

Colombia frente a América Latina: un análisis de la situación competitiva

Mercedes Isabel Tous G.¹

1. Introducción

El Foro Económico Mundial (FEM) elabora anualmente el Reporte de Competitividad Global, en el cual considera doce factores para analizar la situación de los países. Uno de ellos se denomina *Operación y estrategia de las compañías*.

A continuación se presenta un análisis comparativo de la situación de las empresas colombianas en este factor, en relación con el resto de América Latina, específicamente frente a Chile, Costa Rica y Brasil.

2. Aspectos positivos de la competitividad de Colombia

2.1. Naturaleza de las ventajas competitivas y cadena de valor

La competitividad de las empresas de un país en los mercados internacionales se puede

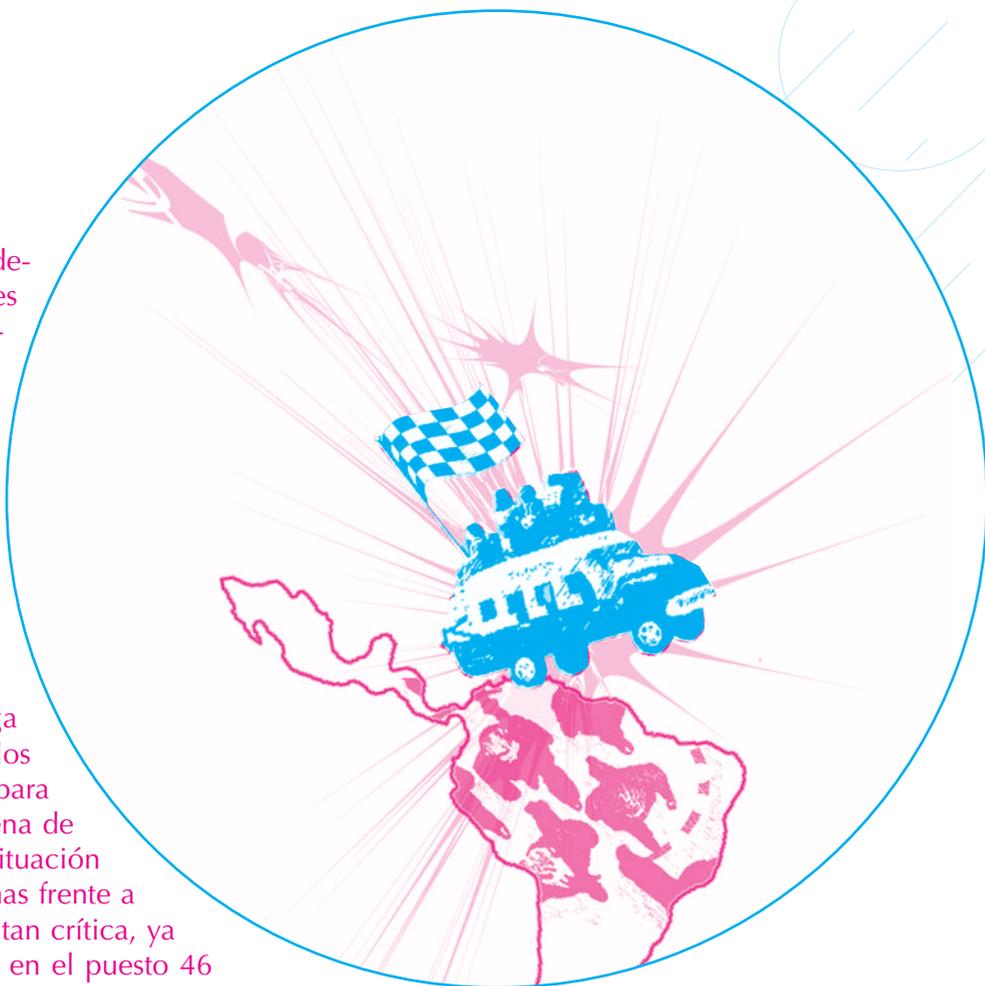
originar bien sea por el bajo costo de los recursos naturales empleados o porque las empresas se especializan en productos específicos y en procesos únicos. Los resultados muestran que en la mayoría de las empresas latinoamericanas, la competitividad se basa en costos bajos de los recursos naturales; lo cual contrasta con aquellas empresas que se basan en productos específicos y procesos únicos, como las de Japón, Alemania, Suiza y Estados Unidos.

Sin embargo, en Latinoamérica, países como Costa Rica se aproximan al modelo de “productos específicos y procesos únicos”, ubicándose cerca de países como España y Noruega. Colombia ocupa el puesto 42, 19 puestos por debajo de Costa Rica, 2 puestos por encima de Chile y 10 puestos por encima de Brasil. De lo anterior podemos concluir que aunque Colombia debe mejorar mucho en el conjunto mundial, está en igualdad de condiciones que Chile y en mejores condiciones que Brasil, dos de los países latinoamericanos más avanzados a nivel empresarial.

* Estudiante de décimo semestre de la Facultad de Administración de Empresas. Documento elaborado en desarrollo de la monitoría de investigación que adelantó la estudiante en el grupo de Competitividad, desarrollo de cadenas productivas y agrupamientos sectoriales, del Observatorio de Entorno de los Negocios, adscrito a la Facultad de Administración de Empresas.



Según la teoría, no es muy deseable que las exportaciones del país se basen en extracción de recursos naturales, en la medida en que las ventajas no se pueden sostener en el mediano plazo. En la actualidad se da más importancia a aspectos como el diseño, el mercadeo, la logística y servicios posventa, entre otros. En su Encuesta Anual de Opinión, el FEM indaga acerca de la capacidad de los empresarios de cada país para hacer presencia en la cadena de valor. En este sentido, la situación de las empresas colombianas frente a las latinoamericanas no es tan crítica, ya que aunque se encuentren en el puesto 46 a nivel mundial, respecto a Latinoamérica ocupan el quinto puesto, encontrándose por debajo de Costa Rica y de Brasil y por encima de Chile. Este resultado de Colombia era de esperarse, ya que la mayoría de la producción nacional está dedicada a la explotación de recursos naturales y/o de productos agrícolas, tales como petróleo, café y flores. Como la producción se basa en productos primarios, la naturaleza de las ventajas competitivas, de las que ya había hablado, se basan en bajos costos de mano de obra y dotación de recursos naturales.



obtenida por Colombia en cuanto a su capacidad de innovación la ubica en el puesto 50 entre 80. A este respecto, podemos decir que Colombia todavía sigue invirtiendo en tecnología con el fin de imitar productos y procesos que ya existen pero no con el fin de innovar en productos y procesos, al igual que Chile. Brasil y Costa Rica invierten más que Chile y Colombia en tecnología destinada a productos y procesos nuevos, pero la diferencia no es muy grande. Comparativamente, Colombia se encuentra en condiciones muy similares a países como México y Chile y mucho mejor que todos los países de Suramérica.

Pero definitivamente en lo que mejor está Colombia es en el grado de orientación que ofrece al cliente y en sus ventas regionales, ocupando el lugar 35 y 30 respectivamente, en el *ranking* de competitividad. Colombia

8

2.2 Capacidad de innovación, grado de orientación al cliente y ventas regionales

Una compañía puede invertir en tecnología sólo para imitar compañías extranjeras o para incentivar investigaciones y ser pionera de sus propios productos y procesos. La calificación



trata mejor a sus clientes que Costa Rica y que muchos otros países de Europa, de África y de Asia. Esto le garantiza a cualquier empresa colombiana que el cliente regrese de nuevo a comprarle, cosa que no sucede en otras partes del mundo. A su vez, Colombia es el país de Latinoamérica que más exporta sus productos a sus países vecinos, lo que puede llegar a fortalecer la región.

3. Aspectos de mejoramiento para la competitividad de Colombia

3.1 Recursos humanos, comportamiento ético y sofisticación de procesos de producción

A pesar de que las empresas colombianas cuentan con muchos puntos a favor para ser competitivas en el mercado internacional, todavía tendrían que mejorar algunos aspectos para mejorar su posición en Latinoamérica.

Resultan preocupantes para las nuevas generaciones de administradores los precarios resultados obtenidos en aspectos como las relaciones empleador-trabajador y la ética de los empresarios. En efecto, según la percepción de los agentes económicos, las relaciones entre trabajador y empleador tienden a ser de confrontación y no de cooperación. Así mismo, en cuanto al comportamiento ético de los empresarios, Colombia ocupa el lugar 51, mientras que Chile ocupa el lugar 18, Brasil el 26 y Costa Rica el 37. Esta variable se refiere al comportamiento ético

en interacciones con entidades públicas, políticos y otras empresas. Como es sabido, en Colombia hay mucha corrupción, sobre todo en las entidades públicas, pero no tanto como en otros países latinoamericanos o europeos. ¿Tendrá todo lo anterior algo que ver con la educación? Según el Reporte de Competitividad, Colombia ocupa el puesto 44 en cuanto a la calidad de las escuelas de negocios. Se destacan en este aspecto Chile y Costa Rica que ocupan los lugares 13 y 27, respectivamente.

Según el Reporte de Competitividad Global, los empresarios colombianos tienen dificultades para invertir en capacitación y en desarrollo de personal; para delegar su autoridad a sus subalternos; para incluir dentro del salario incentivos adicionales; para generar una relación cooperativa entre ellos y sus empleados, y para pagarle al trabajador en función de su productividad. En todas estas variables Colombia se encuentra muy por debajo de la media en el *ranking* del reporte, ocupando puestos de 51, 64, 70, 74, respectivamente. Frente al resto de América Latina, otros países que se encuentran por debajo de Colombia en estas variables son: Paraguay, Ecuador, Argentina y Nicaragua.

Con respecto a la sofisticación de procesos productivos, Colombia ocupa un lugar intermedio en América Latina, ubicándose en el puesto 62. Esto indica que existe la tendencia a tener procesos *trabajo-intensivos* en los que se utilizan tecnologías atrasadas. En esta variable Brasil ocupa el lugar 29, Chile ocupa el 32 y Costa Rica el 36, lo cual ratifica la importancia de mejorar los procesos de innovación y transferencia de tecnología en estos países.



4. Conclusiones

Los desarrollos recientes en el análisis de la competitividad dan cada vez mayor importancia a los aspectos microeconómicos. Dentro de ello, resulta fundamental la operación y la estrategia de las empresas, lo cual, a su vez, está en función del comportamiento, los aportes y la capacidad gerencial. Ya vimos que Colombia tiene varios puntos a favor en cuanto a la competitividad de sus empresas y otros en contra. La evidencia muestra que es necesario mejorar en aspectos relacionados con la filosofía y la forma de pensar de los empresarios colombianos, cosa que se puede cambiar si empezamos a generar una cultura de respeto. Cultura de respeto para que el gerente sea consciente de que debe generar incentivos adicionales al salario del trabajador; de que lo mejor para su empresa es invertir en el capital humano, es decir, brindar una buena capacitación, generar un ambiente y una relación de cooperación entre gerente y empleados. También es importante crear conciencia en el empresario sobre la importancia

de la innovación y la inversión en tecnología como fuente para elevar la competitividad. El empresario colombiano, en términos generales, sólo piensa en disminuir costos y eso lo lleva a descartar la posibilidad de una nueva tecnología, al igual que a descartar la idea de incentivar un poco más al empleado. En la medida en que estos aspectos cambien, las empresas colombianas podrán ser más competitivas y la economía en su conjunto mejorará su posición en América Latina.

Bibliografía

ESSER, K. "Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas", revista *CEPAL*, n.º 59, Santiago, Instituto Alemán de Desarrollo.

Foro Económico Mundial. *Reporte de Competitividad Global*, New York, Oxford University Press.

PORTER, M. *Ser Competitivos: Nuevas aportaciones y conclusiones*, Bilbao.

