

Cómo ser competitivos a las puertas del TLC

Jorge Gámez Gutiérrez y María del Pilar Buitrago Velandia¹

Resumen

El término competitividad, disímil en cuanto a su definición, refleja la situación de Colombia a las puertas de un TLC con Estados Unidos. En este artículo se presenta una breve visión del término a partir de la obra de Porter, acompañada de un esbozo del panorama competitivo del país.

Abstract

The term competitiveness, dissimilar in their definition, reflects the situation in Colombia at the gates of an FTA with the United States. This article presents a brief overview of the term from Porter's work, accompanied by an outline of the competitive landscape of the country.

Desde el enfoque microeconómico, las empresas se imponen parámetros como eficiencia, productividad y calidad, con el fin de lograr un desempeño superior al de sus competidores; la competitividad desde este punto de vista es una labor que le corresponde a los administradores de las empresas ya que sus esfuerzos se orientan al logro de los objetivos de la empresa que incluyen liderazgo, diferenciación y enfoque.

Desde la óptica macroeconómica, el Estado persigue el uso correcto de los elementos de la política económica con el objeto de crear situaciones favorables que permitan un desempeño óptimo de las empresas.

La propuesta de Porter

Michael E. Porter ha desarrollado un marco conceptual para la ventaja competitiva en los ámbitos empresarial (cadena de producción de valor genérica), industrial (las cinco fuerzas determinantes de un sector) y nacional (el diamante de la ventaja competitiva).

La primera teoría que plantea es el la de las cinco fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de la rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste: amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos, intensidad en la rivalidad de los competidores, poder de negociación de los proveedores y poder de negociación de los clientes.

Posteriormente plantea el modelo de la cadena de valor que sirve para evaluar el posicionamiento competitivo de

una empresa; la ventaja competitiva no puede concebir a la empresa como un todo, radica en muchas actividades que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos.

Y el conocido diamante de la competitividad destaca cuatro aspectos básicos en el clima de negocios que determinan las ventajas competitivas de las empresas; al operar de manera simultánea en el tiempo y en el espacio crean las condiciones para la formación y desarrollo de clústers en determinados lugares: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad de la empresa.

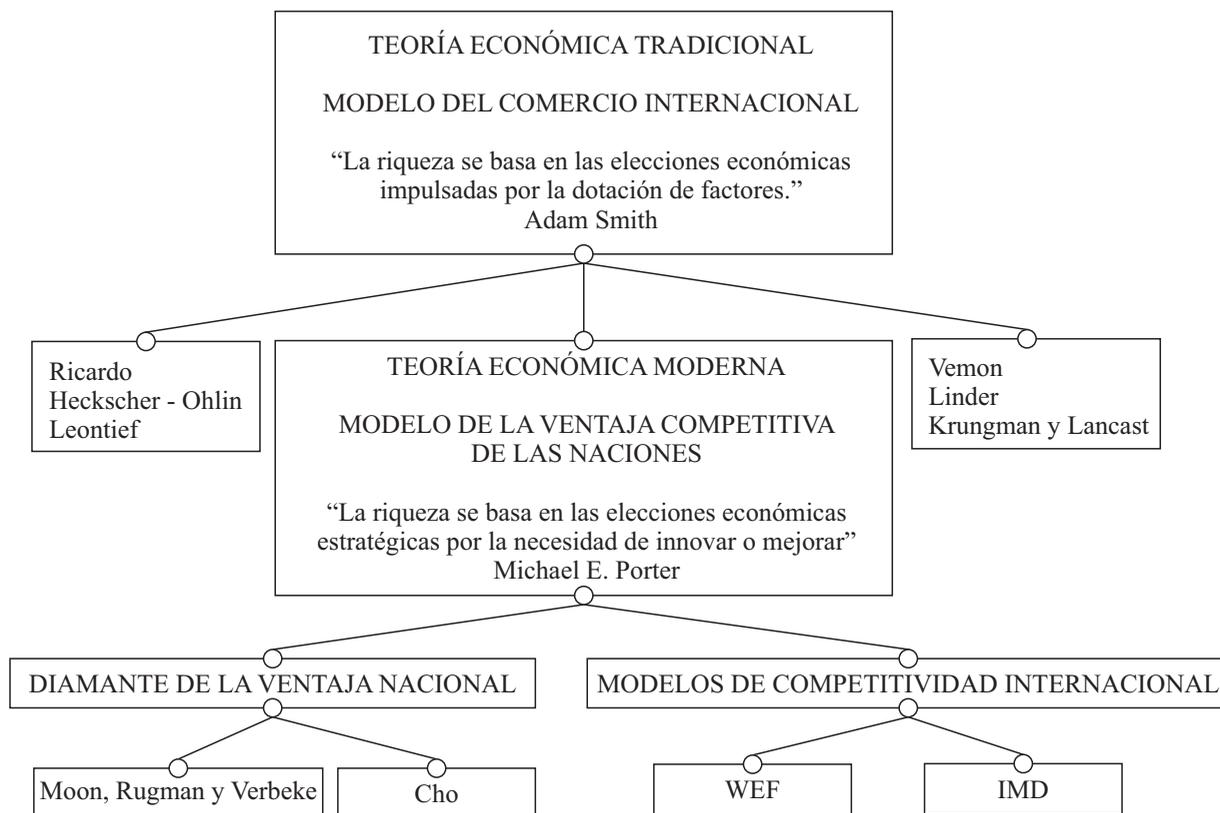
A Porter lo complementan

Moon, Rugman y Verbeke (1995) plantean que en una nación la competitividad resulta de las empresas nacionales y de las extranjeras; adicionalmente la actividad multinacional “dentro o fuera” es importante para la competitividad de una nación o región, ya que esta afecta a todos los determinantes del diamante (Porter no había incluido la actividad multinacional en su modelo de diamante). El doble diamante generalizado es un desarrollo del doble diamante introducido por Rugman y D'Cruz,(1991) cuyo propósito consistía en hacer funcionar el modelo del doble diamante para analizar cualquier economía pequeña.

Para Rugman la competitividad de una empresa y de una nación son distintas porque las naciones no compiten de la misma forma que las empresas. Si la empresa no puede pagar a sus empleados, accionistas y proveedores, está

1. Adrián Jorge Gámez Gutiérrez PhD. Profesor de la Universidad de La Salle. jgamez@unisalle.edu.co María del Pilar Buitrago Velandia. Administradora de Empresas y candidata a Máster Universitario Internacional de Estudios Contemporáneos de América Latina. madelpi.8@gmail.com

2. En 1992, el gobierno del Presidente Cesar Gaviria contrató a la firma de Consultoría *Monitor Company* para hacer un análisis de competitividad utilizando el marco conceptual de Michael Porter. Su aproximación fue sectorial y del país.



dejará de existir. Sin embargo, los países no dejarán de existir por no ser competitivos.

Panorama colombiano

En 1990 el gobierno colombiano anunció la decisión de reformar en forma gradual pero drástica el modelo tradicional de desarrollo económico nacional, mediante la introducción de un programa de modernización e internacionalización del aparato productivo. Un componente central de ese programa fue la liberalización gradual de importaciones, sometidas en un porcentaje significativo al régimen de licencia previa, la reducción y racionalización de las tarifas arancelarias y, en forma más general, la adopción de medidas dirigidas a incrementar el grado de competencia externa e interna sobre la producción doméstica.

Las decisiones en torno a la apertura económica fueron apoyadas por el gobierno de César Gaviria, el cual ratificó las medidas adoptadas por Virgilio Barco e intensificó su alcance y rapidez. El país cambió su estrategia de desarrollo que pasó de un modelo económico proteccionista (empresarios protegidos por el Estado de la competencia externa) a un modelo de apertura hacia otros mercados. La entrada de Colombia al mercado internacional mostró

la introducción de productos extranjeros al mercado y transformó la relación de producción y demanda que había regido el país en los últimos decenios. Muchas industrias no lograron sobrevivir a esta fuerte competencia y sectores enteros de producción desaparecieron. Para los consumidores cuyo poder de compra no fue afectado por la desaparición de algunas industrias, la apertura significó mayor variedad de productos a precios más bajos y de mayor calidad.

Más de 20 años de apertura económica muestran que no todos los países aplican las mismas medidas, pues algunos tienen medidas proteccionistas en forma de aranceles y subvenciones a algunos sectores y otros no. No hay una economía global integrada sino presencia de bloques comerciales como UE, MERCOSUR, ALCA, TLC y otros.

Colombia no siguió un patrón de integración mediante la infraestructura y la apuesta a la industrialización. ¿Por qué? La localización de los centros de poder y de la producción lejos de las costas marítimas, se acompañan de una baja conectividad entre regiones. Persisten mercados internos fragmentados geográficamente, de pequeña escala y heterogeneidad de calidades, sobre todo en la producción agrícola y el segmento de bajo valor

agregado. Predomina la exportación de commodities (bienes primarios) o de productos de mediano valor agregado y baja tecnología a países vecinos que son destinos “fáciles” que no exigen innovación (Benavides, 2008).

¿Cómo estamos en competitividad?

Las iniciativas para que Colombia se inserte en el mercado mundial con mejores resultados, propuestas en los últimos 20 años, son las siguientes: el Informe Monitor para Colombia, la Apertura Económica, la conformación del Consejo Nacional de Competitividad, los Acuerdos Sectoriales de Competitividad, el Acuerdo Sectorial de Competitividad, la Política Nacional para la Productividad y Competitividad, la Red Colombia Compite y el Sistema Nacional de Competitividad.

Conclusión

La situación colombiana en materia de competitividad no es la mejor. El Informe Anual sobre Competitividad Global – IGC, muestra que los países se encuentran en diferentes niveles de desarrollo económico; el índice clasifica los países en tres etapas específicas de desarrollo: el primero conducido por factores, el segundo por la eficiencia y el tercero por innovación.

Los nueve pilares del IGC son instituciones, infraestructura, macroeconomía, salud y educación primaria, educación superior y formación técnica, eficiencia de los mercados, disposición tecnológica, sofisticación empresarial e innovación.

Colombia es clasificada como nación en la segunda etapa del desarrollo y se ubica en el puesto 68 en 2010. Muestra fortalezas en el entorno macroeconómico, tamaño del mercado, sofisticación de las empresas y tecnología. Sin embargo, Colombia se caracteriza por su inseguridad y requiere inversión en redes de infraestructura.

Referencias

Benavides, J. (2008). Economía política de la infraestructura, el crecimiento y la integración del territorio en Colombia. s.l.: s.e.
Buitrago, M. (2008). Teoría de la estrategia y la competitividad: estado del arte desde la perspectiva de Michael E. Porter y su aplicación en Colombia. Bogotá: Universidad de La Salle.

Cámara de Comercio de Bogotá (1994). Creación de la ventaja

competitiva para Colombia. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.

Consejo Nacional de Competitividad (1996). Estrategia nacional de competitividad. Bogotá: Presidencia de la República.

Departamento Nacional de Planeación (2005). Agenda interna para la productividad y competitividad: Resultados del proceso y propuestas iniciales. Bogotá: DNP.

Moon, H.C., Rugman, A.M. y Verbeke, A. (1995) “The generalized double diamond approach to international competitiveness.” En Alan M. Rugman, editor, *Research in Global Strategic Management: A Research Annual*, 5: 97-114.

Ocampo, J. A. & Villar, L. (1992). Trayectoria y vicisitudes de la apertura económica colombiana. *Pensamiento Iberoamericano*, 21, p. 165 - 186.

Porter, M. E. (1982). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Compañía Editorial Continental.

Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.

Porter, M. E. (1994). *Hacia una teoría dinámica de la estrategia*. Boston: Harvard Business School Press. 423 – 461 p.

Porter, M. E. (2004). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Compañía Editorial Continental.
Rugman, A.M. (1991). “Diamond in the Rough”. *Business Quarterly*. Winter: 61-64.