

Ventaja Competitiva: una visión integral del desarrollo y el comercio

Hay quienes podrían pensar que el comercio entre países se da sobre todo a partir de la llamada globalización. Sin embargo registros históricos confirman que el fenómeno ya se producía en la Mesopotamia de la Edad Antigua, 19 siglos AC, entre las tribus Asirias que organizaban bazares para intercambiar estaño, oro, perfumes y telas con Asia Menor.

Desde entonces las tesis que explican cómo y por qué se produce el intercambio entre naciones han evolucionado mucho, pasando por la teoría de la Ventaja Absoluta y la Comparativa de Adam Smith y David Ricardo en el siglo XVIII, que se basaban esencialmente en la existencia de factores naturales como el clima y como la productividad laboral, hasta algunas más refinadas del presente siglo.

Las teorías del comercio internacional se habían fundamentado en que los países debían especializarse en la creación de bienes y servicios en los cuales tenían ventajas y así producir a un menor costo relativo. El otro aspecto era que los países debían intercambiar entre ellos a efectos de aprovechar al máximo los beneficios que se derivaban de esa especialización. Eran tan simples y evidentes estos postulados que permanecen casi inmutables hasta nuestros días.

Sin embargo durante años recientes han surgido versiones más sofisticadas de cómo se puede estimular de manera más efectiva el comercio para promover el desarrollo y el bienestar de las naciones de manera integral. Uno de esos conceptos es la llamada Teoría de la Competitividad.

Igual que sus predecesoras, ésta se basa en ambas premisas de la especialización y el intercambio pero, a diferencia de aquellas, se enfoca en explicar el fenómeno del comercio exterior desde el punto de vista no sólo del país sino de las empresas e industrias que allí operan.

De hecho, buena parte de la Teoría de la Competitividad se originó a partir de una tesis que realizó en 1973 el entonces aspirante al Doctorado de la Universidad de Harvard Michael Porter, la cual se centraba en la pregunta de “qué hacen algunos países para que sus empresas tengan éxito o no para competir a nivel internacional”.

La interrogante fundamental de Porter era por ejemplo ¿por qué Alemania era mejor que otros países en la producción de carros de lujo y químicos, Suiza en chocolates y productos farmacéuticos, Suecia en la producción de vehículos pesados y equipo de minería y Holanda en la producción y exportación de flores? Es decir qué ofrecían dichos países a esas industrias que les permitía lograr de manera sostenible una Ventaja Competitiva, entendiendo como tal una condición que permite a las empresas operar con mayor eficiencia que sus competidores agregando por ende mayor valor mediante menores precios y/o una mayor calidad.

América Latina por ejemplo, debería ser el primer productor de flores: tiene mano de obra barata, un enorme territorio, mucho sol, grandes reservas de agua y una gran variedad de flora. Sin embargo, el primer productor de flores es Holanda, uno de los países con menos sol, territorio pequeño y mano de obra muy cara. La explicación del Doctor Porter es sencilla: lo importante hoy en la industria de las flores es la tecnología que aporta la ingeniería genética, la capacidad de distribución y el marketing. En otras palabras, Holanda no solamente exporta flores, exporta conocimiento, y el conocimiento es el producto de grandes esfuerzos en la educación de su gente.

De paso, Porter no sólo aporta una nueva teoría orientada a explicar el fenómeno del comercio sino que de plano contribuyó a un enfoque que reconciliaba como nunca antes lo corporativo y lo social en referencia a temas como salud, educación, medio ambiente, población y desarrollo internacional.

Visto así, la Competitividad de Porter adquiere un enfoque más microeconómico (relacionado con el comportamiento de las organizaciones y los individuos) que con lo puramente macroeconómico (vinculado con la economía nacional, inflación, balanza de pagos, desempleo, entre otros).

No por ello deja esta corriente de reconocer la importancia de lo macro. De hecho, una de sus premisas fundamentales, y la de muchas de las teorías modernas del desarrollo, es que el crecimiento y la competitividad demanda de forma *sine qua non* estabilidad macroeconómica. Es decir un país puede tener estabilidad mas no necesariamente eso conducirá a mayor crecimiento. Por otro lado, sin estabilidad muy difícilmente puede haber crecimiento.

Para muestra un botón: hasta el quinquenio pasado (2000 – 2005), la economía de Panamá se caracterizó por ser una de relativa estabilidad pero de bajo crecimiento -- lo que de paso impidió que se redujera la pobreza de forma más notable.

En resumen, Porter desarrolla un nuevo enfoque basado en la premisa de que el potencial de un país y de sus industrias dependen no sólo de factores naturales sino también de Ventajas Competitivas que se “adquieren” y que son producto de políticas y acuerdos sociales que integran aspectos de lo privado con lo público, de lo económico nacional con lo empresarial. En la coyuntura que vive Panamá, y los países de la región, vale la pena examinar detenidamente algunos de estos elementos que conforman una visión más holística del crecimiento y el desarrollo.