

La competitividad... ¿a qué se refiere?

Luís Francisco Ramírez Díaz*

Resumen

Este trabajo, hace un análisis acerca de la definición de competitividad, invita a la reflexión en torno a este tema y propicia una crítica que se basa en la facilidad con que se aborda, sin dimensionar adecuadamente sus alcances.

Se trata de establecer una diferencia conceptual entre competitividad y competencia, viendo este último aspecto desde la perspectiva del mercado. El trabajo finalmente concluye con la consideración de la empresa como parte de un sector, escenario que propicia las condiciones para la medición de la competitividad.

Palabras claves: Competitividad, propósito, capacidad, competencia, medición de la competitividad, definición, innovación.

Clasificación JEL: G19.

* Administrador de Empresas, Especialista en Finanzas, Magíster en Ciencias Económicas. Cargo actual, Docente de Tiempo Completo Ocasional, en la Escuela de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia en Tunja. luisfran1@yahoo.es

Abstract

This work makes an analysis about competitiveness definition, it invites to the reflection around this topic and it propitiates a critic that is based on the easiness with which it is approached, without sizing its reaches appropriately.

It is tried to establish a conceptual difference between competitiveness and competition, seeing the later from marketing perspective. The work finally concludes with the consideration of the company like part of a sector, scenario that propitiates the conditions for the mensuration of the competitiveness.

Key words: Competitiveness, purpose, capacity, competition, competitiveness mensuration, definition, innovation.

JEL Classification: G19.

Introducción

La palabra competitividad, se ha venido utilizando con gran énfasis desde las dos últimas décadas, especialmente en escenarios conformados por gobiernos, estados, empresas, empresarios y universidades, entre otros; casi siempre para señalar el éxito o el fracaso de un agente económico, en el proceso de generación del valor agregado o para establecer un punto de referencia que permita evaluar el buen desempeño económico de un Estado, de una empresa, de un sector, o de cualquier otro agente económico. Este aspecto es entendible, pues cada uno de los agentes económicos, contribuyen directa o indirectamente en la obtención de resultados que reflejan una economía, un grupo económico, un sector social o simplemente una organización funcional. Tan sólo las pequeñas y medianas empresas han venido desempeñado papeles importantes en el comportamiento de los P.I.B de las naciones, lo que puede convertirlas en objeto de análisis a la hora de medir la competitividad.

A este respecto, Enrique Barriga, señala: "El rol de las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico de los países, es particularmente importante, aspecto que se ve aún más relevante, al analizar la participación que éstas han alcanzado en los últimos años en el sector empresarial y su aporte al valor agregado en países que presentan niveles de desarrollo importantes como Japón, el Reino Unido, Estados Unidos, Francia y Alemania".² Este hecho ha ido creando un escenario caracterizado por el

² "La pequeña y mediana industria frente a la apertura económica". Revista Universidad EAFIT N° 90, 1998. p. 23-47.

éxito de algunas empresas, que al ubicarlas en el sector al cual pertenecen, se les puede calificar como más o menos competitivas.

Pero la pregunta que un determinado lector, se formula en este sentido está relacionada con la concepción de la palabra competitividad: ¿cuál es su escenario de acción?, ¿qué agentes económicos se pueden involucrar en los alcances de la palabra competitividad?, ¿cómo establecer la diferencia entre competitividad y competencia, o entre competitividad y ventaja competitiva?

En el presente texto pretendo hacer un acercamiento a la definición de competitividad y un análisis acerca de las respuestas a los cuestionamientos que hicimos en el párrafo anterior.

¿Qué es la competitividad?

Desde la década de los ochenta del siglo pasado la competitividad ha venido convirtiéndose en una palabra de moda, una meta o propósito obligado para planes de desarrollo, objetivo esencial y estrategia de desarrollo empresarial, tema de foros, seminarios, editoriales, entre otros.

Hay quienes presentan a la competitividad como la condición sin la cual no sería posible hacer uso de las bondades y las proyecciones que en un momento dado, puede ofrecer al comercio internacional. Otros sólo se atreven a escuchar y a dejar pasar todos los argumentos pobres o bien fundamentados que de alguna forma se relacionan con este término. También hay quienes enfocan a la competitividad como un esquema que orienta el capitalismo liderado por las grandes potencias. Pero ¿qué es realmente la competitividad?

De acuerdo y con base en los escritos recientes, todo el que se interese por el tema y crea que está hablando de competitividad, orienta su intervención a un tema de general aceptación, pero hay pocos que se aproximan a lo que esto significa realmente. Para mí, es un tema fundamental que forma parte de la convergencia de la economía actual, que ha venido convirtiéndose en algo apasionante, pues cada vez que se descubren nuevas cosas se alimenta de una forma sustancial el debate y se amplía el espectro de posibilidades, en torno a las cuales se puede abordar.

En este mundo de la competitividad habría que diferenciar tres aspectos que permitirán abordar el tema con más precisión, interpretando el proceso histórico que lo ha llevado a convertirse en el punto de referencia de los diferentes agentes económicos a la hora de medir los resultados obtenidos en un tiempo determinado.

El primero define qué tan competitiva puede llegar a ser una empresa, para lo cual habría que situarla en un escenario dinámico que involucre el sector al que pertenece y a la economía del país en que se encuentra. El segundo aspecto que habría que analizar es la evolución que debe tener una empresa en el tiempo; desde lo económico y desde lo sistémico, para que se puedan identificar en ella importantes grados de competitividad. Igualmente habría que ver cómo el escenario económico se convierte en un aliado para que la empresa pueda entrar a un entorno competitivo y formar parte de él. Finalmente, un tercer aspecto que habría que identificar sería el de las condiciones que deben existir en el sector para que sus empresas puedan ganar competitividad.

Una interpretación de los planteamientos de competitividad realizados por Krugman, Porter y Klaus Esser³, permite llegar a la siguiente conclusión: éstos orientan su discusión hacia la identificación de escenarios estáticos que propician la competitividad en las empresas en un momento dado. Porter, desde el diamante de la competitividad, ubica a la empresa competitiva como el centro de un escenario formado por el mercado, la eficiencia en el proceso productivo, los sectores de apoyo y la estructura consolidada de la empresa. Krugman por su parte relaciona la competitividad con la productividad de las empresas, basadas en las innovaciones tecnológicas, organizacionales e institucionales. Finalmente Klaus Esser y otros plantean una competitividad a partir de lo sistémico, donde interactúan variables vistas desde los escenarios micro, meso, macro, y meta económicos, que de alguna forma inciden en la capacidad de la empresa para enfrentar los mercados de competencia a nivel nacional e internacional y le permiten converger hacia la obtención del éxito.

Pero ninguno de ellos plantea una definición precisa, acerca de lo que es un sector competitivo desde lo empírico, ni qué procesos deberían seguir sus empresas para ganar competitividad, aunque se han formulado teorías generales que dan cuenta de la competitividad. Para el caso del presente trabajo, las empresas se consideran como parte de un sector que mantiene una dinámica permanente, que les crea escenarios de participación que les permiten ganar grados de competitividad dentro y fuera de él.

Con base en estos planteamientos se puede deducir que el tema de la competitividad ha sido siempre analizado desde el interior de la empresa, desde la ubicación de la empresa en un escenario específico, pero no desde el punto de vista del demandante del producto o servicio, quien a la

3 Para un ampliación de las propuestas de estos autores ver: Porter, Michael. *La ventaja competitiva de las naciones*, Barcelona, Plaza y Janés, 1991. Krugman, Paul, MIT Press, *Strategic trade policy and the new international economics*, Cambridge, Massachusetts, 1986. Klaus, Esser et al. *Systemic Competitiveness*. 1999.

hora de consumir o utilizar el servicio o producto, es quien decide si lo acepta o lo rechaza. Es en este entorno donde se pueden dar las condiciones para que la empresa pueda llegar a ser exitosa, sobresalir, crecer, es decir, llegar a considerarse competitiva. Los estudios de mercado pueden aportar información para la medición de la competitividad, pero sólo desde el punto de vista macroeconómico.

Acercamiento a una definición

Como su nombre lo indica y según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, competitividad es la capacidad de competir. Definición que a simple vista no dice mucho, pero que al interpretarla puede significar la capacidad que tienen los agentes económicos de aprovechar escenarios favorables que se presentan en el mundo de la economía en forma permanente. Cuando este aprovechamiento de escenarios no cuenta con la connotación de permanente, no nos estaríamos refiriendo al tema de la competitividad. Pero también se puede decir que competitividad es la capacidad de sortear y salir de los escenarios pesimistas y poco alentadores que se presenten en el desarrollo de las actividades económicas y sociales de cada uno de los agentes económicos.

Ésta es una definición que sólo expresa lo que se ha conocido cacofónicamente como competitividad, pero igualmente competencia, y puede estar situada en este mismo contexto. La expresión 'estrategia competitiva', usada igualmente para tratar de ubicar el logro de objetivos predeterminados en algún campo y que resulta esencial en la toma de decisiones económicas de los inversionistas, de las empresas o de cualquier persona o entidad que busque un mejoramiento de la situación en que se encuentre, puede igualmente ser tomada como competitividad.

Sin embargo tan sólo se puede considerar la competitividad como una palabra extremadamente precisa, pero a la vez muy genérica, que no tiene límites. Este contraste que la convierte en una palabra mágica, que tiene el privilegio de forjar conductas y hacer volar la imaginación de los agentes económicos en torno a situaciones exitosas, es decir, de influir en la vida y obra de las personas, es la que tratamos de entender.

De otro lado, se puede concebir la competencia como una palabra sinónima de competitividad, según algunos tratadistas del tema, cuando se refieren a la estrategia competitiva. Ellos ubican a la competencia como parte de una lucha económica que los actores de un determinado mercado libran en la vida real, buscando el liderazgo en el mismo.

En este orden de ideas uno podría establecer tan sólo una diferencia entre quien es competente y quien es competitivo. Este último estaría enfocado

al agente económico que tiene habilidades suficientes para el ejercicio de la competencia.

La competencia, entonces, sería el resultado de la competitividad y estaría incluida en ella. Lógicamente que esto podría ser una concepción seria si sólo se hablara en términos de una economía cerrada, donde los conceptos de globalización y apertura no aplicarían como parte de las políticas económicas. Así las cosas, se entraría a definirla como un proceso mediante el cual se enfrentan grandes poderes y grandes capitales, que permiten o buscan la acumulación de riqueza.

En este sentido la competencia se puede considerar como el motor básico de la dinámica económica que se ve reflejada en el mercado, comandada por esa mano invisible que define hacia dónde se debe dirigir la oferta o la demanda de un producto o servicio determinado.

Como se puede apreciar, nos hemos involucrado en una serie de definiciones que giran en torno a la competitividad, a la competencia, a la estrategia competitiva, entre otras, para finalmente concluir, que aunque la palabra competitividad sea en la actualidad muy utilizada, se debe entender desde su propia perspectiva como algo fundamental en el logro del éxito, tanto de las pequeñas como de las grandes empresas del sector económico de un determinado país, o como algo fundamental a la hora de establecer las razones, por las cuales los Estados tienden a presentar importantes diferencias en el comportamiento de sus productos internos brutos y por lo tanto, en la calidad de vida de sus habitantes, o simplemente a la hora de evaluar el éxito de los seres humanos como personas, o como profesionales, o como simples ciudadanos de una pequeña o gran economía.

Lo cierto es que hoy, cualquiera que sea su condición, las personas deben enfrentar retos insospechados, que están gestándose como consecuencia de los procesos aperturistas y de globalización que enmarcan el desarrollo de la política económica del mundo moderno.

Históricamente la competitividad fue considerada como un factor importante de éxito en la época de David Ricardo, quien afirmaba que los países sólo podían exportar los productos en los cuales poseyeran ventajas comparativas, es decir, el costo de oportunidad del bien de exportación debería ser inferior al que generaba el mismo bien en el país que lo importaba. Posteriormente, se puede identificar que los determinantes de la competitividad han estado basados especialmente en la abundancia relativa de factores de producción, en las economías o en la posesión de abundantes recursos naturales. (Krugman, Economía Internacional, 2001).

Bajo estos enfoques, la competitividad de un determinado agente económico está basada en el grado de eficiencia de los mercados de un determi-

nado producto, de la estabilidad con que se comportan los precios de los mismos y del estímulo por parte del Estado a la explotación de factores y recursos que se puedan convertir en productos tangibles y satisfactorios de necesidades en el ser humano. No obstante, las nuevas teorías sobre el comercio local, regional o internacional hacen de la competitividad algo más complejo, al incluir en sus análisis la estructura misma del mercado y el comportamiento estratégico de la empresa como unidad esencial en la cadena de valor.

Ahora bien, con base en lo anterior, tratemos de acercarnos a lo que puede ser una empresa competitiva, aunque aceptar esta definición sería acotar el concepto en el tiempo para evitarlo. Nuestro análisis se orienta más a sustentar qué aspectos podrían permitir considerar una empresa competitiva.

El punto de partida es imaginar un escenario donde hay empresas que producen el mismo producto, en un mercado de competencia imperfecta. En ese mercado por lo general hay un líder, es decir, una empresa que es más conocida que las demás, o a lo sumo hay dos o tres empresas que se conocen bastante, aunque si se hace una investigación del grado de aceptación, en forma independiente, de cada una de ellas en el mercado, alguna obtiene diferencia a su favor. Esta empresa desarrolla estrategias que su estructura financiera y administrativa le permiten, y por lo general conduce a las demás a seguir su comportamiento, hasta cuando la capacidad productora, financiera, de innovación, de creatividad, entre otras, de alguna de ellas falle.

Según estos planteamientos, las empresas llegan a desarrollar una dinámica competitiva importante que las conduce al cubrimiento del mercado según sus capacidades de competir.

En este orden de ideas la pregunta es: ¿qué variables permiten identificar el grado de competitividad que pueden ir ganando las empresas de un determinado sector, en una economía? Y la respuesta podría estar orientada a la capacidad de responderle al mercado, a la innovación y al desarrollo tecnológico, lo que les permite producir bienes con características que despierten interés en los consumidores y que a su vez puedan optimizar sus factores de producción. Igualmente, a la cultura organizacional, la variación positiva en su estructura financiera, la mayor cobertura de mercado y a la participación del Estado, que proporciona la infraestructura física que permite dinamizar el proceso exportador.

Estas variables se constituyen en determinantes de la competitividad de las empresas dentro de un sector cuando su producto o servicio se enfrentan al *test* mental que realizan los consumidores a la hora de decidir

una compra. Este *test* involucra aspectos relacionados con la capacidad de compra del consumidor, la facilidad de hacer uso del producto o servicio, el conocimiento de estos, entre otros. Aspectos que finalmente definen el grado de aceptación que refleja el mercado por el producto o servicio.

En la medida en que un determinado sector gane aceptación en el mercado nacional o internacional sus empresas pueden ser cada vez más exitosas en el proceso de avanzar hacia la competitividad.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede concluir que un sector puede ganar competitividad en la medida que sus empresas tengan la capacidad financiera, administrativa, de innovación, de desarrollo tecnológico y cuente con aportes en infraestructura física que permitan responder a las exigencias de sus consumidores a nivel nacional o internacional.

La empresa gana competitividad en la medida en que aumente su grado de aceptación en el mercado, ya sea como empresa o a través de sus productos o servicios. Esto redundará en variaciones positivas de su estructura financiera, lo que le permitirá ser cada vez más agresiva en la conquista de nuevos espacios en el escenario del mercado. (Porter, Michael. *La ventaja competitiva de las naciones*, 1990)

Siguiendo con este mismo proceso de análisis, Garay afirma que la competitividad de una nación es el grado en el cual puede producir, bajo condiciones de libre mercado, bienes que satisfagan el *test* de los mercados internacionales e incrementen los ingresos reales de sus ciudadanos, conjugando así ambos enfoques de competitividad. A pesar de las críticas de diversos autores acerca de la competitividad nacional, se han realizado estudios comparativos acerca de ésta, donde se demuestra su relación con la evolución de la competitividad de las empresas, como lo señala el enfoque sistémico de la competitividad. Esto desde luego contribuiría con la configuración de un sector que se posea como tal y por lo tanto gane grados de competitividad. (Luis Jorge Garay Colombia: *Estructura industrial e internacional 1967-1996*. 1998).

Conclusiones

El tema de la competitividad se ha venido abordando con mucha frecuencia en diferentes escenarios del desarrollo económico mundial, pero sin mucha precisión sobre su dimensión y su cobertura, lo que obliga a generar debates que conduzcan a precisar su utilidad como factor de medición de resultados.

Para que la competitividad pueda ser abordada en cualquier escenario, se debe conocer con claridad la cobertura de su definición, el nivel en el cual

se va a manejar y acotar en el tiempo, pues una definición precisa puede dejar por fuera escenarios de importancia para su análisis.

El concepto de competitividad se debe manejar de una forma integral, donde converjan diferentes niveles de análisis. Lo que la convierten en un espacio de análisis dinámico, en el que las empresas que conforman un sector, evolucionen en una senda que las coloca como puntos de referencia, ya sea en el campo del éxito o del fracaso.

La competitividad se enmarca dentro de un escenario integral, formado por niveles macroeconómicos, microeconómicos y mesoeconómicos, que le permite a las empresas interactuar como parte de un determinado sector hasta convertirse en punto de referencia del mismo.

Referencias bibliográficas

"Aspectos positivos de las empresas altamente competitivas (2002)". *En: Revista Alta dirección, Barcelona.*

Banco Interamericano de Desarrollo. *Serie de prácticas del departamento de desarrollo sostenible.*

Bancoldex • Proexport IFI. (1999), *Política para la productividad y competitividad*, Presidencia de la República, Ministerio de Comercio Exterior, Departamento Nacional de Planeación, julio, Cartagena de Indias.

Barriga Manrique, Enrique (1998). "La pequeña y mediana industria frente a la apertura económica". *Revista Universidad EAFIT* N° 90, p. 23-47.

Bougrine, Asan. *Competitividad y comercio exterior (2001)*. *En: Revista Comercio Exterior*, septiembre, pp. 767-788.

Brenes, Esteban; Mons Willis; Madrigal, Kryssia, (2001), "Documentos de Trabajo, Proyecto Andino de Competitividad, Instituciones para la Competitividad" en *Colombia, Reporte Benchmarking*. Diciembre, CLACDS/ INCAE, Georgetown University.

Buitelaar, Rudolf M; Mertens, Leonard. "El desafío de la competitividad industrial". *En: Revista de la CEPAL*. No. 51. pp. 51 – 68.

Cámara de Comercio de Medellín y Departamento Administrativo de Planeación de Antioquia. (2001). "Sistema de Indicadores". *En: Revista Banco de la República*, agosto.

CEPAL, (2002). *Escalafón de la competitividad de los departamentos en Colombia*, diciembre.

- Chesnais, F. (1999). «Science, technologie et compétitivité», STI Revue, Nº 1, Paris.
- Chordá, Isidre March. *La medición del desempeño ante la innovación mediante el uso de indicadores y macro indicadores*, Universitat de Valencia.
- Ciark, K. (1987). Investment in New Technology and Competitive Advantage, In: D. J. Comisión mundial sobre ambiente y desarrollo de las Naciones Unidas, reporte Brundtland, Capítulo 2. p. 43.
- "Competitividad Comercial 1981-1995" en: Revista *Competitividad*, capítulo 14, pp. 559-573.
- Costa, María Teresa. (2004). *Determinantes de la innovación y efectos sobre la competitividad, el caso de las empresas textiles*. Barcelona.
- "Coyunturas de la pequeña y mediana empresa (2001)". En: Revista *Mercados pymes 2001*, Exportaciones, Análisis Sectorial, Indicadores Industriales. Colombia: Cámara de Comercio de Medellín.
- Esser Klaus y Hillebrand, Wolfgang. (1999). "Systemic Competitiveness." En: Revista *Economics. Instituto para la ciencia y la cooperación*. República de Alemania. Vol. 59. pp. 60-83.
- Essna, Diris. (1993). "Búsqueda de competitividad de la industria moderna Chilena", En: *Revista CEPAL* Nº 49. Abril. pp. 115-118.
- Frade Iñaki, (2000). "Características diferenciales de las pequeñas y medianas empresas fuertemente competitivas". En: *Alta dirección*, Nº 210, Abril, Barcelona. pp. 17 - 24
- Hernández, Melle, Mónica. (2001). "Competitividad internacional de las Pymes industriales españolas". En: *Revista papeles de economía española*. No 89 - 90 Barcelona, pp. 88-104
- Krugman, Paul. (1986) Strategic trade policy and the new international economics. Press, Cambridge, Massachusetts.
- "La pequeña y mediana industria frente a la apertura económica". En: Revista *Universidad Eafit*, No. 90.
- Garay, Luis Jorge, (1998). *Estructura industrial e internacional de Colombia 1967-1996*. Cali. Norma.
- Katz, Jorge. (2000). "Cambios Estructurales y Productividad en la Industria Latinoamericana, 1970-1996". Santiago de Chile. En: *Revista de la CEPAL* No. 71, pp. 65-84.

Marato, Juan Antonio. (2001). "Modelos comparados de Pymes en la Unión Europea". En: ACIN, Papeles de economía española. No.89 – 90, pp. 18 - 49

Porter, Michael. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Plaza y Janés,

Recibido el 26 de julio de 2006. Aprobado para su publicación el 26 de octubre de 2006.