar la supervivencia en mercados globales turbulentos y con dinámicas cambiantes.

Si no somos competitivos nos vamos a quedar atrás con el resto del mundo. Las compañías necesitan urgentemente una fuerza de trabajo capacitada para competir contra sus rivales en países en desarrollo y desarrollados. En la competitiva economía globalizada de la actualidad, la educación de calidad es uno de los activos más valiosos que una sociedad y un individuo pueden poseer. Las habilidades son factores decisivos para la productividad y competitividad de las organizaciones, el crecimiento económico y tener mejores niveles de vida.

## REFERENCIAS

- Abramovitz, M.** (1956), Resource and Output Trends in the United States Since 1870, American Economic Review, May.
- Comisión Europea, CE.** (1995). Libro verde de la innovación. Madrid: autor.
- Dini, M & Stumpo, G.** (2004). Pequeñas y medianas empresas y eficiencia colectiva. Estudios de caso en América Latina. México, Siglo XXI.
- Drucker, P.** (1985). Innovation and Entrepreneurship. Nueva York: HarperBusiness.
- Gomez, H.** (2008). Desarrollar destrezas para la competitividad de Colombia. Al tablero. 48(22), 1-24. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/propertyvalue-39241.html>.
- Kendrick, J.** (1956), Tendencias de la productividad: Capital y Trabajo, NBER.
- Katz, Lawrence F., and Kevin Murphy.** (1992). Changes in Relative Wages: 1963-1987. Supply and Demand Factors. Quarterly Journal Of Economics 107.1: 35-78.



**Marcovitch, J. y Silber, S.** (1990). Innovación tecnológica, competitividad y comercio internacional. Sao Paulo, Universidad de Sao Paulo.

**Mokyr, J.** (1990). Technological Creativity And The Rise Of The West. The Lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress. (Oxford: Oxford University Press).

**Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.** (2005). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Comunidad Europea: Autor.

**Padilla, R.** (2006). Conceptos de competitividad e instrumentos para medirla. Presentación CEPAL, Tegucigalpa, Diciembre.

**Polo, J.** (2006). Competitividad reto de Colombia frente al mundo. Presentación XIV Seminario de Administración.

**Porter, M.** (1990). The Competitive Advantage of Nations. Nueva York: Free Press.

**Romer, P.** (1990). Endogenous Technological Change. Journal of Political Economy. 98, S71-S102.

**Solow, R.** (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function, Jstor, 39 (3), 312-320.

**Zawislak, P. et al.** (2008). Towards the Innovation Function. Journal of Technology Management & Innovation, Vol 3, No 4