

La Competitividad y los Conglomerados

¿Qué hace que empresas de un país puedan competir ventajosamente con las de otros y les permite agregar valor mediante un continuo mejoramiento de la calidad y el precio de sus productos?

Este artículo resume los aspectos fundamentales del denominado modelo de los conglomerados el cual se fundamenta, según Michael Porter, en la existencia de 4 factores que condicionan esta habilidad o ventaja competitiva.

Mencionemos en primer lugar la *dotación de factores* lo cual incluye “*factores básicos*” que son aquellos que no son controlados directamente por los humanos, y comprende aspectos como clima, recursos naturales, demografía y ubicación geográfica.

Por otro lado, se identifican los “*factores adquiridos*” o avanzados que son creados e incluyen entre otros, tecnología, educación, capacidad gerencial, así como infraestructura física y tecnológica.

Panamá por ejemplo, goza de una privilegiada posición ubicada en el centro de importantes arterias marítimas y posee una envidiable estrechez que facilita el comercio entre dos mares.

Pero estas condiciones por sí solas no habrían bastado para desarrollar nuestro potencial. Y es así como a través de una cultura empresarial y la construcción de un Canal, y otras estructuras, el país ha ido consolidando su potencial como punto de tránsito internacional.

“*La demanda*” constituye otro factor. Así tenemos que el nivel de sofisticación o exigencia de un mercado puede inducir a que ciertas industrias produzcan bienes y servicios muy especializados. Por ejemplo Suecia, Noruega y Finlandia son naciones ubicadas en el extremo nórdico de Europa y tienen en común una población relativamente dispersa geográficamente y un intenso frío que persiste todo el año.

Visto así, la tradicional telefonía por cable resultaba costosa y complicada pero paradójicamente, sus poblaciones requerían un sistema para comunicarse y solicitar asistencia de emergencia.

Estos elementos explican el surgimiento de una de las más conocidas marcas de celulares llamada Nokia – que debe su nombre precisamente a una ciudad ubicada en Finlandia.

La telefonía celular emerge como una solución local que luego tendrá una aplicación mundial. Dicho de otra forma, las características de ciertos mercados y de sus consumidores incentivan a las empresas locales a innovar y lograr altos estándares de calidad.

Otro de los factores sería la “*estructura empresarial y la rivalidad*”. Este elemento está vinculado con el nivel de competencia que prevalece entre las empresas que operan en un mercado. Si las firmas funcionan en un entorno poco competitivo, bajo prácticas monopólicas u oligopólicas, difícilmente lograrán alcanzar los niveles que reclaman los mercados globales.

Un símil sería un boxeador que aspira ser campeón mundial lo cual le exigirá practicar con rivales que lo presionen y lograr estándares que lo hagan apto para la arena internacional. Difícilmente esto ocurre si sus entrenamientos se limitan a competir con boxeadores de poco talento.

El último factor es el vinculado con los “*sectores afines y de apoyo*”. El hecho surge cuando las empresas que operan dentro de una región, que están involucradas en negocios o sectores afines, pueden generar economías de escala (ahorros) compartiendo gastos e intercambiando los beneficios de la innovación.

Otra ventaja o aspecto es que esa proximidad física les permite integrar procesos planificando las diversas etapas de producción, lo cual es vital sobre todo para aquellas organizaciones cuya actividad depende de otros proveedores que operan dentro del cluster. Es decir, funcionando bajo un esquema de conglomerado, las empresas alcanzan niveles de excelencia y eficiencia que no podrían de manera individual.

Artículo N° 3.
Autora: Rubilú Rodríguez
Economista del Centro Nacional de Competitividad (CNC)
info@cncpanama.org

Uno ejemplo de esto son las compañías que operan en el Silicon Valley de California, donde a partir de la década de los noventas se vinieron instalando empresas avanzadas de innovación tecnológica e informática que hoy funcionan mancomunadamente.

Sin embargo, resulta obvio que el mayor valor agregado del enfoque debe llevarnos no solo al análisis de estos factores, sino de las decisiones y políticas que requiere adoptar una sociedad para que se den estas condiciones. ¿Cuáles son las estrategias que debemos “adquirir” que en efecto nos pueden llevar a esos niveles de excelencia? Allí radica la ciencia del problema. . .