

**"VENTAJA COMPETITIVA COMO FACTOR DE ÉXITO CLAVE EN
LA INSERCIÓN DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS AL COMERCIO
INTERNACIONAL "**

JESSICA STEVENSON OSORIO

Universidad Tecnológica de Bolívar

Estudiante de Finanzas y Negocios Internacionales – 10° Semestre

Manga, Av. De la Asamblea, Ed. Yamaly Apto 3C, Cartagena – Colombia

jessica.stevenson.osorio@gmail.com

ASESOR:

RAUL ACOSTA MESA

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS D.T.Y.C

2011

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	3
ABSTRACT	3
PALABRAS CLAVES	4
INTRODUCCION	5
1. MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO.....	6
2. EVOLUCION DEL COMERCIO Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE PAISES LATINOAMERICANOS.....	14
CONCLUSIONES.....	23
BIBLIOGRAFIA	25

RESUMEN

Desde mitad del siglo XX se ha venido observando en el mundo la tendencia económica de las economías de dejar de ser cerradas y abrirse al comercio internacional. Al principio el grado y tipo de apertura iba de acuerdo a las ventajas absolutas y comparativas. El surgimiento de lo que se conoce como ventaja competitiva cambió el panorama del comercio internacional.

El concepto de ventaja competitiva viene del termino de competitividad, al cual se da una aproximación, sobre todo a nivel empresarial, puesto que desde el desarrollo a nivel micro, se encuentra la clave para que los países puedan tener un crecimiento. Se analiza el desarrollo del concepto de Ventaja Competitiva en América Latina, en qué sectores de la economía se observa, de qué manera, y se compara la efectividad de utilizar estas ventajas competitivas para la región, en relación con otras partes del mundo. Adicionalmente, se revisan los resultados obtenidos por los países de Latinoamérica en Competitividad, haciendo énfasis en dos aspectos importantes que se tienen en cuenta al momento de medirla, como el uso de tecnologías y de capital humano capacitado, que han sido de gran importancia para el desarrollo de muchos de los países industrializados, y cómo a partir de estos se pueden generar políticas que creen un crecimiento sostenible para los países.

ABSTRACT

Since half of the twentieth century, the world has been seeing changes in economies in the way that they had stopped being closed, to open to international trade. At first, the degree and type of opening was based on absolute and comparative advantages. The creation of what is known as a competitive advantage changed the landscape of international trade.

The concept of competitive advantage comes from the word competitiveness, which is defined, especially at the enterprise level, because from the micro-level, a country can

achieve a sustainable development and growth. The development of the Competitive Advantage concept in Latin America is analyzed, determining in which sectors of the region's economy is applied and how, and a comparison is made between these competitive advantages for the region, in relation to other parts of the world. Additionally, the results obtained by the countries of Latin America in competitiveness are reviewed, focusing on two key aspects taken into account when measure competitiveness, such as the use of technology and skilled human capital, and how the implementation of policies based in these two aspects can generate sustainable growth for countries.

PALABRAS CLAVE

Ventaja Comparativa, Ventaja Competitiva, Competitividad, América Latina, Capital Humano, Tecnología, Comercio Internacional

INTRODUCCION

Actualmente, contrario a lo que sucedía en el siglo pasado, vivimos en mundo globalizado caracterizado cada vez más por la presencia de comercio internacional e interdependencia de las economías.

Estos fenómenos no son asunto de una o dos décadas atrás como se podría creer, sino, que son producto de un proceso paulatino de apertura de las economías que se dio todo el siglo pasado, debido a las necesidades que iban surgiendo en los distintos países de ampliar sus mercados y economías.

En este artículo se busca dar un panorama general acerca del trasfondo y las razones por las cuales los países fueron abriendo sus economías al comercio internacional, incluyendo la importancia de teorías como la de la ventaja absoluta y ventaja comparativa, que han determinado el surgimiento y evolución de los patrones de comercio mundial. Asimismo, basado en estos conceptos se dará una definición clara del término “ventaja competitiva”, y cómo el hecho de tenerla en cuenta ha determinado el nivel de competitividad de un país o región, más específicamente de América Latina, convirtiéndose en aspecto clave para incrementar el crecimiento económico, dadas las condiciones del mundo actual.

1. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

Anteriormente notábamos la gran presencia de economías cerradas alrededor del mundo, lo cual hacía que los productos se cotizaran en los mercados nacionales a un precio más alto que en el mercado internacional. Esto conllevaba a que pocas personas tuvieran acceso a los productos, a la vez que se limitaba el acceso a otros nuevos, debido a problemas de eficiencia en la producción que tenían algunos países al querer abarcar mayor fabricación de bienes. Al abrir sus economías, los países se encontraron con la existencia de una mayor competencia, puesto que había algunos que podían elaborar los mismos productos, a mejor calidad y menor precio que el existente en los mercados nacionales, con lo que muchos vieron afectada su balanza comercial¹ y por ende su balanza de cuenta corriente.²

Fue en este momento cuando los aportes hechos anteriormente por grandes economistas, cobraron verdadero valor, pues los países para poder obtener mayores ganancias gracias al comercio internacional, obtaron por especializarse a producir de acuerdo a sus ventajas absolutas, es decir, producir específicamente aquellos bienes para los cuales tuviesen menor costo de producción en términos de trabajo en comparación a los demás países (Smith, 1776); o de acuerdo a sus ventajas comparativas, entendidas como aquellas por medio de las cuales “en un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invierte naturalmente su capital y su trabajo en los empleos más beneficiosos. Esta persecución del provecho individual está admirablemente relacionada con el bienestar universal. Distribuye el trabajo en la forma más efectiva y económica posible al estimular la industria, recompensar el ingenio y al hacer más eficaz el empleo de las aptitudes peculiares con que lo ha dotado la

¹ Balanza Comercial: Diferencia que hay entre las exportaciones e importaciones de un país (incluyendo las de bienes y servicios). Si las exportaciones son mayores que las importaciones, existe un superávit comercial y si las importaciones son mayores que las exportaciones, existe un déficit comercial. (Glosario Superintendencia Financiera de Colombia).

² Balanza de Cuenta Corriente: Parte de la balanza de pagos de un país, que registra las transacciones de importaciones, exportaciones, (Balanza Comercial), ingresos y gastos por servicios y utilidades obtenidas en operaciones extranjeras como pagos de intereses, dividendos y transferencias. (Glosario Superintendencia Financiera de Colombia).

naturaleza; al incrementar la masa general de la producción, difunde el beneficio por todas las naciones uniéndolas con un mismo lazo de interés e intercambio común” (Ricardo, 1817). La idea de implementar el comercio internacional, era que los consumidores pudiesen conseguir mayor cantidad de productos a precios más bajos; a la vez que los productores pudiesen colocar los bienes nacionales en mercados más competitivos e internacionales, donde mas consumidores estuviesen dispuestos a adquirirlos, obteniendo de esta manera las ganancias productivas del libre comercio, por aumento en sus ventas.³

Teniendo en cuenta lo anterior, se podría decir que el comercio internacional fue un gran avance y trajo muchos beneficios a los países que se abrieron económicamente y que aprovechaban sus ventajas ya sea absolutas o comparativas. Sin embargo, en los últimos años, se ha visto que para garantizar el éxito de los países al momento de ingresar a competir en mercados internacionales, se requiere más que la posesión de ventajas absolutas o comparativas. Es aquí donde se hace necesario un nuevo tipo de ventaja, la cual no se mira a nivel país, sino más que todo a nivel empresarial, haciendo énfasis en que si las industrias de una nación la poseen, pueden llevar a la misma a tener mayor éxito al momento de realizar actividades de comercio internacional. Este nuevo tipo de ventaja se conoce como la Ventaja Competitiva.

La ventaja Competitiva fue un término creado por Michael Porter, quien la definió como la destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa de tener una posición privilegiada en el mercado, gracias a algunas características de la misma o del producto o servicio que ofrece. (Porter, 1991). Aunque en muchos países, este término se empezó a tener en cuenta desde el siglo pasado, solo años después, las industrias en América latina lo acogieron y comprendieron su verdadero valor.

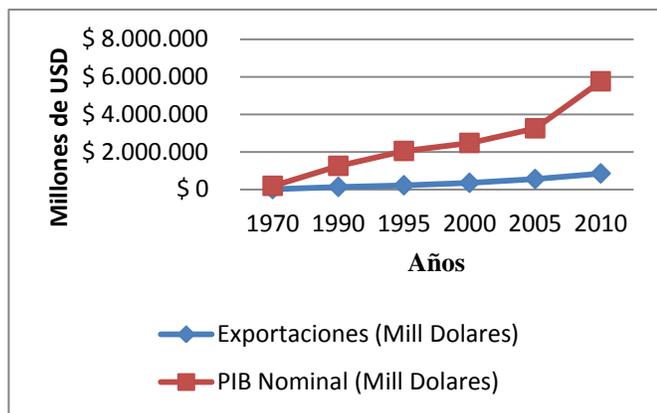
³ Bajo este modelo, podríamos afirmar que la Ley de Say se cumpliría puesto que toda oferta tendría su demanda, es decir, todo lo producido sería vendido no solo en el mercado nacional sino también en el internacional. De esta manera, entrarían y saldrían productos constantemente del país, haciendo que los productos se paguen con productos (Say, 1803).

El rezago de los países de Latinoamérica con respecto a otras regiones del mundo no es algo nuevo. A pesar que a principios del siglo XX la región tenía un futuro prospero, debido a las guerras mundiales los países de Latinoamérica, siguiendo la tendencia global, decidieron cerrar sus economías y fortalecer sus industrias por medio de la industrialización por sustitución de las importaciones. Esta tendencia fue adoptada en un principio por la mayoría de los territorios del mundo, sin embargo, las naciones que hoy consideramos industrializadas y las del sudeste asiático, que se consideran como grandes economías emergentes, decidieron romper con esta cadena y abrir de manera paulatina y temprana sus economías, adecuándolas en forma oportuna a las necesidades del entorno, haciéndolas fuerte competencia en el mercado internacional y generado así, resultados inimaginables de crecimiento económico. América latina, al intentar seguir este nuevo orden mundial años más tarde, se encontró con un ámbito global con una gran competencia dominada principalmente por estos países, dando ello a lugar a que muchas economías presentaran problemas.

Estos problemas que presentaron las economías en su introducción al comercio internacional los persiguen hasta el día de hoy, puesto que todos los pasos que se dan son siempre bajo la sombra de economías más avanzadas, por lo cual no se da un avance significativo, y a la vez, son este tipo de situaciones las que han hecho que los países de América Latina no hayan podido obtener las ganancias producto del comercio internacional que esperaban recibir después de la apertura de sus economías, dando lugar incluso a disminuciones en el PIB de los distintos países de esa región.

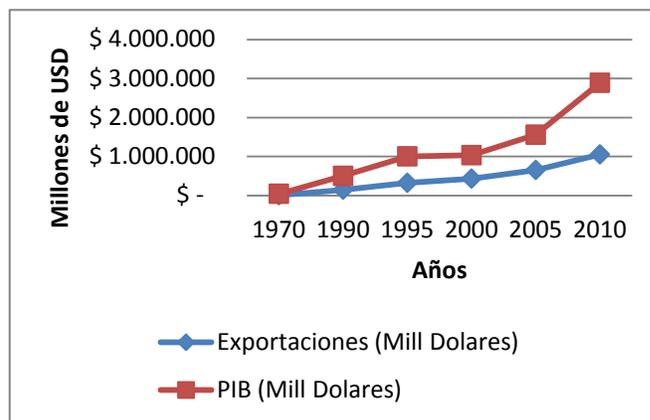
A pesar que con los años, cada país de acuerdo a su naturaleza se ha adaptado para sobrevivir a la competencia internacional, a continuación se mostrara la relación que existe entre las exportaciones y el PIB comparando los resultados de América Latina, y de economías emergentes como la del sudeste asiático:

Grafica 1. Evolución Exportaciones Vs PIB Nominal en América Latina (Millones de USD)



Fuente: UNCTAD

Grafica 2. Evolución Exportaciones Vs PIB Nominal en países del Sudeste asiático (Millones de USD)



Fuente: UNCTAD

Como lo muestran las graficas anteriores, la relación entre las exportaciones y el PIB no se evidencia de manera fuerte en Latinoamérica, puesto que las economías de estos países en la mayoría del tiempo evaluado dependían únicamente del consumo y producción nacionales y de las remesas. Al observar la grafica de los países asiáticos notamos que las variables evaluadas tienen relación y presentan tendencias similares, por lo que podemos concluir que en parte el gran éxito que han tenido los países en esta región del mundo se debe a su perfil exportador. Aunque en términos monetarios todavía se encuentran a una distancia considerable de los flujos de América latina, es importante destacar que esta región de Asia es pequeña, comparada con la vasta extensión y diversidad de recursos y territorios que poseen los países de Latinoamérica.

La concepción que se tiene es las diferencias entre los indicadores económicos de estas dos regiones, se deben al rezago en la especialización de la producción de los países de Latinoamérica, puesto que la mayoría de sus exportaciones están representadas en materias primas, en lugar de productos con mayor valor agregado.

Ante esto se podría pensar que la solución para que los países de América Latina alcancen mayores grados de desarrollo sería el enfoque hacia la producción de bienes mayor valor agregado. Sin embargo la respuesta requiere mayor análisis y ajuste del concepto de ventaja competitiva a las peculiaridades que posee la región y que pueden ser aprovechadas de manera favorable por los países.

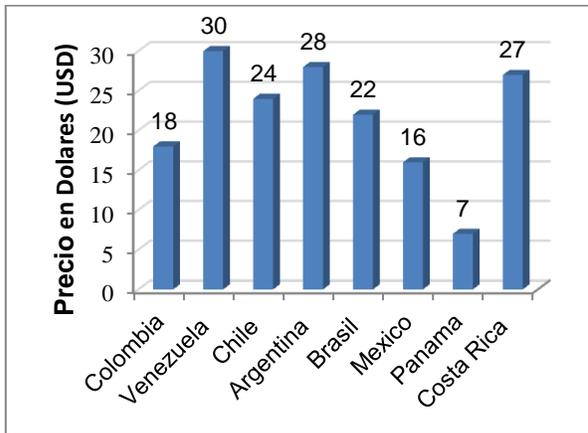
Aunque un país o región puede generar ventajas competitivas basados en muchos criterios, como la adaptabilidad a los cambios en el entorno, credibilidad de la gerencia de dirección de las empresas nacionales, cantidad de compañías con modelos ejemplares de aplicación de responsabilidad social corporativa, prácticas éticas, entre otras; analizando de manera más profunda el concepto de ventaja competitiva, encontramos que ésta se crea principalmente si una compañía tiene liderazgo en costos, diferenciación de producto y/o enfoque.

Se considera que existe ventaja en costos, si al comparar las empresas de distintos países, con firmas similares en el sector, las mismas pueden a un costo menor que las demás: Elaborar la misma o mayor cantidad de productos ó Mantener unos estándares de calidad mínimos de la industria en todos sus productos, e incluso superar en calidad a sus competidores (Porter, Estrategia Competitiva, 1982).

Generalmente, empresas con este tipo de ventaja se caracterizan por fabricar productos estándar para todos sus clientes y similares a los de la competencia, por lo que conservar esta ventaja, es lo que le permitirá en el largo plazo eliminar a aquellas compañías que no sean capaces de alcanzar este precio competitivo y obtener mayores ganancias y porciones del mercado.

Para ilustrar de manera más clara la ventaja competitiva en costos, a continuación se mostrara un grafico con información concerniente al precio de un producto estándar, en este caso una blusa de algodón para mujer, en distintos países de Latinoamérica, con el fin de determinar qué país posee ventaja competitiva en costos para este producto, y que se beneficiara al momento de ingresar a comercializar el mismo a nivel internacional:

Grafico 3. Cuadro comparativo de precios de un producto (blusa de algodón) en algunos países de América Latina (USD)



Fuente: Cálculos propios.

	Precios en Monedas Locales	Tasa de Cambio
Colombia	32.000 COP	1778 USD/COP
Venezuela	130 VEF	4.3 USD/VEF
Chile	12.000 CLP	500 USD/CLP
Argentina	120 ARS	4.28 USD/ARS
Brasil	40 BRL	1.82 USD/BRL
México	215 MXN	13.44 USD/MXN
Panamá	7 USD	---
Costa Rica	13.500 CRC	500 USD/CRC

Fuente: Pagina Web Mercadolibre

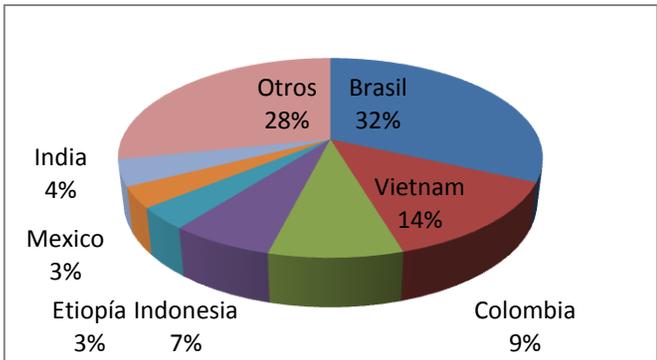
En este caso, observamos que al elaborar un producto, como lo es una blusa para mujer de algodón, Panamá, es el país que presenta la ventaja competitiva en costos, en comparación con los demás países de América Latina que aparecen en el grafico, por lo que sus ganancias producto del comercio internacional serán mayores. No obstante, lo anterior no garantiza que las empresas panameñas tengan ventaja competitiva en costos al producir con una mejor calidad a precios bajos, ni que al comparar Panamá con otros países a nivel mundial, se mantengan liderando esta comparación. Tampoco significa, que dada esta ventaja de Panamá, los demás países deberían dejar de producir blusas. Ellos pueden seguir haciéndolo, pero dada su posición de desventaja competitiva en costos con respecto a este país, pueden crear nuevas formas de ventaja como por ejemplo, crear una ventaja competitiva a partir de la diferenciación de sus productos.

La ventaja en diferenciación se entiende como poseer el liderazgo en el conocimiento y actualización continua de las necesidades de los clientes que no han sido satisfechas, y ajustar los productos a las mismas, siempre un paso antes de los competidores, agregando características que sean innovadoras y difíciles de igualar por la

competencia. También se considera como una ventaja en diferenciación la lealtad de marca. Este es un tipo de ventaja competitiva que aunque requiere mucha más inversión de capital, trae mayores beneficios a largo y mediano plazo.

Para ilustrar este tipo de ventaja competitiva nos concentraremos en la industria del Café a nivel mundial.

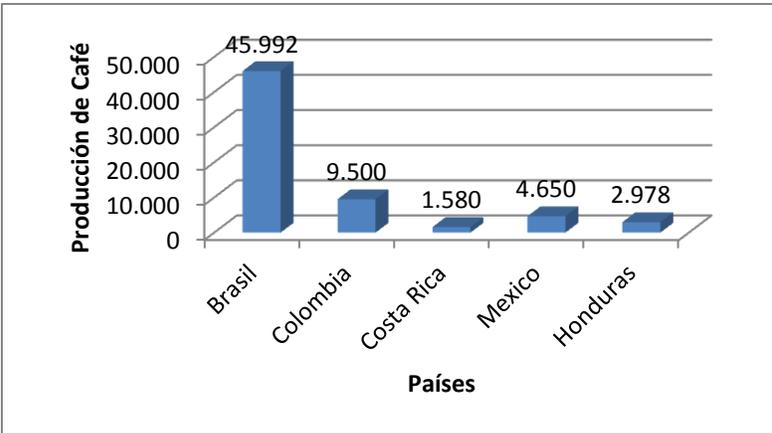
Grafico 4. Principales países productores de café a nivel mundial. Participación en la producción mundial Cosechas: 2007-2008 y 2008-2009



Fuente: Organización Internacional del Café (OIC)

Como se puede observar en el gráfico anterior, tres (3) de los países de Latinoamérica se encuentran entre los principales productores de café en el mundo durante el periodo mencionado. Discriminando la producción del café en la región encontramos que:

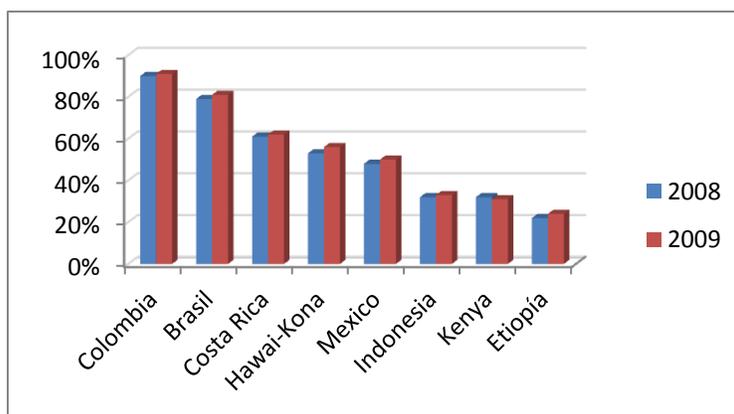
Grafico 5. Producción de Café en algunos países de América Latina. Miles de sacos de 60 Kg. Cosecha 2008-2009



Fuente: Organización Internacional del Café (OIC).

Dada la grafica anterior, se puede afirmar sin lugar a dudas que Brasil es el principal productor de café no solo de América Latina, sino también del mundo entero, no solo por su vasta extensión de territorios, sino también probablemente a la generación de economías de escala que le aseguran una ventaja competitiva en costos. Sin embargo, al observar la grafica del consumo del café de acuerdo a su lugar de origen en el mercado de Estados Unidos, que de acuerdo a datos oficiales de 2008-2009 importa el 23% del café que se comercia en los mercados mundiales, encontramos:

Grafico 6. Consumo de Café y Preferencias por la Asociación de la Bebida con su origen en el mercado de Estados Unidos. (Mayores de 18 años)



Fuente: Asociación Nacional de Café de Estados Unidos.

Como se observa en el grafico anterior, a pesar que Colombia no posee la ventaja competitiva en cuanto a costos en la producción del café, ocupa el primer lugar en cuanto a preferencia de los consumidores en un mercado tan importante como lo es el de Estados Unidos. Esto se convierte en una ventaja competitiva por diferenciación la cual se ha logrado principalmente por las distintas estrategias que ha desarrollado la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, con la elaboración de café con calidad superior y promoción del mismo a través de la creación de una marca de café propia (Café Juan Valdez®), con la cual han mostrado las bondades del café colombiano en el mundo, y la cultura de nuestro país, gracias a la utilización de iconos típicos de la vida cafetera como los sacos y un burro, logrando así la idealización de los consumidores en cuanto a una marca y relevancia en la mente de los mismos, no solo de este mercado, sino también a nivel mundial.

Otro tipo de ventaja competitiva que pueden utilizar las empresas de los países es la ventaja por enfoque. Este tipo de ventaja la aplican las empresas al escoger un segmento de clientes, caracterizados por una cualidad especial. Se dice que las empresas que deciden optar por lograr esta ventaja competitiva, aunque en el largo plazo logran conseguirla en su segmento blanco, no logran una ventaja competitiva general. Esta estrategia de enfoque tiene dos variantes: El Enfoque de Costos, entendido como aquel donde la empresa busca obtener una ventaja competitiva en costos solo para su segmento objetivo; y el Enfoque de diferenciación, entendido como aquel cuando la empresa logra una ventaja competitiva desarrollando productos y/o servicios, o enfocándose a atender las necesidades de su segmento objetivo. Sin importar el tipo de enfoque, las empresas solo consiguen la ventaja si logran satisfacer mayor número de necesidades de su segmento objetivo ya sea gracias a la innovación en productos, procesos productivos o modelos de entrega; y que a la vez difiera de sus competidores en otros segmentos.

2. EVOLUCION DEL COMERCIO Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE PAISES LATINOAMERICANOS

En Latinoamérica, hasta el momento no se han observado casos reconocidos a nivel mundial de este tipo de ventaja competitiva, sin embargo, a nivel global se destaca el caso de la empresa Dell, que contrario a sus competidores tiene un sistema de producción basado en la fabricación exclusiva bajo pedidos personalizados de los clientes y la venta directa (por enredo eliminación de intermediarios), obteniendo así mayores márgenes de rentabilidad, mayor conocimiento de sus clientes, eliminación de excesos en la producción, y cualquier restricción de disponibilidad en sus puntos de distribución.

Se puede notar, que si bien es bueno poseer alguno de estos tipos de ventajas competitivas, en el mundo actual, eso no es suficiente. Es por esta razón, que actualmente las empresas de los distintos países le apuntan a generar ventajas competitivas principalmente en diferenciación, que les permitan tener una posición

importante en los mercados, a unos costes bajos, teniendo en cuenta los márgenes que de este rubro se manejen en el sector; a la vez que buscan que estas ventajas sean lo más complejas y difíciles de igualar, para poder mantener esa posición, lo que se constituye en un gran reto.

Como se ha descrito, la ventaja competitiva a pesar de que permite obtener resultados favorables a nivel país, se da en el ámbito empresarial. Esto quiere decir que las industrias nacionales son quienes en principio la desarrollan, pero solo lo pueden realizar si en el entorno se dan las condiciones que apoyen y cultiven la competitividad.

En este punto podría surgir la pregunta, ¿Qué es la Competitividad? ¿Por qué es importante? ¿Cómo se determina si un país o una organización son competitivos y cómo se puede aumentar este nivel en ellos, de forma que esto se vea reflejado en una mayor participación y por ende éxito de los mismos al realizar transacciones de comercio internacional?. A continuación se dará respuesta a estos interrogantes.

En palabras del Instituto para la Estrategia y Competitividad de Harvard, como se ha resaltado anteriormente, la Competitividad aunque requiere de sólidas políticas macroeconómicas así como instituciones políticas y legales estables, se fundamenta en la microeconomía de una nación, reflejada en aspectos como la sofisticación de las operaciones de una compañía, sus estrategias así como la calidad del ambiente económico de negocios en el cual las compañías compiten. A medida que el país conserve un sistema microeconómico estable, esto se verá reflejado en el entorno macroeconómico, y sus empresas tendrán mayores oportunidades de sobrevivir al panorama cambiante del comercio internacional.

El Foro Económico Mundial define la Competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país, entendido el mismo como aquel que indica el grado de prosperidad que puede tener una economía” (Foro Económico Mundial (WEF), 2010). En este sentido, se puede decir que un país

aumenta su grado de competitividad a medida que incrementa la productividad, con eficacia⁴ y eficiencia⁵ en la utilización de los recursos.

Esta organización, en vista de que los países atribuían la competitividad a muchos factores determinantes distintos, por lo que no se tenían directrices claras que permitieran la toma adecuada de decisiones, creó el “Reporte de Competitividad Global” como herramienta para evaluar el estado de competitividad de los países del mundo, teniendo en cuenta aspectos que dentro de su estudio consideraron determinantes para el desarrollo de la misma, y en los cuales deben enfocarse las estrategias de desarrollo de las regiones y ciudades dentro de un país, pues dan lugar a diferencias importantes en la productividad y por consiguiente, en la prosperidad entre naciones. Estos aspectos o pilares de la competitividad como se les ha denominado son: instituciones, infraestructura, ambiente macroeconómico, salud y educación primaria, educación superior y capacitaciones, eficiencia en el mercado de bienes, eficiencia en el mercado de trabajo, desarrollo del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación de los negocios y la innovación. En la tabla siguiente se encontrara información del estado de algunos países de Latinoamérica, en el informe presentado para el año 2010.

Tabla 1. Índice de Competitividad en algunos países de LA -2010- (WEF)

Índice de Competitividad en algunos países de LA -2010- (WEF)	
Chile (Lugar 31)	Colombia (Lugar 68)
Brasil (Lugar 53)	Argentina (Lugar 85)
México (Lugar 58)	Venezuela (Lugar 124)

Fuente: Foro Económico Mundial

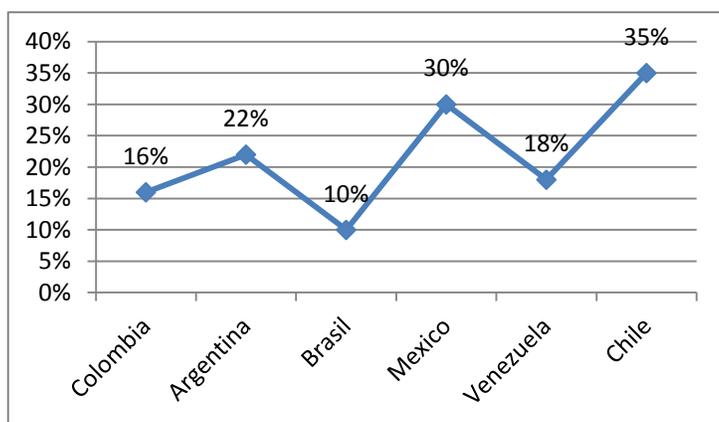
⁴ Eficacia se define como la capacidad para lograr lo que se desea o se espera, sin que priven para ello los recursos o los medios (Zambrano, 2008).

⁵ Eficiencia se entiende como la capacidad de disponer de un recurso para conseguir un determinado fin. Es el nivel de logro en la realización de los objetivos con la menor cantidad de recursos disponibles, dado que estos se utilizan de la forma más adecuada. (Zambrano, 2008).

En general, se destaca que los países de la región han realizado mayores inversiones en los últimos años para mejorar en los pilares que les generaran mayor competitividad. Sin embargo, se dice que todavía debemos seguir mejorando de manera significativa en adoptar las prácticas que a nivel internacional han tenido éxito, con el fin de explotar todo nuestro potencial competitivo.

Chile es el país de América latina que ostenta los mayores índices de competitividad de la región, debido más que todo a su solidez económica, y al incremento de la eficiencia de los mercados de bienes y trabajo, generado por la liberalización y apertura de los mercados. A continuación observaremos una grafica con los indicadores de algunos países de América latina en este último aspecto, comparados con su calificación de acuerdo al Reporte de Competitividad Global:

Grafico 7. Exportaciones como % PIB en Algunos países de América Latina (2010)



Fuente: Banco Mundial

Fuente: Foro Económico Mundial

Tabla 2. Cuadro Comparativo Exportaciones como % PIB Vs Índice de Competitividad Global (WEF) para algunos países de Latinoamérica (2010)

Exportaciones como % del PIB en algunos países de LA -2010- (orden descendente)	Índice de Competitividad en algunos países de LA - 2010- (WEF)
Chile	Chile (Lugar 31)
México	Brasil (Lugar 53)
Argentina	México (Lugar 58)
Venezuela	Colombia (Lugar 68)
Colombia	Argentina (Lugar 85)
Brasil	Venezuela (Lugar 124)

Tal como lo indica el reporte del Foro Económico Mundial (WEF), Chile es la nación con mayor porcentaje de exportaciones con respecto al PIB, demostrando una vez más su naturaleza exportadora, la cual la ha ayudado a alcanzar una posición privilegiada con respecto a otros países. En relación a los demás países observados, notamos unas pequeñas discrepancias entre el porcentaje de su PIB que provienen de las

exportaciones y su calificación en el reporte del WEF, dada entre otras por respectivamente: crecimiento de la demanda interna del mercado brasileño, cercanía de México con Estados Unidos, su principal aliado comercial; naturaleza exportadora de petróleo y ambiente político de Venezuela, y congelamiento de las relaciones comerciales con sus vecinos Vs. Efectividad de las políticas para diversificación de mercados en Colombia.

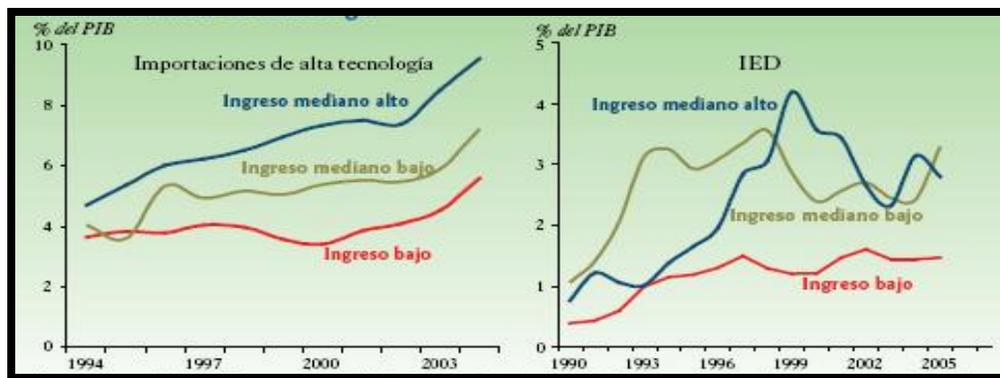
En el caso de la mayoría de países desarrollados, de los aspectos anteriormente mencionados que valora el Foro Económico Mundial, cabe destacar dos importantes, pues son los que les han permitido generar las mayores ventajas competitivas para sus empresas y a nivel país. Estos son la implementación de tecnologías y la posesión de capital humano con alta instrucción.

La aparición de nuevas tecnologías ha ayudado a la proliferación, aumento y facilidad del comercio internacional, en la medida en que han permitido que la comunicación entre lugares distantes demore dos segundos, lo que mucho tiempo atrás demoraba años. Asimismo, sus efectos positivos se han sentido alrededor del mundo, de tal manera que actualmente no se concibe ningún proceso productivo sin el uso de tecnología. Incluso, podemos afirmar que actualmente los países no producen de acuerdo a sus ventajas comparativas en la producción, sino de acuerdo a si esas ventajas se ajustan a los adelantos tecnológicos existentes, que permitan disminuir costos, dándole más competitividad a los productos en el mercado internacional.

Para explicar como la tecnología ha sido un factor determinante para el crecimiento económico de los países, apareció la Teoría del Crecimiento Endógeno, que recalca la importancia del capital humano y del comercio internacional en el crecimiento económico; el progreso tecnológico se considera como un factor productivo que se encuentra dentro del sistema (y no se toma como exógeno como en las anteriores teorías, de ahí su nombre) e indica que el crecimiento de la renta per cápita aumentara a medida que también lo haga la inversión en investigación tecnológica.

Como todos los países no poseen las mismas ventajas, y unos se ven más beneficiados por el comercio exterior que otros, la teoría afirma que debe existir una economía libre no solo en comercialización de bienes y servicios, sino también que permita la movilidad de capitales, de manera que los recursos puedan llegar también a los países con menos ventajas o más atrasados a través de la Inversión Extranjera Directa (IED), logrando estos crezcan a medida que se vean beneficiados por la entrada de capital con fines de buscar adelantos tecnológicos, entendiéndose estos, no solo como la fabricación de nuevos productos con tecnología de punta o utilización de mas tecnologías en la producción, sino también el aprendizaje acerca de la utilización de tecnologías ya existentes o la implementación de las mismas, en lugares donde antes no se hacía. En el siguiente grafico podemos observar como el comercio internacional y la inversión extranjera directa han beneficiado la adopción de nueva y alta tecnología por parte de los países:

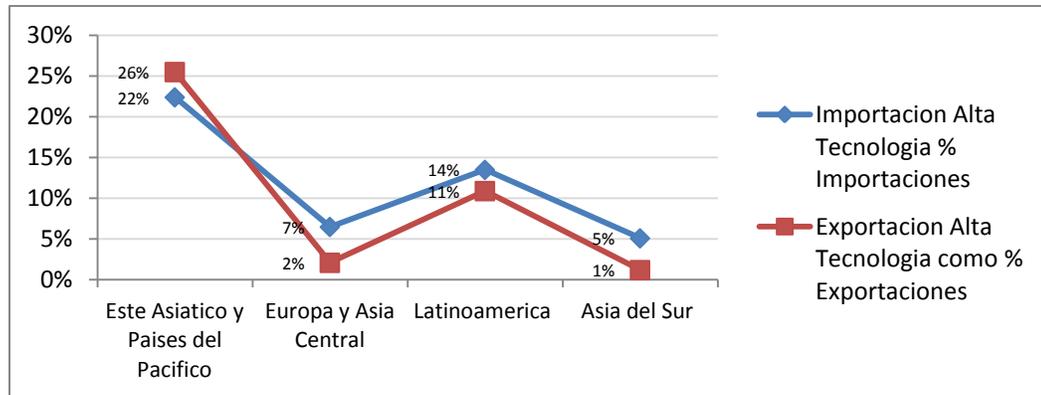
Grafico 8. Efectos de la apertura de los mercados y la IED en la transferencia de tecnología entre países



Fuente: Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations. Base de datos Banque Analytique de Commerce Interntacionale. Indicadores de Desarrollo Mundial.

A pesar de que las estadísticas presentadas no muestran datos tan actualizados como se quisiera, se observa que la tendencia para los países en los años posteriores a la realización de estos cálculos, es que importen mayor tecnología, para involucrarla en sus productos o procesos productivos.

Grafica 9. Importación de bienes con alta tecnología como % de Productos Importados Vs Exportación de bienes con alta tecnología como % de Productos Exportados (2008)



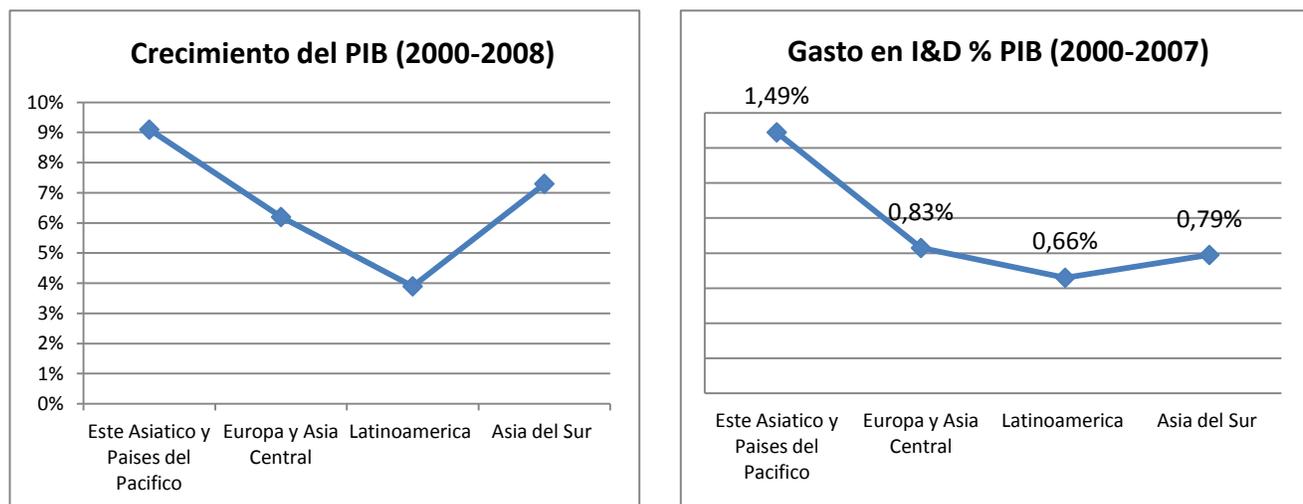
Fuente: Indicadores de Desarrollo Mundial (2010) – Banco Mundial

La grafica anterior muestra la tendencia de producción y comercio de bienes y servicios, en las distintas regiones del planeta. Notamos que los países del este asiático, quienes se han caracterizado por su rápida y gran industrialización son quienes poseen los mayores índices de comercio de bienes de alta tecnología pues son tanto grandes exportadores, como grandes importadores, lo que hace pensar en la importancia que ha tenido la adopción de nuevas tecnologías en estos países, y como a través de esto se ha generado su crecimiento. En el resto de las regiones del mundo se nota una brecha entre las importaciones y exportaciones, y contrario a lo que se esperaría, Latinoamérica presenta mayores indicadores que Europa y Asia del Sur, donde se encuentra India, una de las grandes economías emergentes. Estos datos no arrojan una ventaja en América Latina, puesto que hay que tener en cuenta que estas regiones tienen países con alto perfil exportador, donde los verdaderos índices se pueden estar generando en exportaciones de bienes manufacturados con grandes de especialización, y no necesariamente en el comercio internacional de alta tecnología.

Es importante en este punto, destacar que las posibilidades de que los países más atrasados tengan acceso a tecnologías no solo se encuentra en la inversión extranjera. Desde los gobiernos nacionales, se debe ver la importancia de la innovación

tecnología, y de la inversión en la investigación, preparación y educación del personal, como ítem fundamental para lograr el crecimiento económico a largo plazo.

Grafico 10. Crecimiento del PIB (2000-2008) Vs. Gasto en I&D como % PIB (2000-2007) en las regiones del mundo.



Fuente: Indicadores de Desarrollo Mundial (2010) – Banco Mundial

Respaldando lo anterior y de acuerdo con la grafica, encontramos que las regiones con mayor crecimiento del PIB en la última década, son aquellas que tienen mayor participación en el comercio internacional de bienes de alta tecnología, y aquellos que invierten mayores recursos a favor de la innovación (entendida como los resultados de la Investigación y Desarrollo –I&D-). Como lo anotábamos previamente, India, que se encuentra en el sur de Asia, aporta gran parte de los resultados al PIB de esta región, por medio de la exportación de productos manufacturados, y no tanto por el comercio de bienes con alto conocimiento tecnológico.

Cabe destacar, que con conocimiento de todo lo anterior, para que se pueda producir un verdadero crecimiento a largo plazo y que sea sostenible en el tiempo, no solo se deben tener en cuenta la materia prima, y el capital físico, sino también la capacitación de la mano de obra con el fin de que ésta sea capaz de innovar. Es por esto que se hace importante el tener en cuenta el capital humano, pues es el que permite que todos

los procesos de la cadena productiva realizar, desde la idea de producto, pasando por los procesos productivos, la distribución, hasta el consumo final. Teniendo en cuenta lo anterior, se afirma que para los países y empresas debe ser relevante tomar conciencia de la importancia del capital humano y más que todo de su educación, pues de esta manera es que se lograra obtener mayores índices de productividad y especialización en productos diferenciados y cada vez con mayores adelantos tecnológicos. Asimismo, a medida que se invierta más en aspectos claves como educación, y en Investigación y desarrollo, el país lograra fortalecer su capital humano y poco a poco lograr mayor independencia de lo creado por los otros, aumentando el stock de conocimientos, y logrando de esta manera dar un valor agregado que lograra hacer sus productos y empresas más competitivas y productivas, contrario a lo que pasa si el capital humano es con baja instrucción, que en vez de mejorar la productividad, se empeora y disminuye la operatividad a los procesos, generando a largo plazo la perdida de la ventaja que se tiene en algunos sectores económicos.

CONCLUSIONES

La revolución industrial impulso el comienzo de los grandes cambios en el mundo, principalmente los de índole económica. Es por eso, que gracias a las distintas vueltas que ha dado el panorama mundial, actualmente nos encontramos en la era de la globalización, caracterizada por que cada vez el mundo está más interconectado (incluyendo las economías), haciendo que los cambios en un lugar del planeta, se sientan en todo el mismo. Gracias a este mismo proceso es como hemos notado que las economías se auto subsistencia (cerradas), han desaparecido ya que los países han decidido abrirse al comercio internacional, apoyados también por conceptos que cobraron validez en ese momento (mitad del siglo XX) como los de ventaja absoluta y ventaja comparativa. Aunque al principio del auge del comercio internacional, los países que se comportaban regidos por estos conceptos tuvieron éxito, poco a poco los mismos se fueron rezagando debido a la aparición de un nuevo tipo de ventaja representaba mayores ganancias a los países que la poseían, y que ya no consistía en la posición de los países de acuerdo a sus recursos o a la eficiencia en la producción, sino a la capacidad de crear un mercado o una posición destacada en el mismo, debido al conocimiento de las necesidades de los clientes y la constante adaptación de los productos a las mismas. Esta es la ventaja competitiva.

Se observa, como la Ventaja Competitiva, a pesar de tener origen en el ámbito microeconómico, trasciende a lo macroeconómico, y se mostro que en la actualidad es muy importante para las empresas poseer ventajas competitivas para poder subsistir debido a que gracias a la globalización, la competencia por los nichos de mercado se ha vuelto más intensa. Las principales ventajas competitivas en las que se están enfocando las empresas actualmente es la combinación de ventajas en diferenciación (entendidas como aquellas ventajas que ganan al adaptar e innovar los productos de acuerdo a un estudio más detallado de las necesidades de los clientes, dándole un valor agregado al artículo, diferente a lo que hace la competencia) y ventajas en reducción de costos (con respecto a los competidores, y haciendo especial énfasis en el mantenimiento e incluso aumento de la calidad de los productos).

Este concepto de ventaja competitiva se deriva del concepto de competitividad que es definida por el Foro Económico Mundial como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país, entendido el mismo como aquel que define el grado de prosperidad que puede tener una economía”. Dada esta definición, se puede decir que un país es más competitivo a medida que incrementa la productividad, con eficacia y eficiencia de recursos.

Sin embargo, cabe destacar que la anterior no es la única definición de competitividad, debido a que este es un concepto en constante desarrollo, y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición, dependiendo de donde se mire. Este concepto de competitividad puede ser entendido no solamente a nivel país, sino a nivel regional, local y más importante, a nivel empresarial.

Las principales acciones que han decidido implementar las empresas para obtener ventajas competitivas, es la incorporación de dos factores a los procesos productivos: tecnologías, y el uso de capital de trabajo preparado. Estos aspectos son tan importantes que en el Reporte Global de Competitividad que hace el Foro Económico Mundial anualmente, se evalúan, junto con otros puntos clave que permiten el desarrollo competitivo de un país.

Sin embargo, es fundamental destacar que sin importar la presencia o ausencia de ventajas competitivas, el verdadero crecimiento económico de los países que sea sostenible a largo plazo se dará el día en que los mismos aprendan y le den relevancia al papel del capital humano, a compartir opiniones, casos de éxito, entre otros, pues es este y por medio de la interacción, que se genera todo el desarrollo y todo el progreso. Si se crean verdaderas redes para compartir conocimientos entre empresas de distintos países, se puede lograr el crecimiento conjunto de la humanidad y no de unos cuantos países, pues si bien esto puede representar grandes ganancias para unos en ciertos periodos, generara perdidas a largo plazo. Por último cabe decir que no hay una ventaja competitiva absoluta que le proporcione el éxito perpetuo a una empresa, solo la siguiente: estar a la vanguardia y alerta para detectar nuevas ventajas, la manera de incorporarlas a los productos y de mantenerlas el mayor tiempo posible.

BIBLIOGRAFIA

1. Banco Mundial. (Abril de 2010). *Indicadores de Desarrollo Mundial (2010)*. Recuperado el Octubre de 2011, de Banco Mundial: <http://data.worldbank.org/sites/default/files/wdi-final.pdf>
2. Bautista, R. V. (2005). *La Ventaja Competitiva. Conceptos básicos y su importancia para el módulo profesional de calidad*. Revista Digital de Investigación y Educación.
3. Bravo, J. (1997). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
4. Chudnovsky, D., & Porta, F. (1990). *La Competitividad Internacional: principales cuestiones conceptuales*.
5. Corbo, V. (2003). *Conceptos de competitividad, tipo de cambio real y el sector exportador*. Presentación de BCRAL de Chile.
6. Foro Económico Mundial (WEF). (2010). *Global Competitiveness Report 2010-2011*. Recuperado el Octubre de 2011, de Foro Económico Mundial (WEF): http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf
7. Instituto Aragonés de Fomento. (2011). *El Caso Dell*. Recuperado el Octubre de 2011, de Programa Empresa Competitiva: <http://www.programaempresa.com/empresa/empresa.nsf/paginas/712A2207E1968017C125705B00417E87?OpenDocument>
8. Instituto del Café de Costa Rica. (6 de Diciembre de 2009). *Informe sobre la actividad Cafetalera de Costa Rica*. Recuperado el Octubre de 2011, de Instituto del Café de Costa Rica: [http://www.icafe.go.cr/sector_cafetalero/estadsticas/CNC%202009%20%20\(6-Dic\).pdf](http://www.icafe.go.cr/sector_cafetalero/estadsticas/CNC%202009%20%20(6-Dic).pdf)

9. International Coffee Organization. (2011). Recuperado el Octubre de 2011, de International Coffee Organization:
http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics
10. Jr., G. S. (1998). *Time - The next source of competitive advantage*. Harvard Business Review.
11. Krugman, P. (2006). *Economía Internacional. 7° Edición*. Madrid: Addison Wesley.
12. Mercadolibre. (2011). *Precios Blusas de Algodón en Países de América latina*. Recuperado el Octubre de 2011, de Mercadolibre: <http://www.mercadolibre.com>
13. Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*. Compañía Editorial Continental.
14. Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara.
15. Porter, M. (2008). *Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan forma a la Estrategia*. Harvard Business Review Vol. 86 N° 1.
16. Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía Política y Tributación*.
17. Rodríguez, J. M. *Fundamentos de la Dirección estratégica: lecturas*. Grupo Anaya.
18. Rojas, P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (2000). *Algunos Ejemplos de Cómo Medir la Competitividad*. San José, Costa Rica: IICA.
19. Rubio, C. H. (2002). *La teoría del crecimiento endógeno y el comercio internacional*. Cuadernos de estudios empresariales. Vol. 12.
20. Say, J. B. (1803). *Traité d'économie politique*.
21. Smith, A. (1776). *La Riqueza de las Naciones*. Londres: W. Strahan & T. Cadell.
22. Zambrano, K. D. (2008). *Planificación y control de la producción pública*. Caracas: S-Planyg Kilian ZD.