

Capítulo 7

El capital intelectual como factor de competitividad en las empresas industriales

*Intellectual capital as a factor of competitiveness
in industrial companies*

Diana Clemencia Ríos Arias

Universidad del Quindío
Armenia, Colombia
© <https://orcid.org/0000-0002-3494-3563>
✉ dcarios@uniquindio.edu.co

Nelly Carvajal Orozco

Universidad del Quindío
Armenia, Colombia
© <https://orcid.org/0000-0001-6946-133X>
✉ ncarvajal@uniquindio.edu.co

María Omaira Moreno Moreno

Universidad del Quindío
Armenia, Colombia
© <https://orcid.org/0000-0003-3071-1471>
✉ momoreno@uniquindio.edu.co

Resumen

Las empresas se enfrentan continuamente a una serie de factores que afectan su productividad e impactan directamente el nivel de competitividad en el mercado donde desarrollan sus actividades; el sector industrial no es ajeno a este fenómeno, y para estar a la vanguardia procura la aplicación de herramientas estratégicas y financieras que

Cita este capítulo

Ríos Arias, D. C.; Moreno Moreno, M. O. y Carvajal Orozco, N. (2021). El capital intelectual como factor de competitividad en las empresas industriales. Caso de estudio: veredas La Yunga y Río Hondo, Popayán (Cauca). En: Garcés Aguilar, W. N. y Duque Ceballos, J. L. (eds. científico). *Aproximaciones a los estudios organizacionales en el suroccidente colombiano*. (pp. 213-238). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

estén acordes a las exigencias de los estándares de competitividad nacionales e internacionales.

En razón a lo anterior, la tendencia actual de las empresas es mantener una lucha constante por lograr mayores niveles de competitividad y responder oportunamente a las exigencias cambiantes del mercado. Es importante destacar que son muchos los factores que aportan a la creación de valor en una empresa como la creatividad y la innovación, el talento humano capacitado y el direccionamiento estratégico, etc.; en este sentido, las empresas se encuentran inmersas en un mercado muy competitivo, el cual las obliga a crear ventajas competitivas que les permitan ser exitosas en el sector.

Palabras claves: capital intelectual, competitividad, empresas industriales.

Abstract

Companies continually face a series of factors that affect their productivity and directly impact the level of competitiveness in the market where they carry out their activities, the industrial sector is not alien to this phenomenon, and to be at the forefront, it seeks the application of tools strategic and financial that are in accordance with the requirements of national and international competitiveness standards.

Due to the above, the current trend of companies is to maintain a constant struggle to achieve higher levels of competitiveness and respond in a timely manner to the changing demands of the market. It is important to highlight that there are many factors that contribute to the creation of value in a company such as creativity and innovation, trained human talent and strategic direction, etc., in this sense, com-

panies are immersed in a very competitive, which forces them to create competitive advantages that allow them to be successful in the sector.

Keywords: intellectual capital, competitiveness, industrial companies.

En este escenario, el capital intelectual cobra importancia al considerarse un factor de competitividad que aporta a la generación de valor de las empresas, haciéndose evidente en la aplicación de diferentes herramientas de diagnóstico estratégico y financiero, las cuales de manera específica y en conjunto permiten determinar cómo su gestión al interior de la empresa es fuente principal de ventaja competitiva.

El análisis del capital intelectual como factor de competitividad y su relación con la generación de valor en las empresas, da luces para entender que lo esencial no es conocer la utilidad de los términos por separado, sino el aprovechamiento de estos como proceso integral que se construye de manera colectiva al interior de la empresa en función de generar valor y ser más competitivas desde una perspectiva integral del capital intelectual.

Dentro de ese marco, resulta oportuno entonces considerar que, determinar el valor de una empresa u organización conlleva el análisis y valoración de diversos elementos, desde aspectos económicos representados en sus estados financieros valorando sus activos, pasivos e igualmente importante la valoración de elementos intangibles que a partir de los años 90 han tomado fuerza, con el desarrollo de nuevas teorías organizacionales que incluyen temas como la gestión del conocimiento, el capital intelectual y factores de competitividad, entre otros, que es necesario identificar, fortalecer y consolidar, para que aunados a los aspectos financieros amplíen y permitan una mejor valoración de la empresa u organización visibilizando sus aspectos competitivos y de posicionamiento en el mercado según su sector.

Se presenta de manera general el aporte de Michael Porter en la conceptualización de competitividad empresarial, con el propósito de contextualizar al lector con este concepto y como requisito previo para la comprensión del papel y aporte del capital intelectual, que entre otros factores inherentes a la productividad empresarial, es necesario determinar en el abanico de variables consideradas para la competitividad; esto dado que y como lo afirman diversos autores, la supervivencia y posicionamiento de una empresa, está basada en su capacidad competitiva, su posicionamiento en el mercado global y en el desarrollo de las ventajas comparativas de su sector.

La literatura empresarial expone un sinnúmero de definiciones, frente al término de competitividad, si bien este concepto es de gran amplitud según el contexto en el cual se presente; cuando se alude al concepto de competitividad en este estudio en particular, se cita como pionero a Porter¹⁰ (1990), que a grandes rasgos, la identifica como la capacidad para la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que otros productores; para él su importancia radica en saber cómo administrar los recursos disponibles para incrementar su productividad y estar atento a los requerimientos del mercado.

En función de lo planteado por el autor en mención, el entorno al que se enfrentan las empresas del sector industrial; resulta inquietante –desde la administración y las finanzas– reconocer, analizar y establecer relaciones entre los factores de competitividad y el capital intelectual de las empresas industriales y su generación de valor.

En particular y como objeto de este estudio las empresas del sector industrial de madera y muebles del municipio de Armenia, en Quindío,

¹⁰ Porter efectúa unas primeras aproximaciones a esta noción en sus libros *Estrategia competitiva* (1980) y *La ventaja competitiva* (1985). Con el libro *La ventaja competitiva de las naciones*, que apareció en 1990 en su versión original en inglés, Porter unifica el significado de competitividad a escala internacional.

enfrentan una serie de dificultades que afectan significativamente su competitividad como lo plantea Felizzola (2013) quien relaciona dificultades como: la falta de compromiso de la dirección, las limitaciones de personal y financieras, la resistencia al cambio, la ausencia de una cultura del mejoramiento continuo y más aún la carencia en la implementación de metodologías que midan, evalúen y mejoren el desempeño y eficiencia de los procesos productivos y de gestión financiera (p. 14).

En este sentido, se comprende que los cambios y necesidades del contexto empresarial, las condiciones propias del sector, el desconocimiento de herramientas administrativas y financieras eficaces y eficientes en relación a la dinámica oportuna de la competitividad, la sostenibilidad y adaptabilidad empresarial, hacen imperiosa la necesidad de proponer una ruta administrativa y financiera que responda a las necesidades, particularidades y oportunidades propias de las empresas del sector industrial de madera y muebles del municipio de Armenia- Quindío que les permita disponer de elementos tácticos y estratégicos de gestión para la consecución de los objetivos, pese a las situaciones hostiles¹¹ que desafían en su cotidianidad.

Como una de las acciones favorables que permite dar respuesta al acompañamiento requerido por estas empresas para su fortalecimiento empresarial, es contar con políticas encaminadas al mejoramiento de la competitividad y la productividad planteadas en el documento del Consejo Nacional de Competitividad – CONPES 3527 que visionariamente plantea que para el 2032 Colombia será uno de los tres países más competitivos de América Latina. Igualmente, el departamento del Quindío propone en el Plan Regional de Competitividad, como objetivo número uno, el crecimiento e internacionalización de la economía que busca fundamentalmente identificar

¹¹ El término hostil se utiliza para referirse a entornos empresariales con dinámicas complejas y de alta incertidumbre.

sectores existentes o potenciales del departamento con capacidad de integrarse sostenida y competitivamente a mercados mundiales a partir de estrategias para una cultura y oferta exportadora.

El análisis precedente, permite señalar que, entre los retos y desafíos que deben enfrentar las empresas del sector industrial de madera y muebles en la coyuntura vigente, sumada a las condiciones del contexto empresarial actual, está la necesidad de conocer y razonar sobre nuevas fuentes de riqueza como lo son: el conocimiento, su valor y su capital intelectual; elementos que les permitirán la creación de estrategias e ideas innovadoras que les faciliten la inclusión en nuevos mercados altamente competitivos.

Desde esta perspectiva, los cambios originan nuevas prácticas e innovación en soluciones, pero para que estas funcionen a plenitud es necesario que también lo hagan las personas. En este sentido, se asume que son los individuos, y no las organizaciones, los que poseen los conocimientos y experiencias que, aplicados a los procesos tanto operativos como administrativos, se convierten en generadores fundamentales de ventaja competitiva; el rol protagónico de las empresas se da cuando éstas gestionan eficientemente ese conocimiento individual y colectivo al interior de la organización reflejado al exterior, logrando de esta manera la eficiencia y competitividad de las organizaciones actuales.

Cabe considerar, como lo expresan Gómez, Pérez y Curbelo (2005) la gestión del conocimiento, se proyecta como una efectiva herramienta de administración, organización, producción y distribución, ya que es un método de gestión que involucra a todos los miembros de la organización abarcando tres factores fundamentales que están presentes en cualquier organización; según afirman Saavedra y Verdugo ellos son: la cultura, la tecnología y los procesos (p. 40).

En este orden de ideas, resulta oportuno, reconocer que la gestión del conocimiento, parte de un conjunto de procesos y sistemas, los cuales buscan que el capital intelectual de la empresa crezca de manera significativa, a través de administrar las capacidades para solucionar problemas de forma eficiente, y que esté orientado a potenciar la generación de valor en pro de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, las empresas cada día se adaptan a las nuevas exigencias; por una parte, a sus clientes y por otra parte a las del medio que les rodea, por lo tanto, no son ajenas a una sociedad del conocimiento y tratan de renovar sus procesos, productos o servicios para estar a la altura de estas nuevas realidades y así poder satisfacer las nuevas necesidades de sus clientes. De acuerdo con este contexto los activos intangibles juegan un papel importante, convirtiéndose en una fuente de ventaja competitiva; en este sentido, el capital intelectual es la nueva riqueza del mundo actual; la nueva realidad es que los bienes de una empresa serán los intangibles y estos serán los más valiosos.

En relación a la generalización anterior, resulta oportuno contemplar algunas perspectivas teóricas de diversos autores, las cuales enmarcan al lector en conceptos relevantes relacionados con el capital intelectual, con el propósito de analizar su relación con los factores de competitividad y la generación de valor; de este modo, se puede recurrir a los conceptos que han propuesto autores desde finales del siglo XX. A continuación algunos de ellos.

Steward (1998) afirma que “El capital intelectual es el material intelectual, el conocimiento, la información, la propiedad intelectual y la experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien la encuentra y la explota, triunfa. El mismo autor

afirma que en la nueva era, la riqueza es producto del conocimiento. Este y la información se han convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes”.

El concepto más difundido de capital intelectual, es el presentado por Edvinsson y Malone (1999) que está representado en la siguiente metáfora: “[...] una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible, las hojas, ramas y frutos, y otra que está oculta, las raíces. Si solamente nos preocupamos por recoger las frutas y tener las ramas y hojas en buen estado, olvidando las raíces, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, las raíces deben estar sanas y nutridas. Esto también es válido para las empresas: si sólo nos preocupamos de los resultados financieros e ignoramos los valores ocultos, la empresa no sobrevivirá en el largo plazo”. Así, los autores en mención concientizan a través de este planteamiento a las empresas para que conozcan, apliquen y gestionen este intangible con el objetivo de generar valor y por lo tanto ser empresas competitivas en el mercado (p. 26).

Siguiendo a Lev (2001), “capital intelectual” es el conocimiento intelectual de una organización, vale decir la información intangible que posee y que puede producir valor¹².

Por su parte Bernárdez (2008) plantea que el capital intelectual es el conjunto de conocimiento científico, tecnológico, artístico y comercial aplicable para la generación de riqueza social del que dispone un individuo, organización o comunidad (p. 26).

Según Brooking, (1997), el concepto de capital intelectual se ha incorporado en los últimos años tanto al mundo académico como empre-

¹² Este autor afirma que en literatura se utilizan indistintamente los términos de capital intelectual, activos intangibles y activos de conocimiento; asegura que los tres términos han sido ampliamente utilizados desde el área contable como recursos intangibles, en la económica el de activos de conocimiento y en la de empresa el de capital intelectual.

sarial para definir el conjunto de aportaciones no materiales que en la era de la información se entienden como el principal activo de las empresas del tercer milenio.

Por otro lado, Ramírez (1999) se refiere al capital intelectual como un recurso renovable que se debe actualizar y revitalizar de manera permanente con el aprendizaje continuo, lo cual permitirá dotarlo de flexibilidad y de capacidad de respuesta ante un entorno en el cual lo único permanente es el cambio.

Finalmente, la OECD¹³, define el capital intelectual como: “el conocimiento, las habilidades, las competencias y demás atributos de los individuos que son relevantes para las actividades laborales y económicas”.

En función de lo expuesto por los diferentes autores, identificando el campo que abarca cada uno de ellos, es posible concluir que el capital intelectual se constituye en un activo intangible que, aun cuando su valor no se refleja en los estados financieros de las empresas, si representa un valor relevante para estas, determinando su valía en el presente y futuro de ella.

Partiendo de los planteamientos anteriores y resaltando la necesidad de un dominio de esta disciplina, se hace evidente reconocer el capital intelectual como una actividad de inversión significativa en los resultados económicos de una empresa porque, en conjunto con su capital financiero, cobra una relevancia específica en los resultados económicos y en la determinación de la generación de valor.

De ahí la importancia de identificar las dimensiones del capital intelectual que, según la afirma Archibold (2015) se encuentra conformado por el capital humano, el capital relacional y el capital estructural.

¹³ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

En el contexto que fundamenta las actividades propias de las empresas del sector industrial de manera y muebles el capital humano se estructura como el conjunto de competencias, conocimientos y valores que incentivan la innovación e implementación de procesos y procedimientos corporativos de mayor eficiencia y efectividad. Este tipo de capital, se encuentra comprendido por la formación académica y práctica de los agentes que conforman el recurso humano, las destrezas, habilidades y competencias desarrolladas en la ejecución diaria de las actividades laborales propias del sector.

En cuanto al capital estructural, este es un reflejo del capital humano, porque representa la forma de trabajo de las personas (Senge, 2002) y los resultados que la organización alcanza son el fruto del esfuerzo del ser humano que se orienta hacia el logro del objeto social. Este reúne todos los recursos y capacidades con los que cuenta la organización para lograr un funcionamiento eficiente.

Para Barney (1991) los recursos son los medios con los que cuenta la organización para lograr desarrollar su objeto social y las capacidades son el resultado del uso efectivo de los recursos y las capacidades se relacionan con la gestión administrativa, con la facilidad para adaptarse a los cambios de su entorno y con las rutinas que utiliza en el desarrollo normal de funcionamiento. Se convierten en ventaja competitiva cuando son difíciles de imitar y cuando por medio de ellas la organización logra aprovechar oportunidades y afrontar de manera efectiva las amenazas. Este autor, incluye las herramientas que la organización utiliza en el procesamiento de información, en el logro de la calidad y en los mecanismos que facilitan la renovación del conocimiento y son los activos que se quedan en la organización cuando los empleados se desvinculan de ella (Edvinsson, 2004).

Ahora bien, desde el punto de vista de Sveiby (1997) el capital relacional es el conocimiento generado por las relaciones que la organiza-

ción posee con todos sus grupos de interés internos, externos y con la sociedad. Dentro del capital relacional se incluye el nombre del producto, el registro de la marca y su consolidación dentro del mercado, las relaciones con los grupos de interés generan valor en la medida que aporten a la organización el conocimiento para satisfacer las necesidades de sus clientes o consumidores; en esa línea, el cliente o consumidor, dentro de las organizaciones ya no debe ser “un blanco para una sola vez” sino que por el contrario se deben fortalecer las relaciones que la organización tiene con él hasta el punto de poseer la capacidad de ofrecer un servicio total que implica destinar todos los esfuerzos operativos, administrativos y financieros para lograrlo (Edvisson, 2002).

Se hace evidente, de acuerdo a los planteamientos anteriores, que las empresas dedicadas a la transformación, tal es el caso de las industriales, tienen un gran reto frente al capital intelectual al considerarse por diversos autores, como uno de los elementos clave que permiten una gestión efectiva del conocimiento, al aportar valor fortaleciendo las capacidades o competencias esenciales y distintivas.

En este orden de ideas, como lo describe Díaz (2000) los autores Alvin Toffler y John Naisbitt, reflejan en sus obras¹⁴ una gran preocupación por el futuro inmediato de las empresas. Toffler plantea que: “El futuro no solo significa el tiempo venidero, sino que la aceleración del cambio en nuestro tiempo es lo que constituye el futuro de la humanidad”; por otra parte, Naisbitt, dice que “El líder debe posibilitar el paso de una sociedad industrial a una sociedad de la información”. Estos aportes permiten aseverar el rol de las personas en el éxito o fracaso de las empresas, por cuanto se hace evidente la necesidad gestionar el conocimiento como un medio para potenciar el capital intelectual de estas, más aún si se tiene en cuenta lo planteado por Drucker “[...] la productividad del conocimiento y los trabajadores

¹⁴ Obras: *Shock del Futuro* y *las Megatendencias* respectivamente.

del conocimiento, si bien no es el único factor competitivo en la economía mundial, sí será el decisivo” (1997, p. 20).

Por lo tanto, como lo hacen notar Nevado, D., & Víctor, L (2000) los nuevos cambios que se están produciendo en la economía mundial están llevando a considerar al conocimiento como el elemento básico de la escena empresarial; de ahí que no es extraño que las distintas empresas se encuentren interesadas en definir, valorar, controlar y gestionar el factor intelectual, ya que este se está convirtiendo en el aspecto fundamental para la competitividad empresarial dentro del actual contexto socio-económico (p. 2).

Hechas las consideraciones anteriores, el continuo cambio en las organizaciones hace que éstas encuentren grandes oportunidades al invertir en su capital intelectual de forma continua, pues como factor de competitividad facilita la dinámica en la gestión eficiente.

Dadas las condiciones que anteceden las temáticas abordadas, se señala a continuación la dinámica e interrelación que se da en el capital intelectual como factor de competitividad en las empresas industriales del sector madera y muebles del municipio de Armenia; dichos factores o atributos permiten entender como el análisis en algunos de ellos, afecta positiva o negativamente la competitividad. Por lo tanto, lograr combinaciones efectivas entre ellos llevará a la innovación, el crecimiento y la generación de ventajas competitivas.

Como protocolo de actuación, este estudio se llevó a cabo bajo el esquema propuesto por Villarreal y Landeta (2010) en el documento “El estudio de caso como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa - una aplicación a la internacionalización”. Considerando lo propuesto, este estudio de caso permitió 1) confrontar el compendio teórico con el fin de encontrar conexiones lógicas y relevantes entre la literatura teórica y metodológica, estado

del arte, y los conceptos claves como ideologías, teorías, postulados, entre otros, permitiendo estructurar dichos elementos como insumos aprovechables para la construcción de conclusiones y recomendaciones, producto de los resultados obtenidos y 2) el conocimiento preexistente resulta de carácter primordial para proponer una hoja de ruta estratégica y táctica considerada como una herramienta para la competitividad, sostenibilidad y adaptabilidad de la empresa de este sector a lo largo del tiempo.

Con estos propósitos y motivadas por la contribución al desarrollo del municipio, se detalla a continuación, a grandes rasgos, los fenómenos a los que se enfrentan las empresas del sector industrial madera y muebles del municipio de Armenia-Quindío, considerando el impacto que estas han generado en la región desde el punto de vista socioeconómico.

Es necesario precisar que, en medio de la coyuntura a raíz de la pandemia ocasionada por el virus Covid-19, la medida más eficaz para detener la rápida propagación del virus fue el distanciamiento social: quedarse en casa, cierre de establecimientos comerciales y de empresas de toda índole, incluidas las industriales, lo que obligó a proceder válido el proceso de recolección de información a través del análisis o evidencia documental.

De esta manera, se logró conocer los cambios, alcances, posibilidades y proyecciones del entorno socioeconómico en el que se desenvuelven las empresas industriales del sector madera y muebles del municipio de Armenia-Quindío, lo que permitió una mirada integral del estado actual a nivel organizacional, analizando información ligada directamente a los factores de competitividad, permitiendo reconocer oportunidades y fortalezas de las empresas de este sector.

Significa entonces que, a través del análisis documental, se pudo conocer las condiciones y elementos que hacen parte de la realidad de

las empresas industriales del sector madera y muebles y, a partir de esta identificación, presentar un análisis detallado de sus necesidades, características, potencialidades y las exigencias del entorno en el que se encuentran inmersas.

Así mismo, se logró identificar los factores de competitividad aplicados en el sector industrial de madera del municipio de Armenia, contemplando las estrategias implementadas por los empresarios con el objetivo de generar oportunidades de negocio, empleo, tecnología y crecimiento económico para el municipio y el departamento; también se analizó el nivel de competitividad en los entornos microeconómico y macroeconómico que afectan de forma directa al sector; enmarcando la necesidad que tienen las empresas del sector de hacer mejoramiento continuo en sus procesos a nivel estructural, productivo y organizacional.

El sector industrial de maderas y muebles del municipio de Armenia es un sector promisorio que genera valor mediante la creación de empleo, uso de nuevas tecnologías y materiales amigables con el planeta, lo que conlleva a estas empresas a estar siempre a la vanguardia, disminuyendo el impacto ambiental y generando grandes ventajas que han hecho que sean una oportunidad de mercado sostenible en el municipio. También se encontró que es un sector sólido en el mercado basado en la transformación de las materias primas con productos elaborados, teniendo gran acogida en el sector de la construcción, el industrial y el inmobiliario.

Las empresas industriales del sector madera y muebles del municipio de Armenia, presentan características similares en cuanto a que enfocan su visión en la internacionalización de sus productos generando valor y buscan constantemente mejorar sus rendimientos y aumentar su rentabilidad; la incursión en la tecnología, la búsqueda de nuevas y mejores alianzas, el uso renovable de los recursos, el me-

joramiento de la calidad y los procesos, su infraestructura, y el mejoramiento de la producción son tareas que a diario emergen dentro de una empresa de estas características.

Actualmente el municipio de Armenia cuenta 329 empresas asociadas al sector registradas en la Cámara de Comercio, las cuales cuentan con acceso a materias primas de calidad para la fabricación de productos diferenciados y de calidad. De las 329 empresas pertenecientes al sector industrial de madera y muebles en el municipio de Armenia- Quindío, la mayor parte de estas se encuentra catalogada en pequeñas y medianas empresas; con un alto porcentaje la mayor concentración está en la pequeña empresa, donde se evidencia un avance en cuanto al crecimiento económico del sector y al número de personas que se dedican a las actividades como carpintería, fabricación y comercialización de muebles para el hogar, oficinas, fabricación de hojas de madera para enchapado, fabricación de tableros contrachapados, tableros laminados, tableros de partículas y otros tableros y paneles, fabricación de partes y piezas de madera, de carpintería y ebanistería para la construcción, fabricación de recipientes de madera, fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, cestería y espartería.

De igual forma se encontró que uno de los sectores iconos para la ciudad de Armenia es la cadena productiva de madera y muebles, ampliamente reconocida en el país por su calidad gracias a la experiencia de varios años atrás. Con base al informe económico del departamento del Quindío 2019, se identificó que los años 2018 y 2019 fueron significativos para este sector ya que creció en unidades productivas de fabricantes de productos de madera y carpintería, además de incrementarse en un 6,3% el total de activos de la cadena productiva. En el año 2014 seis empresas del sector de industrial de maderas y muebles del municipio de Armenia fueron certificadas en calidad ISO 900:2008 lo que les permitió potenciar la competitividad a nivel

nacional e internacional aprovechando nuevas oportunidades de negocios y posicionándolas frente a las demás.

A lo largo de los planteamientos hechos en este capítulo, se asume que la competitividad de una empresa es el resultado de un largo proceso de adaptación en el mercado, con creatividad y con diferentes elementos que contribuyan a su generación de valor. En el sector industrial de madera y muebles del municipio de Armenia se pudo encontrar algunos factores que resaltan la competitividad de sus empresas como la calidad en los productos que se comercializan, esto debido a la presión que ejercen otro tipo de muebles sustitutos, lo que genera en los empresarios del sector la necesidad de llamar la atención de los clientes por medio del buen servicio y buenos productos que hagan resaltar la marca de la empresa, lo que a su vez proporciona mayor rentabilidad ya que el precio puede aumentar de acuerdo al valor agregado que se le da al producto.

Igualmente se logró identificar la innovación como uno de los factores más importantes para el sector, por enfrentarse a la globalización e ingreso de nuevas empresas y nuevos productos que llevan a los empresarios a enfocarse en la adquisición de nuevas tecnologías tanto en sus procesos de fabricación como en su forma de distribución y ventas para, de esta forma, lograr ser competencia en el mercado; las buenas relaciones con sus clientes y proveedores son un factor fundamental en el desarrollo de estas empresas ya que esto genera mayor fluidez en las transacciones del mercado, lo que se ve reflejado en su productividad. Ahora bien, estos elementos que forman parte directa del capital intelectual a nivel de la gestión humana conforman uno de los retos, para hacer de éste un factor de beneficio para las empresas.

Entre otros factores asociados al entorno competitivo identificados para el sector industrial de madera y muebles se encuentran, los relacionados con el capital estructural y relacional, como es el caso de la

infraestructura, el uso renovable de los recursos naturales, el grado de calidad del producto y la inversión en maquinaria de última tecnología para su procesamiento, que se relacionan entre sí gracias a su capacidad para generar valor agregado al producto, lo que incide positivamente en el precio; además, está la inversión en capital humano aprovechando al máximo la experiencia y los conocimientos de personas capacitadas para llevar a cabo los procesos operativos, administrativos y alternativos que generan características diferenciadoras para que los mercados internacionales fijen la mirada en sus productos, por tal razón las relaciones internacionales impulsan a la productividad de este sector.

De acuerdo con la información suministrada por la Cámara de Comercio de Armenia se reconoce al sector industrial de madera y muebles como fuente de desarrollo económico y social en el municipio. Dentro de los factores de competitividad más relevantes aplicados en el sector industrial que generan valor en el mercado están los siguientes: la implementación de nuevas tecnologías que hacen que la industria esté a la vanguardia, lo que conlleva a mayores ingresos para las empresas; la disponibilidad de nuevos programas de diseño y despiece ha sido un fuerte factor de competitividad el cual ha logrado que estas empresas sean más competitivas en el mercado y puedan ofrecer un mejor servicio basado en cada necesidad de sus clientes, llegando a obtener contratos muy rentables, lo cual ha permitido la maximización de sus recursos –estos contratos están centrados en el sector industrial e inmobiliario en el municipio de Armenia y el departamento–. Se destaca también el uso de nuevos materiales amigables con el medio ambiente, gestión de calidad, competitividad de precio, innovación, capacitación del recurso humano, gestión organizacional en materia de actividades de abastecimiento, almacenamiento, distribución y transporte que le han permitido crecer y mantenerse en el mercado; estos aspectos se traducen en la creación de valor mediante la generación de nuevos empleos en la ciudad lo que

contribuye al crecimiento del sector en el mercado y por ende a una economía sostenible.

Al incluir estos factores en la actividad cotidiana de las empresas industriales del sector madera y muebles, el panorama parece bastante alentador—antes de la coyuntura sanitaria actual—. Ahora bien, frente a esta crisis, el desafío para los empresarios y colaboradores se verá reflejado por el transitar a un modelo de negocio 4.0¹⁵ adaptado a las condiciones del entorno actual, el cual, sin duda alguna, sentará un precedente tanto a nivel operacional como a nivel organizacional, pues estarán caracterizados por ambientes laborales flexibles, incluyentes e innovadores, acompañados además de la implementación de herramientas de gestión estratégica y financiera, asegurando de alguna manera la participación en el mercado local, nacional e internacional fortaleciendo la propuesta de valor—reinvención e innovación— centrando el negocio en la generación de una experiencia de servicio y calidad total y enfocados desde esta nueva realidad empresarial, esto les permitirá: 1) consolidar una red de clientes y talento humano satisfechos, 2) promover el éxito administrativo y financiero y 3) explorar nuevas oportunidades en el mercado mundial.

Frente a este escenario Lev (2003), plantea:

El aumento vertiginoso de la influencia que los intangibles han tenido en las últimas dos décadas sobre los cambios fundamentales en la estructura y el ámbito de actuación de las empresas. En concreto, la incesante presión competitiva inducida por la globalización del comercio, la creciente regulación y los cambios tecnológicos (el más reciente es el desarrollo del internet), ha forzado las empresas durante las últimas dos décadas a basar su negocio recientemente en la innovación conti-

¹⁵ Esta expresión hace referencia a la cuarta revolución industrial, que apuesta a la competitividad, combinando técnicas avanzadas de producción y operaciones con tecnologías inteligentes que se integrarán en las organizaciones, las personas y los activos.

nua (de productos, procesos y diseños organizativos), para sobrevivir y crecer (p.14).

Desde una óptica social, económica y geográfica, las acciones que emprendan las empresas industriales y de hecho todos los sectores de la economía, deben estar enfocadas en la necesidad que existe de reformular periódicamente las metas, estrategias, actividades y objetivos a los que apunta la empresa, adaptándose a los cambios internos y externos antes mencionados.

Estos esfuerzos, en tiempos de contingencia, garantizarán sin duda alguna que las empresas estarán preparadas para la volatilidad del entorno, superando de manera eficaz momentos de incertidumbre, formulando planes de acción resilientes, con conocimiento de causa de la situación empresarial del momento.

El nuevo modelo de negocio 4.0¹⁶ debe ser tomado como una primera invitación a repensar la gestión administrativa y financiera desde una óptica integral y propositiva, abierta y capaz de gestionar cambios, desarrollo y valor al contexto. También, puede ser la puerta para alinear las metas del sector industrial a las propuestas hechas por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, propuestos a 2030; estos ayudarían a consolidar al sector industrial como un referente regional en cuanto crecimiento económico, empleabilidad, producción eficiente y desarrollo integral sostenible.

El nuevo modelo de negocio con énfasis en el capital intelectual como factor fundamental en la interacción de un círculo virtuoso entre todas las áreas de la empresa, garantiza la productividad y la competi-

¹⁶ “La Cuarta Revolución Industrial es una manera de describir un conjunto de transformaciones en marcha y otras prontas a ocurrir en nuestra economía, sociedad y forma de vivir”.

tividad permitiendo a la empresa posicionarse en mercados, locales, nacionales e internacionales.

Conclusiones

El sector de maderas y muebles de la ciudad de Armenia cuenta con empresas que buscan nuevas formas de competir en el mercado para mantenerse en el tiempo siendo rentables; esto quiere decir que la innovación en cuanto a diseños y diversos usos de la materia prima para producir nuevos productos y mejoramiento de los procesos, el uso de nuevos materiales amigables con el medio ambiente y la implementación de nuevas tecnologías, han sido de suma importancia para lograr ser competitivas en el sector.

Al determinar los factores de competitividad se logró establecer las relaciones con clientes y proveedores y su cercanía con estos mediante un plan de mercadeo eficiente, el conocimiento del *target*, las tendencias y el comportamiento de los clientes, además de la creatividad para atraer a nuevos clientes, lo que brinda a estas empresas la oportunidad de generar valor.

Y es ahí donde la apropiada gestión del capital intelectual es el mayor reto para las empresas de hoy, ya que son el factor fundamental en la dinámica empresarial que potencializa los procesos para la productividad y la competitividad.

La llegada de multinacionales al mercado de madera y muebles en Colombia implica un desafío en cuanto a competitividad, especialmente para las pequeñas y medianas empresas del municipio de Armenia, por lo cual se recomienda diseñar una línea de investigación a futuro, para evaluar impactos que se deberán afrontar con la entrada de estas empresas extranjeras. Esta investigación se puede realizar a

partir del análisis del diamante de la competitividad de Porter y la entrada de nuevos competidores.

Los niveles de ingreso y la productividad seguirán siendo factores competitivos que traen salud económica a una empresa, pero hoy en día estos deberán ser mejorados por otros, que también agregan valor desde una perspectiva diferente y con más dimensiones.

La adquisición e implementación de nuevas tecnologías harán de alguna manera más competitivas las empresas dado que la competitividad depende su capacidad de innovación y cómo se involucran aspectos relacionados con la calidad, productividad y servicio al cliente, que fortalecen la cadena de valor logrando ventajas y aprovechamiento de los recursos.

Debido que la mayoría de empresas son pequeñas y medianas, se recomienda establecer el direccionamiento estratégico, expresado generalmente a través de la definición de la misión, visión y objetivos empresariales, los cuales deben ser divulgados entre los empleados para que conozcan el rumbo de la compañía y tengan en cuenta las directrices y lineamientos para poder ejercer sus actividades dentro de la empresa.

Certificar los procesos productivos y administrativos, asegura la calidad de los productos ofrecidos al cliente debido a que muy pocas empresas del sector de maderas y muebles de la ciudad de Armenia cuentan con estas certificaciones las cuales son fundamentales para potenciar la competitividad.

Finalmente, la coyuntura sanitaria actual, sumada a las condiciones del contexto, han obligado a las empresas del sector industrial a reinventar su modelo de negocio, buscando poder ofrecer las soluciones a la mayor cantidad de clientes posibles, sin dejar de lado las obliga-

ciones administrativas y financieras, de innovación y crecimiento que precisan las empresas de este sector, para este caso específico las de madera y muebles del municipio de Armenia, en donde definitivamente el capital intelectual se considere como un factor indispensable de diferenciación empresarial, que comprende una serie de elementos que influyen decisivamente sobre su desempeño, ya que constituye el eje central de ventajas competitivas.

Referencias bibliográficas

- Análisis Sectorial. Recuperado el 18 de febrero de 2019 de: <https://revista-mm.com/economia-sectorial/asi-van-cifras-del-mueble-y-la-madera/>
- Beltrán, A. (2001). *Los 20 Problemas de la Pequeña y Mediana Industria*. Investigación, Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/1574>
- Bernárdez, M. (2008). *Capital Intelectual: Creación de Valor en la Sociedad del Conocimiento*. Bloomington Indiana-USA: Global Business Press.
- Brooking, A. (1997) *El Capital Intelectual*. Barcelona -España, Paidós.
- Cámara de Comercio del Quindío (2018). *Dinámica empresarial del Quindío 2017*. Recuperado de <http://www.camaraarmenia.org.co/contenido-index-id-433.htm>
- Cabrera, A. M., López, P. A. & Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. *Documentos de Investigación*, (4), pp. 8-54.

- Campos, P., Cruz, C., Gajardo, P., y Sepúlveda, E. (2009). ¿Cómo se mide el aporte del conocimiento de las personas a los resultados financieros de la empresa? Un estudio exploratorio de empresas auditoras – Consultoras. Magíster Maestría en Control de Gestión, Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- CAF (2020). *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19*. Caracas: CAF. Recuperado de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1541>
- Cañibano. C. (2005) *El capital humano: factor innovación, competitividad y crecimiento*. Recuperado de: <https://www.navarra.es/nr/rdonlyres/d696efd2-6aaa-4ef1-b414-e3a27109ea67/79785/14carolinacaibano.pdf>
- CPC. (2018). Informe de Competitividad Nacional 2018-2019. Recuperado de: <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2018-2019/>
- ¿Cómo medir la competitividad de una empresa? Recuperado 01 de abril 2019 de: <https://www.amexempresas.com/libertadparatunegocio/como-medir-la-competitividad-de-una-empresa/>
- DANE, (2019). Indicadores Económicos alrededor de la Construcción – IEAC-. Recuperado el 25 de febrero de 2019 de: <https://www.dane.gov.co/>
- Díaz, A. (2000) ¿El cambio y el líder del futuro? *Revista Tendencias*. Mayo de 2000. Vol. I No.1
- Drucker P. (2007) *La gerencia en la sociedad futura*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

- Echeverry, D. (2007) *La competitividad en el desarrollo empresarial*. Recuperado de: <http://web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/competitividad.htm>.
- Edvisson, L y Malone M.S. (1999) *El Capital Intelectual*. Barcelona: Gestión 2000.
- Felizzola, H, & Luna C, (2013) Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico. *Revista Chilena de Ingeniería*, 1-14. Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas (2010) Recuperado <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7073/6758>
- Gómez Díaz, Dianelly, & Pérez de Armas, Marlet, & Curbelo Valladares, Isabel (2005). Gestión del conocimiento y su importancia en las organizaciones. *Ingeniería Industrial*, XXVI (2), 37-46. ISSN: 0258-5960. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3604/360433559006>
- Informe económico del departamento del Quindío 2019, Recuperado el 16 de junio de 2020, de: https://www.camaraarmenia.org.co/files/2020/Informe_economico_2019.pdf
- Las apuestas de la industria del mueble para competir en el externo. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/las-apuestas-de-la-industria-del-mueble-para-competir-en-el-externo-528831>
- Las pymes más grandes en producción industrial. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/las-pymes-mas-grandes-en-produccion-industrial-en-2017/249955>
- Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas (2010) Recuperado <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7073/6758>

- Lev, B (2001) *Intangibles, Management, measurement and reporting*. Washington: Brookings Institution.
- Nevado, D., & Víctor, L. (2000). ¿Cómo medir el capital intelectual de una empresa? *Partida doble*, 42-53.
- Plan regional de competitividad del Quindío. Recuperado de: <http://quindiocompite.uniquindio.edu.co/doc/Informedefinitivocompetitividad%20.pdf>
- Política de competitividad y productividad. Documento CONPES 3527. Recuperado de: <http://cenired.org.co/index.php/publicaciones/documentos-de-interes/item/40-documento-conpes-3527>
- Porter, M. (1990) *La ventaja competitiva de las naciones*- Título original: “*The competitive advantage of nations*” Recuperado de: <http://www.uic.org.ar/intranetcompetitividad/1%c2%ba%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- Principales retos del sector de muebles en Colombia. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/principales-retos-del-sector-de-muebles-en-colombia/252650>
- Ramírez, H. (1999) *El capital intelectual, base de la capacidad competitiva de la organización*. Recuperado de <http://revistas.banco-mex.com/rce/magazines/289/1/RCE1.pdf>
- Sánchez Medina, A. J., & Melián González, A., & Hormiga Pérez, E. (2007). El concepto del Capital Intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2),97-111. ISSN: 1135-2523. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2741/274120280005>

Sarriez, L (20, 08, 2019) *El trabajador del futuro en la industria 4.0*. Recuperado de: <https://www.negociosennavarra.com/trabajador-del-futuro-la-industria-4-0/>

Steward, T. A., (1998) *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*. Buenos Aires, Granica.

Villarreal, Landeta (2011). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa una aplicación a la internacionalización. Revista: *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, ISSN 1135-2523, Vol. 16, N° 3, 2010, págs. 31-52.