

## COMPETENCIA Y COMPETITIVIDAD

En el libro titulado “Estudios Demográficos y Urbanos” del colegio de México, se indica que competencia y competitividad son conceptos relacionados pero no sinónimos, y en última instancia la segunda es consecuencia de la primera.

Entendemos que competencia es la capacidad de utilizar de forma práctica todos aquellos conocimientos y aptitudes que hemos obtenido en los distintos ámbitos, como lo son el académico y el laboral; se requiere de estar a la vanguardia e informado sobre las nuevas herramientas que puedan aplicarse en los distintos rubros, herramientas que pudieran tener una aplicación en el ámbito laboral; podemos ejemplificarlo con el uso de las distintas redes sociales, dentro de éstas, existe una en particular que aplicada correctamente nos puede servir como referencia a la hora de buscar un talento o elemento humano para cubrir algún puesto, me refiero a “LinkedIn” que es una red social orientada a negocios profesionales, existe desde el 2002 y actualmente cuenta millones de usuarios en todo el mundo.

Por otra parte entendemos el término de competitividad como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores con un producto o servicio a un precio determinado o también al poder ofrecer un menor precio al consumidor, pero con una calidad determinada.

Dentro de los factores que inciden en la estructura de la competitividad se encuentran: el factor tecnológico, el desarrollo de las comunicaciones, la elaboración de productos de calidad, la capacitación y profesionalización del capital humano, es importante resaltar este último factor, debido a que se convierte en un elemento valioso dentro de la organización ya que derivado de sus conocimientos y de su especialización depende en gran parte la satisfacción del cliente y por lo tanto a la hora de evaluar los rendimientos, estos se muestran favorables.

También debemos considerar los cambios dentro de la organización, por ejemplo la innovación en el desarrollo de nuestros sistemas electrónicos, los nuevos planes de venta en mercados de impacto y los nuevos productos y servicios cuyos esquemas deben romper paradigmas, para estar en sintonía en el mercado afianzador que es sin duda, cada vez más demandante.

Debemos tener siempre presente que no podemos ignorar lo que el cliente espera de nuestra propuesta u oferta, en donde una mala organización es la primera causa que impide la verdadera satisfacción de los consumidores para lograr su lealtad.

Lo anterior indica que la mejor forma para ser competitivo y estar dentro de los parámetros de una buena competencia es la innovación, por ello es fundamental para un sector como el afianzador que exige grandes soluciones ante la globalización; en ese sentido algunas instituciones de fianzas estamos invirtiendo en la mejora de los sistemas electrónicos de información, así como en los procesos internos a fin de optimizarlos y eficientarlos, todo ello con la única finalidad de mejorar nuestro servicio y logra la mayor satisfacción para nuestros clientes.

Un ejemplo claro de la nula actualización e innovación, sucedió con el gigante de películas fotográficas Kodak, quien por casi 30 años dominó este mercado, sin embargo el no incursionar en los nuevos productos con tecnologías digitales, llevó recientemente a esta empresa a la banca rota.

Actualmente la innovación es considerada como uno de los factores básicos de desarrollo en los países avanzados, esta no consiste únicamente en la incorporación de tecnología, sino que va más allá, debe ayudar a prever las necesidades de los mercados y a detectar los nuevos productos, procesos y servicios de mayor calidad, generando nuevas prestaciones con el menor costo posible.

¿Qué indicamos con todo lo anterior?

Sin duda, la vital importancia de mantenerse actualizado en cuanto a las tecnologías de la información, la constante interacción con el cliente y mercado objetivo a fin de mantenerse no solo en la competencia, sino ser competitivo.

No basta con tener una formación teórica, la importancia radica en ejercer acciones prácticas y estructuradas que se obtienen día a día con cada proyecto y que se va enriqueciendo a medida que los involucrados aportan sus ideas para formar las distintas estrategias para tener el mayor mercado en beneficio de la estructura empresarial.

Con esto se concreta que el activo más importante que tiene cualquier empresa es el humano, día a día se fijan metas cada vez más exigentes, pero un óptimo ambiente laboral aunado con buenos incentivos económicos, los resultados en mediano plazo serán mejores dividendos para las organizaciones.

Lic. Carlos Humberto Camino Vilchis  
Subdirector Comercial Metropolitano

