

## **Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas**

**Ernesto Cantillo Guerrero**

Docente Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [ecantillo@uac.edu.co](mailto:ecantillo@uac.edu.co)

**Andrea Alzate Tovar**

Estudiante Ing. Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [andreaalzat\\_412@hotmail.com](mailto:andreaalzat_412@hotmail.com)

**Karen Galindo Lara**

Estudiante Ing. Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [karentati-1090@hotmail.com](mailto:karentati-1090@hotmail.com)

**Angie Hernandez Arteta**

Estudiante Ing. Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [angelita0118@hotmail.com](mailto:angelita0118@hotmail.com)

**Daniela Landinez Lamadrid**

Estudiante Ing. Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [danycl08@hotmail.com](mailto:danycl08@hotmail.com)

**Nini Serje Ramos**

Estudiante Ing. Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia, [j\\_serje84@hotmail.com](mailto:j_serje84@hotmail.com)

### **RESUMEN**

El presente artículo busca determinar la influencia de la cultura empresarial en la competitividad de una cadena productiva empresarial, utilizando como metodología la revisión bibliográfica sobre los conceptos que distintos autores han expresado al respecto. La economía del siglo XXI, exige cada vez más la integración de las empresas pertenecientes a una cadena de producción, y la cultura empresarial juega un papel trascendental, como quiera que si no es afín entre los participantes de la cadena, puede dificultar la búsqueda de objetivos comunes. El Ingeniero Industrial interesado en el incremento de la productividad empresarial, no puede dejar a un lado las teorías que permiten descifrar con claridad que, una cultura empresarial bien cimentada entre los miembros de la cadena, es un factor determinante y primordial a aclarar, antes de entrar en la optimización de la cadena. Este artículo nace de un proyecto de aula sobre el mismo tema, vinculado a investigaciones que en la actualidad realiza la Universidad Autónoma del Caribe en temas de Cluster y competitividad en el Departamento del Atlántico de la república de Colombia.

**Palabras claves:** cultura, competitividad, liderazgo, capital humano, organizaciones.

### **ABSTRACT**

This paper aims to determine the influence of corporate culture in the competitiveness of an enterprise supply chain, using methodology literature review on the concept that different authors have expressed the matter. The

twenty-first century economy requires increasing integration of the companies belonging to a chain, and corporate culture plays a major role, inasmuch as if it is not related to participants in the chain, may hinder the search common goals. Industrial Engineer interested in increasing business productivity, you cannot put aside the theories that can decrypt it clear that a well-established corporate culture among the members of the chain, is a primary factor and to clarify, before enter the chain optimization. This article derives from a classroom project on the same topic; linked to research that now performs the Caribbean University Cluster and competitiveness issues in the Atlantic Department of the Republic of Colombia

**Keywords:** Culture, competitiveness, leadership, human capital, organizations.

## 1. INTRODUCCIÓN

El mundo organizacional se encuentra sujeto a continuos cambios, muchos de ellos representan grandes amenazas para las empresas, frente a ellas, cada compañía se ve en la necesidad de crear y desarrollar estrategias encaminadas a la obtención de ventajas comparativas que le permitan alcanzar, mantener y superar su posicionamiento dentro de su ámbito socio-económico.

En la continua guerra de competitividad que se evidencia en el mercado actual, factores como el Liderazgo, la Cultura organizacional, el Capital humano, y la Productividad, desempeñan un papel importante y decisivo dentro de la competitividad de una empresa.

Michael Porter en su obra “Ser Competitivo manifiesta que la competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad para avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. El estudio de la competencia y de la creación de valor, en su entera riqueza de matices, han acaparado mi atención durante varias décadas. La competencia es generalizada, tanto si implica a compañías que luchan por mercados, a países que se enfrentan a la globalización o a organizaciones sociales que responden a necesidades sociales. Toda organización precisa de una estrategia para ofrecer valor superior a sus clientes.” (Porter, 2009)

Existe un debate en cuanto a la conveniencia de utilizar la competitividad como campo analítico, pues ya existen en economía conceptos que pueden definir con mayor rigor y consenso los problemas económicos. La competitividad es un concepto que ha causado controversia entre autores de la Nueva Teoría económica (Lombana, 2009). La “competitividad” es, hoy en día, una palabra muy utilizada y algo en lo que piensan constantemente muchas empresas. Sin embargo, el término competitividad es muy amplio, ya que agrupa muchos conceptos e ideas dentro del ámbito empresarial. Preguntarnos cómo puedo ser más competitivo también puede significar, por ejemplo, cómo hacer crecer mi empresa, de qué forma mejorar o cómo diferenciarme de mis competidores. (ESPACIOPYMES, 2001)

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 GENERAL

Determinar la influencia que tiene los tipos de culturas de una organización sobre el incremento de la competitividad en una cadena productiva para establecer marcos teóricos que sirven de base a posteriores estudios sobre modelos de asociatividad y cluster

### 2.2 ESPECÍFICOS

- Describir los conceptos teóricos fundamentales sobre competitividad y cultura empresarial

- Detallar como la cultura empresarial se convierte en filosofía fundamental para un buen liderazgo e incremento de la productividad
- Establecer la influencia que ejerce el tipo la cultura empresarial en la competitividad de una organización empresarial

### 3. METODOLOGÍA

A partir de diversos autores fundamentados en la cultura organizacional, la competitividad e innovación, se muestra una propuesta teórica de la influencia de estas en la productividad de una organización

La metodología investigativa que se empleo fue la descriptiva y analítica, utilizando como fuente principal la revisión bibliográfica en libros, artículos técnicos y científicos referentes a la temática a abordar.

### 4. DESARROLLO

A nivel microeconómico, se puede definir competitividad como la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competido. (Hernández E., 2000)

A nivel organizacional se define como el fenómeno comercial y económico, que debe agregar una concepción flexible de la estrategia y de la organización, puntualmente de sus recursos humanos. Por ello, a la visión ya aceptada de la competitividad se le suma la competitividad organizacional, humana, compuesta por el esfuerzo y el trabajo del capital humano, y la responsabilidad social empresaria, un fenómeno que busca la constante creación de valor, persiguiendo al mismo tiempo el bienestar social (lerner, 2007).

Para analizar cualquier industria en términos de rentabilidad Porter creo cinco fuerzas competitivas que son: Poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, Amenaza de nuevos entrantes, Amenaza de productos sustitutivos, rivalidad entre los competidores. Cada industria tiene unos análisis fundamentales diferentes pero las 5 fuerzas ayudan a determinar qué produce la rentabilidad en cada industria, cuales son las tendencias, las reglas del juego y las restricciones. (Lopez, 2009)

Para todas las organizaciones, es una real amenaza la aparición de nuevos competidores en el mercado, ya que esto puede hacer que se reduzcan considerablemente las ganancias y que se inflen notoriamente los costos de esta.

Ante estas y otras amenazas, toda empresa busca marcar la diferencia entre sus competidores y lograr la preferencia de los consumidores. Estas estrategias deben planificarse en las distintas áreas de la organización y su éxito está relacionado en parte, con el liderazgo que se aplique, la cultura organizacional bajo la cual se lleve a cabo el objeto social de la empresa, el capital humano con el que cuente la compañía, y su productividad. Para comprender mejor esta relación, es necesario tener claro cada uno de estos conceptos.

Cuando nos referimos a cultura, en primera instancia pensamos en las creencias, tradiciones y características que identifican a un pueblo, sin tener presente que este amplio concepto puede desarrollarse dentro del marco de una Organización.

Geert Hofstede define cultura como la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente específico. La cultura no es característica de un individuo, ella cubre a un número de personas condicionadas por las mismas experiencias educativas y por las mismas condiciones de vida. (Varela, 2008)

La cultura empresarial u organizacional es un aspecto importante para gestionar el conocimiento en la organización. Cuando se habla de cultura organizacional se hace referencia a un patrón de conducta común, utilizado por los individuos y grupos que integran una organización con personalidad y características propias. Se trata de un conjunto dinámico de valores, ideas, hábitos y tradiciones, compartidos por las personas que integran una organización, que regulan su actuación. (Lic.Delary Mensal Perez, 2007)

La cultura empresarial es entendida por Montesinos (1995) como “el conjunto de valores, principios, normas, percepciones de vida, conocimientos de los procesos productivos, etcétera”. Por lo tanto la cultura empresarial comprende las reglas y normas efectivas de conducta profesional, las fronteras entre comportamiento competitivo y no ético y la aplicación de los códigos de conducta en las negociaciones. Mediante procesos de socialización secundaria, los individuos aprenden conocimientos culturales relevantes para su desempeño ocupacional profesional. La cultura empresarial de una sociedad determinada, proporciona el esquema valorativo que establece el sentido de un sistema de relaciones entre las características de las organizaciones llamadas empresas y las de sus principales actores, empresarios y administradores. (Vargas, 2007)

La cultura es un factor que influye en las prácticas y actitudes administrativas y no administrativas de los miembros de la organización. Las organizaciones tienen una cultura propia, pero ella es, a su vez, un reflejo de la sociedad circundante, de los sistemas de valores de estas sociedades y naciones, de su filosofía, de su política, de su religión, etcétera. Este subsistema expresa los valores y las ideas sociales, así como las creencias que los miembros de una organización llegan a compartir, y proporciona pauta de conductas y normas con las cuales la gente opera para alcanzar objetivos generalmente compartidos. (Lic.Delary Mensal Perez, 2007)

La aplicación de estos valores conlleva a la adquisición de una mentalidad enfocada a hacer las cosas bien y a aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten, lo cual puede ser una fuerte ventaja competitiva sobre las otras empresas y de igual manera, traer muchos beneficios para aquella que los ponga en práctica.

En la cultura organizacional se ve reflejada la empresa, por lo cual se puede considerar como un factor importante para lograr su buena competitividad, siempre y cuando de establezcan y fomenten en los diferentes sectores y niveles de la empresa, valores y principios que promuevan el deseo de superación y de realizar cada proceso (por muy sencillo que parezca) de manera correcta, teniendo como base principios éticos y cumpliendo con toda la normatividad de la empresa, desde sus políticas internas hasta las establecidas por la Ley.

Para lograr y mantener un buen posicionamiento de una empresa, es vital el liderazgo que desarrolle cada una de las “cabecillas” de la organización. Es aquí donde el liderazgo entra a ejercer una labor interesante.

Existen muchas definiciones del liderazgo, mientras que Bennis en 1959 manifestaba que es el proceso mediante el cual un agente induce a un subordinado a comportarse de una manera deseada; Fiedler en 1967 lo definía como dirigir y coordinar el trabajo de los miembros de un grupo; Roach y Behling lo calificaban como el proceso de influir a un grupo organizado hacia el cumplimiento de sus metas; Bass en 1958, Tichy y Devanna en 1986, argumentaban que consistía en transformar a los seguidores, al crear visiones de las metas que pueden alcanzarse y articular para los seguidores las formas de alcanzar las metas; Campbell, en 1991 lo relaciona con acciones que enfocan recursos para crear oportunidades deseables; Ginnett en el año 1996 analizó que el trabajo del líder es crear condiciones para que el equipo sea efectivo; según Curphy y Hogan, (1994), los fines del liderazgo incluyen obtener resultados a través de otros, y los medios del liderazgo incluyen la capacidad de construir equipos cohesivos y orientados a las metas. Los buenos líderes son quienes construyen equipos para obtener resultados entre una variedad de situaciones. Aún cuando un número tan grande de definiciones parece confuso, es importante entender que no hay una sola definición correcta. La variedad de definiciones puede ayudarnos a apreciar la multitud de factores que afectan el liderazgo, así como diferentes perspectivas desde las cuales contemplarlo. (Hughes, 2007)

En el campo empresarial, se tiende a utilizar indiscriminadamente los vocablos liderazgo, administración y dirección como sinónimos, de tal forma que se entiende el liderazgo desde un enfoque directivo. Joan Ginebra, en su libro *El liderazgo y la acción*, se refiere a esta tendencia, afirmando que debido a la misma, se le otorga al término liderazgo mayor o menor dignidad de acuerdo a la concepción que se tenga sobre lo que es dirigir. Así, para quienes dirigir y administrar significan lo mismo y el juego de la dirección se enmarca en la competencia por adaptarse al entorno cambiante mediante el uso de tecnologías avanzadas, líder es lo mismo que tecnócrata. En cambio, para aquellos que relacionan dirigir con establecer objetivos y conducir a una organización hacia ellos, el liderazgo se teñirá de variables como empeño y afán de logro. Y si se trata de alguien que se adscribe a la corriente humanista y cree que dirigir es necesariamente conducir con valores, entonces el líder es fuente y transmisor axiológico. Desde una posición aún más extrema, liderazgo es sinónimo de santidad. Lo cierto es que muchos han subrayado la diferencia entre liderar y dirigir, afirmando que las organizaciones actuales necesitan líderes y no administradores. (Botero, 2003 )

Las organizaciones dependen, para crecer y perdurar del liderazgo de sus dirigentes y esto es válido para las que tienen fines de lucro y las que no. Ya que las organizaciones dependen del líder se necesita saber qué aspectos de éste son importantes. Un buen líder debe reunir cuatro condiciones; compromiso con la misión, comunicación de la visión, confianza en sí mismo e integridad personal. También debe poseer con ciertas virtudes que lo van a guiar en la buena toma de sus decisiones, estas son: prudencia, templanza, justicia y fortaleza. (Hughes, 2007)

Esto significa que quien ejerce el liderazgo tiene características singulares y especiales que lo hacen destacar de aquellos que en una organización, por su investidura o su posición en un orden jerárquico, poseen ciertas prerrogativas. Una de las características que hace diferente al líder es su habilidad para contagiar de entusiasmo a los otros en el camino para el logro de objetivos grupales. (Agüera, 2004)

Es precisamente aquí donde radica la influencia del Liderazgo en la competitividad de una empresa, al ser el líder quien guíe a sus “seguidores”, éste es primordial para lograr la supervivencia de una compañía, todas las decisiones que él tome basándose en sus propios criterios, sus conocimientos y hasta su personalidad, marcarán de manera significativa la historia de la organización. Un simple error que cometa el líder, podría traer repercusiones negativas para la empresa, las cuales pueden ir desde una pérdida mínima de dinero hasta su cierre.

Los seguidores también desempeñan una labor interesante dentro de la competitividad de la empresa, puesto que con su trabajo contribuyen al alcance de los objetivos organizacionales. Esto a su vez, va ligado a las funciones que debe realizar el líder para lograr que el empleado esté satisfecho con su trabajo y que tenga la suficiente motivación para ayudar a alcanzar las metas establecidas por la compañía, de allí se deriva su importancia.

Con base a lo anterior, es inevitable reconocer que las personas también desempeñan un rol fundamental dentro de la organización, si estas no hicieran parte de ella, sería imposible concebirla como tal. Bajo éste análisis, el capital humano es otro factor que afecta directamente a la Organización y por ende, influye en su competitividad.

Las Organizaciones no existen sin personas. A pesar de todos sus recursos (maquinas, equipos, instalaciones, capital financiero y tecnología) necesitan de las personas para operar adecuadamente en un entorno lleno de oportunidades y amenazas. Las personas son el principio, el punto medio y el final de las Organizaciones. Ellas fundan las organizaciones, las moldean, las impulsan y, según su desempeño, las llevan al éxito o a la bancarrota. (Chiavenato, 2009)

Con el paso del tiempo, las personas dentro de una Organización han sido vistas desde diferentes perspectivas y cada una de ellas posee características que la diferencian de las otras y que además representan gran importancia para la compañía, pues las diversas maneras de pensar, de ser y de actuar de cada una de ellas, conllevan a la adopción y aplicación de ideas innovadoras y creativas que constituyen una fuente de ventajas competitivas que una empresa puede tener sobre sus competidores.

Pero... “¿Qué es el capital humano? ¿Son los talentos que la organización atrae y retiene? Sí y no. La respuesta es afirmativa porque las personas que una organización busca y conserva son sus principales activos. Ellas poseen habilidades, competencias y conocimientos que son imprescindibles para el éxito de la organización. Sin embargo atraer talentos a la organización y hacer que se queden es un paso necesario, pero no suficiente. La segunda respuesta es negativa por una razón muy simple: no basta con tener talentos en la organización. Es necesario saber aplicarlos y utilizarlos de la mejor manera posible. Esto depende de dos factores: el diseño y la cultura organizacionales. En otras palabras, la organización del trabajo y el estilo de administración pasan tanto por la calidad intrínseca de los talentos. Esto significa trabajar en equipos de alto desempeño en un clima extremadamente democrático, agradable y participativo. Así, el capital humano es una cuestión de contenido (talentos) y de contexto (diseño y cultura). Cuando se planta una semilla, su desarrollo depende de la calidad del suelo y del trato que reciba. Así, atraer talentos a la organización y conservarlos es apenas el primer paso. Lo importante es ofrecer condiciones de trabajo que permitan a los talentos colaborar y contribuir eficazmente en el éxito de la organización agregando valor y riqueza para los demás asociados. Esto depende primordialmente de la organización y de la cultura, es decir, del contexto que la cultura básica y la mentalidad pueden ofrecer para impulsar los talentos de las personas. (Chiavenato, 2009)

Lo que quiere decir que para hacer del capital humano algo productivo es necesario tener un contexto organizacional favorable ya que esto va enlazado directamente con la mentalidad de la organización

Como propietarios de capital humano, los empleados se han convertido en un factor más que moderadamente relevante en la aplicación eficaz de la estrategia empresarial. Para advertir el grado de esa importancia, una economista de la Brookings Institution analizó la relación entre diferentes tipos de bienes y su valor en el mercado. Realizó su estimación calculando la aportación en valor en el mercado de bienes tangibles (propiedades, fábricas y equipos) de empresas manufactureras y mineras de los Estados Unidos. El análisis partió de 1982 y abarcó diez años. Descubrió que en 1982, los bienes materiales suponían el 62 por ciento del valor en el mercado de estas industrias, que tradicionalmente hacen un uso intensivo de capital. Una década después, los bienes tangibles sólo representaban el 38 por ciento del valor en el mercado; el resto procedía de bienes intangibles, incluyendo el capital humano. Jack Welch, de General Electric, ha declarado oficialmente que las formas de capital producidas por los individuos se han convertido en un valor clave de ventaja competitiva: Estamos tratando de diferenciar competitivamente a GE, elevando en la medida de lo posible el capital intelectual y creativo de nuestra fuerza laboral. Eso es muchísimo más difícil que la obtención de un capital financiero, al alcance de una compañía sólida en cualquier mercado del mundo. En consecuencia, para los directivos perspicaces, la ventaja competitiva y el valor accionario exigen algo más que un atisbo de capital humano. Un alto directivo ha declarado en la revista TechCapital: En 1980 la clave del éxito radicaba en adquirir nuevas empresas. Ahora la clave consiste en encontrar a los individuos adecuados. (Davenport, 2000)

El capital humano adquiere cada vez más importancia sobre los otros recursos de una organización, pues es en manos de las personas donde se encuentra el éxito o fracaso de la compañía, de ellas dependen todos los procesos que se lleven a cabo dentro de esta y son los encargados de provocar la satisfacción del cliente. Un capital humano bien capacitado, con valores, principios éticos y una mentalidad enfocada a alcanzar los objetivos de la empresa, representan una ventaja competitiva para ella.

Otro aspecto que vale la pena resaltar es la productividad, que según la EPA (Asociación Europea de Productividad), es el grado de utilización efectiva de cada elemento de producción. Es sobre todo una actitud mental. Busca la constante mejora de lo que existe ya. Está basada sobre la convicción de que uno puede hacer las cosas mejor hoy que ayer, y mejor mañana que hoy. Requiere esfuerzos continuados para adaptar las actividades económicas a las condiciones cambiantes y aplicar nuevas técnicas y métodos. Es la firme creencia del progreso humano. (Carballal)

La productividad es uno de los tópicos más frecuentemente empleados en las discusiones de dirección. La mayor parte de las empresas trata de reducir los costos e incrementar el output y mejora de los niveles de servicio a

través de una mejora de su productividad. En el actual ambiente empresarial, donde la paridad en precios, productos y servicios se consiguen a menudo de una forma rápida, los programas de mejora de la productividad con frecuencia pueden ser el único medio de conseguir y mantener el umbral competitivo del inereado. (Anaya, 2007)

Tradicionalmente, la mano de obra ha estado más asociada a la consecución de mejoras en costes y nivel de servicio. Sin embargo, en muchos casos esto puede ser un componente insuficiente, siendo necesaria una mejora de la productividad de todos los recursos empleados en los procesos productivos. (Anaya, 2007)

El incremento de la productividad reduce los costos de producción y eleva la rentabilidad de las inversiones; una parte de esa mayor rentabilidad se convierte en mayores ingresos para los propietarios de las empresas y los inversores, y otra parte se convierte en aumentos salariales. Este círculo virtuoso de productividad y empleo es estimulado también por las inversiones, ya que las empresas reinvierten una parte de los beneficios de la productividad en la innovación de sus productos y procesos, en mejoras de las instalaciones y equipos y en medidas encaminadas a extender sus operaciones hacia nuevos mercados, lo que constituye un acicate suplementario para el aumento de la producción y de la productividad. (Conferencia Internacional del Trabajo, 2008)

La productividad de los individuos puede reflejarse en las tasas de empleo, las tasas de salario, la estabilidad del empleo, la satisfacción en el trabajo o la empleabilidad en diversos puestos de trabajo o sectores de producción. Para medir la productividad de las empresas se pueden tomar en consideración — además de la producción por trabajador — las partes de mercado conquistadas y los resultados de las exportaciones. Los beneficios que la sociedad en su conjunto obtiene de una mayor productividad individual o de una mayor productividad de las empresas pueden ser evidentes, en términos de un aumento de la competitividad y del volumen de empleo, o de la evolución del empleo desde sectores de baja productividad hacia sectores de productividad más elevada. (Conferencia Internacional del Trabajo, 2008)

La productividad del trabajo y la eficiencia productiva pueden considerarse como dos variables cuyo comportamiento da cuenta, además de los ajustes por reconversión o reestructuración acometidos por las empresas, de las mejoras de la capacidad productiva y, por ende, de la competitividad. (Ana Isabel Moreno, 2005)

A largo plazo, la productividad es el principal factor determinante del crecimiento de los ingresos. La aplicación de una estrategia de desarrollo basada en el pago de bajos salarios, en el empleo de una fuerza de trabajo poco calificada y en una baja productividad es insostenible en el largo plazo e incompatible con la reducción de la pobreza. Las inversiones en la educación y en la adquisición de competencias profesionales ayudan a encaminar las economías hacia actividades con mayor valor. (Conferencia Internacional del Trabajo, 2008)

En el entorno competitivo actual ninguna empresa puede permitirse ignorar la creciente necesidad de mejorar la productividad, ni ningún empleado evadir su responsabilidad en la consecución de tal objetivo. La mejora de la productividad no es un trabajo de especialistas, únicamente basado en un programa a realizar en un momento puntual, sino que por el contrario, debe formar parte del quehacer diario de la empresa, ya que es un proceso continuo de mejora, tendente a una utilización óptima de todos los recursos empleados en los procesos productivos, mano de obra, equipos e instalaciones. (Anaya, 2007)

Con el paso del tiempo, la competitividad se ha convertido en un factor determinante para lograr la supervivencia de una organización, en el afán por obtener una posición privilegiada dentro de la respectiva cadena productiva, cada empresa reúne esfuerzos para obtener ventajas que le permitan sobresalir y marcar la diferencia entre sus competidores. Estas ventajas son producto de la aplicación de estrategias previamente estudiadas y estructuradas dentro de la compañía.

Finalmente puede decirse que el concepto de competitividad lleva dentro de sí la idea de indicador de calidad empresarial, de tal forma que señala como se comportan las empresas de forma individual y colectiva en los mercados y el éxito financiero y productivo de las mismas, el cual se refleja en la salud meso, meta y macro y le da la oportunidad a los países de ser más competitivos. (Luz Alexandra Montoya, 2008)

## **ANÁLISIS DE PYMES EN EL SECTOR TRANSPORTE**

El transporte es una variable que puede tomar distintos niveles de importancia en cada país o región geográfica. Las características geográficas y la extensión de cada país determina inicialmente, la relevancia del sistema de transporte en el crecimiento y desarrollo económico, ya que en la economía moderna, permite la formación de economías de escala y de rendimientos crecientes a medida que las industrias se aglomeran en sitios estratégicos, donde, a su vez, aprovechan las externalidades que generan las empresas<sup>1</sup>. De manera particular, para Colombia, el sistema de transporte es un factor necesario para el funcionamiento de la economía, dada la accidentalidad geográfica que caracteriza al país. (GOMEZ, 2008)

Hoy la innovación se ha convertido en una buena estrategia para que muchas empresas puedan dar un paso más hacia adelante, alcanzar y conquistar nuevos mercados, porque para nadie es un secreto que se vive en una constante guerra de competitividad donde se quiere ser el primero y el mejor en la mente de las personas.

Además es visible que el sector transporte ha logrado buenos resultados a lo largo de los años como se manifiesta en el “Análisis sobre la evolución reciente del sector de transporte en Colombia, el crecimiento económico y el rápido crecimiento de la población colombiana ha llevado al sector de transporte a sufrir una importante transformación en los últimos cincuenta años, pasando del transporte marítimo y ferroviario a la consolidación del transporte por carretera y del transporte urbano masivo (Alexander Tobón A., 2009)

## **5. CONCLUSIONES**

Existen factores que son fundamentales para que una empresa logre ser altamente competitiva, estos son: la cultura organizacional, el liderazgo, el capital humano y la productividad.

La cultura organizacional es el espejo de la compañía, en ella se reflejan sus principios, valores, mentalidad, estilo de vida, normas, comportamientos, reglas, filosofía y clima organizacional. Una empresa debe tener bien definida su cultura, y dentro de ella preocuparse por la satisfacción de todas las partes interesadas, elaborar y aplicar correctamente sus estrategias, administrar y utilizar adecuadamente la información, ser participativa y que en ella se evidencie una mutua colaboración entre sus diferentes sectores, desarrollar ideas innovadoras, asumir riesgos, y ejecutar acciones encaminadas al mejoramiento continuo.

Quienes hacen parte de la cultura de una organización son las personas, sin ellas no existirían las organizaciones, son ellas el motor de una compañía, quienes reúnen sus esfuerzos para alcanzar el éxito de la empresa, en sus manos está lograr su supervivencia o fracaso, por ello se hace importante contar con un capital humano bien capacitado y con diferentes aptitudes y cualidades que sean puestas en práctica en beneficio de la compañía.

Dentro del capital humano que constituye una organización, existen cabezas visibles o líderes que guían al resto de personas en el desempeño de sus distintas funciones, estas cabecillas son el timón de la empresa, poseen la capacidad de influir en los demás y muchos de sus actos y decisiones son trascendentales para la organización, por eso, un pequeño error cometido podría traer repercusiones negativas para esta. Un buen liderazgo es una fuente de motivación para los empleados, quienes se preocuparían por desempeñar cada vez mejor sus labores y así alcanzar las metas trazadas por la empresa.

Esta motivación de los empleados, generalmente conlleva al aumento de la productividad de la empresa, permitiéndole aumentar su rentabilidad y por ende obtener mejores ingresos.

En la medida en que estos factores se encuentren interrelacionados entre sí y enfocados hacia el cumplimiento de las metas organizacionales y el mejoramiento continuo, pueden representar una fuerte ventaja competitiva que le permita a la empresa tener un buen posicionamiento entre sus competidores y ser para ellos una gran amenaza. De igual manera una nación por medio de estos factores puede obtener una economía más competitiva que le permita sobresalir en el mercado internacional. En este sentido, el resultado de la combinación de todos estos elementos sería una empresa o nación altamente competitiva.

## REFERENCIAS

- Agüera, R. (2004). Liderazgo y Compromiso social. México: BUAP.
- Anaya, J. J. (2007). Logística Integral. Madrid, España: Esic Editorial.
- Carballal, E. (2006). "Conceptos Modernos de Productividad", [www.elprisma.com](http://www.elprisma.com), 24/03/11
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México D.F: Mc Graw Hill.
- Conferencia Internacional del Trabajo. (2008). Calificaciones para la mejora de la productividad, el crecimiento del empleo y el desarrollo. Ginebra: O.I.T (Oficina Internacional del Trabajo).
- Davenport, T. O. (2000). Capital Humano. Barcelona: Gestión 2000.
- Guzmán, C. E. (s.f.). Organización de Estados Iberoamericanos. Obtenido de <http://www.oei.org.co>.
- Hernández, E. (2000). La competitividad industrial en México. México: Plaza y Valdés Editores.
- Hughes, R. (2007). Liderazgo. México D.F: Mc Graw Hill, 5ta edición.
- Mejora comercio exterior del país. (Febrero de 2011). El Contail, pág. 5.
- Porter, M. E. (2004). Estrategia Competitiva. Continental.
- Porter, M. E. (2009). Ser Competitivo. Barcelona: Deusto.
- Varela, R. (2008). Innovación Empresarial. Colombia: Pearson.
- Vargas, J. (2007). "La Culturocracia organizacional en Mexico", <http://www.eumed.net>, 24/03/11
- Botero, M. M. (2003). Lo que llamamos liderazgo: consideraciones críticas de lo que ocurre en diversas organizaciones. *Periodico electronico en psicologia*.
- ESPACIOPYMES, S. (2001). Competitividad en la empresa. *ESPACIOPYMES, SA*.
- lerner, A. (2007). una reflexión crítica sobre dos fenómenos determinantes en el ámbito de los negocios. *degerencia.com*.
- Lic.Delary Mensal Perez, M. P. (2007). Hacia una nueva cultura organizacional: la cultura del conocimiento. *ACIMED*.
- Lombana, J. (2009). Fundamentos para el estudio de la. 6.
- Lopez, A. (2009). Las 5 fuerzas de Michael Porter. *Managers magazine*.
- Luz Alexandra Montoya, (2008), De la noción de competitividad a las ventajas de la integración empresarial.
- Ana Isabel Moreno, Jorge Lotero, (2005), Apertura, cambio estructural y competitividad en una región de "antigua" industrialización: el caso de Antioquia.

