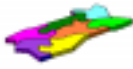




CAPITULO II

ASPECTOS TEORICOS SOBRE COMPETITIVIDAD

Alejandro Gutiérrez



ASPECTOS TEORICOS SOBRE COMPETITIVIDAD

La competitividad, como concepto, tiene una importante y decisiva connotación microeconómica, pues quienes compiten por mantener o ampliar su participación en los mercados son las empresas. No obstante, los aspectos que definen la competitividad de una empresa están determinados por factores endógenos y exógenos a la empresa misma. De este modo, la aplicabilidad de la teoría aborda todo el contexto en donde se desenvuelve la empresa, su sector o industria, la región, el país, las políticas públicas y, por supuesto, el entorno internacional.

Desde una perspectiva macro, en las regiones es posible conseguir y estimular los diferentes elementos que determinen la competitividad de una empresa: sus interrelaciones con las demás empresas, los encadenamientos de la producción y, en general, el desarrollo de los mecanismos que permiten la expansión de las capacidades competitivas.

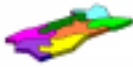
En este contexto, se ofrece la información básica de naturaleza de la competitividad a los fines del estudio de la economía merideña.

VENTAJAS COMPARATIVAS

La ley de las ventajas comparativas, enunciada por Ricardo, en el siglo XIX, y más tarde modificada por Haberler (1936), establece que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que puede producir a un costo relativamente más bajo (en términos de costo de oportunidad, en el uso de los escasos recursos de la sociedad). Por el contrario debe importar aquellos bienes en el que se es productor a costos relativamente elevados. No es la producción a menor costo en términos absolutos (ventajas absolutas) la que debe decidir sobre qué producir y sobre los patrones de comercio de cada país.

La conclusión más importante de la teoría de las ventajas comparativas, enunciada en términos de costo de oportunidad, es que con la especialización en bienes en los cuales se es relativamente más eficiente y con comercio internacional, cada país se beneficiará porque puede consumir por encima de sus posibilidades de producción interna (frontera de producción).

Otra forma (más empírica) de enunciar el principio de ventajas comparativas es el siguiente:



“Un país tiene ventajas comparativas en una determinada actividad productiva si ésta genera beneficios netos para la economía en su conjunto. Es decir, estos beneficios netos, estimados al verdadero costo de oportunidad de los recursos utilizados y bienes producidos (utilizando precios de eficiencia o precios sombra) son positivos.” (Masters, 1995).

En otras palabras, en un país, una actividad que genera beneficios netos para la sociedad, evaluada al verdadero costo de oportunidad de los recursos utilizados y los productos generados, se dice que es eficiente, y por lo tanto, tiene ventajas comparativas con relación a otras actividades y a otros países.

VENTAJAS COMPETITIVAS

A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN ALGUNAS DEFINICIONES:

“El grado en el cual una nación bajo condiciones de mercado libre y equitativo produce bienes y servicios que satisfacen la prueba de los mercados internacionales en tanto que simultáneamente mantiene y expande el ingreso real de sus ciudadanos” (U.S. Council on Competitiveness, 1987).

“La competitividad internacional de una economía nacional está construida sobre la competitividad de las empresas que operan en, y exportan desde ella. En gran medida ésta constituye la expresión de la voluntad de las empresas de competir y de su dinamismo así como de su capacidad de invertir e innovar, tanto como consecuencia de su gestión tecnológica como de su exitosa apropiación de tecnologías externas. Pero la competitividad de una economía nacional es algo más que el simple resultado de la competitividad colectiva o promedio de sus empresas; de muchas maneras diferentes, los rasgos y desempeño de una economía nacional considerada en su conjunto como una entidad con características propias, puede afectar la competitividad de sus empresas” (Comité de Política Científica y Tecnológica de la OECD, 1991).

“Es la habilidad de una industria para obtener beneficios y mantener o ganar participación en los mercados nacionales o internacionales” (Canadian Task Force on the Competitiveness of the Agrifood Industry, 1991).

Este último concepto de competitividad es bastante amplio y el mismo podría ser utilizado para una empresa o sector. Pero la competitividad de una empresa o sector dependerá de un conjunto de factores (cadena de valor para la empresa;



Diamante de Porter para un sector, industria o grupo de empresas). Obsérvese también que el concepto enfatiza que se puede ser competitivo en el mercado nacional o internacional, o simultáneamente en ambos.

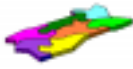
Es importante señalar que el concepto de ventajas competitivas es de carácter privado. Los beneficios de la empresa pueden estarse obteniendo sin que los recursos utilizados y los productos generados se valoren al verdadero costo de oportunidad para la sociedad (ej. Proteccionismo, Subsidios, fallas de mercado, etc.). Es decir, mientras que el concepto de ventajas comparativas implica valoración a precios de eficiencia, las ventajas competitivas de una empresa o de un sector se pueden estar obteniendo aunque los beneficios netos para la sociedad sean negativos (ser competitivo sin ventajas comparativas). Esto remite al problema de analizar las fuentes de ventajas competitivas, pues aunque las empresas estén incrementando su participación en los mercados y obteniendo beneficios, la sociedad como un todo puede estar obteniendo pérdidas. En consecuencia, el desafío para una empresa, industria o sector, desde el punto de vista privado, es mantener su competitividad; esto es, obtener beneficios y mantener o ganar participación en los mercados. El desafío para un país (o región) es lograr que sus empresas, industrias o sectores mantengan o eleven su competitividad al menor costo para la sociedad, de manera tal que se promueva la máxima ganancia de bienestar.

Desde la perspectiva de las políticas públicas lo deseable es promover y estimular la competitividad de empresas, industrias o sectores que, a su vez, tengan ventajas comparativas, es decir que generen beneficios netos para la sociedad y sean altamente eficientes desde el punto de vista social (no requieren de exagerados niveles de protección ni de apoyo gubernamental).

En síntesis, moverse en la dirección correcta en términos de políticas es estimular y promover la competitividad de actividades productivas con ventajas comparativas.

En otros trabajos (IESA, 1997) se ha señalado la importancia de destacar a las regiones como el escenario adecuado para evaluar la competitividad de las empresas, sectores o industrias. Dicha competitividad está determinada por factores exógenos (políticas nacionales y regionales, factores ambientales y agroclimáticos, existencia de conglomerados o agrupaciones de empresas que se apoyen mutuamente, sistemas de innovación y otros) y endógenos (capacidad gerencial y estrategia, tecnología utilizada, recursos humanos, cadena de valor de la empresa, etc.).

Así, aunque existan estrategias para mejorar la competitividad al nivel nacional, también pueden desarrollarse estrategias para el fomento de la competitividad de las empresas que operan en una región. Los gobiernos regionales, apoyados en el proceso de descentralización en marcha, pueden desarrollar estrategias específicas en coordinación con el sector privado, con la finalidad de promover la eficiencia productiva, la captación de nuevos mercados y, en suma enfrentar con



éxito el desafío de la globalización. Una estrategia de desarrollo regional, destinada a mejorar la competitividad debería promover la creación en el seno de la región de: externalidades positivas (infraestructura, servicios públicos eficientes y accesibles, capacitación de recursos humanos, etc.), aglomeraciones industriales de empresas que se apoyen mutuamente y generen una cadena de valor que favorezca la competitividad, sistemas de innovación tecnológica, ambiente propicio para la inversión, burocracia eficiente al nivel estatal y municipal, ambiente para la competencia y la sana rivalidad que conduzca a una mayor eficiencia de las empresas, etc.

FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD (EL DIAMANTE DE PORTER)

En su estudio sobre Las Ventajas Competitivas de las Naciones, Porter (1990) concluyó que:

- Las empresas obtienen y sostienen sus ventajas competitivas a través del mejoramiento y la incorporación permanente de innovaciones. Esto debe ser un proceso que exige acciones e inversiones continuas. Los países triunfarán si sus circunstancias nacionales proporcionan un ambiente que estimule el mejoramiento y la innovación.
- Existen factores determinantes generales de la ventaja competitiva (competitividad), los cuales estimulan o limitan a las empresas nacionales. Estos factores determinantes conforman un ‘diamante nacional’ que se relaciona y refuerza internamente entre sus componentes.
- Los componentes del “Diamante de Porter” son los siguientes:
 1. Condiciones de los factores.
 2. Condiciones de la demanda.
 3. Industrias relacionadas y de apoyo.
 4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.
- Otros factores: el gobierno y los hechos fortuitos.

CONDICIONES DE LOS FACTORES

Se refiere a la posición de la nación (o región) en factores de producción (tierra, recursos naturales en general, condiciones agroclimáticas, recursos humanos, infraestructura, servicios básicos, universidades, centros (programas) de investigación, capacitación y transferencia de tecnología, recursos de capital, etc.). Los factores pueden ser clasificados en:



- **Factores Básicos:**

Son aquellos previamente heredados o creados con inversiones moderadas (recursos naturales, condiciones agroclimáticas, paisaje, mano de obra no calificada y semicalificada).

- **Factores Avanzados:**

Son aquellos desarrollados a partir de la inversión permanente y continua en capital humano y físico (recursos humanos altamente calificados, centros (programas) de investigación, capacitación, y transferencia de tecnología, infraestructura de alto nivel (telecomunicaciones, vialidad, servicios en general).

Otra forma de clasificar los factores:

- **Factores generalizados:**

Aquellos que son útiles para varias o la totalidad de actividades productivas y sectores económicos (autopistas, universidades, servicios públicos, etc.).

- **Factores especializados:**

Son los que resultan importantes o vitales para una determinada industria o sector (centros de investigación, capacitación y transferencia de tecnología altamente especializados; producción de un insumo o materia prima no común, infraestructura especializada, sistemas de información o investigación de mercados, etc.)

Las ventajas competitivas requieren de factores de todo tipo, pero las industrias, sectores y actividades productivas que se sustentan en factores básicos y generalizados pueden ser fácilmente duplicados y desplazados del mercado por los nuevos competidores. Los factores básicos y generalizados pueden ser importantes en ramas de actividad que requieren poca tecnología (sector agrícola). Muchas veces la abundancia de factores básicos se confunde con riqueza y desestimula la creación de factores avanzados y especializados que son la fuente más importante de ventajas competitivas. Los factores creados (avanzados y especializados) son en la actualidad la principal fuente de ventaja competitiva. De allí que las naciones que invierten en la creación de factores son aquellas que mayor competitividad alcanzan.

CONDICIONES DE LA DEMANDA

Se refiere a la naturaleza y características de la demanda doméstica. Las naciones (regiones) pueden ganar ventajas competitivas derivadas del tamaño del mercado, las tendencias de la demanda y por sobre todo de la forma como las empresas perciben, interpretan y responden a las necesidades de los consumidores. Los elementos más importantes a tener en consideración sobre las condiciones de la demanda son los siguientes:



- **Composición y segmentos de la demanda:**

Las empresas tienen mayor probabilidad de lograr ventajas en aquellos segmentos de la demanda que representan una importante porción de la demanda en el mercado nacional (regional) pero que también representan una participación menor en otras naciones. Producir masivamente para el mercado nacional o local genera un aprendizaje y experiencia que puede convertirse en factor clave para captar nuevos mercados. Igualmente es importante que las empresas diferencien a sus clientes segmentando los mercados y aprovechando las ventajas y potencial para crecer en ciertos nichos.

- **Anticipación a las necesidades de los consumidores:**

Es la capacidad de las empresas locales para anticiparse a la demanda, lo cual le da a las empresas una idea clara de las necesidades emergentes de los consumidores nacionales y posiblemente en el extranjero. Anticiparse a las necesidades de los consumidores se convierte en una importante fuente de competitividad, y ello requiere el análisis permanente de los mercados y sus tendencias.

- **Consumidores exigentes:**

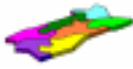
También las empresas pueden ganar en competitividad porque tienen clientes exigentes que les obligan a mejorar su desempeño y elevar la calidad de los productos a ofrecer en el mercado.

- **Tamaño y crecimiento de la demanda doméstica:**

Una demanda creciente y de gran tamaño podría estimular la obtención de economías de escala en el mercado doméstico y perfeccionar sus productos. Contradictoriamente, este factor podría servir de desestímulo, en algunos casos, para incursionar en otros mercados más exigentes. La saturación temprana del mercado nacional podría servir también de estímulo para exportar hacia otras regiones o países. Asimismo, un rápido crecimiento de la demanda doméstica podría incrementar las inversiones en bienes de capital y la adopción de nuevas tecnologías.

EXISTENCIA DE INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO

La disponibilidad de eficientes proveedores de insumos, tecnología, servicios de asistencia técnica, compradores para los productos, eficientes servicios de transporte y comercialización, etc. Genera sinergia e interacciones que potencian la competitividad de las empresas. Es por ello que el estímulo a la conformación de conglomerados o agrupamientos industriales (*clusters*) es importante para el desarrollo de la competitividad.



ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS

Se refiere al entorno legal que facilita o desestimula creación de empresas y la competencia, las actitudes hacia la innovación y la competencia, la existencia de rivales que impulsen la creatividad, las inversiones y la innovación para posesionarse del mercado. Los mercados imperfectos con poca competencia y rivalidad se convierten en trabas para la introducción de innovaciones y desarrollo de estrategias competitivas. Las estrategias de las empresas para mantener o aumentar su participación en los mercados es un factor endógeno de competitividad.

EL ROL DEL ESTADO Y DEL GOBIERNO

Crear las condiciones de estabilidad macroeconómica, las economías externas positivas y en general tratar de potenciar los elementos positivos del diamante nacional de la competitividad (Diamante de Porter). Las políticas públicas desde esta perspectiva son una fuente de competitividad en tanto que crean el entorno y las señales que sirven de guía para la toma de decisiones de las empresas. La inestabilidad macroeconómica, la indefinición de políticas apropiadas, la insuficiente inversión pública en infraestructura, capital humano, saneamiento ambiental, investigación, desarrollo y transferencia de tecnología se convierte en obstáculo para el desarrollo de la competitividad.

LOS HECHOS FORTUITOS

Se desarrollan fuera del control de las empresas y generalmente también de los gobiernos nacionales. Un hecho fortuito favorable a la competitividad son los descubrimientos científicos por obra de la casualidad. Hechos fortuitos en contra de la competitividad son las guerras, los desastres naturales, las plagas y enfermedades.