



EL PARADIGMA COMPETITIVO UNA MIRADA A LATINOAMÉRICA

Eco. Dargenis La Rosa Torres

Universidad Politécnica Salesiana. Quito. Ecuador

dargenis201397@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Dargenis La Rosa Torres (2016): "El Paradigma Competitivo una mirada a Latinoamérica", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/la/16/competitividad.html>

Resumen.

En las últimas décadas se ha emprendido en América Latina políticas en aras de fomentar las pequeñas y medianas empresas y mejorar la competitividad de los sistemas productivos de la región, teniendo en cuenta la importancia de la creación de ventajas competitivas que permitan elevar su competitividad en los mercados internacionales, partiendo de que si bien las ventajas comparativas son importantes en este proceso, ellas de por sí solas no bastan para el logro de ese fin. Analizando el actual contexto de una economía mundial globalizada, y como ésta no siempre se presenta ventajosamente para estas economías, así como la necesidad de políticas gubernamentales que fomenten y propicien la competitividad de las empresas y de la región como bloque económico.

Abstrat.

In recent decades it has undertaken in Latin policies America in order to promote small and medium enterprises and improve the competitiveness of the productive systems of the region, taking into account the importance of creating competitive advantages to increase their competitiveness in international

markets, assuming that although the comparative advantages are important in this process, they in themselves are not enough to achieve that end. Analyzing the current context of a globalized world economy, and as this is not always the need for government policies that encourage and foster the competitiveness of enterprises and the region as an economic bloc is advantageously for these economies, as well.

Introducción.

La acelerada evolución económica en la mayoría de los países de América Latina que se inició en la década de los 80 de pasado siglo ha dejado en evidencia que, ni la apertura de los mercados internos de nuestros países, ni la desregulación económica, así como la liberalización y privatización han alcanzado para garantizar la competitividad internacional de nuestras empresas, que dé al traste con enaltecer la producción y la competitividad en nuestra región, y un crecimiento y desarrollo económico dominante. La brevedad posible

Es de vital importante tener en cuenta las modalidades de esquemas institucionales y por lo tanto las maneras y estilos de gestión pública que han adoptado los gobiernos de América Latina para favorecer políticas que incidan en el desarrollo productivo y que respalden una adecuada y creciente evolución de los sistemas locales y regionales de empresas que generen un ambiente de mayor competitividad.

En este sentido y con distintas intensidades, a partir de la última década del siglo pasado, se emprendió en los diferentes países de América Latina un rumbo de corte territorial en cuanto a sus políticas de desarrollo productivo y de protección y fomento a las pequeñas empresas, y que fuera más relacionado con los objetivos de crear y mejorar las capacidades competitivas de los sistemas productivos de la región. La productividad que se fomenta y se introduce con un marcado aspecto regional tiene por lo general varias ventajas, en primer lugar, de contar con una orientación más cercana a la demanda de las empresas, lo cual se manifiesta en una mayor cercanía a los "clientes". En segundo lugar, puede ser dirigido hacia sistemas locales de empresas, más

que hacia empresas individuales, lo que crea positivos beneficios de afluencia de empresas, permite además estimular los procesos y técnicas de adiestramiento mediante interacción, y favorece, por lo tanto, la innovación en las actividades económicas.

Desarrollo.

Autores como M. Porter y, P. Drucker) coinciden en que tanto los países como las empresas que han logrado resultados exitosos en el comercio mundial son los que han diseñado y puesto en ejecución estrategias competitivas. Coinciden también en que el término competitividad supone un escenario internacional de referencia.

La competitividad la podemos relacionar a una capacidad de liderazgo que permite atender segmentos cambiantes y cada vez más exigentes del mercado mundial. Definitivamente un prerrequisito para llegar a ser competitivo es tener ventajas comparativas, pero éstas dentro de los estudios económicos contemporáneos se hallan en un término mucho más antiguo en comparación con las competitivas y de ahí la importancia de dejar claro lo que distingue a cada uno de estos términos.

Para precisar acerca de la “ ventaja comparativa” acudiremos a su autor el economista británico David Ricardo quien argumentara que a un país le conviene especializarse en la producción de aquellos productos en los que tenga menos desventajas, y como en base a ello, tanto el comercio exterior como los precios dentro del mercado internacional de un producto se establecen de acuerdo a los costos de trabajo dentro de las fronteras de cada país, en esencia podemos decir que un país posee ventajas comparativas cuando el costo de producir un determinado bien, comparándolo con el costo de otros bienes que hayan sido producidos en ese mismo país sean menores.

E. Porter en su obra "Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior" hace una definición de "ventaja competitiva" como la utilidad que una empresa es capaz de generar para sus clientes y esto en tal sentido se puede traducir en precios de producción más bajos. Dicha utilidad se define como la cantidad que los clientes están dispuestos a pagar por los

productos de una empresa, o sea el valor, siempre y cuando este "valor" sea superior a los costes de producción, se dice que el producto es competitivo.

Pero no todos los que poseen ventajas comparativas logran alcanzar posiciones de liderazgo competitivo. Hasta la última década del siglo pasado se diferenciaban las ventajas comparativas naturales (ejemplo, los yacimientos de minerales con que cuentan los países de la región) de las ventajas comparativas dinámicas (que implica desarrollar proyectos para que esos metales puedan extraerse y poderlos llevar a los mercados de destino). Pero, al hablar de ventajas competitivas es necesario añadir un elemento adjunto: no basta tener los menores costos sino también de ser dominantes para un determinado mercado en el mundo.

En la economía moderna se van dando cada vez más pasos hacia dejar de competir sobre la base de ventajas comparativas y competir sobre ventajas competitivas que resulten de productos únicos, incrementando la competitividad pero en base a especialización de la fuerza de trabajo y de procesos de producción que se sustenten en las nuevas tecnologías en constante desarrollo y que aumenten la eficiencia de dichos procesos. Las economías van dejando a un lado la dependencia de mano de obra barata y de recursos naturales y se va comenzando a potenciar la optimización de los recursos creando productos y generando servicios de mayor calidad, con una alta calidad y competitividad dentro de los mercados internacionales, no obstante como señalábamos anteriormente estos dos términos no son independientes, sino por el contrario están unidos el uno con el otro, pues las ventajas competitivas se edifican sobre las comparativas. De ahí la importancia del aprovechamiento de las oportunidades que en este sentido pueden brindar los gobiernos, el Ecuador con productos como cacao, banano, petróleo entre otros afianzados en el cambio de la matriz productiva que impulsará definitivamente la industria ecuatoriana generando nuevas alternativas de mercado y rompiendo con ese viejo paradigma.

Definitivamente el paradigma competitivo ha eliminado a los antiguos paradigmas basados en la abundancia de recursos naturales o en la

abundancia de mano de obra local. Hoy la competitividad se hace; nadie nace siendo competitivo.

Competitividad, globalización y el papel de las empresas.

En realidad la globalización en muchos de los casos no se presenta para los países de la región como una matriz de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en toda su magnitud, sino que por lo general ocurre todo lo inverso, y esto sucede porque sus fortalezas y oportunidades expresan la lógica y a las necesidades del capital y profundizan las amenazas y debilidades que por razones históricas ya tienen los países de la región.

Si bien es cierto que la globalización es un fenómeno esencialmente económico y financiero, es también política, social, cultural y comunicacional, que afecta a todas las esferas de la sociedad, y es que este fenómeno desde la perspectiva de la comunicación tenemos que decirse que, los modelos de interacción social y las maneras más dinámicas de información que se están promoviendo de manera muy progresiva para crear nuevos fundamentos en cuanto a identificación política y cultural.

Y es que por un lado la globalización de la economía mundial debe ser comprendida como un momento cualitativamente diferenciado y particular en el proceso de internacionalización de las relaciones capitalistas de producción. Y por el otro lado la globalización es también un proyecto que ha sido conscientemente orientado y que se ha manifestado mediante la doctrinas que hoy es el neoliberalismo.

Frecuentemente al abordar el desarrollo del proceso de globalización se hace abstracción de las relaciones sociales de producción en que se desenvuelven y sólo se analiza desde el punto de vista del impacto del desarrollo tecnológico. Esto coadyuva a sustituir los conceptos de internacionalización del capital como proceso y en consecuencia quedan en un segundo plano las relaciones de explotación de que es portador el capital monopolista transnacional.

La internacionalización del capital en los últimos años ha ido acompañada de cambios significativos en base a las nuevas tecnologías y plantea nuevos retos

en cuanto a la competitividad internacional de las empresas y las economías nacionales y en tal sentido la política pública desempeña un papel trascendental en el éxito competitivo, de ahí la importancia de enfatizar aquellas medidas que desde los gobiernos se puedan fomentar y den al traste con la construcción de ventajas competitivas y en igual sentido implementar estrategias competitivas en aquellos sectores específicos en los cuales cada país puede competir a partir de la participación de sus pequeñas y medianas empresas en el comercio internacional, como lo ilustra la experiencia del crecimiento de la economía china que contradice la apreciación de algunos expertos de la CEPAL cuando sostienen la imposibilidad de desarrollar competitivamente la economía de un país a partir de la pequeña y mediana empresa. Si la región logra concentrar esas pequeñas y medianas empresas altamente especializadas a través de organismos regionales y aprovechando las economías de escala y las ventajas que en términos de costo estas empresas podrían obtener gracias a la expansión, podemos alcanzar niveles óptimos de competitividad e ir avanzando hacia niveles mejorando infraestructuras y áreas de innovación junta a una mejor fuerza de trabajo más educada y preparada, medidas estructurales que mejoren el entorno de los negocios, el ir adoptando estas medidas paulatinamente coadyuvarían a aumentar la capacidad competitiva de la región mediante la diversificación de la economía sustentada en producciones con mayor valor añadido.

Una estrategia competitiva tiene su sustento en políticas que resuelven permanente el incremento de la productividad del trabajo, respaldadas en aumentos de la eficiencia y la calidad así como en base a precios más bajos que los de la competencia como explicábamos anteriormente, o en productos o servicios diferenciados, y en éste caso, la diferenciación puede basarse en diferentes aspectos tales como: marca, ubicación geográfica, tecnología, servicio, oportunidad de entrega entre otros, también es posible hacer ventajas competitivas a partir de la diferenciación: poder en el producto, la segmentación de mercados: poder en el cliente, cadena de valor: poder en la industria y tecnología: poder en la categoría.

Existen en los diferentes países y sectores económicos una serie de ejemplos de liderazgo competitivo. Lo interesante es que países de tamaño económico

mediano o pequeño como los de la región pueden también aspirar a lograr un liderazgo competitivo para determinados segmentos del mercado mundial. No sólo son capaces de triunfar aquellas empresas de alcance global, sino que hay muchas otras empresas pequeñas y medianas que pueden convertirse en líderes para una parte del mercado. También es ineludible buscar el liderazgo no sólo en la producción del bien o servicio final; también debemos aspirar a ser los líderes competitivos de productos o servicios intermedios.

Un entorno macroeconómico estable es una condición necesaria pero no suficiente para lograr el éxito competitivo. La estabilidad macroeconómica, el mantenimiento de las reglas de juego ayudan a generar confianza y un clima adecuado para las inversiones y, en general, para la adecuada y oportuna toma de decisiones. Sin embargo, se requiere asimismo un entorno competitivo en el que muchos son los que deben participar para conseguirlo, sobre todo en el ámbito territorial, cada vez se hace más necesario e importante crear instrumentos y políticas públicas de gestión que vayan encaminadas a estimular e impulsar el aprovechamiento y explotación de los recursos locales para promover nuevas condiciones de desarrollo basados en las potencialidades de las economías de cada uno de los territorios complementadas en indispensables políticas nacionales de desarrollo.

Hoy más que nunca se hace necesario innovar en los sistemas locales de empresas para hacerlos más competitivos frente a la hegemonía de las transnacionales, y por lo tanto esto demanda planes de desarrollo desde el punto de vista de la organización social, proyectos de desarrollo sustentados en consentimiento de las partes y que interpreten a todos los actores territoriales que puedan compartir un enfoque común en cuanto a las áreas estratégicas las cuales tendrían que impulsar. Nuestra región cuenta con un particular contorno productivo y de servicios, en el cual muchas de sus mejores ventajas se encuentran relacionadas a recursos minerales, la acuicultura y el turismo, entre otros, por lo tanto en estas áreas toda política que se proponga hacia la modernización del sistema empresarial debería tener muy en cuenta toda la componenda productiva local y regional. Por lo tanto esto puede y debe ser abordado definitivamente mediante una visión nacional desde el centro de cada país pero además regional a través de los organismos regionales de

integración. Esto no se puede traducir de ninguna manera desde el punto de vista estratégico y por supuesto de asignación eficiente y eficaz de los recursos, en que se pueda o se tenga que atender a todas las empresas de la región, porque necesariamente algunas de ellas deberán desaparecer acorde a la propia dinámica de los mercados.

Políticas gubernamentales que propicien la competitividad (factores).

Se requiere de gobiernos que apoyen la competitividad con políticas concretas y con creación de infraestructura, los gobiernos deben asumir nuevos retos al crear y mejorar capacidades competitivas que hagan evolucionar los sistemas productivos locales, porque si bien son las empresas las que luchan en los mercados, esa capacidad de lucha y de competitividad se pudiera robustecer si el medio facilitara esta dinámica.

La lógica horizontal, congruente con la idea de construcción social de los territorios y, más específicamente, con la idea de construir territorios innovadores y competitivo; a diferencia de la vertical que está más orientada a la lógica de las empresas transnacionales que pueden segmentar sus procesos productivos para comercializar espacialmente sus producciones, lo cual promueve el privilegio de criterios de selectividad territorial mediante la valorización de un número reducido de territorios dotados de una serie de elementos estratégicos para la expansión y competitividad de sus empresas.

Si tenemos en cuenta esto podemos afirmar entonces que la creación de ventajas competitivas tiene una representación acentuadamente local, y en tal sentido la estructura económica nacional se puede expresar en torno a cadenas productivas locales que favorezcan el progreso e impulso de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

Sin dejar de enfatizar el marcado significado que tienen en ésta nueva sociedad del conocimiento y la información, las capacidades de innovación y aprendizaje que por supuesto están presentes en la localidad y que podrían y deberían explotarse más.

Preciso recalcar el significado que tiene la asociatividad en cuanto a competitividad se refiere, y en tal sentido hoy nuestras pequeñas y medianas

empresas, que por cierto juegan un papel preponderante dentro el aparato económico productivo de nuestros países están en la necesidad de mejorar la forma en que compiten, hoy tienen ante sí el ingente desafío de alcanzar un rendimiento permanente y sostenido con altos niveles de rentabilidad y competitividad que les permita lograr una adecuada sostenibilidad en su ejercicio durante un prolongado tiempo. Y por supuesto este resultado tendrá que ser logrado en un contexto que es cada vez más globalizado como ya explicábamos, y donde la lucha por las ventas, por captar mercados, y la competencia entre empresas de diferentes países forma parte del quehacer diario.

En nuestra región las pequeñas y medianas empresas juegan un papel preponderante no solo porque forman la mayoría de las empresas, sino por el porcentaje elevado de empleo que de ellas dependen, y del nivel de producción total de bienes y servicios dentro de las economías. Por lo tanto todo esfuerzo para mejorar la competitividad de la estructura productiva de la región, demanda irreparablemente, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

La asociatividad entre pequeñas y medianas empresas.

La asociatividad como estrategia responde a la imposibilidad de las empresas de ser completamente independientes a la hora de alcanzar sus objetivos, a pesar del tamaño y los recursos que puedan acumular. Uno de los principales motores que impulsan a las empresas a acoger este tipo de estrategia es la necesidad constante de contar con mayores recursos a los que puedan acceder individualmente

Y en este sentido la asociatividad pudiera ser uno de los mecanismos de colaboración entre las pequeñas y medianas empresas que coadyuvan al fortalecimiento de éstas y de sus ventajas competitivas.

Debemos de entender la asociatividad como un mecanismo de cooperación mutua entre PyMEs, en el que cada empresa asociada decide voluntariamente ser parte de un esfuerzo conjunto con los otros participantes y de esta forma, alcanzar un objetivo común, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial (Rosales, R., 1997).

Definitivamente el colaborar y articular esfuerzos entre PYMES podría ser una herramienta eficaz en el logro de mayor competitividad, y en estos momentos más que nunca existe un amplio consenso de que la competitividad de las economías a nivel global dependen cada vez más de que las redes de PYMES sean cada vez más participativas, y que sean desde el punto de vista cooperativo muy eficientes

La cooperación y la articulación de esfuerzos entre PyMEs contribuyen eficazmente a solucionar restricciones de mercado y según Puyana, D. (2004), existe un consenso cada vez mayor de que la competitividad global de las economías depende más de la posibilidad de que la red de PyMEs sea interactiva y cooperativamente eficiente.

Esta es una elección factible y realizable para que las PyMEs apliquen mecanismos de colaboración y participación recíproca, así como de acción conjunta que contribuyen a la mejora de la posición competitiva de las empresas en el mercado, que les permita adquirir una estructura más consistente y competitiva. El trabajo conjunto entre las PyMEs podría permitirles tener acceso con mayor facilidad a servicios especializados de tecnología, de compra de insumos, de comercialización, de financiamiento, etc., y por supuesto esto facilita el surgimiento de economías de escala que permitan tener acceso a mercados globales con productos diferenciados y acceder a aquellos insumos estratégicos a los cuales estas empresas no podrían tener acceso de manera individual.

Las empresas son actores que pugnan directamente en los mercados entonces son ellas las que crean y conservan las ventajas competitivas que son el método a través del cual las mismas tratan de precisar e implantar como competir en un sector, las empresas pueden lograr ventajas competitivas al pensar nuevas maneras de llevar a cabo su trabajo y utilizar nuevos procedimientos, utilizar nuevo insumos y tecnologías, unido a una tejido de actividades interrelacionadas mediante un sistema interdependiente como cadenas de valor.

Referencia Bibliográfica:

- Paul Krugman, Robin Wells. (2007). Macroeconomía, Introducción a la economía: Ventaja Comparativa y Ventaja Absoluta. Barcelona: Reverte.
- Porter, M.E (1991) Las ventajas competitivas de las naciones, Plaza James Editores, Barcelona.
- Pérez Soto Olga. Internacionalización del capital. Una respuesta socialista.
- Castro Fidel. Globalización neoliberal y crisis económica global. Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado. La Habana, 1999. pp. 59-79, 143-149.
- MATTELART, Armand: La mundialización de la comunicación, Ed. Paidós Comunicación, Barcelona, 1998
- HERMAN, Edward S. y McCHESNEY, Robert W.: Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo, Ed. Cátedra, Madrid, 1999.
- REVISTA DE LA CEPAL 85 • ABRIL 2005. DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL EN AMÉRICA LATINA.
- David Ricardo. Principios de Economía Política, Madrid, Ediciones SARPE, 1985
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2006. Estudio Económico de América Latina y el Caribe. CEPAL, Naciones Unidas. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/26135/lcg2314e.pdf>.
- Cabal, M. 2006. Análisis de políticas y programas de apoyo a la competitividad de la MIPyME en Centroamérica. CENPROMYPE. Consultado en mayo del 2008. Disponible en: http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=info_10732_1_05102006.pdf.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. 1998. Promoción y mantenimiento de agrupaciones y redes para el fomento de las PyMEs. Consultado en agosto de 2008. Disponible en: <http://www.unctad.org/Templates/Download.asp?docid=573&lang>.
- Dini, M.; Mazzonis, D.; Pérez, R. 2006. Acciones colectivas: Generación de confianza y cooperación para la competitividad. Consultado en mayo del 2008.

Disponible

en:

<http://www.iadb.org/publications/search.cfm?language=Spanish&searchLang=S&keywords=&title=acciones+colectivas&author=&topics=&countries=&resCategory=&fromYear=&toYear=&x=0&y=0>