



COMPETITIVIDAD. UNA MIRADA EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN EMPRESARIAL.

Andrés Francisco Pérez Almaguer

Prof. Titular

andresp@ucp.sc.rimed.cu

RESUMEN:

La competitividad implica un sistema de saberes y ponerlo al servicio de la solución de un problema del contexto productivo y/o de servicio y su comercialización, ha estado condicionado en gran medida por el conocimiento de las propias leyes objetivas que han determinado este proceso, sin considerar que los directivos y consumidores son gestores de la eficiencia del proceso. La eficiencia y la competitividad se enmarcan como condicionantes necesarias del desarrollo económico de la empresa, una mirada desde una empresa comercializadora justifica la necesidad de profundizar en la competitividad empresarial desde una visión global que justifica sostenibilidad del proceso empresarial. El trabajo que se presenta está dirigido a ofrecer los instrumentos necesarios para contribuir a una adecuada integración para ser competitivos, la esencia del trabajo es dar una panorámica de la competitividad como eje esencial del crecimiento estratégico de las empresas.

Palabras claves: sostenibilidad, eficiencia, competitividad.

INTRODUCCIÓN

La competitividad es un concepto clave en las empresas con el fin de enfrentar y adaptarse a los cambios que genera la globalización. La empresa debe contribuir a desarrollar la competitividad como vía de supervivencia al enfrentarse a mercados nacionales e internacionales, corresponde entonces establecer adecuadamente las ventajas competitivas en sus productos o servicios, de modo que le permitan no sólo mantenerse en los mercados conquistados, sino además que le permitan nuevos ingresos. Ante la dinámica de una competencia muy agresiva, es necesario saber diferenciar bien los productos y preocuparse por desarrollar esas ventajas competitivas que permitan adentrarse en la comercialización.

Actualmente la mayoría de los estudios señalan que la empresa para ser competitiva, necesita establecer, desarrollar y perfeccionar sistemas planeación estratégica dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los individuos que en ella coinciden, cimentados en un eficaz sistema de información interna y externa que le permita anticipar y profundizar en los cambios que se vienen dando en su medio ambiente. ¿Cuáles son las necesidades y gustos de nuestros usuarios?, ¿Cómo responder a las nuevas necesidades de los consumidores? Interrogantes que la empresa deberá ser capaz de rectificar. La esencia del trabajo es dar una panorámica de la competitividad como eje esencial del crecimiento estratégico de las empresas.

DESARROLLO

La competitividad a lo largo de la historia del sector empresarial ha connotado diferentes acepciones, siendo un elemento clave lo referente a la orientación de los esfuerzos por las empresas en incluir en sus modelos administrativos estrategias de productividad, calidad global, ventajas competitivas, el perfeccionamiento empresarial, que estén enfocadas a medir que tan competitiva pueden ser en el mercado.

Según Pérez Bengochea Valiotti (2008) sobre competitividad empresarial señala:

“es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan.¹”

El autor hace referencia a la competitividad como un concepto relativo, es decir, un proceso de relación de la empresa hacia su interior en comprender el funcionamiento y en el aspecto exterior la posición de la empresa con otras utilizando la misma medida de referencia el proceso de producción, sin embargo, un elemento esencial que la autora no hace referencia son los sujetos implicados en la producción directa y los directivos, considera por tanto la competitividad como resultado del proceso de producción y no el proceso en su totalidad (producción – productividad – comercialización) donde los productores como los directivos son el elemento esencial para garantizar un entorno socioeconómico sostenible.

Michael Porter, ² plantea:

“la competitividad está determinada por la productividad”

Desde esta mirada limita la competitividad a la productividad, puede existir alta productividad y no ser competitivo en el mercado y viceversa, la esencia es lograr el equilibrio referente a la triada producción – productividad- comercialización caracterizado por el ahorro de los recursos materiales y el aumento de la producción, es decir, producir más con menos sin perder la calidad en los productos y/o los servicios. Entiéndase por productividad del trabajo la que representa el nuevo valor creado como promedio por los trabajadores en un período de tiempo determinado, puede ser mes, trimestre, año, todo lo cual evidencia que la productividad del trabajo se evalúa desde el dato económico por los ingresos.

Otro elemento a considerar es la productividad, la cual ha sido concebida en un único modelo, es decir, se centra en la producción que caracteriza la empresa sin considerar otras alternativas resultado del propio proceso de producción como vía de generar ingresos, así como nuevas ofertas en el mercado, esto causa mayores fuentes de improductividad, alternativa que puede contribuir a minimizar los altos costos de funcionamiento, los perjuicios por la deficiente calidad de los insumos, el incumplimiento de los proveedores. Los directivos de las empresas han de centrarse en implementar el crecimiento y desarrollo estratégico cómo vía de mejoramiento de la empresa, lo que está asociado a despliegue de objetivos estratégicos y mejoramientos de innovación, encaminados a maximizar la eficiencia.

Diana Carolina Echeverri Sevilla (2007)³ señala:

“Al hablar de competitividad debemos, entonces, referirnos a las variables ligadas a los aspectos gerenciales y tecnológicos del desempeño de cada empresa y a las variables de política económica seguidas por cada país”

Se refiere al Estado en su acción estimuladora referente a proveer un ambiente de estabilidad macroeconómica y además que garantice la seguridad, la educación, la infraestructura, la calidad de la gestión oficial y la justicia. Criterios que carecen de concebir la empresa en su gestión de producción – productividad –comercialización, de garantizar sostenibilidad tanto en el productor de bienes materiales y/o de servicios implicado en el proceso de producción como la comercialización, donde es criterio esencial el consumidor.

Macías Gómez, Luz Elena (2008)⁴ señala:

¹ Pérez Bengochea Valiotti (2008).en el artículo: **Competitividad Empresarial: un nuevo concepto**,

² PORTER, Michael. La competitividad, www.gestiopolis.com

³ **La competitividad en el desarrollo empresarial**

... mantener la cuota de mercado equivale a incrementar permanentemente la eficacia, para que de esa manera se pueda dar respuesta a los requerimientos de los clientes y a la fuerte acción de la competencia.

Se refiere a un proceso sistemático de producción y/o de servicio caracterizado por demostrar capacidad, garantía de lo que se produce o el servicio que se presta, en respuesta a las exigencias de los clientes y la competencia, desde ésta mirada la empresa al tener presente al cliente y la competencia se mantiene en tiempo y espacio comercializando sus productos y/o servicios por razones eminentemente profesionales en el sector empresarial como es la calidad y la diversidad, desde una posición ética tanto al cliente como a la competencia, lo cual justifica sostenibilidad en la actividad empresarial que se realiza.

Es por tanto una sostenibilidad que privilegia una ética humanista, implica tanto una forma de pensar como de hacer, entendida como conjunto de saberes y valores que determinan la posición del hombre sustentada en una actitud solidaria con el entorno natural y social, con los otros y consigo mismo, comprende la necesidad de conocer e interpretar al mismo desde los siguientes presupuestos:

- El establecimiento de relaciones que favorezcan la preservación y desarrollo del proceso de producción y comercialización.
- Conciencia crítica al consumismo como mecanismo destructivo.
- El uso racional de las riquezas naturales en bien de la mayoría.

Presupuestos que por su naturaleza comprenden el desarrollo de la empresa desde bases éticas de sostenibilidad en relación con el entorno natural y social, donde se tiene en cuenta la calidad en la producción y la diversidad que contribuyan a ganancias estable, resultado de un proceso de producción – comercialización con un carácter sistémico, en función de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

Se reflexiona en una ética que constituye una realidad práctica de una marcada riqueza espiritual que configura la relación del hombre con la naturaleza, consigo mismo y con los demás implicados en la comercialización y el proceso de producción de bienes materiales y/o de servicios, que refleje su competencia y competitividad en sus modos de actuación. Se identifica el comienzo de una integralidad axiológica ambiental, lo cual exige continuidad en el desempeño de los sujetos implicados en el proceso de producción, por lo que todos los factores y actividades sociales estarán pensados para ayudar en la orientación en pos a la sostenibilidad desde una perspectiva ambientalista, entendida como una necesidad social.

La integralidad axiológica es el proceso de construcción activa y sistemática de los valores morales que refrendan un proceso de producción y/o de servicios desde una visión ambientalista, se estructura a partir del conocimiento de las causas y consecuencias en la relación del proceso de producción y/o de servicios con los componentes de la naturaleza y la sociedad como condicionadora del saber hacer y el saber ser. La integralidad axiológica ambiental contribuye a comprender el carácter objetivo del proceso de producción y comercialización en los establecimientos productivos, privados y/o estatales, la cual se expresa a través de un sistema de relaciones expresado entre la sostenibilidad tecnológica, la responsabilidad ambiental y la ética como direcciones productivas tipificadas por los valores de solidaridad, responsabilidad y el humanismo global.

La sostenibilidad tecnológica se comprende como el proceso a través del cual es posible instrumentar el empleo de los recursos tecnológicos típicos de la producción, en función de una ética de preservación y desarrollo ambiental, de forma tal que en la medida en que se despliega el proceso de producción y/o de servicio se favorezca el bienestar de los sujetos que participan. La responsabilidad ambiental se reconoce como el proceso que condiciona las relaciones de compromiso con el cuidado, preservación y desarrollo del medio ambiente, sintetizado en el proceso de producción y/o de servicio. La ética ambiental se comprende como el proceso de valoración crítica de los problemas de la producción y/o los servicios, a partir del sistema de valores respectivos al cuidado, preservación y desarrollo del medio ambiente.

⁴ La competitividad empresarial a través de tecnologías de gestión

Direcciones productivas que denotan la necesidad social de preparar al capital humano, desde la sistematización de técnicas y procedimientos orientados en la acción de prácticas de sostenibilidad empresarial, es por tanto, entender la sostenibilidad como resultado de la orientación competente e integralidad sociocultural competitiva lo cual requiere de un proceso instructivo – educativo. Desde la perspectiva de un proceso educativo tiene como núcleo esencial la función de orientación ética de sostenibilidad, lo cual es función de los directivos de las empresas quienes promueven y activan los valores tanto en el proceso de producción como de comercialización, para poder prever e intervenir antes los problemas de calidad.

Criterio que se enmarca en connotar la competencia y la competitividad como procesos diferentes pero se complementan en lograr la sostenibilidad empresarial en un proceso integral, que es cada vez más necesarias en un mundo globalizado, lo cual tiene sentido cuando existe un accionar integrado orientado a garantizar el funcionamiento y a complementar las iniciativas empresariales en muchos espacios que desbordan su propia actuación. En el proceso empresarial la competencia y la competitividad son dos procesos diferentes con una sola intención, lograr la sostenibilidad de la empresa.

La competencia implica saberes expresados en: saber, saber hacer y el saber ser, orientado en la integración de conocimiento, habilidades, valores y actitudes (Forga J. 2003) todo lo cual implica calidad en un proceso de producción cuya esencia es garantizar en el capital humano las cualidades connotadas por el humanismo como expresión del proceso de producción y/o de servicio. Por su parte la competitividad es expresión y a su vez continuidad de la empresa en lograr eficiencia, rentabilidad económica y del capital humano, es satisfacer las necesidades del mercado.

Garcia Govea Mayra (2012)⁵ sobre la competitividad señala:

... que depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Criterios que enmarcan la competitividad de una empresa si es capaz de ser rentable con técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios o tener costos de producción menores por unidad de producto, de ahí que los planes de producción de las empresas no se deben organizar pensando en una ganancia a partir de lo invertido en el proceso de producción, cuando esto sucede repercute en una insuficiente gestión administrativa para satisfacer las exigencias del mercado y la empresa se bautiza como incompetente .

Un estudio de estos conceptos en una institución estatal permitirá una mejor posición del comportamiento de éstos y dar una panorámica de la competitividad como eje esencial del crecimiento estratégico de las empresas. Para su análisis se investigó en una empresa comercializadora, un primer momento del estudio se realizó a partir de indagar en la institución sobre los principales problemas que merman la eficiencia operativa, siendo estos:

1. Cuentas por cobrar envejecidas.
2. Insuficiente activo circulante para enfrentar los pasivos circulantes a corto plazo.
3. Insuficiente atención al hombre.

⁵ **GLOBALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD** erik_boyrock@hotmail.com Facultad de Comercio Administración y Ciencias Sociales

4. Absorbencia e insuficiencias del parque de equipos automotor.
5. Lenta rotación de los inventarios.
6. Insuficiente preparación técnica.
7. Comunicación inefectiva de los trabajadores.
8. Falta de protección a los medios de la empresa.

Otros problemas subjetivos:

1. Falta de desarrollo de la actividad de capacitación propuesta a los efectos de la seguridad y protección, así como de preparación para la defensa, tomando como base la prevención del delito, la corrupción e ilegalidad.
2. Falta en el colectivo de trabajadores el sentido de pertenencia analizando las decisiones de la empresa para lograr el cumplimiento de las acciones que tributan a la relación misión – visión.
3. No se realiza el perfeccionamiento de las acciones de control según intereses de la dirección de la empresa a través del comité de prevención y control.
4. No se actualiza la documentación que rige el funcionamiento interno de la empresa. (manuales, reglamentos, y procedimientos)
5. Consolidar el trabajo de los directivos y sus reservas.
6. Consolidar la actividad de seguridad, salud y medio ambiente en el trabajo, aplicando la implementación del modelo de gestión medio ambiental.
7. El cumplimiento de forma oportuna el cobro por transportación en cada una de las brigadas según los indicadores establecidos.

Como vía de constatar los principales problemas de la institución objeto de estudio se aplicó la entrevista instrumentos empírico a directivos y trabajadores de la institución comercializadora (Ver anexo 1 y 2). Los principales resultados se orientan en: se realiza el control en las empresas suministradoras a partir de la contratación económica con cada uno de los productores, así como la cantidad de recursos a entregar en el año en función de satisfacer las necesidades de la empresa comercializadora con sus clientes.

La empresa comercializadora no evalúa los procesos de producción de las empresas suministradoras, sólo se realiza el análisis cuando existe irregularidades en las entregas, de ahí que la gestión que realizan para garantizar satisfacer las necesidades de los clientes es en función de un plan de entrega estatal sin considerar exigir un proceso de producción orientado en la sostenibilidad por las empresas suministradoras, por tanto entre las empresas suministradoras la competencia no es un factor que exija producciones con calidad.

Tanto en los problemas objetivos como en los subjetivos, se interpreta la carencia de exigencias que van desde el análisis del proceso de producción y la productividad de las empresas suministradoras para el proceso de comercialización y por tanto insuficiente competitividad de la institución objeto de estudio, evidenciado en su gestión de satisfacer las necesidades del mercado, reflejo de un inadecuado trabajo de control tanto al personal implicado en el encargo social de la empresa, como a los recursos materiales destinados para lograr su misión.

Una valoración desde dos elementos claves como la gestión y el control para contribuir a una eficiente competitividad de la empresa se parte de la definición semántica de éstos términos por un lado gestión como la acción de llevar a cabo para conseguir algo, intervención de la administración o dirección para solucionar un problema y/o garantizar la productividad y el control identificado como la acción o resultado de comprobar o examinar, la atención que se presta para prevenir un daño es el conjunto de operaciones que se realizan para vigilar el estado técnico organizativo, desde el control de calidad es el método que permite comprobar las variaciones de las características o artículos sometidos a verificación.

Es por tanto el control en esencia, el método de vigilancia de la relación entre las previsiones y las actividades realizadas, es decir controlar lo que se orienta o está normado. Desde ésta mirada la gestión y el control al ser sistematizados garantiza la producción y de hecho la productividad como condición para generar la competitividad del sector empresarial. La institución objeto de estudio tiene como Misión: ser una empresa comercializadora de la administración provincial, para satisfacer las demandas de los clientes, con directivos y trabajadores motivados capaces y actualizados en las más modernas técnicas de dirección.

Visión:

- Ser una entidad que lidera los servicios comerciales.
- Contar con el asesoramiento material financiero y humano necesario para la realización de las acciones.

Visión que requiere por tanto un proceso de reordenamiento a partir de orientar en la necesidad de conocer las causas y formas de intervención o prevención de los problemas de la producción y los servicios, así como la comercialización, de motivar mediante técnicas heurísticas el análisis, la discusión y la reflexión a fin de minimizar los problemas de calidad tanto en el proceso de producción como en la comercialización, como vía de sostenibilidad de la empresa, así como orientar en la crítica constructiva, como elemento formador de conciencia productiva.

CONCLUSIONES.

La eficiencia y la competitividad son dos aspectos fundamentales para el análisis del desarrollo económico de la empresa connotado por la preferencia de los consumidores, lo cual implica una mayor tecnología y calidad teniendo como eje central la capacidad de producir bienes y servicios desde la mirada de satisfacer al consumidor con los mejores precios y una mayor calidad, esto hace que la capacidad de producir sea satisfactoria, ya sea bien económico o bienes y servicios que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios.

BIBLIOGRAFÍAS

- Beck, Ulrich, que es la globalización?, (España: paidós, 2007) págs. 15 -22
 Bejar, luisa, globalización y cambios políticos, 27, convergencia, revista ciencias sociales, 115, págs.97-102
 Chavarría Hugo, Sepúlveda Sergio, rojas patricia, competitividad cadenas agroalimentarias y territorios Rurales, (san José costa rica, IICA, 2002) pág. 380.
 Deming, Edwards, calidad productividad y competitividad,(Madrid: días, 1987) pág.15
 Fernando, esteban, montes, José, Vázquez, Camilo, la competitividad de las empresa, (España, universidad
 Deming, Edwards, calidad productividad y competitividad y globalización (Madrid: días, 1987) pág.15 de Oviedo, 1997) págs. 9, 10, 24,25.
 García Govea Mayra: competencia y competitividad (2012)
 Macías Gómez, Luz Elena La competitividad empresarial a través de tecnologías de gestión. (2008)
 Porter, Michael. La competitividad, www.gestiopolis.com

Anexo 1

Entrevista.

A: Directivos y trabajadores de la empresa comercializadora.

Objetivo: Comprobar el nivel de gestión de los directivos y trabajadores de la empresa comercializadora en función de su objeto social.

Cuestionario

1. ¿Realizan el control en las empresas suministradoras?
____ Sí ____ No ____ a veces ¿Cómo lo realizan?
2. ¿Evalúan los procesos de producción de las empresas suministradoras? ____si ____no ____ a veces.
¿Cómo proceden para evaluar?
3. ¿Qué gestión realizan para garantizar satisfacer las demandas de los clientes?
4. ¿Cómo garantizan en las empresas suministradoras una productividad caracterizada por procesos de sostenibilidad?
5. Consideran la competencia entre las empresas suministradoras: ____si ____no Explique en cualquiera de los casos.
6. ¿Cómo conciben la competencia empresarial?

Anexo 2

Entrevista.

A: Consumidores de la empresa comercializadora.

Objetivo: Comprobar el nivel de satisfacción de los de la empresa comercializadora en función de su objeto social.

Cuestionario

1. ¿Obtienen la entrega de lo solicitado en el tiempo acordado?
____ Si ____ No ____ a veces ¿Cómo lo evalúan?
2. ¿Los productos que oferta la empresa comercializadora son estables en el mercado? ____ si __ no ____
en ocasiones. ¿Qué sugiere?
3. Consideran oportuna la gestión de la empresas suministradoras para satisfacer sus necesidades: ____si
____no Explique en cualquiera de los casos.
4. ¿Qué sugieren para un mejor funcionamiento?