

CONTENIDO

ACRÓNIMOS	XIX
PRESENTACIÓN	XXI
CAPÍTULO 1: ENTORNO Y COMPETITIVIDAD	
ELEMENTOS CONCEPTUALES	1
1.1 La empresa	2
1.1.1 Clasificación de las empresas según su tamaño.....	3
1.1.1.1 Microempresa	4
1.1.1.2 Pequeña empresa	7
1.1.1.3 Mediana empresa.....	10
1.1.1.4 Gran empresa.....	12
1.1.1.5 Empresas según el tipo de actividad	15
1.1.2 Empresas según el ámbito de operaciones.....	19
1.2 El entorno.....	20
1.2.1 Capas del entorno.....	25
1.2.1.1 La globalización	28

1.2.1.2	El incremento en el ritmo de cambio tecnológico	28
1.2.1.3	El desplazamiento demográfico.....	29
1.2.2	Variables del entorno	29
1.2.2.1	Demográfico.....	30
1.2.2.2	Cultura	32
1.2.2.3	Jurídico.....	32
1.2.2.4	Económico.....	33
1.2.2.5	Tecnológico	33
1.2.2.6	Ecológico	34
1.2.2.7	Social	35
1.2.2.8	Geográfico	37
1.2.3	La productividad	37
1.2.3.1	Factores que inciden en la productividad	39
1.2.3.2	Factores internos de la productividad	40
1.2.3.3	Factores externos que influyen en la productividad de la empresa.....	43
1.2.4	¿Cómo aumentar la productividad?.....	46
1.3	La competitividad	46
1.3.1	Clases de competitividad.....	49
1.3.1.1	La competitividad sistémica.....	49
1.3.1.2	Competitividad del país.....	50
1.3.1.3	Competitividad de la región.....	52
1.3.1.4	Competitividad industrial.....	53
1.3.2	Niveles de la competitividad	54
1.3.3	Etapas de la competitividad	59
1.3.3.1	Etapa incipiente.....	59
1.3.3.2	Etapa aceptable.....	59
1.3.3.3	Etapa superior	59
1.3.3.4	Etapa sobresaliente	59
1.4	Artículo de interés	62

1.5 Artículo de interés	63
1.6 Caso empresarial: Jorge Tulio Rodríguez Díaz, propietario de Diagnosticar	64
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍAS PARA ANALIZAR LA COMPETITIVIDAD	71
2.1 Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTI) en Colombia	72
2.1.1 Agenda Nacional de Competitividad.....	74
2.1.2 Comisiones Regionales de Competitividad	74
2.1.3 Comité de Industria	75
2.1.4 Consejo Privado de Competitividad.....	75
2.2 Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	76
2.3 Comisión Económica para América Latina (CEPAL)	77
2.4 Foro Económico Mundial (WEF).....	80
2.4.1 Pilar 1: Instituciones.....	81
2.4.2 Pilar 2: Infraestructura.....	82
2.4.3 Pilar 3: Entorno macroeconómico	82
2.4.4 Pilar 4: Salud y educación primaria	82
2.4.5 Pilar 5: Educación superior y formación.....	83
2.4.6 Pilar 6: Eficiencia del mercado de bienes	83
2.4.7 Pilar 7: Eficiencia del mercado laboral	84
2.4.8 Pilar 8: La sofisticación del mercado financiero.....	84
2.4.9 Pilar 9: Preparación tecnológica	84
2.4.10 Pilar 10: Tamaño del mercado	85
2.4.11 Pilar 11: Sofisticación de negocios	85
2.4.12 Pilar 12: Innovación	86
2.5 <i>Doing business</i>	90
2.6 Artículo de interés	94
2.7 Artículo de interés	95

CAPÍTULO 3: AMBIENTE COMPETITIVO	97
3.1 Análisis de la industria	98
3.2 Grupos estratégicos.....	100
3.3 Diamante competitivo	102
3.3.1 Condiciones de los factores.....	104
3.3.2 Sectores conexos y de apoyo, redes, encadenamientos productivos y <i>clúster</i>	107
3.3.2.1 Cadenas productivas	111
3.3.2.2 Distritos industriales	116
3.3.2.3 Las cadenas de suministro integradas.....	116
3.3.2.4 Cadenas de abastecimiento	118
3.3.2.5 Cadenas de comercialización	120
3.3.2.6 Aglomeraciones empresariales	130
3.3.3 Las condiciones de la demanda	131
3.3.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del sector ...	132
3.3.5 El papel del Gobierno	133
3.3.6 El papel de la casualidad.....	134
3.4 Artículo de interés	139
3.5 Aplicación del Modelo de Diamante de Competitividad de Porter	141
 CAPÍTULO 4: ESTRUCTURA DEL SECTOR: MODELO DE LAS CINCO FUERZAS	 147
4.1 Un sector productivo	148
4.1.1 Sector primario o agropecuario.....	149
4.1.2 Sector secundario o industrial	150
4.1.3 Sector terciario o de servicios	151
4.2 Importancia del sector.....	152
4.3 Modelo de las cinco fuerzas.....	153
4.3.1 Intensidad de la rivalidad existente en el mercado (F5).....	154
4.3.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores (F3).....	156

4.3.3 Poder de negociación de los proveedores (F2)	158
4.3.4 Poder de negociación de los compradores (F1)	159
4.3.5 Productos sustitutos	160
4.4 Artículo de interés	162
4.5 Artículo de interés: atención, producto y servicio al cliente	164
4.6 Caso empresarial: Isaac Lozano, Gerente y propietario de Camisas y Pantalones Monarca	171
CAPÍTULO 5: CADENA DE VALOR, COMPETENCIAS Y CAPACIDADES DE LA ESTRATEGIA	173
5.1 Concepto Cadena de Valor	174
5.1.1 Actividades primarias (o secuenciales)	176
5.1.2 Actividades secundarias (o transversales)	177
5.2 Integración vertical de la Cadena de Valor	178
5.3 Ventaja competitiva sostenible y teoría de recursos y capacidades	182
5.4 Ventaja comparativa	183
5.5 Ventaja competitiva	184
5.6 Artículo de interés	189
5.7 Caso empresarial: Rocío Carolina Soto Vásquez	190
CAPÍTULO 6: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LAS EMPRESAS	195
6.1 ¿Qué es la estrategia?	196
6.2 Niveles de acción de la estrategia	199
6.2.1 Estrategia corporativa	200
6.2.2 Estrategia competitiva o de negocio	201
6.2.3 Estrategia funcional	202
6.2.4 Estrategia competitiva y ventaja competitiva	202
6.2.5 Estrategias competitivas genéricas	204
6.2.5.1 Estructura del sector industrial y el balance de oferta y demanda	206
6.3 Estrategia liderazgo de costo	208

6.4 Estrategia de diferenciación.....	211
6.5 Enfoque de segmentación.....	215
6.5.1 ¿Se suelen mezclar las tres estrategias?	218
6.5.2 ¿Cuánto dura la posesión de una ventaja competitiva?	218
6.6 Proceso de formulación de estrategias.....	218
6.7 Artículo de interés	223
6.8 Caso empresarial: Luis Alejandro Páez Ramos, propietario de Ferretriplex	224
BIBLIOGRAFÍA	227