

Cultura, política industrial y competitividad internacional de las pyme en Colombia*

Culture, industrial policy and international competitiveness of Colombian Pyme's (SME's)

LUIS FERNANDO BUSTAMANTE ZAPATA**

ANA CAROLINA ARBOLEDA GALLO***

JAHIR ALEXANDER GUTIÉRREZ OSSA****

Recepción: Diciembre 10 de 2009 Aceptación: Junio 17 de 2010

Resumen

Hasta el momento, el análisis acerca de los mundos de producción de las pyme ha girado en torno a sus componentes, organización, políticas y tecnología, considerados soportes de la gestión económica, productiva y social de dichas empresas. Por ende, vistas así las pyme, se facilita la determinación de su relativa competitividad en el entorno globalizado. El propósito de este artículo es establecer cuáles variables culturales afectan los mundos de producción en el contexto de los negocios internacionales de las compañías colombianas. El estudio se realizó a partir del método analítico–sintético con el objetivo de desentrañar el posible impacto en términos de competitividad desde el elemento política industrial.

* Este artículo es derivado del proyecto de investigación “Mundos de producción de las pyme manufactureras: organización, políticas y tecnología”, financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín en convenio con la Universidad Eafit. Fue ejecutado durante el periodo julio de 2006 a septiembre de 2007 por el grupo de investigación en negocios internacionales (GINI), reconocido en la categoría D por Colciencias, y el Grupo de Investigación Estudios Sectoriales y del Territorio (ESYT), reconocido en categoría C por Colciencias.

** Magíster en Administración de Negocios, Universidad EAFIT. Especialista en Gerencia Financiera, Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Gerencia de Proyectos y Negociador Internacional, Universidad EAFIT. Profesor e Investigador, programa de Negocios Internacionales, Universidad de Medellín. lfbustamante@udem.edu.co

*** Magíster en Comercio Internacional, Instituto de Estudios Bursátiles, Madrid. Especialista en Derecho de la Empresa, Universidad de la República Oriental del Uruguay. Abogada, Universidad de Antioquia. Profesora e Investigadora, programa de Negocios Internacionales, Universidad de Medellín. acarboleda@udem.edu.co

**** Ph.D. en Administración Pública, Atlantic International University, Honolulu, USA. Magíster en Desarrollo Regional y Local, Universidad Pontificia Bolivariana. Estudiante de Especialización en Sistemas de Información Geográfica, Universidad de San Buenaventura. Economista, Universidad de Medellín. Profesor e investigador, Programa de Negocios Internacionales, Universidad de Medellín. jgutierrez@udem.edu.co

Palabras clave

Cultura, política industrial, competitividad, pyme.

Abstract

So far the analysis related to the PyME production has focused on its components: organization, policies and technology. All these elements are considered as support for the PyMEs' economic, productive and social management (Cardona, Cano, Ramírez, & Gutiérrez, 2006). Thus, they help to determine the Colombian PyMEs' relative competitiveness in the globalized environment. This article pursues the establishment of cultural variables that affect the production in the international business context through the analytic-synthetic method, in order to unravel the possible impact in terms of competitiveness as an industrial policy element.

Key Words

Culture, Industrial Policy, Competitiveness, PyMEs (SMEs).

Introducción

La gestión de la cultura o gestión intercultural¹ ha descansado en diferentes facetas del mundo de la gestión corporativa propia de las grandes empresas, pero no es traslúcida de alguna manera en las pyme. Se asume la cultura como una instancia de reflexión sobre las condiciones de desempeño empresarial, pero no se recurre a ella para hacer gerencia y definir los parámetros que comprenden la competitividad, al tiempo que es evidente la ausencia de una política industrial tendiente a la consolidación de los campos cultural y empresarial.

Se considera como premisa que la competitividad es una realidad ineludible que debe ser afrontada sin alternativa. Se piensa que a falta de una política industrial en la materia o hacia otros frentes, las empresas, de igual manera, deben hacerle frente. No se alude a los elementos constitutivos de la cultura para definir los campos y escenarios en los cuales las pyme pueden tener mayor resultado. Por ello, se presume que los mundos de producción requieren un análisis amplio del contexto en el cual se desenvuelven estas empresas. No se debe mirar solamente los elementos que constituyen la estructura diagnóstica, sino que se debe tender a un trabajo mucho más dúctil como es el perfil de la estructura cultural y competitiva de las firmas frente a la política industrial y el filtro de los mundos de producción.

1 Mead (2005, 16) define la Gestión Intercultural (Cross-Cultural Management) como "desarrollo y aplicación del conocimiento sobre culturas en la práctica de la gerencia internacional, cuando las personas involucradas tienen identidades culturales diferentes. Estas personas pueden pertenecer o no a las mismas unidades de negocios".

Aunque la aseveración implica un recorrido amplio, es necesario avanzar de la posición diagnóstica experimentada y analítica y entrar al interior de las pyme para conocer en detalle los parámetros que pueden ilustrar su composición competitiva. Igualmente, se requiere redefinir una política industrial para escenificar los estados de los mundos de producción y articular la idea de lo cultural en ellas. Esto último es el principio y fin de la combinación de dichos elementos, es decir, para hablar de esos estados, el factor que interviene transversalmente es la revisión paramétrica de elementos culturales.

La idea es tratar de perfilar los determinantes de la cultura² como componentes de los mundos de producción. Para lograrlo, el estudio debe dar respuesta a la pregunta sobre la competitividad además de buscar la interacción o internalización de la política industrial que se esgrime con poca diferenciación para todos los sectores, pero aún es ausente por el poco engranaje de los factores centrales expresados en el análisis y que no se tienen en cuenta cuando se procede a plasmar la relación que debe existir entre todos ellos.

1. Determinantes culturales de los mundos de producción desde la política industrial para la competitividad en Colombia

Sin duda, preguntarse sobre la relevancia de cualquier factor en el desempeño competitivo de las pequeñas y medianas empresas en Colombia es muy importante dada la infraestructura productiva del país. Las pyme representan el 92,6% de todas las empresas nacionales (Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo —MCIT—, 2008, 4). De no hacerlo, se podría tener al frente la respuesta a los interrogantes propuestos y no reconocerlos o creer que los hemos hallado sin haber indagado lo suficiente (De Almeida, 1792).

Ninguna empresa puede escapar a los efectos de los procesos de globalización (Deresky, 2005), lo que significa que tarde o temprano los gerentes que se enfrentan al reto de obtener resultados y liderar la organización en la consecución de sus metas y, por supuesto de rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento (Sallenave, 2002), estarán dirigiendo su empresa en entornos internacionalizados.

La experiencia y la literatura en negocios internacionales reconocen muchas situaciones en las cuales la cultura es importante (Leung et al., 2005). Si las organizaciones son tejidos complejos, compuestos, entre otros, por individuos y las relaciones que ellos generan (Morin, 1990), la sola interacción —en el marco de la globalización— entre personas, procesos, ideas, políticas, métodos y procedimientos de países cuya cultura nacional³

2 Los determinantes de la cultura, como se mencionan en este texto, equivalen a los componentes de la cultura o variables culturales en otros autores. En general, el concepto mencionado está dirigido hacia las partes constitutivas del fenómeno denominado cultura.

3 El concepto de cultura nacional (Wild, Wild & Han, 2008) se refiere a las actividades que un gobierno realiza para promover la cultura del país, tales como construir teatros y museos, entre otros. Esto significa que es un elemento de carácter político con propósitos de cohesión nacional por lo que a veces se convierte en un potencial generador

es diferente genera una duda en cuanto a que se pueden perder grandes oportunidades cuando se presentan dificultades interculturales, según lo afirma Geert Hofstede: “La cultura es más a menudo una fuente de conflicto que de la sinergia. Las diferencias culturales son un fastidio en el mejor de los casos y a menudo un desastre”⁴.

Los mundos de producción y la gerencia internacional, a manera de acercamiento a la cultura como función de la organización (Román, 2008), no escapan a esta realidad, sobre todo desde la perspectiva de políticas industriales que configuran el ambiente competitivo de las pyme. Así lo menciona Porter (2007) en su diamante de competitividad al considerar el papel que ejerce el gobierno como dinamizador de los sectores a través de la formulación y ejecución de políticas.

Sin embargo, los mundos de producción no están configurados únicamente por las políticas diseñadas para la promoción de la actividad económica en aras de la competitividad y mucho menos pueden obviar las relaciones que construyen al interior y hacia el exterior de ellos con otros factores ambientales (ilustración 1).

Ilustración 1. Interrelación de los mundos de producción de las pyme



Fuente: Cardona et al. (2007, 247).

Por ejemplo, el macroambiente en el ambiente externo —económico, tecnológico, demográfico, social y político— es un factor que configura el entorno competitivo de las empresas en el modelo denominado “cinco fuerzas competitivas” (Hill & Jones, 2000, 81). Por su parte, el modelo de “diamante de competitividad” de Porter (2007, 77) agrega otras variables —condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad de la empresa; resalta el rol gubernamental y los

de malas interpretaciones cuando no se aclara el enfoque. Para este ejercicio, una cultura nacional será entendida desde la contextualización para la gerencia internacional. Mead (2005, 8) cita a Hofstede (1984, 21) al definir cultura como “the collective programming of the mind which distinguishes the members of one human group from another [...] Culture, in this sense, includes systems of values; and values are among the building blocks of culture”.

4 Traducción libre de lo que afirma Hofstede (2001), reconocido académico en temas de gestión intercultural, en su sitio de recursos: “Culture is more often a source of conflict than of synergy. Cultural differences are a nuisance at best and often a disaster”.

azares de la casualidad— a la explicación de este fenómeno, como se mencionó antes.

De esta manera, la competitividad se relacionará con los mundos de producción y las variables culturales considerando propuestas en el tema desde la perspectiva económica de la ventaja competitiva de las empresas.

2. Metodología

En esta fase de la investigación se optó por la utilización del método analítico-sintético, como lo define Feng Qi (Huang, 2002, 220)⁵. Para empezar, se descomponen los mundos de producción de las pyme colombianas en sus partes constitutivas, de acuerdo con los resultados del proyecto de investigación ejecutado, esto es: tecnologías, organización y políticas (Cardona et al., 2007). De estas se seleccionan las Políticas Industriales para el estudio —tomando en cuenta la formación académica de los autores—, así como sus partes constitutivas: territorialidad, instituciones y convenciones sociales. Al preguntarse sobre la influencia de la cultura en las políticas, pues ambas existen como construcciones sociales, se da sentido a este ejercicio de investigación (Keller, 1988).

Luego se amplió la base de referencia, para lo cual se realizó un recorrido documental en libros y revistas académicas especializadas, labor que se llevó a cabo entre los meses de julio y octubre de 2009.

Después se procedió a identificar las posibles variables culturales que impactan en el elemento políticas con base en la documentación recopilada; también se usó una matriz variable por variable (Miles & Huberman, 1994, 221), donde se cruzan las partes constituyentes de las políticas industriales dentro de los mundos de producción con los determinantes de la cultura.

La información se transforma, entonces, en medidas cualitativas al usar una escala de impacto que se obtuvo a partir del conteo de los datos recopilados durante la revisión bibliográfica; de esta manera, se pudo establecer cuáles variables culturales podrían impactar en mayor medida los mundos de producción desde el elemento políticas industriales.

Resultados

La cultura como factor exógeno a los negocios implica aumento en la complejidad de la administración de las organizaciones (Rodal et al., 2005). Los determinantes culturales o variables culturales, como lo llaman otros autores, son elementos comunes a todas las culturas pero varían en cada grupo humano como, por ejemplo, el idioma. Estos elementos son tan variados que generan dificultades para cualquier gerente en un entorno global

⁵ "By analysis I mean dividing the concrete object of knowledge into different elements, parts, and features, and examining them separately. By synthesis I mean grasping the object of knowledge by combining its different elements, parts and features into a unified whole (Feng, 1996 - 8, vol. 2, p. 286)" (Huang, 2002, 220).

de negocios. Tal entretejido de elementos, en relación con las políticas industriales, se configura en un trastorno de los mundos de producción y lógicamente de la productividad. Así lo confirma Porter (1995) al anotar que el continuo cambio de políticas industriales afecta la competencia global; específicamente la rivalidad entre las empresas y las barreras de salida. Sin embargo, es lógico pensar que hay elementos de la cultura que afectan en mayor medida las políticas industriales de un país. Para desentrañar esto se debe realizar un recorrido sobre los elementos de la cultura y luego indagar sobre su relación con las políticas industriales en términos de competitividad.

La literatura académica en gerencia, negocios internacionales y competitividad reconoce que el concepto de cultura es polifacético, polisémico y nutrido de diferentes factores compositivos⁶. Por tal motivo, es claro que la complejidad de este concepto requiere de otro momento de investigación, aquí se menciona tan solo para generar un interrogante alrededor de su construcción pues sesgar una investigación a una definición de cultura limita considerablemente su alcance⁷.

Ahora bien, la cultura como la entiende este estudio genera congruencia con el trabajo de Barba y Solís (1997), cuando ellos reconocen la dificultad inherente en el intrincado relacionamiento de la cultura con las organizaciones, en tanto variable en el ámbito interno y externo. Dicha dificultad, en cierta forma, desciende debido a que “la manera como la Administración ha concebido la cultura organizacional guarda coherencia con el concepto de cultura que define la Antropología” (Podestá, 2009, 84). Lo anterior significa que la interdisciplinariedad implica mayores retos en la comprensión de los fenómenos construidos sobre caminos ya recorridos por otros saberes⁸.

Por tal razón, entre otras, diferentes autores han identificado numerosos elementos para acercarse a la cultura en la búsqueda de un mejor desempeño empresarial en entornos globalizados. Sin embargo, los enfoques son tan disímiles y dispares que de todos los elementos fue necesario extraer aquellos que fueran comunes a todos los autores; de ahí se seleccionaron los que podrían impactar las políticas industriales y, por ende, la competitividad de las pyme en Colombia (tabla 1).

6 Se hace importante recalcar que el enfoque hacia la cultura por el cual se guía este trabajo es desde la literatura en negocios. Sería necesario ampliar, desde otras disciplinas como la antropología y la sociología, el relativo impacto de las variables culturales en los mundos de producción no solo desde el elemento políticas industriales sino desde todas sus partes constitutivas.

7 No obstante, afrontando el riesgo de un sesgo, la guía de este documento sobre el concepto de cultura atiende a una definición generalmente aceptada por la academia en negocios internacionales; es la referida por Hofstede (2001, 9): “[...] the collective programming of the mind which distinguishes the members of one human group from another”.

8 Como puede advertirse, el trabajo del saber administrativo alrededor de la noción de cultura y de cultura organizacional deberá en algún momento construir sobre sus propias bases, de manera que los elementos que retoma de la antropología no entorpezcan la labor del gerente y mucho menos la competitividad de las pyme, por el contrario, debe continuar aportando con el propósito mencionado.

Tabla 1. Componentes de la cultura

		Componentes
Ball y McCulloch (2003)	Componentes de la cultura	Estética, actitudes y creencias, religión, cultura materialista, educación, idioma, organización social, características legales y estructuras políticas.
Daniels, Radebaugh y Sullivan (2004)	Prácticas de comportamiento que afectan los negocios	Sistemas de clases sociales, motivación, preferencias de relaciones y comportamiento relacionado con la toma de riesgos
Rodal <i>et al.</i> (2005)	Componentes de la identidad de un grupo social	Valores, símbolos, héroes y antihéroes, historia, ritos o ceremonias y fronteras sociales.
Czinkota, Ronkainen y Moffett (2007)	Elementos de la cultura	Idioma (verbal y no verbal), religión, valores y actitudes, maneras y costumbres, elementos materiales, estética, educación e instituciones sociales.
Hill (2007)	Determinantes de la cultura	Estructura social, religión, filosofía política, idioma, filosofía económica, educación, sistema de valores y normas culturales.
Vallejo & Zwerg (2008)	Elementos de la cultura	Instituciones, organizaciones, principios, valores, normas, costumbres, idioma, educación y religión, cortesía y religión, capitalismo y religión, estándares de vida y estética.
Castro y Abreu (2008)	VARIABLES CULTURALES	Idioma, costumbres y tabús, valores, conciencia del tiempo, forma de vestir y apariencia personal, normas para hacer negocios, la política y el marco legal, el ambiente tecnológico, género, familia, educación, religión, individualismo, factores materiales y cambios.
Wild, Wild & Han (2008)	Componentes de la cultura	Estética, valores y actitudes, maneras y costumbres, estructura social, religión, comunicación personal, educación, ambiente material y físico.

Fuente: construcción propia a partir de los autores citados.

Todos los elementos constitutivos anteriores sirven como base a los problemas de los cuales emergen las políticas en los países a través de procesos culturales y sociales. Y no solo eso: como componentes de la cultura, influyen de manera crítica sobre las políticas, en tanto son creadores y dadores de sentido dentro de un contexto social por lo que el éxito de una política está necesariamente relacionado con la cultura (Burstein, 1991).

A continuación se puede observar el acontecer de las políticas industriales en Colombia con relación al concepto como tal.

3. La política industrial en Colombia

Antes de proceder a describir las políticas industriales prevalentes, hay necesidad de hacer claridad frente a los conceptos básicos que serán utilizados más adelante. Primero, por política industrial se entiende aquella definida por alguna decisión propuesta o impuesta por una autoridad pública de una economía nacional y que afecta sistemáticamente al sector de bienes y servicios producidos en el contexto de que se trate (Rifkin, 2002). Segundo, hay políticas industriales explícitas e implícitas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2001): las unas son decisiones de las autoridades que apuntan, de una manera expresa, a la asignación de recursos productivos para estimular a algunos sectores en particular mientras se desincentiva la inversión y la producción en otros, ya sea descuidándolos o intentando neutralidad frente a estos. Las implícitas son, en principio, todas las otras políticas que tienen efectos medibles sobre el sector de bienes y servicios producidos por este segmento de la economía, con las cuales se afectan favorablemente algunos sectores y se hace daño a otros, incluso si tales consecuencias no son parte del objetivo planteado (BID, 2001).

Las políticas industriales son, pues, el conjunto de medidas reguladas por determinados organismos o instituciones. Su objetivo final es favorecer o sancionar la creación de una estructura empresarial y tecnológica en un lugar o área determinada. También son conocidas como intervenciones del gobierno y están encaminadas a fomentar la innovación tecnológica, incrementar la competitividad de la industria y adaptarla a las condiciones del mercado, creando ventajas competitivas, modificando o pretendiendo modificar de una manera deliberada las acciones que espontáneamente haría el mercado (Rifkin, 2002).

Hoy el concepto de política industrial ha variado, en comparación con unos veinte o treinta años atrás. En las décadas de los años sesenta y setenta, algunos gobiernos consideraban que la clave del éxito de la economía se encontraba en las medidas proteccionistas, creando barreras comerciales discriminatorias para proteger a su mercado interno de la competencia exterior. Este concepto se encuentra completamente revaluado ya que puede causar el efecto contrario y conducir la economía hacia un estancamiento; lo que permite concluir que la liberalización de los mercados reporta los mayores beneficios, no solo para estos mismos sino también para los consumidores, convirtiéndose así, por antonomasia, en economías más competitivas (Sistema Económico Latinoamericano, 2009).

De este modo, las políticas de competitividad⁹ de las pyme deben partir de la irreversibilidad de los cambios estructurales que han acompañado a la estabilización del sector en Colombia durante los últimos años.

9 Dado que la competitividad es un concepto polisémico, se entiende por ésta la habilidad de una compañía para desempeñarse de forma superior a sus rivales a nivel nacional, industrial y de empresa (Ambastha & Momaya, 2004, 46).

Hacia finales de la década del noventa, la política de competitividad se encaminó a la creación de un mecanismo de articulación entre los sectores privado y público en tres grandes frentes: transversal, sectorial y regional. Estos consistían en la creación de la Red Colombia Compite, de 41 convenios de competitividad, 31 de ellos de orden nacional y 10 de orden regional, y en la promoción de la descentralización de la actividad exportadora a través de los Comités Asesores Regionales de Comercio Exterior (Carces), liderados por los territorios (Pineda, 1990).

Esta política sigue vigente en teoría. Sin embargo, en la práctica, ha sido reemplazada por la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad (AI) (Acosta, 2007), creada en 2004 para definir planes, programas y proyectos de corto y mediano plazo y para aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos de la integración económica, ya que este es uno más de los fenómenos a los que se ven enfrentadas las pyme debido a la globalización y descentralización de las economías. Dicha política incluye, en particular, la prevención de monopolios, el fortalecimiento de los derechos de propiedad, mejoras en el acceso a la información y capacitación, y la provisión de infraestructura física y, en algunos casos, de tecnología (OCDE, 1992; citada por Peres, 1997).

En lo que a las pyme respecta, el objetivo general de las políticas industriales debe estar encaminado a incrementar la productividad y competitividad de la economía de la región o territorio, aumentar la competitividad de la industria nacional o de una región y a reducir las inequidades interterritoriales. Con base en tal consideración, durante la ejecución de este proyecto se estudiaron las políticas industriales desde la territorialidad, la institucionalidad y las convenciones sociales (Cardona et al., 2007).

Los objetivos específicos de las políticas industriales deben ser, a grosso modo: intervenir en sectores en expansión, inducir al repliegue en determinados sectores de la economía, aparecer en determinados sectores en donde se halle la falencia y consolidar actividades o empresas en el territorio, propendiendo por mayor competitividad (Rifkin, 2002).

El marco de las políticas industriales está definido por conceptos o contextos como la globalización, la revolución tecnológica, la especialización y la adaptabilidad al medio y a la sociedad de la información. En este sentido, ha sido prioridad para el Estado colombiano, en especial durante las últimas décadas, la búsqueda de acuerdos comerciales con otros países, de tal suerte que permitan la apertura de mercados para sus diversos productos y, por ende, para sus empresarios. Esto se evidencia a partir de la participación del gobierno en acuerdos de esta índole, empezando por el Tratado de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) hacia 1960, el cual no tuvo mucho éxito debido al poco compromiso de los empresarios colombianos. Posteriormente, con la consolidación de Grupo Andino y la creación del Instituto Colombiano de Comercio Exterior (Incomex), en 1968, dependiente inicialmente del Ministerio de Desarrollo, Colombia dio inicio a la participación de los

empresarios en las decisiones de comercio exterior. Más tarde se produjo la transformación de ALALC en ALADI, la formación del G3 y una participación más activa de los empresarios en las negociaciones de los acuerdos o modificaciones subsiguientes a través de los Consejos Asesores Regionales de Comercio Exterior (Carce), organizaciones que operan a nivel de regiones del país, donde participan representantes de los sectores privado, público y académico, con una Secretaría Ejecutiva ejercida por una cámara empresarial (Vacchino, 1987).

De lo anterior se colige que las políticas industriales en Colombia han pasado por diversas etapas: entre los años sesenta y setenta, una etapa de industrialización; durante los ochenta solo se plantearon medidas de fomento basadas en la sustitución de las importaciones. Igualmente, se crearon numerosos incentivos con la reforma tributaria de 1960 para promover el desarrollo de industrias básicas (Pineda, 1990).

En la última década del siglo pasado se trató de adecuar las políticas industriales a las circunstancias generadas a partir de la aprobación de la formación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), después de la Ronda de Uruguay. El gobierno se empeñó en desarrollar acciones tendientes a promover la competitividad, la mejora de acceso a los créditos para las pequeñas y medianas empresas, el apoyo a la innovación, el desarrollo tecnológico y un mayor acceso a la participación en la contratación estatal a través de la Ley 80 de 1993 y la modificación de la misma a través del Decreto 2434 de julio 18 de 2006.

Se presentaron ante el congreso proyectos como el de protección al consumidor y el Decreto 3466 de 1982 para el fomento de las pyme, cuyo objeto primordial fue garantizar la libre competencia y contener o suprimir las prácticas restrictivas del mercado.

Finalmente, las políticas industriales buscan promover el desarrollo regional a través de la concentración regional y sectorial de las empresas que de una u otra manera se relacionan y aúnan esfuerzos potenciando su competitividad.

Así las cosas, el Estado ha desarrollado, a través de los años, diversas políticas industriales con el objetivo de mejorar las condiciones de las empresas, en particular, de las pyme, fomentando en ellas la necesidad de especializarse en aquella actividad en la cual posean una ventaja competitiva; para ello cuentan con el apoyo del Estado y de los instrumentos creados para alcanzar dichas políticas.

4. Competitividad en el marco de las variables culturales en las políticas industriales

Los mundos de producción de las pyme en Colombia han de estar de la mano con el accionar gubernamental a través de políticas industriales para fomentar la competitividad. Y además, deben comprender cómo los procesos socioculturales crean y dan sentido al ejercicio de dichas políticas. Los elementos a tener en cuenta al respecto están consignados en la tabla 2.

Tabla 2. Componentes de la cultura directamente relacionados con las políticas industriales

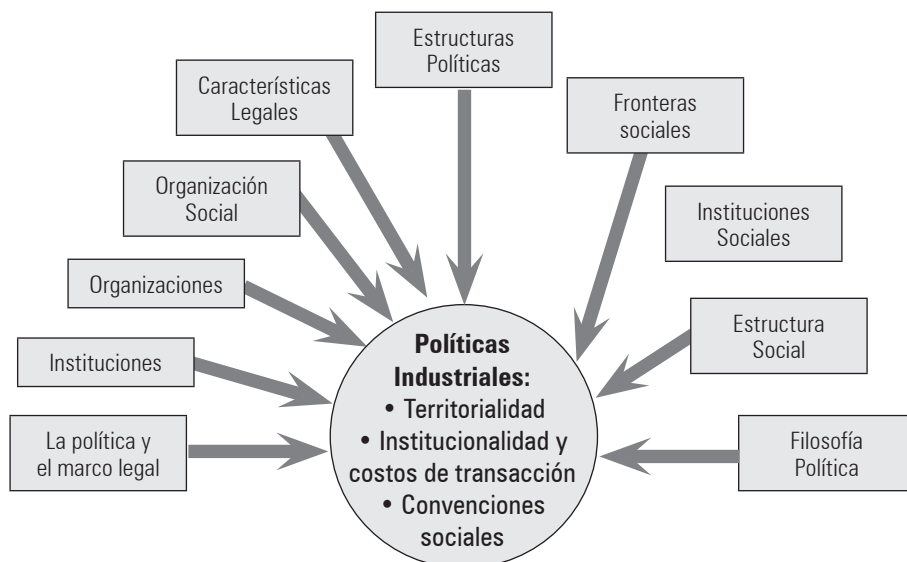
Autor(es)	Componentes
Ball & McCulloch (2003)	Organización social, características legales, estructuras políticas
Rodal <i>et al.</i> (2005)	Fronteras sociales
Czinkota, Ronkainen y Moffett (2007)	Instituciones sociales
Hill (2007)	Estructura social, filosofía política
Vallejo & Zwerg (2008)	Instituciones, organizaciones
Castro y Abreu (2008)	La política y el marco legal
Wild, Wild & Han (2008)	Estructura social

Fuente: construcción propia a partir de los autores citados

La competitividad internacional pone en juego una gran variedad de elementos para diagnosticar su relativo nivel. Específicamente para las pyme en Colombia, el modelo de mundos de producción compuesto por tecnologías, organizaciones y políticas industriales presentó un interesante acercamiento para diagnosticar el estado de las pequeñas y medianas empresas en la búsqueda de los mercados internacionales.

Sin embargo, el elemento políticas industriales se ve afectado por determinantes culturales que son creadores y generadores de sentido para tales guías del acontecer gubernamental (Burstein, 1991) lo que podría complementar el futuro uso del modelo (Ilustración 2).

Ilustración 2. Variables de la cultura relacionadas con las políticas industriales



Fuente: elaboración propia.

La mayor complejidad de la administración de organizaciones, generada por la cultura (Rodal et al., 2005), induce a cuestionamientos sobre el actual modelo de mundos de producción y a tener en cuenta, por lo menos, el posible efecto que los elementos enunciados en la tabla 3 tienen sobre dicho modelo.

Tabla 3. Elementos de la cultura más mencionados en autores seleccionados

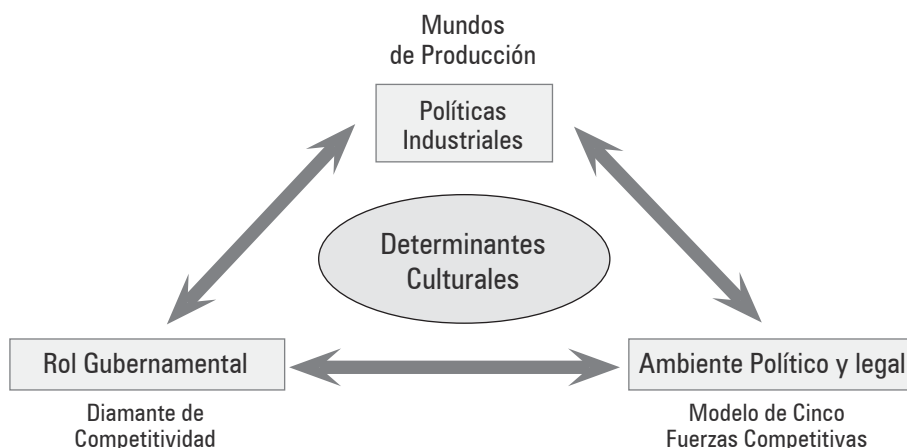
Elemento de la Cultura	Número de Menciones
Valores	6
Educación	6
Religión	5
Estética	4
Idioma	4
Costumbres	4

Fuente: elaboración propia.

Así se podrían configurar un Mundo de Producción Globalizado para las pyme en Colombia y mecanismos de promoción concordantes con los determinantes culturales desde las tecnologías, organización y políticas del sistema económico.

En parte, lo anterior sería posible si se articulan el modelo de “diamante de competitividad” (Porter, 2007) y “las cinco fuerzas competitivas” (Hill y Jones, 2000) con los mundos de producción (Cardona et al., 2007) y proceder después a la construcción de un método de diagnóstico que permita identificar los retos de las pyme en Colombia para la competitividad global (Ilustración 3).

Ilustración 3. Determinantes culturales y competitividad internacional



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La incorporación de elementos conducentes a la competitividad, desde los determinantes culturales en los mundos de producción de las pyme, se hace necesaria en la medida que se acompañe con la existencia de una política industrial clara en la materia. De no contarse con esa posibilidad, la estructuración de elementos corporales termina por ser un intento fallido, aunque se entiendan netamente el contexto de la competitividad y la necesidad de contar con una dirección clara, pues es sumamente relevante el ámbito cultural en los temas de competitividad y de política industrial frente a los mundos de producción.

La competitividad se convirtió en uno de los paradigmas importantes en la actividad económica y de negocios de las pyme. En algunos casos apunta a las exigencias del mercado o al aumento de la producción para el acceso a nuevas plazas; en otros, a exigentes necesidades de incorporación tecnológica. Ambos enfoques pueden generar confusiones para estructurar y definir la dimensión competitiva de las empresas de acuerdo al contexto empresarial (interno y externo), no sólo por la necesidad de hacerlo, sino con el objetivo de trascender y cumplir con las condiciones del medio estructurando cambios en la empresa que se manifiesten en el mercado.

La trascendencia de la competitividad en el contexto del mercado no representa la definición mejor del tema, puesto que allí convergen otros elementos que constituyen la idea, por ejemplo, la cultura. La aparente profundidad en este aspecto ha llevado a las empresas a asumir la competitividad sin distingo de composición económica.

Como última conclusión, emerge una meta a corto plazo: establecer el estado de los elementos y las variables, principalmente culturales, que inciden en los mundos de producción para, con ellas, determinar la composición competitiva de las empresas, de tal manera que les permita tener un espacio en el contexto económico y de los negocios internacionales; así se podrá desentrañar su posible impacto en términos de una concreta política industrial que se requiere para las pyme.

Bibliografía

- Acosta, J. (2007). "Política industrial en Brasil, Chile, Colombia y México. El papel de la ciencia, la tecnología y la innovación CT+I", Convenio Andrés Bello, <http://ciencia.convenioandresbello.org/mod/docs/docs/78.pdf> (23 de noviembre de 2009).
- Ambastha, A. & K. Momaya. (2004). "Competitiveness of firms: review of theory, frameworks, and models", *Singapore Management Review*, 26(1), pp. 45-61.
- Ball, D. y J. W. McCulloch. (2003). *Negocios internacionales: introducción y aspectos esenciales*. Madrid: McGraw Hill.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2001). *Competitividad: motor del crecimiento, progreso económico y social en América Latina*. Washington: BID.
- Barba, A. y P. Solís. (1997). *Cultura en las organizaciones: enfoques y metáforas de los estudios organizacionales*. México: Vertiente.
- Burstein, P. (1991). "Policy domains: organization, culture, and policy outcomes", *Annual Review of Sociology*, pp. 327-350.
- Cardona, M.; Cano, C.; Ramírez, C. & Gutiérrez, J. (2007). *Tecnologías, organización y políticas: mundos de producción de las pyme en Colombia en el período 1990 - 2002: procesos complejos de interacción económica*. Medellín: Universidad de Medellín.
- _____ (2006). "Archivos de Economía", Departamento Nacional de Planeación (DNP), http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DEE/Archivos_Economia/311.pdf. (29 de septiembre de 2009)
- Castro, O. y J. Abreu. (2008). "Cómo afecta el contexto cultural en la administración de los negocios internacionales", *International Journal of Good Conscience*, 3(1), pp. 679-700.
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). "Reporte de mipyme, No. 03", <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/mipymes/2008/ReporteMipymes03.pdf>. (22 de Julio de 2009)
- Czinkota, M.; Ronkainen, L. y Moffett, M. (2007). *Negocios internacionales*. México: Cengage Learning.
- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2004). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. México: Pearson Prentice Hall.
- De Almeida, T. (1792). *Recreación filosófica*. Tomo VII. Madrid: Imprenta Real.
- Deresky, H. (2005). *International management. Managing across borders and cultures*. New Jersey: Prentice Hall.

- Hill, C. (2007). *Negocios internacionales: competencia en el mercado global*. México: McGraw Hill.
- Hill, C. y G. Jones. (2000). *Administración estratégica: un enfoque integrado*. México: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2009). *Geert Hofstede Cultural Dimensions*. Consultado en (Octubre 23 de 2009 en <http://www.geert-hofstede.com/>).
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, USA: Sage.
- Huang, Y. (2002). "Feng Qi's ameliorism: between relativism and absolutism", N. Bunnin, & C. Zhonggying (edits.): *Contemporary chinese philosophy*. Oxford: Blackwell Publisher, pp. 213-234.
- Keller, A. (1988). *Teoría general del conocimiento*. Barcelona: Herder.
- Leung, K.; Bhagat, R.; Buchan, N.; Erez, M. & Gibson, C. (2005). "Culture and international business: recent advances and their implications for the future", *Journal of International Business Studies*, 36, pp. 357-378.
- Mead, R. (2005). *International management: cross-cultural dimensions*. London: Blackwell.
- Miles, M. & Huberman M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded source book*. Thousand Oaks, USA: Sage.
- Morin, E. (1990). *Introduction à la pensée complexe*. Paris: ESPF Éditeur.
- Peres, W. (1997). *Políticas de competitividad industrial: América Latina y el Caribe en los años noventa*. Madrid: Siglo XXI.
- Pineda, S. (1990). "Apertura económica y equidad: los retos de Colombia en la década de los años noventa", *Biblioteca Luis Ángel Arango*, <http://www.lablaa.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo16.htm> (14 de noviembre de 2009)
- Podestá, P. (2009). "La cultura en las organizaciones. Un fenómeno central en el saber administrativo", *Cuadernos de Difusión*, 14(26), pp. 81-92.
- Porter, M. (2007). "La ventaja competitiva de las naciones", *Harvard Business Review*, 85(11). Edición para América Latina, pp. 69-95.
- (1995). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Continental.

- Rifkin, J. (2002). *La economía del hidrogeno*. Madrid: Paidós.
- Rodal, J. et al. (2005). *Perspectivas de la administración internacional*. México: Thomson.
- Román, J. (2008). "La cultura como función determina las dificultades en lo intercultural", *Ad-minister*, 13. Universidad EAFIT, pp. 103-111.
- Sallenave, J. (2002). *La Gerencia integral*. Bogotá: Norma.
- Sistema Económico Latinoamericano (SELA). (2009). "Estudio sobre la participación del sector privado en procesos de negociación comercial en marcha en la región" Documento del Consejo Latinoamericano, http://www.sela.org/public_html/aa2k2/esp/consejo/spclxxviiiidi5/.%5C.%5C.%5Cesp%5Cconsejo%5Cspclxxviiiidi5%5C.%5C.%5C.%5Cesp%5Cconsejo%5Cspclxxviiiidi5%5Cdi5-9.htm (21 de Noviembre de 2009)
- Vacchino, J. (1987). "Momentos claves en la historia de ALALC – ALADI", Banco Interamericano de Desarrollo (BID), http://www.iadb.org/intal/intalcdi/integracion_latinoamericana/documentos/126-Estudios_3.pdf (21 de noviembre de 2009)
- Vallejo, P. & A. Zwerg. (2008). *International business: the pocket guide*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Wild, J.; Wild, K. & Han, J. (2008). *International business: the challenges of globalization*. New Jersey: Prentice Hall.