

GESTIÓN, ENTORNO Y COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES

La acepción tradicional del concepto gestión se relaciona directamente con el de administración, y significa “hacer diligencias conducentes al logro de unos objetivos (Ramírez, 2005, p. 14). La gestión implica la ejecución de acciones para llegar a un resultado. Como manifiesta Fajardo (2005), el término gestión tiene relación estrecha con el término inglés Management, el cual fue traducido inicialmente al español como administración y ahora es entendido como gestión de organizaciones, referida al “conjunto de conocimientos modernos y sistematizados en relación con los procesos de diagnóstico, diseño, planeación, ejecución y control de las acciones teológicas de las organizaciones en interacción con un contexto social orientado por la racionalidad social y técnica” (Fajardo, 2005).

Por su parte, el concepto organización tiene diversas connotaciones; de ellas, la más general, consiste “en un conjunto de partes ordenadas para un fin determinado” (Ramírez, 2005, p. 195). Si se especifica el concepto en el ámbito de las relaciones de los seres humanos, las organizaciones se consideran como grupos de individuos que persiguen fines determinados. Pueden darse casos en que algunos individuos pertenezcan a diferentes organizaciones y que algunas organizaciones contengan o se relacionen con otras. El diccionario de la Real Academia de la Lengua agrega a esta definición que dicha asociación de personas está regularizada por un conjunto de normas dispuestas, con el fin de alcanzar la meta común (Real Academia Española, 2001, p. 1563). De igual manera, de acuerdo con (Sunder, 2005), las organizaciones son “conjuntos de contratos entre individuos o grupos de individuos”.

En términos generales, podría definirse competitividad como el intento de “ser mejor que los competidores” (Porter, p.123), gracias a la puesta en juego de la productividad y la ventaja estratégica que ofrecen la consecución de eficiencia y eficacia (Bernal, 2007); en ese sentido, desde la perspectiva empresarial, se logra la competitividad estratégica cuando se formulan estrategias que crean valor, difíciles o costosas de copiar por parte de los competidores (Hitt, Duane y Hoskisson, 2008, p. 4). En un sentido menos conflictivo, se define también como “la productividad de una nación, una región o una empresa en el uso de sus recursos de producción” (Varela, 2008), de tal manera que, “bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales” (Ivancevich, Lorenzi y Skinner, 1997).

Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2008),

la competitividad se entiende como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. En particular, el crecimiento tiene unas condiciones necesarias, que tienen que ver con la seguridad física y jurídica, y con la estabilidad macroeconómica. La importancia de esas condiciones es vital”.

A partir de los planteamientos de la teoría general de sistemas, las organizaciones son consideradas como sistemas abiertos, razón por la cual no pueden asumirse como entes aislados, sino por el contrario, son organizaciones que existen en un entorno al que responden y las afecta. El entorno es entendido como la localización física, la competencia, la comunidad, los recursos; en términos generales, como todo el conjunto de elementos que rodea a una organización. El entorno representa el medio externo de la organización.

Para Mintzberg (1984), el entorno es todo aquello que es ajeno a la empresa como organización. Al tratarse de una definición tan amplia (Sáenz et al., 2008), señalan que entorno hace referencia a todos aquellos factores externos a la empresa, pero que tengan una influencia significativa en la estrategia de la organización, y que a pesar de tal influencia no son totalmente controlables por el ente empresarial.

Así mismo se establece (Sáenz et al., 2008), que al incluirse una amplitud de asuntos, por lo general se establecen diversos niveles que facilitan el estudio del entorno. Al respecto, señalan que la división más común recurre a distinguir entre entorno general y entorno específico: el primero hace referencia al conjunto de factores que influyen sobre la organización, pero sobre los cuales la organización no tiene ningún tipo de “control”; en cuanto al segundo, corresponde al conjunto de factores que están fuera de la organización, pero que influyen directamente en ella y que de alguna forma la organización puede “controlar”, como es el caso de los clientes, proveedores, competidores y el recurso humano.

En la administración moderna, se consideraba que la relación organización-entorno era predecible puesto que los factores influyentes mantenían cierta estabilidad, lo cual permitía a las organizaciones un manejo más fácil de los objetivos, por tanto, una mayor facilidad en el manejo de emblemáticas situaciones. Sin embargo, en el mundo contemporáneo, el entorno es un tema bastante complejo a causa de los diversos factores que interactúan y afectan la organización por su pesante dinamismo, de tal forma que se ha convertido en un aspecto incierto para las organizaciones, generando un impacto y desestabilizando las organizaciones, al exigir que tengan miradas dinamizadoras de competitividad en el caos y las complejidades (Maldonado, 2009).

Es decir, el entorno de las organizaciones se ha convertido en uno de los factores más importantes

de estas, pues afecta directamente su desarrollo. Por tanto, es preciso establecer y analizar los diferentes factores y fuerzas que surgen fuera de sus fronteras, a las que necesariamente se encuentran sujetas, pues afectan su comportamiento.

El entorno organizacional está relacionado con los hechos históricos que han culturizado a una compañía, nación o región, y que han conducido al seguimiento y la aplicación de las mismas herramientas administrativas sin lograr cambios en las organizaciones. Según García (2009), el recurso más valioso que tienen las empresas son las personas, ya que ellas contribuyen a que los objetivos planteados se cumplan y muchas veces aportan al crecimiento de la organización, actuando como líderes y generando nuevas ideas para su desarrollo.

Desde la perspectiva latinoamericana se evidencian ciertas caracterizaciones del entorno organizacional, como su legitimidad en el ámbito social, mencionada por Refico y Ogliastri (2010), quienes plantean que la empresa económica quizá sea la institución más predominante en el siglo XXI, aunque Latinoamérica, específicamente, posee una pérdida de legitimidad por el concepto infundido en muchos de sus habitantes. Sin embargo, las implicaciones van mucho más allá; estos autores indican que el entorno de las organizaciones abarca temas como la responsabilidad social empresarial y la gestión temática socioambiental, que han sido recomendados por los beneficios palpables que dichos programas generan para la empresa y la comunidad. Por tanto, el debate ahora se traduce en cómo hacerlo y no en porqué hacerlo.

Ahora bien, los esfuerzos aunados de las empresas se enfocan en un incremento de su nivel de competitividad, que se relaciona de manera directa con sus acciones dentro de la sociedad en la que se desenvuelven; de esta manera, cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible y la ciudadanía corporativa se convierten en esenciales en la relación empresa-sociedad, como mencionan Refico y Ogliastri (2010), “La relación entre la empresa y su entorno socioambiental es cada vez más rica y multifacética, hasta el punto que hoy sería impensable negar o desconocer esas vinculaciones...”.

Illera (2008, p. 3) menciona que las influencias que puede enfrentar una organización son provenientes del mundo, del país, la región y el sector donde realiza su actividad; estas pueden ser económicas, sociales, tecnológicas, culturales, físicas y políticas. Es decir, estos factores deben ser estudiados y analizados por la organización con el fin de establecer una adaptación ante cambios, ya que estos representan grandes amenazas sobre las estrategias establecidas por la organización.

La organización debe identificar los factores que representan mayor importancia para su actividad económica en un entorno expuesto al cambio, a partir de un análisis que permita la identificación de fuerzas que están en su entorno y de la evaluación de estas.

El entorno empresarial ya no se basa en una simple ganancia de utilidades a corto plazo, sino que busca un desarrollo que involucre los beneficios sociales, ambientales y la protección de las líneas con sus proveedores y clientes, con el fin de favorecer el crecimiento organizacional frente a los comportamientos y exigencias del mercado. Los sistemas de gestión son la posibilidad para que las empresas adopten un compromiso social; por esto, la organización Forética creó el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, con el fin de que las empresas se comprometan mediante procesos de su propia cultura y, lo más importante, mediante políticas autónomas para el mejoramiento del entorno organizacional. Algunas herramientas adicionales para el mejoramiento del entorno son los elementos diferenciadores a la hora de llegar al mercado, y que no solo se presentan en las grandes organizaciones sino que las pequeñas empresas tienen la capacidad de utilizar diversas herramientas para generar productos competitivos, de alta calidad y ecológicos, de tal manera que se adapten al nuevo entorno organizacional del siglo XXI (Granda y Camisón, 2008).

Por lo anterior, esta línea de investigación reconoce que las organizaciones no se pueden limitar a su protagonismo como ente único, sino que también involucran a los diferentes grupos de interés (Stakeholders) que se relacionan directamente con las actividades de la organización y que impactan en los resultados de sus actividades. Los Stakeholders incluyen “los accionistas y los clientes, los empleados, los sindicatos, los directivos, los proveedores y subcontratistas, las administraciones públicas, los inversores e instituciones financieras, los medios de comunicación, ONG activas” entre otras (Granda y Camisón, 2008, p. 22).

Por otra parte, la noción de entorno organizacional del siglo XXI, desde la perspectiva de la competitividad, exige pensar en cumplir con requisitos económicos, sociales y ambientales de cada organización como estrategia para generar oportunidades en los mercados globales y a la vez hacer un reconocimiento en el nombre de la organización por el beneficio que brindan. La sostenibilidad de la organización conlleva la creación de valor en los productos o servicios ofrecidos y el actuar responsable con todos los involucrados en el entorno de las actividades de la organización.

Objetivo general

Generar conocimiento mediante la investigación y la transferencia a las organizaciones colombianas que buscan la sostenibilidad, la sustentabilidad y la competitividad en los entornos complejos de los mercados nacionales y globales.

Objetivos específicos

- *Identificar los mecanismos que contribuyen al diseño, el desarrollo y la perdurabilidad sostenible de las organizaciones colombianas, a través del uso eficiente de los recursos.*
- *Generar apropiación en el desarrollo de los procesos organizacionales, a partir del mejoramiento de la relación gestión-competitividad, teniendo en cuenta la cadena de valor.*
- *Propiciar el desarrollo gerencial de las organizaciones como estrategia para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y de ambientes organizacionales sanos, teniendo en cuenta la cadena de valor.*
- *Evaluar la gestión y la transferencia de conocimiento y capital intelectual, para conocer el efecto con la competitividad empresarial y sectorial.*

Temas objeto de estudio

- *Responsabilidad social y ética en los negocios.*
- *Responsabilidad social y negocios inclusivos.*
- *Comercio justo y negocios inclusivos.*
- *Comercio justo de las empresas públicas, privadas, micro, pequeñas, medianas y grandes.*
- *Comercio internacional.*
- *Buen gobierno y gestión socialmente responsable.*
- *Cultura exportadora, sectores empresariales y tratados de libre comercio (TLC).*
- *Valor justo y valoración de activos.*
- *Rendición de cuentas, transparencia, gobierno electrónico, revelación y divulgación de la información (fraude empresarial y corrupción en el ámbito nacional e internacional).*
- *Medio ambiente y responsabilidad social empresarial.*
- *Aprovechamiento sustentable de la biodiversidad.*
- *Calidad y logística.*
- *Crecimiento, desarrollo y competitividad de las empresas por sector.*
- *Innovación y productividad en las empresas públicas.*
- *Emprendimiento e innovación.*
- *Modelos de emprendimiento.*
- *Liderazgo e influencia.*
- *Riesgos económicos y financieros.*
- *Riesgo y seguros.*
- *Gestión de la bancarización.*

- *Gestión del riesgo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.*
- *Optimización de operaciones.*
- *Diagramas de operaciones y secuenciación.*
- *Diseño, planificación, programación y control de procesos productivos y logísticos.*
- *El control estadístico de los procesos.*
- *La Ingeniería de la Calidad*
- *Confiabilidad de sistemas y procesos.*
- *Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).*
- *Gestión y control en las organizaciones.*
- *Empresas de familia (género, relaciones de poder).*
- *Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas).*
- *Organizaciones de economía solidaria.*
- *Desarrollo organizacional.*
- *Cadenas de valor.*
- *Cambio organizacional.*
- *La administración por procesos de negocio.*
- *Procesos empresariales con calidad, logística y competitividad.*
- *Gestión del conocimiento.*
- *Competitividad sistémica.*
- *Gestión y difusión de la innovación.*
- *Valor compartido.*
- *Vigilancia tecnológica.*
- *Gestión y transferencia de conocimiento empresarial y capital intelectual, del sector público y privado.*
- *Estrategias de innovación, patentes y propiedad intelectual.*
- *Redes, comercio electrónico, competitividad y estrategias web site.*
- *Escuelas de pensamiento e innovación social.*
- *Desempeño de las agrocadenas.*
- *Sistemas de gestión para las agroempresas.*
- *Perdurabilidad de las organizaciones agroempresariales.*
- *Modelos de agronegocios incluyentes.*
- *Formación de un sector empresarial perdurable y competitivo, frente a las posibilidades que ofrece el comercio internacional.*
- *Cultura exportadora en la región, en diferentes sectores empresariales, a partir de los TLC.*

- *Capacidad de gestión y competitividad de las organizaciones, teniendo en cuenta la dinámica de su entorno y las tendencias a nivel mundial.*
- *Riesgos económicos y financieros de varios sectores económicos y regionales.*
- *Análisis de competitividad sectorial a partir de los TLC.*

Referencias

- Bernal, C. (2007). Introducción a la administración de las organizaciones. México: Pearson.
- Departamento Nacional de Planeación. (23 de Junio de 2008). Documento Conpes. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf>
- Hitt, M., Duane, R., & Hoskisson, R. (2008). Administración estratégica: competitividad y globalización, conceptos y casos. Australia: Thomson.
- García, S. (2009, Noviembre). Diagnóstico de la relación clima organizacional y sistema de gestión de la calidad: caso un órgano interno de control paraestatal [Versión Electrónica]. Universidad Veracruzana, p. 51, 52, 53, 54.
- Granda. & Camisón. (2008). El modelo de empresa del siglo XXI: Hacia una estrategia competitiva y sostenible [Versión Electrónica]. foretica.org, p.11, 12, 13, 21, 22, 23, 24.
- Illera, Luis Eduardo (2008) estructura del entorno empresarial colombiano. Bogotá, Colombia.
- Illera, Luis Eduardo, E. (1995) Análisis estratégico del entorno empresarial. (1 edición) Bogotá, Colombia.
- Ivancevich, J., Lorenzi, P., & Skinner, S. (1997). Gestión. Calidad y competitividad. Madrid: McGraw-Hill.
- Porter, M.E., 1998. Competitive strategy. Free Press, New York; London; Toronto.
- Ramírez, C. (2005). Fundamentos de Administración. Bogotá: Textos Universitarios.
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Madrid: 1631.
- Refico, E., & Ogliastri, E. (2010). Empresa y sociedad en américa latina: Una introducción. Academia, 43 Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/912734589?accountid=41919>.
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial. Bogotá: Pearson.