

The image features a central archway that frames a landscape. The landscape is an aerial view of a rural area with green fields, a winding river, and a road. The archway is dark, and the overall scene is bathed in a warm, golden light. The text is overlaid on the landscape.

**LA COMPETITIVIDAD EN LA
AGRICULTURA**

**CADENAS AGROALIMENTARIAS
Y EL IMPACTO DEL FACTOR
LOCALIZACION ESPACIAL**



VERSIÓN PRELIMINAR

“LA COMPETITIVIDAD DE LA AGRICULTURA”

En construcción

PROYECTO:

**COMPETITIVIDAD DE LA AGRICULTURA:
CADENAS AGROALIMENTARIAS Y EL IMPACTO DEL
FACTOR LOCALIZACIÓN ESPACIAL**

*Patricia Rojas
Hugo Chavarría
Sergio Sepúlveda*

00003489

11CA
E10
1220

TABLA DE CONTENIDOS DOCUMENTO ESPECIALIZADO

PRESENTACION	i
PROLOGO	iv
ANTECEDENTES	v
LA GLOBALIZACION	v
DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVIDAD	vii

A. MODULO CONCEPTUAL

1. ELEMENTOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

1.1. DESEQUILIBRIOS ESPACIALES

1.2. DIMENSIONES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

- 1.2.1. Dimensión Social
- 1.2.2. Dimensión Política-Institucional
- 1.2.3. Dimensión Económica
- 1.2.4. Dimensión Ambiental

1.3. AL INTERIOR DE LA DIMENSION ECONOMICA

2.

¿QUE ES LA COMPETITIVIDAD?

△ Titulo



2.1. NIVELES DE ANALISIS: EL ENFOQUE SISTEMICO

- 2.1.1. Nivel Meta
- 2.1.2. Nivel Macro
- 2.1.3. Nivel Meso
- 2.1.4. Nivel Micro

2.2. DEFINICIONES DE COMPETITIVIDAD

- 2.2.1. Pais
- 2.2.2. Sector Agroalimentario
- 2.2.3. De Empresa
- 2.2.4. Definiciones Generales

2.3. PROPUESTA CONCEPTUAL

2.4. APENDICE 1: TEORIAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

- 2.4.1. El Mercantilismo
- 2.4.2. La Ventaja Absoluta
- 2.4.3. Ventaja Comparativa
- 2.4.4. Teorema Hecksher-Ohlin

3. LAS CADENAS AGROALIMENTARIAS

3.1. DEFINICION DE CADENA AGROALIMENTARIA

3.2. CARACTERIZACION DE CADENAS AGROINDUSTRIALES

*DANILLO
HERNANDEZ*

4. EL FACTOR DE LOCALIZACION ESPACIAL

4.1. EL FACTOR ESPACIAL COMO ELEMENTO NO ECONOMICO

4.2. LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS

4.2.1. Las teorías de localización y de geografía económica

4.2.1.1. La modelación deductiva

4.2.1.2. La teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante

4.2.1.3. El Modelo de Michael Porter

4.2.1.4. Variantes referidas a los Recursos Naturales

4.3. SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA: UN INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

4.4.1. Articulación entre elementos espaciales

5. COMPETITIVIDAD BAJO UN CONTEXTO DE EQUIDAD: MEJORÍA DE LAS CONDICIONES DE VIDA DEL MEDIO RURAL

5.1. INTRODUCCIÓN

5.2. DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGRICULTURA Y SU MEDIO RURAL

5.2.1. Dimensiones de la sostenibilidad

5.2.1.1. Dimensión Socio-económica

5.2.1.2. Dimensión Ecológica

5.2.1.3. Dimensión Productiva y Tecnológica

5.2.1.4. Dimensión Politico Institucional

5.3. COMPETITIVIDAD DE LA AGRICULTURA CON EQUIDAD

5.4. MEJORÍA DE LAS CONDICIONES DE VIDA DEL MEDIO RURAL

5.5. COMPETITIVIDAD CON EQUIDAD Y MEJORÍA EN LAS CONDICIONES DE VIDA DEL MEDIO RURAL

5.6. UNIDADES DE ANÁLISIS Y OPERACIÓN: CADENAS AGROALIMENTARIAS Y ESPACIOS TERRITORIALES

5.7. CONCLUSIONES

*propuesta de HC.
+ docs
subject
sach*

5.

{ ? CT

6.

FACTORES ECONOMICOS Y NO ECONOMICOS DE LA COMPETITIVIDAD

6.1. OTROS FACTORES NO ECONOMICO

- 6.1.1. Factores Del Producto y Del Servicio
- 6.1.2. Factores Externos, Factores Internos y Características de la Demanda

6.1.2.1. Factores Internos

- a. Tamaño
 - i. Nivel o esacala de producció
- b. Mercadeo

6.1.2.2. Factores Externos

- a. Fuerzas Culturales
- b. Fuerzas Legales
- c. Fuerzas Políticas

6.1.2.3. Características de la Demanda

- a. Comportamiento de Compra
- b. Tendencias del Consumo
 - i. Conveniencia
 - ii. Calidad
 - iii. Variedad y Motivación
 - iv. Nutrición, Seguridad Alimentaria y Salud
 - v. Temas Ambientales y Sociales

15077

CT

08.22

ANEXOS O
RESUMENOS
CON CASOS

7. LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS: DE LA TEORIA A LA PRACTICA

7.1. INTRODUCCION

7.2. DEFINICION DE COMPLEJO PRODUCTIVO

7.3. TEORIAS QUE FUNDAMENTAL LA FORMACION DE COMPLEJOS PRODUCTIVOS

- 7.3.1. Las teorías de la localización y de geografía económica. La modelación deductiva
- 7.3.2. La teoría de los encadenamientos
- 7.3.3. La teoría de interacción y los distritos industriales
- 7.3.4. La teoría de Michael Porter
- 7.3.5. Variantes referidas a los recursos naturales

CASOS
PRO?
DANILLO

7.4. PRINCIPALES FUENTES DE COMPETITIVIDAD EN LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS

7.4.1. Ganacias de productividad generadas por los complejos productivos

- 7.4.1.1. Acceso a insumos y empleados especializados
- 7.4.1.2. Acceso a la información
- 7.4.1.3. Complementaciones
- 7.4.1.4. Acceso a instituciones y bienes públicos
- 7.4.1.5. Incentivo y medición de desempeño

7.4.2. Incentivos a la innovación generado por los complejos productivos

7.4.3. Incentivos para la formación de nuevas empresas generados por los complejos productivos

7.5. SINTESIS DE ESTUDIO DE CASOS

7.5.1. El complejo de turismo vinculado al medio rural

7.5.2. El complejo de flores

- 7.5.2.1. El complejo de flores en Holanda
- 7.5.2.2. El complejo de flores en Colombia

7.5.3. El complejo de leche

7.5.4. El complejo de agronegocios

- 7.5.4.1. El complejo de agronegocios en California
- 7.5.4.2. El complejo de agronegocios en Centroamérica
- 7.5.4.3. El complejo frutícola en Chile
- 7.5.4.4. El complejo oleaginoso en Argentina

7.5.4. El complejo avícola

7.6. CONCLUSIONES

✓ *Enrique Pérez Gaudin*

B. MODULO METODOLOGICO

8. METODOLOGIAS: EXPERIENCIAS DEL IICA

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN ANALISIS DE CADENAS AGROALIMENTARIAS

8.1. PEQUEÑA AGRICULTURA, COMPETITIVIDAD E INTEGRACIÓN COMERCIAL: Metodología y aplicación al caso del arroz en Chile. Farías, C., PROCODER, IICA, 1993.

8.1.1. Sistema de Comercialización

8.1.2. Escenario base

8.1.3. Medición de Márgenes

8.1.4. Descomposición de los Márgenes

8.1.4.1. Impuestos y Subsidios

8.1.4.2. Cuotas o Permisos de Importación y Exportación

8.1.4.3. Costo de Elaboración

8.1.5. Determinación del Precio a Productor

8.1.6. Mercados de importación

8.1.7. Mercados de exportación

8.1.8. Análisis del Sistema Producción Consumo de Hortalizas en Panamá

8.2. COSECHAS, MOLINOS Y MERCADOS: La Economía del Arroz en Costa Rica. D.R.C.S.T., CIRAD, IICA, 1994.

8.3. ANALISIS DEL SISTEMA PRODUCCION/CONSUMO (CADENA) DE CARNE BOVINA EN GUATEMALA. IICA, 1994.

8.3.1. Contexto Nacional

8.3.1.1. El sector agropecuario en la economía nacional

8.3.2. Situación social y económica

8.3.3. Producto

8.3.3.1. Tipo de producción

8.4. METODOLOGIA PARA ELABORAR PERFILES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. García, R., IICA, 1995.

8.4.1. Nivel Internacional

8.4.2. Nivel Nacional

65 Oscheido
Caruiguri

8.5. ENFOQUE PARTICIPATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS. Bourgeois, R. y Herrera, D., CIRAD, D.R.C.S.T., IICA, 1996.

8.6. CARACTERIZACION DE CADENAS AGROALIMENTARIAS PARA EVALUAR INVESTIGACION EN EL CONO SUR. IFPRI, BID, PROCISUR, IICA, 1998.

8.7. ANALISIS DEL SISTEMA PRODUCCION CONSUMO DE HORTALIZAS EN PANAMA. REDCAHOR, IICA, 1999.

?

8.8.

EXAMINING AGRI-FOOD TRADE PERFORMANCE IN THE WESTERN HEMISPHERE: An Application on the Revealed Comparative Advantage Measure. Antoine, P., Arias, J. y Francis, D., CRNM, IICA, 1999.

DANCO?
Programe

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN EL ANALISIS DE PRODUCTOS

8.9. COMPETITIVENESS OF THE NON-TRADITIONAL AGRICULTURAL SECTOR OF THE OECS: A Diagnostic Analysis. Antoine, P. y Taylor, T., OECS, ADCU, IICA, 1993.

8.10. DESEMPEÑO DE LA AGRICULTURA DURANTE EL AJUSTE ECONOMICO Y LA APERTURA EN LOS PAISES ANDINOS Y EN COLOMBIA: implicaciones para la competitividad. Hertford, R. y Espinal, C., IICA, 1996.

9.

EXPERIENCIAS METODOLOGICAS FUERA DEL IICA

Paturo

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN ANALISIS DE PAIS

9.1. COMPETITIVENESS: DEFINITIONS, USEFUL CONCEPTS AND ISSUES. Abbott, P. y Bredahl, M., 1992.

9.1.1. Enfoques para el Análisis de la Competitividad

- 9.1.1.1. Macroeconomía
- 9.1.1.2. Teoría del Comercio
- 9.1.1.3. Microeconomía / Estrategia Empresarial

9.1.2. Determinantes de la Competitividad

9.2. IMPORTANCE OF NON-PRICE FACTORS TO COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL FOOD TRADE. Reed, M., 1992.

- 9.2.1. Factores económicos
- 9.2.2. Factores no económicos

9.3. MODELO DE SHARPLES. En Hertford y García, 1998

9.4. INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL. Artavia, R. y Larraín, F., 1997, CLACDS – INCAE, HIID - HARVARD

- 9.4.1. Ponderación de variables
- 9.4.2. Información cuantitativa-cualitativa
- 9.4.3. Descripción de las variables

9.5. NATIONAL/REGIONAL SYSTEMS OF INNOVATION. Lundvall – OECD. En The Competitiveness Project. Report 1996

9.6. REPORTE DE COMPETITIVIDAD MUNDIAL. World Competitiveness Yearbook, 1998

9.6.1. Factores de la competitividad

TRADUCCIÓN

*Joaquín
VC/PC
3/4/98*

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN ANALISIS DE EMPRESA POR PRODUCTO

9.7. ANTECEDENTES PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD Y COMPLEMENTARIEDAD DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS DE LOS PAISES DEL CONO SUR: El caso de Uruguay. FAO, 1994.

- 9.7.1. Condiciones Factoriales
- 9.7.2. Estrategias, estructuras y rivalidad empresarial
- 9.7.3. Actividades productivas relacionadas, servicios de apoyo y el Estado
- 9.7.4. Condiciones de la demanda

9.8. MODELO DE PORTER. Porter, M., en INCAE, 1996.

- 9.8.1. Condiciones de los factores
- 9.8.2. Condiciones de la demanda
- 9.8.3. Industrias conexas y de apoyo
- 9.8.4. Estrategia, estructura y competencia de la empresa
- 9.8.5. Interacción de los atributos

METODOLOGIA ENFOCADA EN EL RECURSO HUMANO

9.9. THE EMBEDDING APPROACH. Reich, R. En The Competitiveness Project. Report 1996

FFAO2000

ELIMINAR
REDUNDANCIAS

10. ALGUNAS TEORÍAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD

10.1. INTRODUCCIÓN

10.2. ENFOQUES DE LA COMPETITIVIDAD: BREVE REVISIÓN DE LA LITERATURA

10.2.1. Enfoques de análisis a nivel macro

10.2.1.1. Diamante de Porter

10.2.1.2. Modelo del Informe Mundial de Competitividad (IMC)

10.2.1.3. Enfoque evolucionista de la OCDE

10.2.2. Análisis de la competitividad a nivel intermedio (meso)

10.2.2.1. Modelo de las cinco fuerzas

10.2.2.2. El enfoque de los distritos industriales

10.2.3. Enfoques a nivel micro: la cadena de valor de Porter

10.3. MEDICIONES USUALES DE LA COMPETITIVIDAD

10.3.1. Indicadores agregados

10.3.2. Competitividad precio

10.3.3. Competitividad costo

10.3.4. Competitividad precio-costo

10.4. HACIA UNA SÍNTEISIS: UN MODELO BÁSICO DE REFERENCIA

10.4.1. La formación de los precios

10.4.2. Los costos

10.4.3. La competitividad precio-costo y la tasa de beneficio

10.4.4. Los factores de entorno y la tasa de beneficio

10.4.5. Tarifas y subsidios

10.4.6. Recursos naturales y ambientales

10.4.7. Competitividad dinámica

10.5. COMPETITIVIDAD EN LAS CADENAS AGROINDUSTRIALES

10.5.1. Aspectos generales

10.5.2. Competitividad y cadenas agroindustriales

10.5.3. Un modelo formal de análisis de las cadenas agroindustriales

10.5.3.1. Agentes de la cadena agroindustrial

- 10.5.3.2. Competitividad global de las cadenas agroindustriales
- 10.5.3.3. Aspectos particulares de las cadenas agroalimentarias

10.6. COMENTARIOS FINALES

- 10.6.1. Competitividad nacional versus competitividad empresarial
- 10.6.2. Sendas posibles hacia la competitividad

10.7. BIBLIOGRAFÍA

11. INDICADORES

→ VOK 30/35+

11. INDICADORES AL NIVEL DE EMPRESA

11.1. INDICADORES RELACIONADOS CON PRECIOS (IRC)

- 11.1.1. Diferencial de Precios: locales – importaciones (DPLM)
- 11.1.2. Diferencial de Precios: locales – exportaciones (DPLX)
- 11.1.3. Comparación de Precios locales-internacionales (CPLI)
- 11.1.4. Indicador de Competitividad (IC)
- 11.1.5. Otros indicadores de precios

11.2. INDICADORES DE DISTORSIONES DE PRECIOS (IDP)

- 11.2.1. Tasa Nominal de Protección (TNP)
- 11.2.2. Tasa Efectiva de Protección (TEP)
- 11.2.3. Subsidio Equivalente al Productor (SEP)
- 11.2.4. Subsidio Equivalente al Consumidor (SEC)
- 11.2.5. Tasas Efectivas de Asistencia (TEA)

11.3. INDICADORES DE COSTOS

- 11.3.1. Razón de costos: domésticos – externos (RCDE)
- 11.3.2. Costo de los Recursos Domésticos (CRD)
- 11.3.3. Cuasirentas (CR)

11.4. INDICADORES DE BENEFICIOS

- 11.4.1. Valor Agregado (VA)
- 11.4.2. Maximización de la Utilidad del Consumidor (MUC)

11.5. INDICADORES DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO

- 11.5.1. Penetración de mercado (PM)**
- 11.5.2. Importaciones – demanda interna total (M-DIT)**
- 11.5.3. Tipo de Cambio y la Balanza de Pagos (TC-BP)**
- 11.5.4. Tasa de Exposición a la Competencia Internacional (TECI)**
- 11.5.5. Potencial de Crecimiento del Mercado de Exportación (PCME)**
- 11.5.6. Competitividad de las Exportaciones (CE)**
- 11.5.7. Efectividad de Mercadeo (EM)**

- 11.5.7.1. Índice de Fuerza Competitiva (IFC)**

11.6. INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD

- 11.6.1. Productividad de la tierra/de la mano de obra (PL-PW)**
- 11.6.2. Factor Total de Productividad (FTP)**
- 11.6.3. Otros**

C. MODULO INSTITUCIONALIDAD

(select) r
6 docs
→ CPEV ✓
→ JCARO ✓ CCADIAU
→ RECHUEVIA ✓

12. ORIENTACION ESTRATEGICA

13. POLITICAS

- 13.1. POLITICAS COMERCIALES
- 13.2. POLITICAS RESTRICTIVAS EMPRESARIALES
- 13.3. POLITICAS DE COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL

Joaquin + 110pp
Caso CV Reveleda (LAE)

14. ORGANIZACION PUBLICA Y PRIVADA: RELACIONES

14.1. NORMATIVA

15. **CONDICIONES ESTRATEGICAS PARA QUE EL PROCESO SEA EXITOSO**

16. NEGOCIACIONES EN LA COMPETITIVIDAD

D. MODULO EMPIRICO

Buscarse
autora

17. **VISION PROSPECTIVA DE LA AGRICULTURA Y EL PAPEL DE LA COMPETITIVIDAD** ✓

18. **ANALISIS DE ESCENARIOS**

19. **BIENESTAR SOCIAL Y COMPETITIVIDAD** ✓

20. **COMENTARIOS**

21. **BIBLIOGRAFIA**

PRESENTACIÓN

Con miras a promover y garantizar el desarrollo sostenible de la agricultura y su medio rural, el IICA ha venido planteando un conjunto de orientaciones en el área de políticas y transformación institucional. Los postulados esgrimidos buscan, en efecto, superar dos de los retos más acuciantes que afectan a la mayoría de los países de las Américas: mejorar los niveles de competitividad de la agricultura, y mejorar las condiciones de vida del medio rural.

En ese contexto, el Instituto estableció, como unidades de análisis y ejecución de actividades, tres componentes básicos: los espacios rurales, las cadenas agroalimentarias y la interacción entre ambos¹.

Los ministerios de agricultura tienen ante sí el reto de promover —vía políticas y nuevos arreglos institucionales, y alianzas con el sector privado— transformaciones productivas que induzcan a la agricultura a alcanzar niveles más competitivos. Este objetivo debe configurarse en un esquema que incorpore, además de una participación sostenida en el mercado, la preservación de la base de recursos naturales y la consecución de una mejor calidad de vida para la población rural.

Sin embargo, los tomadores de decisiones no necesariamente cuentan con instrumentos prácticos y de fácil manipulación que permitan diseñar estrategias y políticas idóneas para lograr una reactivación de la agricultura con las características arriba mencionadas.

Habida cuenta de la complejidad del tema y de las reverberaciones sociales y ecológicas que conlleva, es importante entenderlo y analizarlo apropiadamente. Para ello se debe, ante todo, contar con instrumentos adecuados. Es fundamental, además, tomar consciencia de que la probabilidad de inducir externalidades sociales y medioambientales negativas es real, y que éstas son producto de un manejo sesgado de la “modernización” de la agricultura en el cual prevalece, como objetivo único, el incremento de la competitividad desde una perspectiva meramente económica. Sesgos como estos tendrán, indudablemente, un impacto mucho más agudo en los países de economías pequeñas, dependientes de la producción de bienes agrícolas tradicionales, intensivos en mano de obra, y generalmente vinculados a mercados poco dinámicos.

Dada la trascendencia de afinar la capacidad de gestión relativa a la ‘competitividad de la agricultura’, el Instituto ha establecido una línea de trabajo cuyo objetivo es promover el adecuado entendimiento de este

¹ IICA, 1999a.

complejo tema, así como fortalecer la capacidad de análisis y diseño de mecanismos institucionales idóneos, y de estrategias e instrumentos de política tendientes a lograr una mayor competitividad, tanto en el sector público como entre agroempresarios y productores. De esta forma, el Instituto busca apoyar a los países en su proceso de transformación productiva, transformación que deberá estar regida por objetivos que garanticen el crecimiento de la agricultura pero de la mano del desarrollo social y sin detrimento de la base de recursos naturales.

Con este fin, el Instituto estableció un mecanismo de referencia y construcción metodológica relativo a la competitividad, en el cual participan tanto profesionales del IICA como un grupo técnico externo ad-hoc. Este grupo funcional, identificado como el Grupo de Competitividad, tiene como propósito —a través del estudio profundo del tema— consolidar las bases conceptuales y operativas que permitan diseñar instrumentos de políticas y mecanismos institucionales eficientes, así como concebir instrumentos que permitan analizar y evaluar el impacto que las medidas de política tienen sobre la producción agrícola, la población rural y la base de capital natural.

Se espera que el esquema que aquí se propone sea el fundamento de un proceso de capacitación que mejore las habilidades y destrezas de los profesionales y agentes productivos, y los conduzca a ejercer una gestión que minimice las distorsiones económicas, las inequidades sociales y los desequilibrios regionales que pueden surgir en el camino hacia una agricultura más competitiva.

Cuadernos Técnicos

Con el objetivo de incursionar en el tema, se está produciendo una serie de publicaciones relacionadas con la competitividad en las cadenas agroalimentarias, en las que se destaca el impacto que sobre estas cadenas tiene el factor localización espacial.

Estas publicaciones, que forman parte de la Serie Cuadernos Técnicos, constituyen avances o extractos del presente Documento Técnico, y están dirigidos a un público no especializado. Asimismo, procuran abrir el diálogo entre aquellos profesionales del sector agropecuario involucrados en el tema de la competitividad.

Entre los temas que se desarrollarán se encuentran los siguientes:

- ❖ El Reto de la Competitividad en la Agricultura
- ❖ ¿Qué es la Competitividad?
- ❖ Territorio, Agricultura y Competitividad

- ❖ Algunos Ejemplos de Como Medir la Competitividad
- ❖ Los Complejos Productivos: de la Teoría a la Práctica
- ❖ Algunas Teorías e Instrumentos para Medir la Competitividad
- ❖ Competitividad bajo un Contexto de Equidad: Mejoría de las Condiciones de Vida del Medio Rural
- ❖ Factores No Económicos de la Competitividad
- ❖ Indicadores de Competitividad
- ❖ Políticas de Competitividad
- ❖ Negociaciones para la Competitividad

El propósito de estos documentos especializados es establecer bases para, posteriormente, desarrollar lineamientos metodológicos que permitan determinar el nivel de competitividad de diversos eslabones de la cadena agroalimentaria, tomando en cuenta el factor localización. Se espera que estos lineamientos sirvan de apoyo a los tomadores de decisiones, tanto a nivel nacional, como regional y empresarial, en el ámbito de las cadenas agroalimentarias.

Además de instrumentos metodológicos, se generará un sistema de información y análisis al que se podrá acceder a través de un programa de cómputo amigable. Asimismo, se diseñará, a partir de ellos, un programa de capacitación.

Se realizarán talleres y foros de discusión anuales para analizar la metodología y sus alcances. Además, una serie de publicaciones aglutinará la metodología, los aportes generados a lo largo de su desarrollo y la validación, y las experiencias que se generen.

El presente trabajo constituye un esfuerzo conjunto entre las Areas Técnicas del Instituto: Política y Comercio; Ciencia, Tecnología, Recursos Naturales y Producción Agropecuaria; Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de Alimentos, y, Desarrollo Rural y la Secretaría Técnica del CODES, vinculando el trabajo a nivel de países, regiones y hemisférico.

Se agradecen las contribuciones de los colegas del Grupo de Competitividad², y se espera continuar con este trabajo conjunto. Asimismo, se insta a todos aquellos profesionales interesados en el tema a enviar sus sugerencias. Se les invita también a formar parte del Grupo de Competitividad, para que, uniendo esfuerzos, logremos obtener una herramienta de análisis más real y de mayor impacto.

² Para mayor información sobre los integrantes del Grupo de Competitividad, referirse a la página de Desarrollo Sostenible del IICA: <http://infoagro.net/codes>.

PRÓLOGO

La globalización se ha impuesto como uno de los rasgos característicos de la economía internacional de fin de siglo, el cual se caracteriza por la convergencia hacia mercados más abiertos y competitivos.

La necesidad de alcanzar una economía —agricultura— más competitiva se instaure como condición *sine qua non* para lograr una inserción internacional eficiente. Esta inserción debe garantizar no sólo un acceso más amplio a los mercados externos (en número de productos y en volumen suplido) sino que, al mismo tiempo, logre consolidar su posición en los mercados internos.

Este empeño conlleva implicaciones sustantivas para la estructura y el perfil productivo de la agricultura mundial. En efecto, la rápida transformación del entorno internacional ha modificado drásticamente las reglas del mercado a nivel macro, sectorial y micro. El incremento sostenido de la competitividad es ahora un requisito indispensable para el crecimiento y para la propia viabilidad de las unidades productivas.

La agricultura está conformada por una vasta gama de procesos y agentes productivos, cuya interacción garantiza la existencia, en el mercado, de bienes de consumo alimenticios. Para alcanzar su destino final —la mesa del consumidor— el producto debe recorrer un largo camino que se inicia en la empresa de producción primaria. Los subsecuentes procesos de transformación que enfrenta el producto conforman los eslabones intermedios de las conocidas cadenas agroalimentarias. Cada eslabón, por su parte, está conformado por una serie de empresas, de cuyas interacciones y desempeño dependerá la competitividad de la cadena (vínculos hacia atrás, adelante y los lados).

Generalmente, cada uno de esos eslabones está localizado en un espacio geográfico, cuyas características agroecológicas, de oferta de servicios de apoyo a la producción e infraestructura condicionan el grado de competitividad de la cadena. Estos espacios geográficos (regiones) están a su vez articulados, en diverso grado, con el resto del territorio nacional.

Si una empresa —o cadena— desea ser competitiva, debe realizar acciones que le permitan mantener, ampliar y mejorar de manera continua su participación en el mercado.

ANTECEDENTES

LA GLOBALIZACIÓN

La última década se ha caracterizado por una creciente globalización de la economía, por mercados cada vez más abiertos y competitivos, y por la búsqueda del libre intercambio.

Los compromisos del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, GATT, han permitido consolidar los avances en la apertura comercial. Es más, en las negociaciones de la Ronda de Uruguay del GATT, la internacionalización comercial fue concebida como meta final y así quedó estipulada por los países subscriptores del acta correspondiente y de otros protocolos multilaterales. De esa forma, quedaron sujetos a las reglamentaciones que gobiernan el nuevo orden económico internacional, tales como las disposiciones de la OMC.

Sin embargo, las barreras proteccionistas aún vigentes constituyen elementos críticos insostenibles que dificultan la dinámica del comercio. Ante tal situación, se ha integrado un marco de fortalecimiento de bloques económicos poderosos, como el ALCA, y de formación de mercados comunes, uniones aduaneras y acuerdos plurilaterales y multilaterales de comercio.

Es de esta forma, que el desarrollo económico y social se instaure dentro de un esquema cuya condición básica es la apertura gradual de fronteras al intercambio global de bienes y servicios.

Asimismo, las normas internacionales de comercio estipulan diversas exigencias en cuanto a las características —precios, calidad, requerimientos ambientales, etc.³— que deben tener los productos que se transan en los mercados.

De lo anterior surge la necesidad de desarrollar e implementar planes de acción dirigidos a superar las debilidades de las empresas y aprovechar sus fortalezas, con el fin de que formen parte del nuevo escenario comercial. Para ello, las firmas deben mejorar su capacidad de posicionar productos en el mercado, en términos tanto de oferta (precio competitivo de mercado, calidad, etc.) como de demanda (conocimiento del mercado, gustos y preferencias de los consumidores, tendencias actuales, etc.).

En Latinoamérica y el Caribe (LAC) existen muchos casos de conglomerados productivos exitosos que apuntan en tal dirección. En

³ Normas ISO 9000, ISO 14000 e Inocuidad de Alimentos.

Argentina, por ejemplo, se tiene el complejo oleaginoso; en Chile, frutícola y el vinícola; en Brasil el forestal y de jugo de frutas; en Colombia y Holanda, el de flores, en Ecuador, el de camarones⁴, y en Centroamérica, el de agronegocios.

Todos los casos anteriores constituyen concentraciones sectoriales y/o geográficas de empresas que han logrado un desarrollo importante a partir de recursos naturales y del desarrollo de actividades de apoyo relacionadas con la provisión de insumos, equipos y otros procesos.

Indudablemente todo proceso de cambio genera ganadores y perdedores. En ese sentido, el proceso de globalización no les garantiza beneficios a todos los participantes, especialmente a corto plazo. La gama de actores que pueden verse afectados es amplia y las consecuencias variadas puesto que las cadenas agroalimentarias están constituidas por empresas de diferente tamaño, cuyas relaciones e interacciones facilitan o entran el proceso de desarrollo productivo de la cadena.

Resulta necesario analizar la permeabilidad de los beneficios entre los diferentes actores, especialmente entre aquellos cuyas actividades no se encuentran directamente relacionadas con el proceso productivo (industrias conexas). Muchos productores, sobre todo los más pequeños podrían, por falta de preparación para enfrentar el reto de la competitividad, ser desplazados del mercado. Situaciones como ésta traerían un alto costo en los países en que sucedan pues, en el mediano plazo, sus economías podrían desestabilizarse. Esto es especialmente cierto si consideramos que las economías de LAC están constituidas básicamente por micro y pequeñas empresas, inmersas en un medio con alto porcentaje de población rural.

Por otra parte, la apertura comercial y la eliminación de distorsiones como aranceles y tarifas, colocan a los actores nacionales en igualdad de condiciones con los actores foráneos y obliga a los primeros a igualar sus precios con los de la competencia. Para lograr esto, deben, sin embargo, mejorar su productividad, calidad y sus estructuras de costos. Esta situación beneficiaría, en primera instancia, a los consumidores finales, pero al generar una mayor eficiencia traería, también, un mayor desarrollo económico y un mayor bienestar para toda la sociedad.

Es preciso, entonces, comprender las implicaciones que la globalización tiene en los países, la agricultura y los productores. Sólo así se estará en capacidad de establecer estrategias de transición que, tomando en cuenta las fortalezas, las debilidades y las potencialidades prevaletentes, logren la

⁴ Ramos, 1998.

inserción de aquellos en mercados cada vez más competitivos. La comprensión de dicho proceso permitirá responder, de manera apropiada y oportuna, con instrumentos de política y mecanismos institucionales idóneos que faciliten tal transición y que, al tiempo, potencien las fortalezas y minimicen las externalidades negativas, económicas, sociales y ambientales.

DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVIDAD

El presente trabajo es una continuación del esfuerzo que ha venido realizando el Instituto desde 1992, en torno al tema del desarrollo sostenible, tema que se instaura como eje central de análisis. La competitividad, por su parte, se constituye como el objetivo global de la dimensión económica, cuya interacción con las dimensiones social, ambiental y político-institucional, conforman el proceso de desarrollo sostenible.

Las Cumbres Internacionales han definido Planes de Acción en los cuales se indica claramente que se está moldeando un enfoque de desarrollo con evidentes implicaciones económicas, sociales, ambientales e institucionales para la agricultura del Hemisferio⁵. En tal contexto, y para poder lograr un desarrollo de la agricultura y de su medio rural que sea sostenible en el tiempo, es urgente superar dos retos apremiantes que actualmente enfrentan la mayoría de los países de las Américas:

- Mejorar la competitividad de la agricultura, y,
- Mejorar las condiciones de vida en el medio rural.

Ello exige la adopción de estrategias y políticas integrales para la modernización de la agricultura que se apoyen en tecnologías ambientalmente sostenibles y que mantengan concordancia con una estrategia social dirigida a aumentar la calidad de vida de la población rural.

Con base en el punto anterior, el IICA propone una estrategia de transformación integral, indispensable para que la agricultura pueda alcanzar un desarrollo sostenible. Tal estrategia comprende cuatro ámbitos: el productivo, el comercial, el humano y el institucional. A nivel productivo se busca propiciar una mayor productividad y una mejor calidad en los productos, sin desligarse del uso de tecnologías ambientalmente sostenibles y promoviendo la diversificación de la producción agropecuaria, su procesamiento y la modernización de sus

⁵ IICA, 1999a.

servicios de apoyo. La transformación comercial busca elevar el nivel de competitividad —en los mercados nacionales e internacionales— de los sistemas productivo-comerciales, tradicionales y no tradicionales. Por su parte, la transformación humana implica la modificación y el reforzamiento de valores, el desarrollo de destrezas y habilidades y la internacionalización de nuevos conocimientos. Por último, la transformación institucional impulsa la construcción de sistemas institucionales cuyos procesos decisorios sean más participativos, y sirvan de soporte a las transformaciones productiva, comercial y humana.

Esta perspectiva sistémica⁶ capta las múltiples relaciones que se establecen entre la agricultura y sus organizaciones, la sociedad, la economía (nacional e internacional) y el medio ambiente.

Para lograr un mejor análisis de la agricultura y su medio rural, se establecen tres componentes operativos básicos: los espacios rurales, las cadenas agroalimentarias y la interacción entre ambos.

Los espacios rurales son aquellos escenarios en los cuales se articula una realidad social, político-institucional, económica y ambiental. Poseen una cierta homogeneidad o unidad, lo que les confiere personalidad y originalidad geográfica. Esto último se manifiesta gracias a cierta uniformidad de aspectos como relieve, clima, formas de poblamiento y paisaje agrario, entre otros.

Las cadenas agroalimentarias, por su parte, permiten comprender la complejidad, la estructura y la funcionalidad de la agricultura, pues concatan los procesos productivos y los diferentes actores tanto públicos como privados que en él intervienen y que se encuentran distribuidos en las unidades productivas agrícolas, las empresas procesadoras de productos intermedios, las productoras de bienes finales, y todos aquellos otros actores pertenecientes a actividades conexas y de apoyo.

Finalmente, la interacción entre los espacios rurales y las cadenas agroalimentarias contribuye al equilibrio y estabilidad del sistema global, y da paso a interrelaciones —propias de cada conjunto— que van a definir y demarcar las condiciones que propician o no la competitividad.

⁶ *Op. Cit.*: 30.

I. ELEMENTOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible (DS) nacional adopta como uno de sus puntos de referencia la definición planteada por el informe de la Comisión Brundtland. En él se define el DS "como el proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas" (Naciones Unidas 1987). En esta perspectiva, el desarrollo económico y el uso racional de los recursos naturales y la dimensión medioambiental están inexorablemente vinculados.

El DS¹ se plantea en términos de un proceso de transformación de las diferentes dimensiones o componentes del sistema de la sociedad nacional, el cuál implica mutaciones en la asignación de las inversiones, cambios institucionales y políticos, conjugados con las transformaciones de orden tecnológico e informático.

Desde la perspectiva ecológica y ética se plantea el DS como una relación entre sistemas ecológicos de mayor cobertura y dinamicidad, en los cuales se afianzan los siguientes elementos: a) que la vida humana pueda continuar indefinidamente; b) que las individualidades humanas tengan la posibilidad de crecer y multiplicarse; c) que las particularidades culturales puedan sobrevivir; d) que las actividades humanas se procesen dentro de límites que no pongan en peligro la diversidad, complejidad y funciones del sistema ecológico que sirve de base a la vida.

Ya en la vertiente de la economía ecológica, el desarrollo sostenible en el plano nacional enfatiza la importancia de las ineficiencias del mercado y las fallas de gestión de los recursos naturales como las causas principales del deterioro de los recursos naturales y la degradación del medio ambiente. Esta definición señala los factores condicionantes de origen ecológico y distributivo de la economía y también destaca el papel de las instituciones (organizaciones) en el manejo racional de los recursos naturales.

En el ámbito nacional, el DS de la agricultura y el medio rural se concibe como parte de un proceso que se vincula, por lo menos, con dos interfaces: la base de recursos naturales y el medio ambiente, en general, y la producción y el comercio, en particular. Es decir, los agentes económicos utilizan la base de recursos naturales y adquieren insumos para satisfacer sus necesidades de producción, y ofrecer bienes y servicios a los consumidores mediante la intermediación de los "mercados" y sus respectivos agentes. Todo este proceso está condicionado por la superestructura del sistema institucional y jurídico de cada país.

¹ Sepúlveda, Castro y Rojas, 1998.

Este es el caso de las decisiones de política macroeconómica tomadas en el plano nacional, las cuales evidentemente, condicionan las posibilidades reales para promover actividades concertadas y coherentes de DS a nivel regional y local.

En el contexto anterior, la pobreza se visualiza como causa y efecto de los desequilibrios estructurales nacionales y se postula que cualquier esfuerzo que se realice para resolver los problemas ambientales será neutralizado, a menos que se adopte una perspectiva distributiva más amplia para resolverlo. Tanto los pobres rurales como los urbanos generalmente se ven compelidos a hacer un uso intensivo de los limitados recursos naturales a los cuales tienen acceso. Al mismo tiempo, sus objetivos de corto plazo los inducen a minimizar sus costos de producción. Ambas situaciones provocan costos medioambientales que se traducen en el alto grado de erosión del suelo, la alteración de microcuencas y las fuentes de agua, la pérdida en la calidad del agua disponible y el vertido de efluentes contaminantes, entre otros.

En síntesis, para que el desarrollo sea sostenible debe ser concebido como un proceso multidimensional e intertemporal, en el cual la trilogía equidad, sostenibilidad y competitividad se sustentan en principios éticos, culturales, sociales, económicos, ecológicos e institucionales.

Sin duda que estos planteamientos se constituyen en los principales desafíos por resolver, con respecto a la posibilidad efectiva de la asignación presente de la producción, el consumo y, por ende, el grado de utilización de la base de recursos naturales, entre diversos espacios territoriales y entre diferentes grupos sociales.

Este reto se torna aún más complejo al incorporar explícitamente el tema de la intertemporalidad; es decir, las relaciones señaladas deben ser evaluadas incorporando la temporalidad de los fenómenos: presente versus futuro.

Finalmente, los vínculos entre desarrollo sostenible nacional y el desarrollo sostenible de la agricultura y del medio rural son obvios; de hecho, en orden descendente, cada uno de ellos es un subconjunto del anterior. De manera que éste es una sub-matriz de un proceso más amplio (nacional), el cual involucra factores y actores nacionales e internacionales que condicionan permanentemente el que hacer a los otros dos niveles.

1. Desequilibrios Espaciales

El modelo nacional de desarrollo ha determinado históricamente la distribución espacial de las actividades económicas, la concentración territorial de la población, la localización y el grado de crecimiento de los

centros urbanos, así como también los tipos de vínculos entre determinadas unidades territoriales y el resto del territorio nacional.

En la práctica, este fenómeno ha generado un proceso de diferenciación espacial en el cual cada región adquiere papeles productivos-económicos y sociopolíticos concretos, como componente funcional de una compleja matriz de desarrollo nacional.

La diferenciación espacial y los tipos de enlaces entre regiones se hacen evidentes a través de tres características:

- i. concentración geográfica de las actividades económicas y de la población en algunas unidades territoriales y en centros urbanos que tienden a transformarse en megalópolis;
- ii. centralización, en estas unidades territoriales, del sistema institucional responsable por los procesos de toma de decisiones;
- iii. disparidades extremas en el nivel de las condiciones de vida entre la población localizada en estas unidades territoriales y la que habita en otros espacios territoriales.

El DS se concibe como el proceso de transformación de unidades espaciales que hacen parte de esta categoría y cuyo fundamento es una estrategia nacional, cuyas políticas permiten superar los factores responsables por los desequilibrios que impiden su pleno desarrollo e inhiben la participación de la población en los beneficios del proceso de crecimiento.

La definición resalta, por un lado, la importancia de la eficiencia económica para promover el desarrollo sostenible de la agricultura y, a la vez considera la enorme importancia de una distribución equitativa en el acceso a los beneficios del desarrollo económico.

2. Dimensiones del Desarrollo Sostenible

El tratamiento multidimensional del desarrollo sostenible es apenas el reflejo de la compleja realidad del “sistema nacional” y de cada uno de aquellos componentes que se busca modificar para transformar la agricultura y el medio rural. No obstante, se reconoce que cada dimensión tiene sus características propias y, a la vez, está condicionada y condiciona a las otras dimensiones.

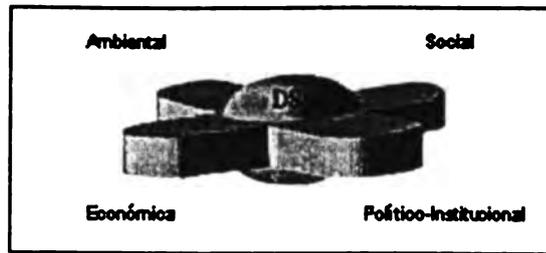


Diagrama 1. Multidimensionalidad del Desarrollo Sostenible

Para garantizar el funcionamiento de las sociedades nacionales se han establecido diversos arreglos institucionales y políticos, cuyo objetivo es normar sus relaciones (dimensión institucional-política).

Este esquema de ordenamiento social ha puesto especial énfasis en las normas de las actividades productivas y en la utilización de la tecnología, como instrumento para asegurar la supervivencia de sus poblaciones, y para garantizar la generación de excedentes que viabilicen el comercio con otros países (dimensión económica). Todas estas actividades productivas utilizan energía y recursos naturales renovables y no renovables como insumos básicos y generan bienes de consumo y/o productos primarios; a la vez, en la mayoría de los casos, ocasionan externalidades medioambientales negativas: efluentes contaminantes, erosión, deforestación, entre otras (dimensión-ecológica).

A continuación se detallan de manera sucinta las cuatro dimensiones básicas que ordenan el planteamiento de desarrollo sostenible de la agricultura: social, económica, ecológica y político-institucional.

2.1. Dimensión Social

La dimensión social no sólo está referida a la distribución espacial y etaria de la población sino que remite, de manera especial, al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y tienen como base la religión, la ética y la propia cultura. En efecto, son estas relaciones las que determinan, en buena medida, el grado de acceso a las diversas formas del poder político a cualquier nivel.

Asimismo, esta dimensión tiene también como referente obligatorio a la población, como actores del desarrollo, con especial énfasis en sus formas de organización, de participación en la toma de decisiones y en el nivel de organización de grupos de interés. Por otro lado, también se refiere a las interacciones entre la sociedad civil con el sector público.

En este caso particular, se percibe el tipo y fuerza de las alianzas sociales y la conformación de grupos de interés como mecanismos naturales de acceso y ejercicio del poder (enseñoramiento), y la práctica de resolución de conflictos. Por lo tanto, los lazos de interacción social son de importancia decisiva para promover y consolidar el proceso de participación y democratización a todos los niveles.

En el espacio agrícola y rural, la población crece, se desenvuelve, se transforma y se relaciona, a través de sus actividades productivas y económicas.

Esta primera dimensión gravita alrededor del recurso humano como actor del desarrollo, cuyo potencial de transformarse y transformar el medio que lo circunda, generando bienes y, también deteriorando su base de recursos naturales, lo sitúa en el centro del escenario. De manera que los aspectos económicos de esta dimensión están vinculados precisamente con la capacidad y habilidad de dichos actores para utilizar y combinar los factores de producción con el propósito de generar determinados bienes que satisfagan sus necesidades básicas y garanticen un excedente comercializable.

En este contexto, el grado de desarrollo está directamente vinculado, entre otros, a dos factores principales: i. las habilidades y destrezas de los recursos humanos, su capacidad real de generar excedente y reinvertirlos en esa misma localización y ii. el grado de distribución de los beneficios del desarrollo entre los diversos actores privados, y entre éstos y los públicos.

Se deduce que existen relaciones estrechas entre esta dimensión y la política-institucional. Estas se originan, principalmente, a través del acceso a los mecanismos de toma de decisiones sobre la asignación de recursos públicos.

2.2. Dimensión Política-Institucional

Esta considera la estructura y el funcionamiento del sistema político, sea nacional, regional o local; asimismo, es el nicho donde se negocian posiciones y se toman decisiones sobre el rumbo que se desea impartir al proceso de desarrollo. Por otro lado, se afirma en el sistema institucional establecido para orientar y operacionalizar el sendero de desarrollo escogido. Por lo tanto, en esta dimensión se definen los grupos y roles hegemónicos de los actores que representan a diversos intereses y se instituyen los equilibrios políticos por medio de negociaciones.

Como se señaló, el resultado final y tangible de esta clase de negociación se refleja en la clase y el volumen de recursos asignados a varios programas,

proyectos y obras específicas que, de una u otra forma, beneficiarán al territorio o región y que, en mayor o menor medida, satisfarán las demandas y necesidades de diferentes grupos, tomando en cuenta la posición, necesidades, potencialidades y vulnerabilidad de las otras dimensiones, condición, no obstante que debe estar presente como principio rector en la conceptualización y operativización de las otras dimensiones a las que se alude.

Así, la dimensión política e institucional involucra al sistema institucional público y privado, a las organizaciones no gubernamentales, y a las organizaciones gremiales y grupos de interés, entre otros. El proceso de descentralización del aparato público y el fortalecimiento de los gobiernos locales y el énfasis renovado por la democratización, permiten vislumbrar un nuevo papel para los gremios de la sociedad civil y, por supuesto, para las ONG. Esto implica, al mismo tiempo, un rearrreglo del aparato público, en sentido amplio, y de los canales, formas y mecanismos de participación de la sociedad civil en los procesos de toma de decisiones.

Por otro lado, los gobiernos regionales/locales y el sector público continuarán desempeñando un papel como articuladores del proceso y, en casos de imposibilidad de participación directa de la sociedad civil, también como promotores de las acciones de desarrollo sostenible.

Desde la perspectiva de la concepción del DSM, los espacios locales y regionales se transforman en el foro de negociación e intercambio de demandas y prioridades de los grupos sociales, en las cuales los técnicos del sector público ó instancias tangibles que representan al Estado, cumplen apenas una función como agentes del desarrollo. No obstante, ambas partes (actores y agentes) pueden llegar a conformar equipos que promuevan y ejecuten propuestas de desarrollo coherentes con las demandas de las mayorías. Empero, la propuesta conceptual de desarrollo rural plantea la microrregión como la unidad de acción; su ejecución exitosa sólo será posible en la medida en que se realicen ajustes en el sistema político e institucional en el ámbito nacional y regional, coherentes con un proceso de descentralización y transferencia del poder político hacia las regiones y los gobiernos locales en la búsqueda del "empoderamiento" real de la sociedad civil.

Ambas transformaciones pretenden aumentar de manera significativa las oportunidades y mecanismos de participación política de la sociedad civil. Lo anterior es fundamental para consolidar el proceso de fortalecimiento de los gobiernos locales y las instituciones regionales, si se desea alcanzar un cambio en el estilo y nivel de la presencia del gobierno central en cada unidad territorial, de tal forma que la comunidad organizada defina sus principales problemas, identifique los servicios requeridos para enfrentar

estos problemas, proponga soluciones alternativas en las cuales estarán dispuestas a participar hasta en su cofinanciamiento si fuese necesario. A este tipo de acciones impulsadas por la comunidad organizada, el Estado debe responder en forma orgánica y sistemática.

De la misma manera, esta dimensión sienta las bases para viabilizar la renovación y el ajuste del marco institucional como parte del proceso de modernización institucional del sector público. En este nivel se consideran, además del papel del sector público, los nuevos roles que le pueden caber al sector privado, así como también a los mecanismos de interacción entre ambos. La anterior preocupación es parte de una de las hipótesis básicas de la propuesta: la necesidad de aumentar la autonomía de los actores sociales, agentes económicos y la capacidad de gestión a nivel regional, microrregional y comunal, la cual es efectivamente el punto central de cualquier propuesta de desarrollo con una clara visión de largo plazo.

La dimensión institucional y política cobra particular interés en el proceso de democratización y participación ciudadana. En efecto, el principio que la sustenta es que la democracia viabiliza la reorientación del camino del desarrollo y, por lo tanto, la reasignación de recursos hacia diferentes actividades y grupos sociales.

2.3. Dimensión Económica

Esta dimensión se vincula con la capacidad productiva y el potencial económico de las regiones y microrregiones, visualizada desde una perspectiva multisectorial que involucra las interfaces de las actividades primarias con aquellas propias del procesamiento y el comercio, y con la otra, que corresponde al uso de la base de los recursos naturales. En el caso de la primera, se incluyen todas las actividades intermedias que se relacionan con el procesamiento de productos vinculados a determinadas cadenas agroalimentarias y, por lo tanto, incluye actividades productivas primarias y secundarias de diversos sectores de la economía.

Esta dimensión abarca técnicas y tecnologías específicas, es decir insumos modernos, generalmente agroquímicos y maquinaria utilizados en la producción agropecuaria y forestal. Adicionalmente, esta dimensión incluye también aquellas tecnologías requeridas para la transformación y procesamiento y transporte apropiado de estos productos. Lo anterior apunta en la dirección de garantizar la oferta de bienes transabais de alta calidad al consumidor final.

Finalmente, la capacidad de gestión de los productores es un componente fundamental que condiciona la transición desde formas tradicionales a estadios más complejos y modernos de la producción. Sin duda, el factor de

capacidad de manejo eficiente y competitivo de las unidades productivas en un contexto de cambios drásticos, tanto desde la oferta (producción) como desde la demanda (mercados), es decisivo para garantizar mayores posibilidades de éxito de la transformación productiva.

Además, una importante porción de esta dimensión se refiere a las relaciones económicas y productivas generadas en los mercados de cada unidad territorial y en otros localizados en diferentes unidades pero que, debido a su dimensión y presencia, inducen transformaciones y modifican las tendencias productivas tradicionales en la microrregión.

En el contexto de esta dimensión, debe prestarse especial atención a las denominadas tecnologías tradicionales, en las cuales, en muchos casos es posible encontrar soluciones a determinadas contradicciones que genera la tecnología de punta y las externalidades medioambientales negativas que resultan de su aplicación.

Estas tecnologías se derivan de un acervo ancestral de conocimientos empíricos, cuya valía ecológica, práctica y económica se está reconociendo cada vez con mayor fuerza, razón por la cual se están fortaleciendo los procesos para su identificación y rescate. Generalmente las comunidades nativas se transforman en el foco de estas iniciativas, ya que son las detentoras del legado de conocimientos básicos para las prácticas de manejo y aprovechamiento del bosque, y de la utilización de subproductos silvestres (fibras, alimentos, medicinas, etc.) que resultan en impactos medioambientales negativos menores.

2.4. Dimensión Ambiental

Esta dimensión surge del postulado de que el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente. En esta dimensión se presta especial atención a la biodiversidad y, en especial, a los recursos como el suelo, el agua y la cobertura vegetal (bosque), que son los factores que en un plazo menor determinan la capacidad productiva de determinados espacios.

En esta perspectiva, cualquier actividad productiva que se promueva debe adecuarse a un conjunto de parámetros que aseguren el manejo racional del stock de recursos naturales y el equilibrio del medio ambiente. Esta visión adquiere un alcance especial desde que la unidad territorial de acción de DS está particularmente condicionada por su base de recursos naturales. De ahí que esta dimensión se relaciona principalmente con el potencial productivo de zonas agroecológicas y los conflictos que surgen entre el potencial de uso

de sus recursos naturales y su uso efectivo. Este tipo de análisis busca resaltar las condicionantes y el potencial de los recursos naturales con el fin de garantizar su manejo racional libre de conflictos. Esta perspectiva pretende servir de base para promover las inversiones en agricultura y la producción forestal que maximicen la utilización de procesos tecnológicos e insumos limpios, así como los conflictos de uso de los recursos naturales y minimicen la generación de efluentes tóxicos.

En este contexto, la interacción entre los agentes económicos y el medio ambiente es fundamental; de allí que se torna trascendental la formación (capacitación) de la sociedad civil en general y de los representantes de los gobiernos locales y las instituciones regionales, con el objeto de garantizar su participación activa en el manejo de los recursos naturales. Adicionalmente, en este nivel se destaca el papel del sector público y el privado, así como también sus mecanismos de interacción y los dispositivos legales que pueden viabilizar la utilización racional de los recursos naturales y el medio ambiente.

3. Al Interior de la Dimensión Económica

Como ya se ha mencionado, el cuarteto: equidad, sustentabilidad, competitividad y gobernabilidad, corresponden a los objetivos agregados de las dimensiones: social, ambiental, económica y político-institucional, respectivamente y sientan las bases del proceso multidimensional e intertemporal del desarrollo sostenible.

El tema que compete en el presente documento, va dirigido a realizar un análisis al interior de la dimensión económica, la cual involucra, entre otros, aspectos referidos a los diferentes eslabones de un proceso productivo, a la capacidad productiva, al potencial económico de regiones y microrregiones, a las correspondencias económicas y productivas generadas en los mercados, y a la relación entre las tecnologías tradicionales y las tecnologías de punta, con respecto a las externalidades ambientales.

Asimismo, las relaciones de esta con las otras dimensiones toman vigor al constituirse en partes intrínsecas del diario accionar económico, donde los vínculos con los individuos, el ambiente y la superestructura política-institucional dan forma a la sociedad como un todo.

Por tanto, la dimensión económica, además de la organización de las sociedades y de las actividades productivas, tiene como base los mecanismos de articulación entre los diversos grupos, para cumplir las actividades básicas de producción y reproducción.

En tal sentido, la agricultura sostenible se establece como un proceso donde se procura optimizar la producción agrícola, a través de tecnologías que minimicen los costos ambientales que pueden ser generados, asegurando la consecución de fuentes de alimento para generaciones futuras y buscando el mayor bienestar de las personas a través de la maximización de sus oportunidades en la sociedad.

Es así, que al interior de la agricultura sostenible, vista desde la óptica de la dimensión económica, toma lugar un concepto que se constituye parte del desarrollo, a saber, la competitividad.

II. ¿QUE ES LA COMPETITIVIDAD?

“Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de éstas palabras mágicas es ‘competitividad’”¹.

Como se mencionó anteriormente, el concepto de competitividad de la Agricultura se enmarca en el desarrollo sostenible como el objetivo agregado de la dimensión económica.

A partir del proceso de globalización deviene toda una reconceptualización del término de competitividad. Los conceptos enfocados en aspectos puramente economicistas empiezan a incorporar elementos de orden no económico, tales como cultura, política, aspectos ambientales, calidad del recurso humano y ubicación espacial, buscando cada vez más que los alcances de la competitividad incorporen el equilibrio entre el rendimiento económico y la eficacia social.

La competitividad de la Agricultura es un proceso de transformación que conlleva un análisis crítico en torno a quienes serán sus ganadores y quienes sus perdedores, cuáles serán sus beneficios y cuáles sus costos, y sobre todo, cuál de éstos será mayor. Así, se puede “beneficiar a determinados actores económicos en detrimento de aquellos que no están en condiciones de competir, lealmente, en el mercado. Su desventaja puede tener varias causas, como tamaño de la empresa, acceso a activos, retraso tecnológico, zona geográfica donde están ubicados, poco acceso a la información, dificultades derivadas de la infraestructura y mano de obra menos calificada o menos productiva”².

Sin embargo, la competitividad que lleva a incentivar medidas de apertura comercial y eliminación de distorsiones en el aparato productivo, permite a los actores económicos actuar en igualdad de condiciones. Para lograr tal equilibrio se debe “garantizar que los principios de equidad y de beneficio colectivo que fundamentan las normas de competencia se apliquen de igual manera dentro de las economías nacionales como entre ellas.

COMPETENCIA VRS COMPETITIVIDAD

¹ Müller, pág. 1. Traducción propia.

² Tortora, 1998: 789.

A menudo la competitividad es considerada como un estado de realización o logro, cuando más bien, lo correcto es interpretarla como un estado económico transitorio. Tratar la competitividad sólo como un estado de realización ignora la importancia de sostenibilidad y el rol que juega la competitividad para promover crecimiento económico.³

A mayor competencia, mayor desarrollo, siempre y cuando los beneficios de la competencia se condigan con sus costos. El riesgo es, a mayor competencia, más sacrificios⁴.

1. Niveles de Análisis: el Enfoque Sistémico

Con el fin de examinar la competitividad pueden distinguirse diferentes niveles de análisis. El enfoque de competitividad sistémica⁵ hace referencia a cuatro niveles analíticos distintos pero interrelacionados: el meta, el macro, el meso y el micro.

1.1. Nivel Meta

El nivel meta de la competitividad está dado por el desarrollo de la capacidad nacional de conducción. Todas las políticas implementadas en un territorio dependen directamente de la capacidad estatal de conducción de la economía y de la existencia de patrones de organización que permitan movilizar las capacidades de creatividad de la sociedad; este es el eje central del nivel meta de competitividad.

La articulación de actores estratégicos y la formación de estructuras sociales permiten llevar a cabo una movilización del know-how disponible dentro de un sistema económico. Este tipo de acciones son determinantes para la formación de patrones de organización que impulsen la proactividad de los agentes económicos.

La integración social es uno de los mayores determinante del nivel meta de competitividad, ya por este medio se incrementa la capacidad para la solución de problemas y diagnóstico de nuevas oportunidades. La integración social depende de la compatibilidad de los sistemas de valores; de la capacidad de reacción rápida, ágil y eficaz ante los cambios; y de las instituciones, regulaciones y hábitos que posibiliten expectativas de comportamiento estables.

³ Antoine y Taylor, 1993.

⁴ Op. Cit., 1998: 791.

⁵ Esser, 1996. [Http://www.eclac.cl/español/RevistaCepal/vr59/compet59.html](http://www.eclac.cl/español/RevistaCepal/vr59/compet59.html).

El cumplimiento de estas condiciones asegura visiones y enfoques comunes sobre las fortalezas, oportunidades, desafíos y amenazas del sistema, identificando futuros lineamientos en los que puedan orientarse los esfuerzos de las instituciones tanto públicas como privadas. Al mismo tiempo, se origina un "potencial de contradicción" necesario para generar versatilidad y capacidad de conflicto que permiten adecuarse rápidamente a cambios en el entorno.

Las nuevas formas de organización e interrelación entre los agentes económicos (productores, proveedores, industria, mayoristas, detallistas, consumidores) forman patrones viables de organización social y formas complejas de conducción, potenciando el desarrollo económico y corrigiendo tendencias destructivas presentes en la economía de mercado.

1.2. Nivel Macro

Por nivel macro de la competitividad se entiende el aseguramiento de las condiciones macroeconómicas estables de un espacio territorial. El cumplimiento de esta condición posibilita la existencia de mercados eficaces de factores y productos que permitan asegurar una asignación justa de los recursos.

La existencia de descontroles en las finanzas de los gobiernos nacionales ha generado en la mayoría de los países de América Latina grandes déficit presupuestarios que no permiten estabilidad en las expectativas de los agentes económicos, por lo que no se llevan a cabo planes a largo plazo.

El financiamiento de déficit presupuestarios, las elevadas deudas externas y las altas tasas de interés son solo algunos ejemplos de los problemas con que cuentan muchas de las economías latinoamericanas. Estas condiciones limitan la operatividad del mecanismo de precios como indicador del mercado, debilitan la inversión nacional, obstaculizan la importación de bienes de capital y debilitan las bases del crecimiento de las economías nacionales.

De igual manera, los instrumentos utilizados para corregir estos problemas tienen diversos impactos sobre el modelo. Las políticas restrictivas (presupuestaria, monetaria y fiscal) utilizadas por el gobierno para bajar y estabilizar la inflación, limitan el consumo y la inversión nacional, distorsionan los mercados de moneda y capitales, a la vez que desaceleran el ritmo de crecimiento de la economía.

La estabilización macroeconómica crea el ambiente externo necesario para que las unidades productivas puedan establecer planes y objetivos claros que pueden cumplir a largo plazo.

Con el objetivo de que las economías latinoamericanas cuenten con condiciones macroeconómicas básicas para la creación de elementos competitivos por parte de las unidades productivas, se debe llevar a cabo:

- Una reforma del sector económico estatal
- Un desarrollo del sector financiero
- Una reforma de la política de comercio exterior
- Una reforma de la política cambiaria

Con la reforma del sector económico estatal, se limita la participación directa del sector estatal en actividades privadas, aumentando los campos de acción y responsabilidades de la empresa. El Estado cumple un papel de impulsor y motivador de acciones privadas, abriendo espacio para la concertación y toma de decisiones conjunta.

El desarrollo del sector financiero permite la creación de una plataforma de apoyo financiero con bajos márgenes de intermediación, atractivos proyectos de inversión, disponibilidad de recursos para proyectos rentables, así como tasas de interés de acuerdo a niveles de rentabilidad y riesgo.

La reforma a la política de comercio exterior introduce un elemento de guía para las unidades productivas. Sin las barreras comerciales, las señales del comercio internacional se convierten en parámetros de comparación para las empresas nacionales, aumentando los estándares de calidad y productividad.

Por último, la reforma a la política cambiaria procura la paridad del poder adquisitivo de la moneda nacional, reflejando el saldo comercial de la nación en el tipo de cambio con respecto a otras monedas.

1.3. Nivel Meso

Este nivel forma parte de un sistema complejo en donde se relacionan elementos nacionales y territoriales.

Dentro de los elementos nacionales de más relevancia se encuentra la infraestructura física especialmente concebida para la formación de

complejos productivos (transporte, telecomunicaciones, sistemas de abastecimiento y evacuación), estructuras intangibles (desarrollo de sistemas de educación, creación de capacidades, etc.), políticas selectivas y activas en el área del comercio exterior (política comercial, estrategias de penetración en mercados, etc.) e intereses en el ámbito internacional (contra proteccionismo, comercio desleal, etc.).

Por otra parte, los elementos regionales dentro del nivel meso se refieren a los factores de estructura espacial. Estos factores se reflejan en la proximidad geográfica, física y comercial de las relaciones de los agentes económicos; en la infraestructura física y logística para la formación de aglomerados en espacios regionalmente delimitados; en la existencia de unidades productivas de punta dentro del desarrollo regional; en la existencia de un entorno empresarial local; y en el desarrollo de estructuras institucionales que hagan factible formar estructuras productivas eficientes en territorios locales y regionales.

Estos elementos territoriales permiten que los esfuerzos individuales de los actores se entrelacen para crear una estructura que alivie los esfuerzos del Estado central, al otorgar mayor responsabilidad a los agentes territoriales sobre las decisiones ligadas a la localización. Con esto, se aprovechan de mayor manera las ventajas de aglomeración y proximidad, mejorando las posibilidades de establecer relaciones de cooperación entre las diferentes regiones y el Estado central.

Así mismo, se consolidan las articulaciones empresariales y los enlaces entre industria y servicios, estableciendo una red de relaciones de interacción entre el nivel regional y nacional.

Cuando las políticas nacionales refuerzan las acciones de los agentes económicos regionales, se presentan aglomeraciones dinámicas entre unidades productivas territoriales que impulsan la estrategia nacional de desarrollo. Es decir, la correspondencia y compatibilidad entre las políticas nacionales y territoriales facilita la formación de estructuras económicas que impulsan por sí mismas los objetivos económicos nacionales.

Esta dependencia entre las políticas nacionales y regionales se ve reflejada en los cinco elementos que determinan la competitividad en el nivel meta:

1.3.1. Educación

La educación y creación de capacidades es una inversión para la formación de personal eficiente y capacitado. Las condiciones propias de cada espacio territorial determinan las necesidades de capacitación y educación en la

formación de una estructura productiva eficiente. Dentro de este elemento se encuentran:

- 1.a. **Orientación hacia el sistema de valores:** por este medio se logra una cooperación comunicativa y un mayor grado de integración social. Individualmente, se forman profesionales flexibles, cooperativos, empeñados en producir bajo altos estándares de calidad y habituado al aprendizaje, con capacidad autónoma de acción profesional y fácilmente comunicativo.
- 1.b. **Incremento de la efectividad social:** este elemento se logra mediante la adecuación curricular de los programas vocacionales del sector informal, dirigiéndolos hacia la formación vocacional técnico-artesanal y a la capacitación de obreros pertenecientes a actividades productivas que se orientan a la búsqueda de competitividad. Se deben reorientar los esfuerzos educativos hacia las actividades localizacionales que presentan potencial para liderar el proceso de desarrollo territorial.
- 1.c. **Preparación para los nuevos perfiles de calificación:** al otorgarle una mayor importancia a la educación vocacional, se pretende superar los antagonismos tradicionales entre la teoría y la práctica. Esto da como resultado una mayor compatibilidad entre la educación y el adiestramiento técnico. Estos objetivos se logran mediante la redirección de recursos financieros antes utilizados en el sector universitario, hacia el perfeccionamiento vocacional del nivel medio, además de programas de entrenamiento, creación de capacidades, "aprender/haciendo" y formación de aprendices.
- 1.d. **Regulación con miras a la integración del sistema:** para esto se necesita dar una mayor importancia a la educación y a la investigación desde puntos de vista económicos y sociales, fortaleciendo tanto las capacidades de gestión en los centros educacionales como la investigación pedagógica dentro de la reforma educacional.
- 1.e. **Desarrollo gradual y áreas prioritarias:** se debe enfocar la atención en el impulso de las actividades estratégicas como la educación, la formación de capacidades, la creación de centros de enseñanza y aprendizaje, la seguridad social, salud y los servicios de apoyo a la industria (programas técnicos y profesionales para el sector industrial). Con esta premisa se

logra un desarrollo gradual y equilibrado de todo el sistema, supliendo las necesidades más importantes de todos los sectores productivos.

- 1.f. Relaciones mutuas entre el Estado y el sector productivo: el gobierno se debe presentar como un órgano regulador y director de la educación, en una estrecha relación con el sector empresarial dentro del financiamiento y planeación del sistema curricular profesional del nivel medio y superior. Así mismo, las industrias privadas deben participar activamente en la capacitación de profesionales y en el diseño e implementación de prácticas para estudiantes.
- 1.g. Cooperación concreta entre educación, investigación y sector productivo: se debe establecer una red de relaciones entre estos tres subsistemas para complementar la formación de competencias y capacidades en los individuos. Para esto se cuenta con recursos como las prácticas profesionales; las pasantías; la elaboración de tesis y proyectos de investigación; la movilidad de expertos entre los centros de educación, la investigación y la industria privada; y las relaciones y convenios entre las universidades, los centros de investigación, las asesorías y las empresas privadas.

1.3.2. Investigación y tecnología

Es indispensable que dentro del sistema productivo se cuente con un sistema nacional de información, el cual está condicionado por la formación de redes tecnológicas de empresas, universidades e institutos de investigación. Con el surgimiento de esta estructura tecnológica, se refuerzan las articulaciones entre (agro) empresas, industrias, servicios, instituciones de I+D, centros de enseñanza y capacitación, y las agencias de apoyo estatal.

El nacimiento de un sistema nacional de información depende de:

- a) la organización y la densidad de las relaciones al interior de la red de empresas (relaciones contractuales entre proveedores y compradores o entre una unidad productiva y un instituto científico),
- b) los procesos de aprendizaje al interior del sistema (empresas, instituciones de enseñanza, universidades, centros de investigación, etc.),

- c) la participación del Estado en la estimulación y apoyo a la creación de la competitividad sistémica (fomento de la investigación, promoción de difusión de tecnologías, fomento de I+D a nivel de empresa, definición de metas, visión de largo plazo, análisis de efectos tecnológicos y diálogos regionales sobre tecnología, con el Estado actuando como iniciador y moderador más que como conductor).

1.3.3. Políticas comerciales

La creación de ventajas competitivas en este rubro se presenta por la articulación y creación de efectos acumulativos de las acciones llevadas a cabo por el conjunto de firmas, agencias e instituciones encargadas de promover e incentivar el comercio (Trade Companies). Este tipo de instituciones facilitan a los productores el acceso a software, promueven la modernización acelerada, incentivan las relaciones con las universidades locales, impulsan el financiamiento de asesoría empresarial en torno a problemas económicos, organizativos y técnicos, e impulsan la rápida modernización en el sector transporte.

1.3.4. Sector financiero e inversiones industriales

La modernización del sector financiero permite la diversificación de las posibilidades de inversión productiva. Estos procesos de ajuste permiten la disminución de costos en el sector financiero, la aparición de posibilidades de financiamiento adicional, la reducción de márgenes de transacción, la disminución de costos administrativos y la cooperación con las PYMESs.

La modernización del sector financiero y el impulso de las inversiones industriales se logra mediante la competencia y la apertura del mercado. El sector financiero cuenta con los instrumentos necesarios para llevar a cabo el ajuste necesario para su optimización: arrendamientos con opción de compra; empréstitos, fondos de seguridad; garantía recíproca; factoring; financiamiento de exportaciones; bolsas de valores; financiamiento de capital de riesgo; fondos de pensiones y seguros; y empréstitos exteriores.

1.3.5. La política ecológica

Dentro de todo el proceso de formación de competitividad se deben combatir y evitar las prácticas que contribuyen al deterioro ambiental, a la vez que se incentiva la capacidad nacional de innovación que apunta a desarrollar formas de producción no contaminantes. Es indispensable que se desarrollen programas y concepciones de política ecológica que no solo se preocupen por reducir la carga ambiental acumulada, sino que también

apoyen los esfuerzos de racionalización a nivel empresarial, mediante la formulación y aplicación de herramientas de gestión ambiental.

Así mismo, como medida complementaria para asegurar el éxito de estos programas de política, es necesario inculcar a los agentes económicos bajo la nueva concepción de impacto de las técnicas de producción en el ecosistema. Esta nueva concepción está basada en estándares de comportamiento y consumo que incluyen valoraciones ambientales y nuevas normas de conducta con los recursos naturales.

Aparte de los esfuerzos estatales en materia de política ecológica, la sociedad civil tiene un papel determinante en la minimización de los impactos ambientales al ecosistema.

Las instituciones del sector empresarial participan en este proceso focalizando la pericia y la creatividad en la solución de problemas ambientales provocados por la industria. Los sindicatos, asociaciones y cooperativas integran discusiones, proyectos y objetivos de política ambiental dentro de sus áreas de acción. Las universidades y centros de investigación redireccionan los proyectos y los fondos hacia investigaciones y asesorías que contribuyen al combate de las prácticas dañinas para el ambiente. Por último, las organizaciones de protección de los consumidores y las asociaciones de protección ambiental llevan a cabo un papel de fiscalizadores y celadores de las externalidades negativas causadas por terceros.

1.4. Nivel Micro

En general, el nivel micro de la competitividad se refiere a la estrategia genérica implementada por la empresa. Es decir, depende de la forma en que las unidades productivas consiguen equilibrar entre sí las relaciones de cooperación y de mercado.

En este momento se está pasando por un proceso de reingeniería de los sistemas productivos, el cual tiene como principal característica la reintegración de las actividades a nivel de planta y de procesos de trabajo antes fragmentados. El factor localizacional de la unidad productiva juega un papel determinante bajo este nuevo rediseño de procesos, ya que la proximidad física genera ventajas competitivas.

La estrategia utilizada por la unidad productiva depende de los objetivos, los recursos y las capacidades que se tengan como parte de un paquete tecnológico de producción. Las tres estrategias genéricas definidas en la teoría son:

➤ **Estrategia de diferenciación**

Esta estrategia se basa en la elaboración de un producto o servicio que proporcione más beneficios para justificar los mayores precios con respecto a la competencia. Una unidad productiva puede diferenciar en términos de producto, servicios, personal o imagen.

La diferenciación del producto se basa en la variación de diseño, desempeño, estilo, uniformidad, durabilidad, confianza, etc. con respecto a los bienes homogéneos de la competencia (commodity).

La diferenciación de servicios se refiere a variaciones en los servicios que acompañan al producto. La entrega, la instalación y la capacitación para el cliente son solo algunas de las formas en que una unidad puede obtener una ventaja competitiva por medio de un servicio superior.

La diferenciación del personal ocurre principalmente en la contratación y capacitación de mejor personal que sus competidores. Por último, la diferenciación de la imagen se debe a una percepción diferenciada en las imágenes de la compañía o de la marca.

➤ **Estrategia basada en costos**

Se puede decir que esta es una de las estrategias más utilizadas por las empresas de mediano y gran tamaño, ya que aprovechan sus economías de escala en la producción para reducir su estructura de costos con respecto a la competencia.

Esta estrategia de producción no permite diferenciar productos, ya que el objetivo principal de la empresa es la minimización de costos. Muchos elementos ayudan en la tarea de reducir erogaciones dentro del proceso de producción: reducida línea del producto, programas publicitarios no diferenciados, ausencia de investigación y reducida planificación, entre otros.

➤ **Estrategia de focalización**

Por medio de esta estrategia se lleva a cabo la división de un mercado en grupos, de acuerdo a las necesidades, características o patrones de comportamiento que podrían

requerir mezclas diferentes de productos o de mercadotecnia. La unidad productiva identifica las diferentes formas de segmentar el mercado y desarrolla perfiles de los segmentos resultantes.

La segmentación de un mercado se puede llevar a cabo basándose en elementos geográficos, demográficos, psicográficos, conductuales o cualquier otra caracterización válida para el mercado.

La estrategia determinará el potencial competitivo de las fortalezas de la empresa y su desenvolvimiento en el mercado. Sin embargo, sin importar la estrategia utilizada la unidad debe aproximarse sistemáticamente a la integración de actividades, debe cuestionarse rutinas y conocimientos establecidos, tratando de crear una condición previa para el establecimiento de un rediseño de procesos que aumente la eficiencia y eficacia del sistema productivo.

En general, la estrategia utilizada por las unidades productivas determinará las cuatro condiciones esenciales del nivel micro:

1.4.1. Eficiencia

La productividad de la relación capital/trabajo determina la eficiencia de la estrategia utilizada. Al presentarse un aumento sostenido y equilibrado en la productividad se optimizan las exigencias tanto de mano de obra como de capital. Es decir, se aprovechan los recursos de acuerdo a la producción óptima de la empresa.

Para esto es necesario que se de una organización del proceso productivo en general, empezando por los factores utilizados en la producción. Es importante establecer y fortalecer los vínculos entre los diferentes departamentos de una misma unidad, así como determinar el tamaño óptimo de planta, para lograr aprovechar al máximo las economías de escala.

1.4.2. Calidad

La calidad del producto determina el nicho de mercado en el cual se enfoca la unidad productiva. Instrumentos empresariales como las estrategias de competitividad, las normas de calidad (ISO 9000), la fijación de estándares y las evaluaciones periódicas, ayudan a elevar y mantener la calidad durante todo un proceso productivo.

Muchos de los mercados más importante tienen restricciones en cuanto a la calidad de los bienes transados, por lo que las normas se convierten en barreras de entrada.

1.4.3. Flexibilidad

Esta se mide de acuerdo a serie de consideraciones con respecto al sistema productivo. Se evalúa:

- a) la flexibilidad de la unidad para cambiar fácilmente hacia la producción de nuevos bienes;
- b) la habilidad para acomodarse a cambios en el producto eficientemente;
- c) la habilidad para acomodar el proceso productivo de acuerdo a cambios en el set de insumos y factores;
- d) la habilidad para variar la secuencia de producción;
- e) la habilidad para producir un producto de diferentes maneras usando diferentes materiales.

Así mismo, algunos de los elementos que determina esta flexibilidad en el proceso productivo tienen que ver con el tamaño de planta y de la empresa:

- a) cooperación entre las empresas;
- b) grado de jerarquización dentro de la unidad;
- c) burocracia;
- d) flexibilidad del producto;
- e) flexibilidad del volumen producido;
- f) flexibilidad de rotación;
- g) flexibilidad operacional;
- h) flexibilidad de procesos.

1.4.4. Rapidez

Se identifica de acuerdo a la generación de innovaciones ya sea en el producto final o durante el proceso llevado a cabo para producirlo. Esta rapidez dentro del mercado depende de:

- a) la capacidad para reproducir sin demora las innovaciones de las empresas líderes;
- b) la capacidad para adaptarse en el menor tiempo posible a las nuevas exigencias del mercado (variación de las condiciones *ceteris paribus*);
- c) relaciones informales y de confianza mutua con los proveedores (*learning by doing, just in time*).

2. Definiciones de Competitividad

Las teorías de comercio internacional bajo la figura principal de David Ricardo y su metodología de las ventajas comparativas, establecieron el marco conceptual de la competitividad cuya esencia estaba centrada en aspectos puramente económicos. (Ver Apéndice 1 sobre Teorías de Comercio Internacional).

Ricardo sostenía que la ventaja comparativa estaba basada en diferenciales de productividad de la mano de obra entre los países. A mediados del siglo XX, el modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson, argumentó que la ventaja comparativa era el resultado de dotaciones de factores diferentes entre los países. Explicaciones más recientes acerca de los orígenes de la ventaja comparativa van desde los modelos neo-tecnológicos hasta la denominada "teoría moderna del comercio". Los primeros arguyen que los países menos desarrollados disfrutaban de ventajas comparativas en bienes homogéneos (commodities) en los cuales la tecnología se ha estandarizado. La "teoría moderna del comercio" subraya el papel de los mercados imperfectos y de las economías de escala.⁶

VENTAJA COMPETITIVA

La visión de que la ventaja comparativa se transforma en ventaja competitiva presupone la existencia de equilibrio en el tipo de cambio y la completa ausencia de distorsiones de mercado, la cual no refleja al mundo real.⁷

La gama de definiciones que se encuentran actualmente en la literatura sobre competitividad es muy amplia y variada, incorporando desde aspectos puramente económicos hasta aquellos de carácter técnico, socio-político y cultural.

De hecho, un estudio reciente de la literatura relevante reveló la existencia de más de 156 definiciones diferentes de competitividad.⁸

Cada uno de los planteamientos conceptuales, por lo general, se encuentra enfocado en función del medio en el cual se desenvuelva el autor.

Así, por ejemplo, quien se encuentre dentro de una realidad geográfica altamente deficiente en cuanto a infraestructura de apoyo a la producción,

⁶ Antoine y Taylor, 1993.

⁷ Antoine y Taylor, 1993.

⁸ Antoine y Taylor, 1993.

incorporará este elemento como crítico dentro de los factores que influyen en la competitividad. Dependiendo del contexto geográfico y económico se incorporan aquellos elementos que se consideran más apremiantes para que una determinada unidad económica sea competitiva dadas las condiciones que se tienen.

Los diferentes conceptos referentes a competitividad y sus determinantes, dependen del área de enfoque de estudio o de la unidad económica a la cual se haga referencia.

A continuación se ordenan las diferentes definiciones en una clasificación que toma como base el nivel de agregación de las unidades de estudio, agrupando las diferentes definiciones en tres conjuntos, la competitividad referida a: país, sector agroalimentario o empresa.

2.1. País

- i. *“Habilidad de un país de crear valor agregado y por tanto, incrementar el beneficio nacional manejando bienes y procesos, atractivo⁹ y agresividad¹⁰, globalización y proximidad, e integrando estas relaciones en un modelo económico y social”¹¹.*
- ii. *“La capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar (to meet) la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones”¹².*
- iii. *“ ‘Capacidad de hacer retroceder los límites de la restricción externa (...)’. Se considera que cuanto mayor es la capacidad de competencia de un país en su propio mercado o en mercados extranjeros, mayor es la capacidad de la economía de crecer sin encontrar obstáculos en el déficit externo”¹³.*

⁹ Atractivo: criterios que miden el deseo del resto del mundo de intercambiar con o invertir en un país (como apertura cultural, costo de mano de obra y políticas fiscales)

(IMD. <http://www.imd.ch.wcy/approach/methodology.html>).

¹⁰ Agresividad: criterios que miden la dinámica internacional de un país en mercados externos (como exportaciones e internacionalización de la gestión administrativa) (IMD. <http://www.imd.ch.wcy/approach/methodology.html>).

¹¹ Indices of World Competitiveness. <http://www.india-times.com/business/list54.html>.

¹² Chesnais, 1981: 8, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 64.

¹³ Mathis *et. al.*, 1998: 7, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 64.

- iv. *“Participación de las exportaciones de un país en el mercado mundial”¹⁴.*
- v. *“La capacidad de un país de lograr objetivos fundamentales de la política económica, tales como el crecimiento en el ingreso y el empleo, sin incurrir en dificultades en la balanza de pagos”¹⁵.*
- vi. *El grado en el cual una nación puede, bajo condiciones de mercado libre y equitativo (free and fair market conditions), producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos”¹⁶.*
- vii. *“La capacidad de producir, distribuir y proveer al servicio de bienes en la economía internacional en competencia con los bienes y servicios producidos en otros países y hacerlo de una forma que aumente el nivel de vida”¹⁷.*
- viii. *“El grado por el cual un país, en un mundo de mercados abiertos, produce bienes y servicios que satisfagan las exigencias del mercado y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales”¹⁸.*
- ix. *“Se refiere a la habilidad de un país para crear, producir, distribuir, productos o servicios en el comercio internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos”¹⁹.*
- x. *“(…) la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad y, por ende, en la incorporación de progreso técnico”²⁰.*
- xi. *“(…) es la habilidad de sostener, en una economía global, un crecimiento aceptable en el estándar de vida real de la población con una distribución justa aceptable, mientras se provee empleo*

¹⁴ Fouquin, 1986, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 64.

¹⁵ Fagerberg, 1988: 355, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 64.

¹⁶ President's Commission on Industrial Competitiveness, 1985: 6, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 65.

¹⁷ Scott, 1985: 14, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 65.

¹⁸ Jones y Teece, 1998: 108, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 65.

¹⁹ Harvard Business School, citado por Perkins en “Measuring economic competitiveness in trade”, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 65.

²⁰ Fajnzylber, CEPAL – ONUDI, 1991, citado por Doryan y Jiménez, en Jaffé, 1993: 58.

*eficientemente para sustancialmente todo aquel que puede y desea trabajar, haciendo esto sin reducir el crecimiento potencial en el estándar de vida de las generaciones futuras*²¹.

- xii. *“El concepto de ventajas comparativas describe los patrones de intercambio que ocurrirían en la medida en que los países valoran los costos relativos de producir o intercambiar en un mundo libre de distorsiones de precios impuestas por políticas gubernamentales. El mundo real, sin embargo, se encuentra lleno de políticas comerciales, agrícolas e impuestos, que dejan de lado efectivamente la determinación de la ventaja comparativa... En resumen, la ventaja comparativa se aplica a un mundo eficiente, que funciona bien, cuyos mercados no tienen distorsiones, y la competitividad aplica al mundo como es actualmente*²².
- xiii. *“Es la habilidad de ofrecer bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados por compradores extranjeros a precios tan buenos o mejores que los de otros oferentes potenciales mientras se ganan al menos retornos por costos de oportunidad en los recursos empleados*²³.
- xiv. *“(Por diferentes razones: el análisis macroeconómico de países, la capacidad técnica por innovación, la calidad de los productos, etc.), ya que éstos factores son extremadamente difíciles de medir en términos cuantitativos, adoptamos la noción en términos de posiciones competitivas relativas, claramente asociadas con diferenciales internacionales en costos y precios o, de forma más precisa, los cambios relativos de estos indicadores*²⁴.
- i. *“Una economía es competitiva en la producción de un determinado bien cuando puede por lo menos igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo en cuanto a utilización de recursos y a calidad del bien*²⁵.

2.2. Sector Agroalimentario

²¹ Landau, 1992: 6, citado por Abbott y Bredahl, en Bredahl, Abbott y Reed, 1984: 11. Traducción propia.

²² Bardema, Drabenstott y Tweeten, 1991: 254, citado por Abbott y Bredahl, en Bredahl, Abbott y Reed, 1984: 12. Traducción propia.

²³ Sharples y Milham, 1990: 1, citado por Abbott y Bredahl, en Bredahl, Abbott y Reed, 1984: 12. Traducción propia.

²⁴ Durand y Giorno, 1987: 149, citado por Müller, pág. 3.

²⁵ Tavares de Araujo Jr. et. al., 1989: 1, citado por Bejarano, No.2, 1998: 64.

- i. *“La competitividad del sector agroalimentario es su capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados, bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar en la población”²⁶.*

2.3. Empresa

- i. *“La competitividad es la actitud para vender aquello que es producto”²⁷*
- ii. *“Significa la capacidad de las empresas de un país dado de diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos en competencias con las empresas basadas en otros países”²⁸.*
- iii. *“La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es, entonces, el mercado”²⁹.*
- iv. *“La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo”³⁰.*
- v. *“Una firma (o una economía nacional) será competitiva si resulta victoriosa (o en una buena posición) en la confrontación con sus competidores en el mercado (nacional o mundial)”³¹.*
- vi. *“Capacidad de una organización socioeconómica de conquistar, mantener y ampliar la participación en el mercado de una manera lucrativa para lograr su crecimiento, para lo cual se deben estudiar las condiciones que deberían cumplirse para que se opere un proceso de transformación productiva que contribuya a dicho crecimiento”³².*

²⁶ García, 1995: 1.

²⁷ Mathis et. al., 1998, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 63.

²⁸ Alic, 1987: 5, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 63.

²⁹ European Management Forum, 1980, citado por Chesnais 1981: 10 y a su vez, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 63.

³⁰ Haguenaer, 1989: 23, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 63.

³¹ Michalet 1981: 1. Subrayado en el original. Citado por Bejarano, No. 2, 1998: 64.

³² Amaral, 1992: 9.

- vii. *La competitividad es un atributo o cualidad de las empresas, no de los países. La competitividad de una o de un grupo de empresas está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias conexas y de apoyo; y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Tales atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones*³³.
- viii. *“Una industria competitiva es aquella que posee la habilidad sostenida de ganar y mantener de forma rentable la participación de mercado en mercados domésticos y/o extranjeros”*³⁴.
- ix. *“La habilidad sostenida de una firma dada de participar de forma rentable en un mercado dado doméstico o externo”*³⁵.
- x. *“... el entendimiento de la competitividad no puede estar limitado a la participación en los mercados domésticos y foráneos. Incluye el estudio de precios y costos comparativos de producción, tipos de cambio y tasas de interés y las dimensiones de no-precio, tales como información de mercado, diseño del producto, empaquetado, control de calidad, relaciones con los clientes, mercadeo y distribución. Además, incluye la eficiencia de la economía exportadora (sector, empresa, país)”*³⁶.

2.4. Definiciones generales

- i. *“Competitividad es la capacidad de un país, un sector o una firma particular de participar en mercados extranjeros”*³⁷.
- ii. *“Competitividad es la capacidad de obtener ganancias a través de las exportaciones”*³⁸.
- iii. *“Competitividad es la habilidad sostenida de obtener ganancias y mantener una participación de mercado... Esta definición presenta tres dimensiones importantes y medibles: ganancias, participación de*

³³ Porter. En INCAE, 1996: 3.

³⁴ Agriculture Canada, 1991: 3, citado por Abbott y Bredahl, en Bredahl, Abbott y Reed, 1984: 12. Traducción propia.

³⁵ Antoine y Taylor, 1993:2. Traducción libre por Patricia Rojas.

³⁶ Müller, 3.

³⁷ Feenstra, 1989; Introduction, citado por Müller, 3.

³⁸ Helleiner, 1989: 3, citado por Müller, 3.

*mercado, y, a través de la palabra 'sostenible' adopta el aspecto temporal*³⁹.

- iv. *"Competencia en los mercados internacionales no está limitada a las firmas. Los sistemas productivos, los esquemas institucionales y las organizaciones sociales también compiten, donde la firma es un elemento importante, pero está compuesta por una red de enlaces con el sistema educacional, la infraestructura de tecnología, las relaciones entre empleados y patronos, el aparato institucional público-privado, el sistema financiero, etc."*⁴⁰.
- v. *"En resumen, en el mundo de hoy, no son sólo los productos los que compiten, pero en ellos podemos ver la competencia de los sistemas de producción, tecnológicos y educacionales"*⁴¹.

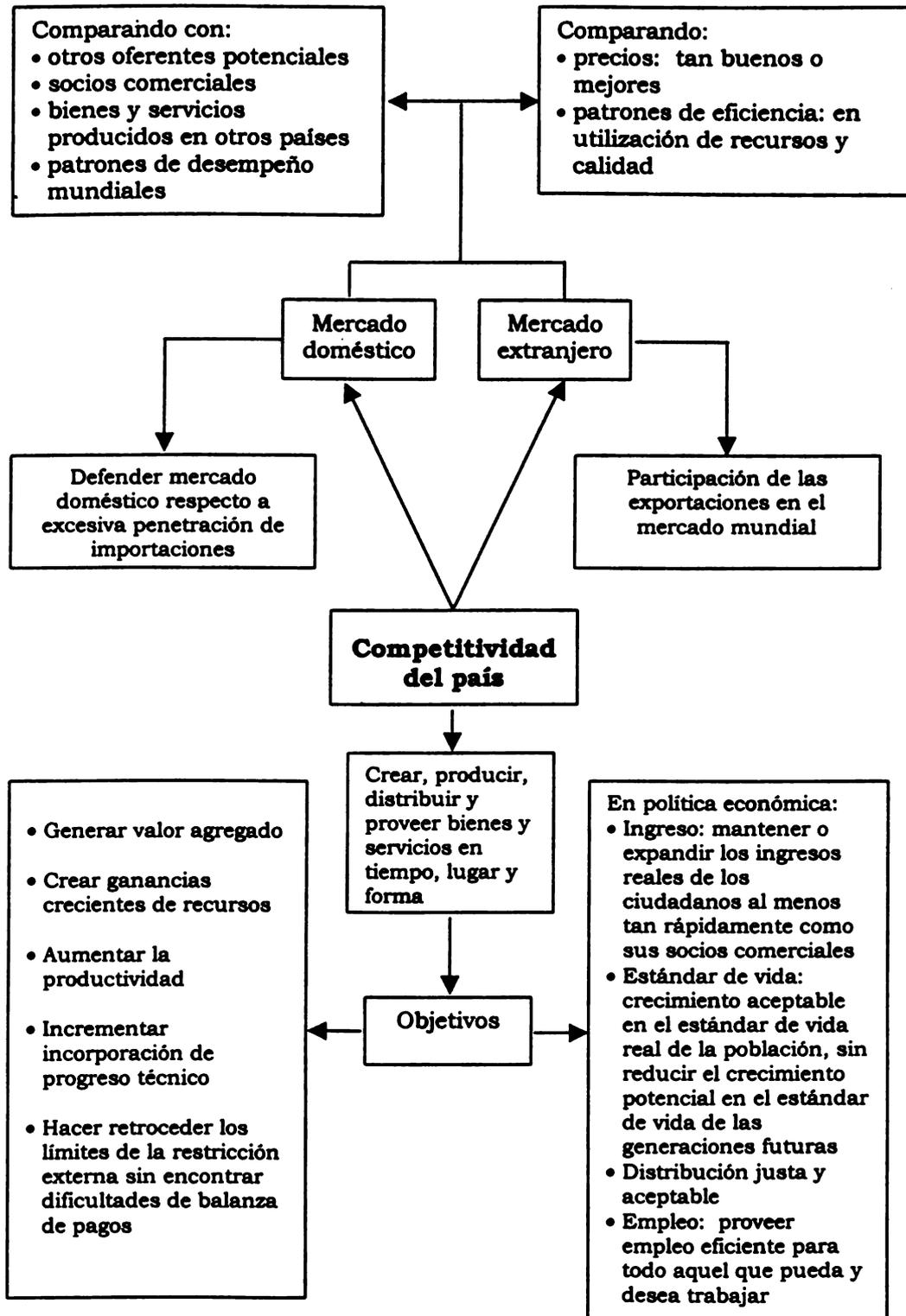
Las definiciones anteriores relacionadas con el país pueden resumirse en el Esquema 1, y las relacionadas con la empresa en el Esquema 2.

³⁹ Dure, Martin y Westgren, 1992: 2, citado por Müller, 3.

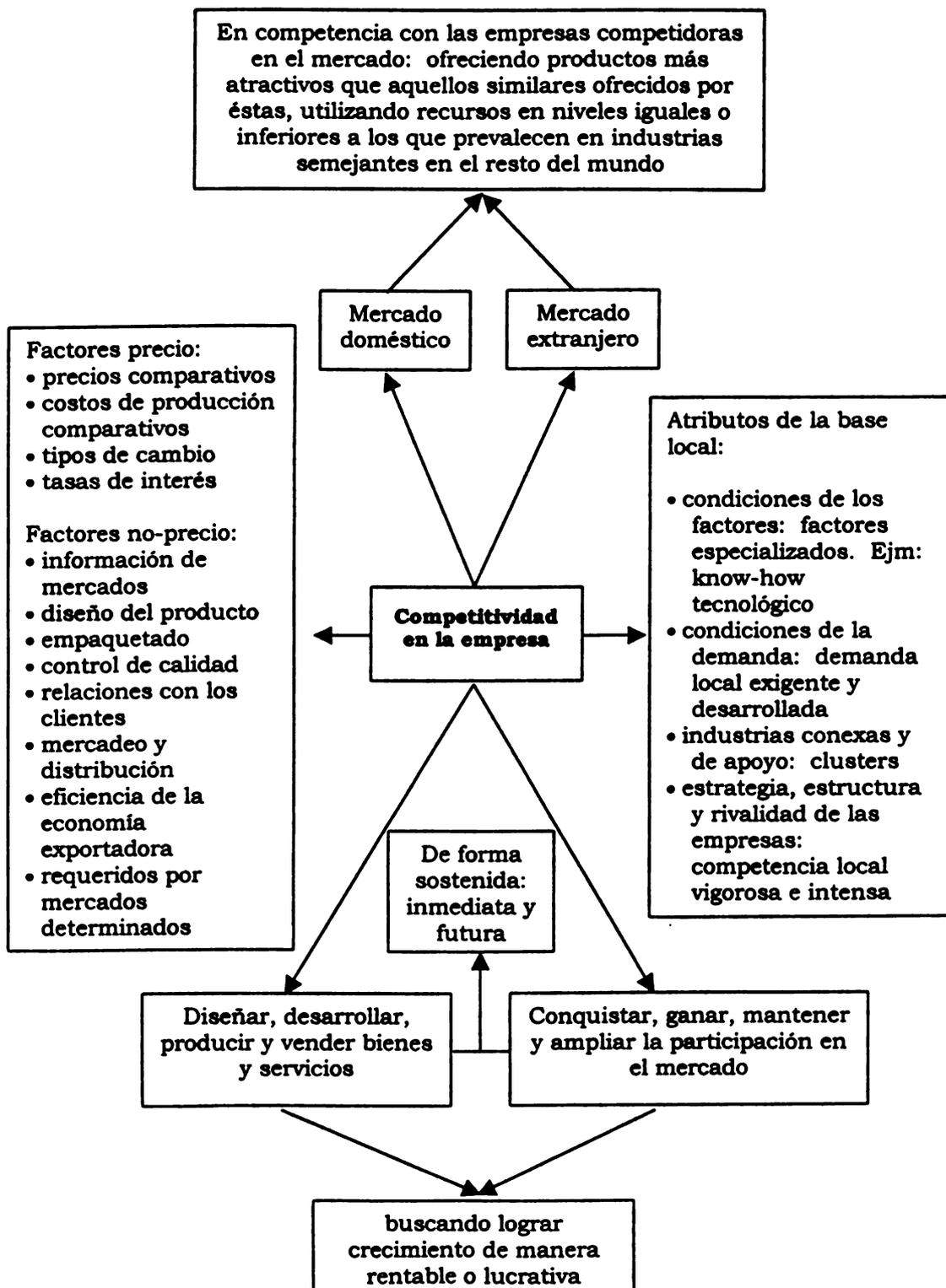
⁴⁰ Fajzylber, 1988: 22, citado por Müller, 8. Traducción propia.

⁴¹ Rosales, 1990: 711-712, citado por Müller, 8. Traducción propia.

Esquema 1: Competitividad del país



Esquema 2: Competitividad de la empresa



Dentro del esquema de análisis propuesto por el enfoque sistémico, en el cual se hace referencia a los niveles meta, macro, meso y micro, pueden integrarse las unidades de análisis anteriormente descritas (país, sector agroalimentario y empresa).. En Esquema 3 puede observarse tal integración. Asimismo, se hace referencia a una serie de factores endógenos y exógenos que pueden agruparse según el nivel de análisis.

Esquema 3. Niveles y Unidades de Análisis

Enfoque sistémico (Niveles de análisis)	Nivel de Agregación (Unidades de Análisis)	Factores endógenos	Factores exógenos
Macro Meta	País	Variables macroeconómicas: déficit fiscal, inflación, tipo de cambio, tasas de interés. Apertura cultural.	Precios internacionales Acuerdos y convenios internacionales Conflictos armados
Meso Meta	Región	Infraestructura Condiciones agroecológicas	Políticas de apoyo a la inversión, políticas comerciales y arancelarias Eventos de la naturaleza
Micro Meta	Empresa	Costos de producción Gestión empresarial Innovación tecnológica Control de calidad Tecnologías	Industrias proveedoras de insumos y servicios Gustos y preferencias de los consumidores Empresas competidoras

3. Propuesta Conceptual

Para el objeto del presente documento, la definición de competitividad que se adopta gira en torno al concepto de cadena agroalimentaria y el impacto del factor de localización espacial sobre ésta. A partir de lo anterior se propone la siguiente definición:

“Competitividad es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad”.

Tal capacidad depende de una serie de elementos a nivel macro, meso y micro, tanto económicos como no económicos. A nivel macro intervienen aspectos referidos al país y sus relaciones con el resto del mundo. A nivel meso se destacan factores espaciales: distancia, infraestructura de apoyo a la producción, base de recursos naturales e infraestructura social. En el nivel

micro, se destacan los factores relevantes para la empresa, referidos a precio y calidad, así como factores espaciales que condicionan directamente a la empresa.

El enfoque de cadenas agroalimentarias constituye una aceptación amplia de la agricultura, incluyendo todos los diferentes procesos por los que atraviesa un producto, desde la producción primaria hasta el consumidor final. Las cadenas ofrecen un mejor reflejo de la compleja realidad de la agricultura y las relaciones que se desarrollan entre los diferentes actores que las conforman.

Con el fin de mostrar los componentes de una cadena agroalimentaria, se presenta como ejemplo el Sistema Agroalimentaria del arroz en Panamá (Esquema 4).

Tal sistema está conformado por cuatro actividades básicas: la producción, la transformación, la comercialización y el consumo. Dentro de cada una de esas actividades se desarrollan diversos procesos productivos en los cuales intervienen una gran cantidad de actores. A modo de ejemplo, vemos que la actividad de producción, está conformada por tres procesos: la producción a chuzo, el riego mecanizado y el secado mecanizado. En éste último se encuentran inmersos 1025 productores, constituyendo un 1.83 % del total de productores inmersos en los tres procesos mencionados.

Asimismo, esta cadena esta constituida por tres circuitos principales: un circuito artesanal, dos circuitos industriales, uno con comercialización del arroz blanco por empacadoras mayoristas y el otro de venta directa a los supermercados⁴².

A lo largo de la cadena agroalimentaria intervienen en cada uno de los eslabones diferentes empresas, ya sean micro, pequeñas, medianas o grandes. Sin embargo, sin importar su tamaño, la empresa juega un rol trascendental en la economía, y debe asumir, por su propio bienestar y el de la sociedad, una actitud de mejora continua en busca de una mejor posición competitiva.

Es importante destacar que cada empresa dependiendo de su tamaño, tendrá una serie de características en función de su tamaño que influyen su competitividad. Así por ejemplo, "los pequeños productores agropecuarios, que operan en reducida escala, trabajo familiar, acceso limitado a recursos productivos e inversiones, presentan mayores niveles de rigidez, por lo que se colocan en una situación de mayor vulnerabilidad y riesgo⁴³.

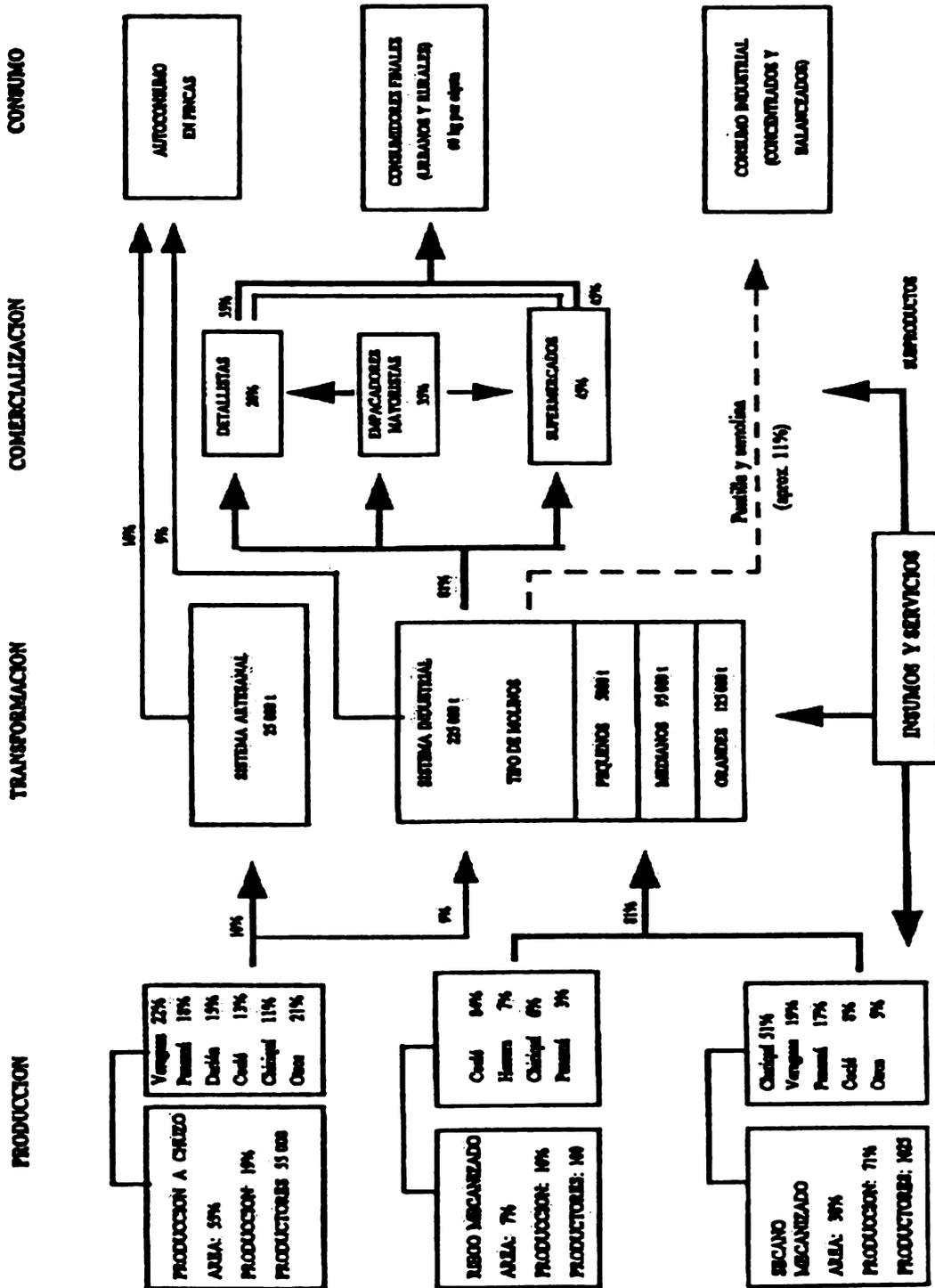
⁴² Bourgeois y Herrera, IICA, 1996.

⁴³ Farias, 1993: 7.

La competitividad debe ser vista desde un punto de vista dinámico es vez de estático. Una vez identificados los determinantes de la competitividad se puede proceder con el análisis y la discusión de los mismos. Entender tal dinamismo es crucial para asegurar que las ventajas comparativas (estáticas) se transformen en crecimiento económico.⁴⁴

⁴⁴ Antoine y Taylor, 1993.

Esquema 4: Circuitos principales del sistema agroalimentario del arroz en Panamá



Fuente: Burgeois y Herrera, 1996: 126

APÉNDICE 1

Teorías de Comercio Internacional

Diversas teorías de Comercio Internacional constituyen las bases a partir de las cuales las teorías modernas toman forma.

El tema de la Competitividad, incorpora en buena parte de su análisis aspectos relacionados en el Comercio Internacional. Es por ello que a continuación se hace un pequeño resumen de cuatro de esas teorías:

- ▲ Mercantilismo
- ▲ Ventaja Absoluta
- ▲ Ventaja Comparativa
- ▲ Teorema Hecksher-Ohlin⁴⁵

El Mercantilismo

Durante los siglos XVII y XVIII un grupo de individuos: mercaderes, banqueros, burócratas y filósofos, produjo ensayos y material impreso sobre el comercio internacional, refiriéndose a una nueva filosofía económica conocida como mercantilismo.

En un principio tales escritos estaban dirigidos a los soberanos y gobernantes de la época, cuya finalidad era acrecentar el poder de sus naciones.

Por ello, se buscaba poseer mayores existencias de oro, lo cual significaba más dinero en circulación y con ello una mayor actividad comercial, así como armadas y ejércitos más numerosos y mejor equipados, la consolidación del poder interno y el fortalecimiento de las perspectivas de ampliar los dominios coloniales.

Los mercantilistas sostenían que si un país quería ser rico y poderoso, debía aumentar el volumen de sus existencias de metales preciosos, para lo cual necesitaba exportar más de lo que importaba, dando lugar a una afluencia interna de tales metales, inicialmente oro y plata, ajustando el superávit de exportaciones resultantes.

Los precursores de esta filosofía predicaban el nacionalismo económico, donde se encontraban en juego los intereses nacionales.

⁴⁵ Salvatore, 1995.

Dado que no todos los países podían tener de forma simultánea un superávit de exportaciones y considerando que las existencias de oro y plata eran fijas en algún punto en el tiempo, ello implicaba que la única manera de que un país obtuviera utilidad era a expensas de otro, es decir, la actividad comercial era un juego de suma-cero.

El gobierno tenía como papel recurrir a todos los medios a su alcance para brindar alicientes a las exportaciones del país y desestimular y restringir las importaciones, particularmente las de artículos suntuarios. Ello permitiría al gobierno ofrecer alicientes a la producción y al empleo interno.

La Ventaja Absoluta

Adam Smith desarrolló una teoría de comercio entre dos países, basada en lo que denominó ventaja absoluta.

Su tesis se sustentaba en el postulado elemental de que si dos países comercian entre sí de forma voluntaria, ambos deben obtener beneficios. Si uno de los dos países no lograra una ganancia, o se encontrara ante una situación de pérdida, se negaría a comerciar.

Cuando un país es más eficiente - o tiene una ventaja absoluta - sobre otro país en la producción de un bien "x", pero es menos eficiente - o tiene una desventaja absoluta - respecto al otro país en la producción de un bien "y", entonces ambos países están en capacidad de obtener una ganancia si cada uno se especializa en la manufactura del bien en el cual tiene eficiencia o ventaja absoluta. Así, intercambiarían los excedentes de la producción eficiente a cambio del bien en el cual el país tiene desventaja absoluta.

Adam Smith y los economistas clásicos seguidores de sus ideas, opinaban que todos los países podían obtener ganancias de libre comercio. Por ello, defendían una política de *laissez-faire* (dejar hacer), es decir, la menor interferencia gubernamental posible en el sistema económico. Las excepciones a tal política de libre comercio y *laissez-faire* serían contadas, siendo una de ellas, la protección de las industrias vitales para la defensa nacional.

De acuerdo con esta teoría, el libre comercio permitiría un uso mucho más eficiente de los recursos del planeta, y así se lograría un mayor bienestar en todo el mundo.

Ventaja Comparativa

David Ricardo publicó en 1817 su obra "Principles of Political Economy and Taxation" (Principios de Economía Política y Tributación), en la cual dio a conocer la ley de la ventaja comparativa.

De acuerdo con la ley de la ventaja comparativa, aun si un país es menos eficiente que otro, es decir, tiene desventaja absoluta en la producción de ambos bienes, todavía existe una base para desarrollar actividades de intercambio comercial de beneficio mutuo, a menos que la desventaja absoluta que tiene el país respecto a otro, sea con la misma proporción con respecto a los dos bienes.

El país debe especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es menor - el bien de su ventaja comparativa - e importar el bien en el cual su desventaja absoluta es mayor - el bien de su desventaja comparativa-.

Ambos países pueden obtener ganancias mediante la especialización de cada uno, en la producción y exportación del bien de su ventaja comparativa.

Una excepción a la ley de la ventaja comparativa se presenta cuando la desventaja absoluta que tiene un país con respecto a otro es la misma en ambos bienes. Ninguno de los dos países tendría ventaja comparativa en ninguno de los dos bienes, por lo que no podría desarrollarse una actividad de intercambio comercial de beneficio mutuo.

Teorema Heckscher-Ohlin

El teorema de Heckscher-Ohlin se enuncia de la siguiente manera: un país exportará el bien cuya producción exija el uso intensivo del factor relativamente abundante y de bajo costo con que cuenta el país e importará el bien cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente escaso y costoso de que dispone el país. En resumen, el país relativamente rico en el factor de fuerza laboral exporta el bien de fuerza laboral relativamente intensiva e importará el bien de capital relativamente intensivo.

La teoría de Heckscher-Ohlin se basa en los siguientes supuestos:

1. Existen dos países (país 1 y país 2), dos bienes (bien X y bien Y) y dos factores de producción (fuerza laboral y capital).

2. Ambos países utilizan la misma tecnología en sus procesos de producción.
3. En ambos países el bien X es de fuerza laboral intensiva y el bien Y es de capital intensivo.
4. En los dos países ambos bienes se producen con base en rendimientos constantes a escala.
5. En ambos países existe especialización incompleta en la producción.
6. En ambos países existen preferencias iguales.
7. En ambos países existe competencia perfecta en los mercados de bienes y de factores.
8. En cada país existe movilidad perfecta de los factores de producción mientras que en el ámbito internacional no existe movilidad de los factores.
9. No existen costos de transporte ni aranceles u otro tipo de obstáculos al libre flujo del comercio internacional.
10. En ambos países se presenta la utilización plena de todos los recursos o factores.
11. El comercio internacional entre los países se encuentra en situación de equilibrio.

III. LAS CADENAS AGROALIMENTARIAS

1. Definición de Cadena Agroalimentaria

El concepto general de cadena es visto como la aglomeración de actores y actividades en una determinada realidad económica, pudiendo ser aplicado a diferentes esferas de la economía. Algunas definiciones de cadena son las siguientes:

"Más precisamente, se entiende por cadena de producción el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, después en la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto agropecuario"¹.

"Entendemos por cadena el conjunto de actividades estrechamente interrelacionadas, verticalmente vinculadas por su pertenencia a un mismo producto (o productos similares) y cuya finalidad es satisfacer al consumidor"².

En el caso de la agricultura, es muy útil considerar el concepto de cadenas, ya que permite comprender su complejidad, superando el enfoque actual limitado que la visualiza solamente en la etapa de producción primaria.

Para objeto del presente documento, se propone la siguiente definición de cadena agroalimentaria:

Una cadena agroalimentaria se entiende, por tanto, como una concatenación de procesos donde intervienen diferentes actores, quienes propician una serie de relaciones y ejecutan una serie de acciones, las cuales permiten realizar una actividad agrícola específica, en un espacio territorial determinado.

2. Caracterización de Cadenas Agroindustriales

La tipología de las cadenas agroindustriales³ se hace de acuerdo con su mayor o menor aptitud para incorporar ventajosamente a los pequeños productores agropecuarios.

Entre los factores que se consideran están:

- ❖ "la presencia o ausencia de economías de escala en la base agrícola proveedora de insumos,

¹ (Duruflé, Fabre y Yung, 1988, citado por Bourgeois y Herrera, 1996, p. 26).

² (Montigaud, 1992, citado por Bourgeois y Herrera, 1996, p. 26)

³ Alonzo. <http://jalonso.com/tipos.html>.

- ♦ el dinamismo de la demanda nacional e internacional de los productos en cuestión,
- ♦ la importancia del insumo agrícola en el valor del producto final, y
- ♦ la flexibilidad de la agroindustria en materia de escala y de localización”⁴.

Asimismo, la tipología se realiza asumiendo que los productos reúnen ciertos atributos genéricos, a saber:

- ♦ “que no presenten economías de escala significativas en la producción primaria, de modo que las unidades pequeñas puedan exhibir tanto o más eficiencia que las grandes;
- ♦ que sean intensivos en mano de obra, de modo de valorizar la fuerza de trabajo familiar e incluso la fuerza de trabajo no transferible o que no tiene costo de oportunidad en el mercado laboral;
- ♦ que tengan un gran valor por unidad de peso y por hectárea, pues eso disminuye las desventajas de la lejanía y de la dispersión y reduce el peso relativo de los costos de transporte;
- ♦ que sean perecederos, de manera tal que no puedan almacenarse durante largo tiempo ni, por consiguiente, adquirirse fácilmente en el mercado, como por el contrario ocurre en los granos y tubérculos;
- ♦ que en las fases de post-cosecha puedan experimentar incrementos importantes de valor agregado, de modo de resultar atractivos para la agroindustria;
- ♦ que en lo posible sean de ciclo corto o generen algún ingreso en el corto plazo, pues los créditos requeridos en las fases que anteceden a la plena producción pueden acumularse y poner en peligro la supervivencia de la unidad, y
- ♦ que en lo posible estén articulados a cadenas con demanda dinámica, de modo de posibilitar un crecimiento de la oferta”⁵.

Dados los criterios anteriores y teniendo como eje la capacidad de la agroindustria de inducir progreso técnico en su fuente de abastecimiento agrícola, se distinguen cinco tipos de cadenas agroindustriales:

⁴ Idem.

⁵ Idem.

2.1. Las básicas tradicionales

“Corresponden a cadenas centradas en torno a granos básicos o tubérculos para consumo humano. Se caracterizan por bajas 22 elasticidades de demanda; gran heterogeneidad en la fase industrial; presencia creciente de economías de escala en la producción primaria y un comercio internacional dominado por un número reducido de grandes compañías transnacionales, con escasa transparencia en sus operaciones. Con excepción de algunas líneas de la cadena dominadas por agroindustrias concentradas (por ejemplo, ciertas variedades especiales de trigo candeal para la producción de pastas), su capacidad de inducir progreso técnico en la agricultura familiar es muy reducida, lo que no significa que no existan posibilidades de articulación que mejoren los ingresos campesinos”⁶.

2.2. Las cadenas básicas modernas.

“Se caracterizan por un gran dinamismo en la demanda; por un grado relativamente alto de concentración en el núcleo principal de la cadena; por la presencia de economías de escala en algunos rubros (granos para alimentación animal y oleaginosas) y su relativa ausencia en otros (engorda de aves, remolacha azucarera, producción de leche, semillas). Su capacidad de inducir progreso técnico es relativamente elevada, sobretudo en aquellos casos en que no hay economías de escala significativas en la base primaria”⁷.

2.3. Las cadenas de productos diferenciados o de marca.

“Se caracterizan especialmente por el papel decisivo que desempeña la propaganda en la dinamización de la demanda. En este caso, el peso de los insumos agrícolas en el producto final (bocadillos, derivados de cereales, gaseosas y otros) es generalmente muy bajo; el núcleo agroindustrial muestra, en general, un alto grado de concentración y escasa capacidad de inducir progreso técnico en la base agrícola, a causa de la poca importancia del insumo agrícola en el valor final del producto”⁸.

2.4. Las cadenas de agroexportación tradicional.

“A pesar de que estas agroindustrias, cuando están basadas en los granos básicos (trigo, arroz, maíz, frijol), tienen atributos semejantes a las cadenas básicas tradicionales en lo que a capacidad de inducir progreso técnico se refiere, las mayores exigencias de calidad y regularidad que plantea la exportación pueden redundar en una mayor capacidad de inducción que la correspondiente a las agroindustrias que producen para el consumo interno”⁹.

6 Idem.

7 Idem.

8 Idem.

9 Idem.

2.5. Las cadenas de agroexportación nueva o moderna o sus equivalentes para el mercado interno.

“Entre los rubros correspondientes a estas cadenas figuran los productos hortofrutícolas, las flores, esencias, finas hierbas y otros, que son en general productos de alto valor agregado por unidad de peso, que se caracterizan por el gran dinamismo de la demanda internacional; por no presentar economías de escala significativas en la producción primaria (lo cual permite obtener una rentabilidad elevada en unidades pequeñas), y por un alto grado de concentración, con algunas excepciones, en el núcleo agrocomercial o agroindustrial. Estas cadenas tienen una gran capacidad potencial para inducir progreso técnico en las zonas de pequeña producción”¹⁰.

¹⁰ Idem.

IV. EL FACTOR LOCALIZACION ESPACIAL

1. Introducción

Dentro de los elementos que condicionan la competitividad de una cadena agroalimentaria se encuentra el factor localización espacial. Por lo general, este factor se ha incorporado al análisis a través de los costos de transporte que afectan los costos de producción de la cadena y, a su vez, el precio final del producto.

Otro factor no menos importante es el relacionado con el impacto que generan sobre el medio ambiente los procesos productivos: si se quiere realizar un análisis integral es imprescindible incluir el costo ambiental de dichos procesos. De lo anterior deriva la importancia de incorporar, dentro del estudio de la competitividad, el análisis del espacio sobre el cual se desarrollan las actividades productivas.

El análisis espacial de los fenómenos económicos conlleva la generación y aplicación de modelos que explican la naturaleza de los procesos de localización y distribución de mercados, en función de factores territoriales tales como distancia, ubicación (de mercados y materias primas), la red de transporte y otros elementos inherentes al comportamiento espacial del ser humano (nos referimos tanto a sus actividades como a las articulaciones que se establecen entre ellas).

2. La Competitividad y el Factor Localización Espacial

Tal y como se plantea en el Cuaderno Técnico N° 8, la competitividad se encuentra afectada por factores 'precio' (económicos) y 'no precio' (no económicos)¹. Dentro de los factores no económicos que influyen en la competitividad de cada una de las unidades de estudio² se encuentra el factor de localización, o sea, toda la gama de elementos geográficos que caracterizan el sitio donde están ubicadas dichas unidades.

En otras palabras, la ubicación de la actividad económica está influenciada por factores económicos (tales como precios de la tierra, usos e intensidad de uso de la tierra) y no económicos (como los sistemas de valores y las percepciones individuales –aquel conjunto de elementos subjetivos que le permiten a cada individuo tener su propia versión de la realidad y su entorno). Las diferencias culturales entre sitios pueden ser la causa de variaciones en los patrones de consumo y producción.³

¹ Cuaderno Técnico N° 8: El Reto de la Competitividad en la Agricultura.

² Las unidades de estudio referidas son país, sector agroalimentario y empresa.

³ Butler, *Op. Cit.*

Dentro de los paradigmas que sustentan el análisis de la influencia del espacio en las actividades productivas se han planteado dos conceptos bien diferenciados pero interdependientes: renta económica y renta de ubicación. En términos generales, la renta expresa los beneficios netos derivados de una unidad de tierra debido a sus ventajas que resultan de su ubicación o su calidad ambiental:

- La renta económica relaciona la calidad (ambiental) de la tierra con el ingreso de la unidad productiva. Esta teoría reconoce la existencia de factores agroecológicos diferenciados entre los territorios espaciales. Estos factores ambientales que determinan la calidad de la tierra son función de las variaciones espaciales tales como hidrología, suelo, condiciones climáticas, topografía y cobertura vegetal. Estas variaciones tienen influencia directa en las formas de producción primarias (como es el caso de la agricultura), por la diferente capacidad de uso que caracterizará a un área según la combinación de tales componentes.

El ingreso de una unidad productiva agrícola es mayor en aquellos territorios en donde la tierra es más fértil, puesto que puede obtenerse una mayor producción por área utilizando la misma cantidad de insumos. En otras palabras, la renta económica es la diferencia entre el producto obtenido mediante el uso de dos cantidades iguales de trabajo y capital. Es aquella parte del ingreso de un proceso de producción que resulta de la "contribución de la naturaleza".

- La renta de la ubicación postula a la distancia como la variable clave en la explicación de la localización espacial de las actividades productivas. Mediante esta teoría se reconoce la importancia de la cercanía de la fuente de producción al mercado.

Las opciones para la ubicación de la actividad productiva se determinan, entonces, por la conjunción más eficiente de dos variables: los costos de producción y los de transporte. Los primeros se relacionan, entre otros, con la productividad (relación productos-insumos), el acceso a la base de recursos naturales y las economías de escala. Los segundos son función de la distancia entre la empresa (donde se da el proceso de transformación), la materia prima y el mercado. La ubicación de la actividad productiva, en muchos casos, va a estar determinada por la sustitución de costos (producción y transporte).

Todos estos elementos determinan los niveles de productividad y competitividad, dado lugar al desarrollo de ventajas regionales comparativas. Las ventajas pueden variar en el tiempo y son particularmente sensibles al impacto de los cambios en el transporte. En

efecto, estos cambios pueden ser rápidos y dramáticos, como cuando existe un verdadero y extraordinario avance en la tecnología o cuando se descubre un nuevo depósito de recursos, o cuando se abren nuevas vías de transporte que articulan espacios antes aislados y ricos en algún recurso natural.

No obstante, la sola posesión de ventajas comparativas puede no ser suficiente para garantizar la competitividad y, en algunos casos, para lograrla será necesario desarrollar factores especializados como tecnología, conocimiento y capacidad empresarial. Esto dará lugar a la ventaja competitiva (ambas ventajas son complementarias, pero no incluyentes).

Las características de una determinada localización espacial pueden determinar el éxito o el fracaso de una actividad económica. De ahí su importancia para el análisis de la competitividad: los beneficios que un determinado espacio le aporta a una actividad económica se convertirán en fuente de productividad, eficacia y eficiencia.

Algunos enfoques sobre competitividad incorporan el factor espacial como una de las variables que influyen en su análisis. Así por ejemplo, según la teoría de las 4 P's⁴, el nivel de competitividad de una empresa está determinado por cuatro factores: precio, producto, promoción y plaza. Esta última incluye la logística de distribución y la localización geográfica.

En ese último factor - clasificado como no económico - intervienen elementos territoriales, distancias, facilidades de transporte, características ambientales, elementos climáticos e infraestructura, entre otros. Todos estos constituyen aspectos que influyen en la competitividad de una empresa y por tanto en una cadena agroalimentaria.

Dada la importancia de este factor, la definición de competitividad propuesta toma en cuenta no sólo el concepto de cadena agroalimentaria sino que además incorpora el impacto que sobre ella tiene el factor localización espacial:

"La Competitividad de la Agricultura es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar, de manera continua, su participación en el mercado.

Tal capacidad depende de una serie de elementos a nivel macro, meso y micro. A nivel macro intervienen aspectos referidos al país y sus relaciones con el resto del mundo. A nivel meso se destacan

⁴ Reed, 1992.

factores espaciales: distancia, infraestructura de apoyo a la producción, base de recursos naturales e infraestructura social. En el nivel micro, se destacan los factores relevantes para la empresa, referidos a precio y calidad, así como factores espaciales que le condicionan directamente".⁵

Lo anterior significa que las características y las condiciones del espacio pueden influir directamente en la competitividad de una actividad agrícola, sea por las condiciones agroecológicas de una región o por las condiciones de la infraestructura de apoyo a la producción y a la distribución del producto.

Los actores involucrados en la atención de los elementos espaciales son públicos y privados, e incluyen gobiernos centrales, gobiernos locales y agrupaciones de los mismos productores. La misión de estos actores es velar por el estado de la infraestructura y por la existencia de condiciones de operación básica que garanticen la eficiencia y la eficacia de la cadena agroalimentaria (evitando por ejemplo la formación de "cuellos de botella").

3. Factores espaciales que inciden en la competitividad

Los factores que determinan la competitividad en el ámbito espacial están determinados, básicamente, por los siguientes componentes, esbozados en la anterior definición de competitividad:

- . Distancia
- . Infraestructura
- . Base de recursos naturales

3.1 Distancia

La distancia queda reflejada en el costo del transporte desde la zona productora hasta el mercado, e implica costos, tanto para los particulares como para las empresas. Cubrir la distancia que separa dos puntos entre espacios geográficos exige esfuerzo, recursos y tiempo. Este costo puede traducirse de diversas maneras: costos de transporte de mercancías, costo de comunicación y de información, costos de desplazamiento de personas, etc. Los costos son, por regla general, tanto más elevados cuanto mayor sea la distancia.⁶

⁵ Cuaderno Técnico N° 8: El Reto de la Competitividad en la Agricultura.

⁶ Pólese, 1998.

Los costos atribuibles a las distancias también se conocen como “costos de interacción espacial” y de “fricción del espacio”, pero siempre aluden a una misma realidad.

Los costos de transporte pueden ser cubiertos por el consumidor final, en forma de desplazamientos, o por el productor, en forma de costos “reales” de transporte y distribución. Estos últimos deben reflejar los costos de oportunidad del tiempo dedicado a los transportes.⁷

Esto da lugar a una serie de decisiones basadas en la capacidad de los productores de asumir la distribución y comercialización directas o de emplear otros mecanismos de distribución, lo cual va a incidir, al final, en el precio del producto para el consumidor. Esta decisión se tomará de acuerdo a los objetivos de la empresa, el mercado meta y las condiciones de mercado.

La presencia de diferentes canales de distribución (como mayoristas) cubre las dos funciones esenciales del comercio⁸:

1. El reagrupamiento de la recepción y la distribución de mercadería; y
2. La reducción de la incertidumbre y del tiempo de búsqueda, en lo que se refiere al contacto entre compradores y vendedores.

Lo anterior pone en evidencia que, dependiendo de las estrategias de cobertura de mercado que empleen las diferentes estructuras (productores, mayoristas, detallistas, etc.), así variará la estructura de los costos de los productos. Por lo tanto, la articulación entre los diferentes eslabones de una cadena debe contemplar las mejores alianzas, de manera que la cadena, en su conjunto, sea competitiva.

3.2. Infraestructura

La infraestructura se refiere a las facilidades de apoyo (hablamos de cantidad y calidad) que se encuentren a lo largo de todo el proceso productivo y van desde los insumos para las etapas iniciales de la producción primaria hasta los elementos necesarios para llegar al consumidor final (carreteras, puertos aéreos y marítimos, puentes, vías férreas, redes de frío, etc.).

Al desarrollar infraestructura es necesario ponderar la demanda existente, el equilibrio territorial, la total eficacia del sistema y el impacto medioambiental. Por tanto, para determinar las áreas prioritarias en el

⁷ Idem.

⁸ Pölese, *Op. Cit.* y Butler, *Op. Cit.*

plano local, regional y nacional, debe recurrirse a la planificación territorial.

La infraestructura podrá depender de los gobiernos locales, los cuales, promoviendo la inversión regional y los procesos de descentralización, velarán por su estado, o bien podrá estar en manos privadas, las cuales crearán y mantendrán la infraestructura de acuerdo a sus necesidades y/o la responsabilidad social corporativa.

Para una mejor comprensión de este concepto hemos dividido la infraestructura en tres categorías: física, financiera y social. Debe destacarse que esta división se hace única y exclusivamente para abordar el concepto desde el punto de vista didáctico, pues en la esfera real las tres categorías se encuentran totalmente articuladas y se complementan la una a la otra.

3.2.1. Física

Se refiere al conjunto de elementos que permiten la articulación espacial de las actividades productivas. Comprende el sistema vial (carreteras de primer, segundo y tercer orden), puentes, puertos (aéreos, marítimos y riberinos), redes de frío, centros de acopio, centros de distribución de productos finales, sistemas de distribución eléctrica, sistemas de telecomunicación (telefónica y telemática), etc.⁹

3.2.2. Financiera

La infraestructura financiera se refiere a la existencia de lugares que permitan el acceso al crédito -tipo y número de servicios que se brindan-.

La competitividad en esta rama dependerá de la presencia de tales instancias y se encuentra supeditada a las necesidades de las empresas. Habrá competitividad en tanto haya necesidad y se presten servicios. Por el contrario, la infraestructura se considerará no competitiva si, pese a existir la necesidad no se brindan los servicios. Los casos que no muestran necesidad no son relevantes para el análisis.

3.2.3. Social

En el plano social, la infraestructura se refiere a la articulación de una serie de instituciones que confieren un valor agregado, como educación, salud, vivienda, transporte, recreación, etc.

⁹ INCAE, 1999: 56.

Existen diversos indicadores macroeconómicos que reflejan el estado de desarrollo social de una zona, como por ejemplo, tasas de alfabetización, índices de salud, número de camas de hospital por habitante, etc.

Por otra parte, la aglomeración de personas en centros poblados permite la estructuración y jerarquización de un sistema donde se concentra la demanda, lo cual redundará en la eficacia del intercambio de bienes y servicios.¹⁰

3.3. Recursos Naturales

La base de recursos naturales determina las condiciones agroecológicas de una región, definidas por los suelos, el clima, la geomorfología, la hidrología, la cobertura vegetal, etc. y sus variantes.

La conjunción de tales elementos puede brindar valor agregado a una región si la localización y el emplazamiento de éstos permiten su aprovechamiento en forma tal que la producción sea eficiente y eficaz.

El análisis espacial de la competitividad se lleva a cabo a través del examen de diversos elementos de la localización, cuyo estudio es vital pues brinda un marco sobre las condiciones de las que pueden servirse las empresas y las cadenas agroalimentarias.

Si bien es cierto que la presencia de recursos naturales no potencia *per se* el desarrollo de una región, esta base manejada adecuadamente, en un marco de sostenibilidad que contemple las dimensiones socioeconómica, política y ambiental, puede servir de fundamento al desarrollo de complejos productivos que permitan la inserción de las actividades productivas en los planos nacional e internacional.

4. Los Complejos Productivos

Se entiende comúnmente por complejo productivo una concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y de especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializados y de servicios anexos específicos al sector) y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en la búsqueda de eficiencia colectiva.¹¹

¹⁰ Pólese, *Op. Cit.*

¹¹ Ramos, 1998.

Muchos son los enfoques teóricos que tratan de brindar explicación al comportamiento de las empresas en el espacio y las diversas asociaciones que se dan entre ellas. A continuación, se esbozarán las más relevantes en función de su aplicación.

4.1. Las teorías de localización y de geografía económica

4.1.1. La modelación deductiva

Una teoría general de la ubicación de la actividad económica es probablemente una utopía. Lo anterior conduce a la definición de teorías parciales que procuran explicar diferentes aspectos de los sistemas económicos espaciales. Tales teorías consideran ciertos factores, en tanto que ignoran otros o suponen que permanecen *ceteris paribus*.

La geografía económica, como especialidad de la geografía general moderna, se ha dedicado al análisis de la relación existente entre las actividades productivas y el medio, poniendo especial énfasis en la interacción que se da entre estos últimos y en el impacto del territorio sobre las expresiones económicas de la sociedad.

Actualmente, la geografía económica moderna ha extendido sus horizontes a problemas contemporáneos locales, nacionales y mundiales, proporcionando una base para campos de aplicación tales como la planeación regional, el análisis del uso de la tierra, la administración de los recursos y la planeación y administración ambiental. Este campo de estudio parte de dos factores económicos interrelacionados¹² que afectan la ubicación económica y el uso de la tierra:

- △ Factor espacial: trata las regularidades espaciales y los esquemas que resultarían de las fuerzas económicas y conductuales. Su principal variable es la distancia y en forma más precisa, los costos de transporte, los cuales son producto tanto del flujo de productos y servicios como del movimiento de consumidores, creando una estructura espacial dentro del escenario económico.
- △ Factor ambiental: estudia la ubicación y el carácter de la actividad económica como producto de la distribución mundial real de los factores ambientales. Se relaciona con la variación del ambiente natural de un lugar a otro, e incluye factores como: clima, geología, hidrología, suelo, geomorfología y la vegetación natural. En el caso de ciertas

¹² Butler, 1986.

actividades económicas, la ubicación se explica básicamente por el enfoque ambiental. Por ejemplo, las grandes plantaciones bananeras ubicadas en la región caribeña de Centroamérica han sido ubicadas ahí por una ventaja ambiental única: la disponibilidad de suelo en amplias llanuras, con abundante cantidad de agua para su producción y su cercanía a los puertos de embarque hacia los principales mercados de exportación, Europa.

La teoría de la ubicación surge como producto de la interrelación entre los aspectos espaciales y ambientales; sin embargo, intervienen otros factores como características agroecológicas, disponibilidad de recursos naturales y acceso a servicios, los que sumados determinan las ventajas o desventajas que ofrecen las diferentes localizaciones dentro del espacio.

De esta forma, surgen diversas teorías que procuran brindar un análisis causa-efecto de las actividades económicas y su connotación espacial. Dentro de este campo de estudio se presentan tres teorías principales que analizan el asentamiento de las actividades económicas en territorios espaciales específicos.

4.1.1.1. Teoría de la Ubicación de Johann Heinrich von Thunen

Parte de la premisa de que la renta de una unidad productiva varía con la distancia respecto al mercado. Esta renta está generada por el factor de la distancia, incluso si se supone que el medio ambiente es el mismo en todos los espacios territoriales. Existe una resistencia colectiva por parte de la sociedad respecto a gastar más esfuerzo que el necesario en el movimiento de las personas o mercancías para cubrir las demandas económicas. Dado esto, los agentes económicos utilizan el espacio eficientemente, minimizando los esfuerzos para salvar las distancias.

Los precios para las mercancías agrícolas son establecidos mediante los niveles de oferta y demanda en el mercado central de la población, mientras que el tipo y la intensidad del uso de la tierra que rodean al territorio dependen de la distancia de los sitios de producción al centro del mercado. La única variable en su modelo agrícola del uso de la tierra es la distancia desde la salida de la unidad productiva hasta el mercado del producto.

Supuestos del modelo

- i. Hombre económico.
- ii. Existencia de una planicie que contiene personas, características de medio ambiente y recursos naturales distribuidos uniformemente.
- iii. Toda la tierra tiene productividad idéntica.

- iv. El mercado único en el espacio territorial compra toda la producción agrícola de la región circunvecina.
- v. Los costos de transporte son una función de la distancia en línea recta, pero están basados en diferentes tasas de transporte por mercancía.
- vi. Economía cerrada.

El modelo

La agricultura requiere gran cantidad de espacio por granja, por lo que el aprovisionamiento de productos agrícolas para un territorio requiere de la producción de una gran área circundante. Ante esto, las granjas se ubicarán a diferentes distancias del mercado central (costos de transporte variables entre las granjas).

La renta de ubicación está dada por:

$$R = o(p - c) - orD$$

R = renta de ubicación por unidad de área

o = rendimiento

p = precio en el centro de comercio

c = costo de producción por unidad producida

r = tasa de embarque

D = distancia de la granja al mercado (única variable del modelo)

Esta expresión combina la renta que se generaría por una mercancía en un área específica y la reducción de este valor por el costo de transporte de la mercancía al mercado. En este modelo el precio de la tierra depende directa y positivamente de la renta de ubicación, por lo que el precio de la tierra será mayor en tanto se encuentre más cerca del mercado local, reduciéndose a cero hacia la zona más extensa e improductiva.

El modelo permite adaptaciones de los postulados iniciales, adecuándolo a diferencias en fertilidades de la tierra, alteraciones de transporte de bajo costo y centros de mercados múltiples. A la vez, considera las economías de transportación distante.

4.1.1.2. Teoría de la Ubicación Industrial de Alfred Webet

Este modelo parte de un análisis aplicado especialmente a las operaciones de manufactura pesada que están orientadas en gran medida por los costos de transporte de los materiales. Pone énfasis en los costos de la distancia y transporte como la variable clave para el análisis sistémico.

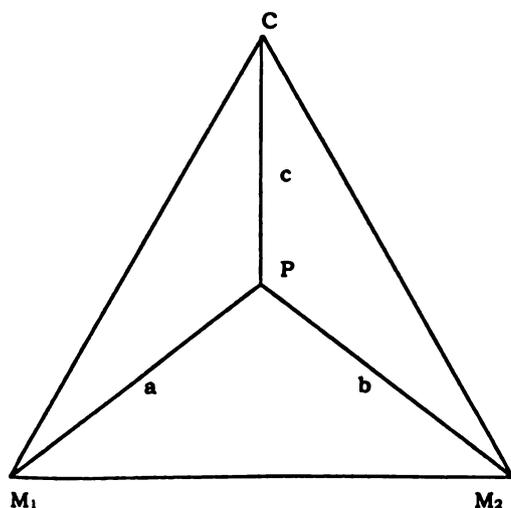
Supuestos del modelo

- i. No incluye un ambiente natural espacialmente homogéneo.
- ii. Ocurrencia altamente irregular de ciertos recursos naturales (recursos localizados).
- iii. La localización de la producción orientada a la transportación está relacionada tanto con la distancia a los recursos localizados como con la distancia al mercado.
- iv. La localización de la planta está influenciada algunas veces por otros dos factores: diferencias espaciales en los costos de la mano de obra y eficiencia de la aglomeración de la empresa.
- v. Los centros de mercado son fijos en el espacio.
- vi. Existe un patrón especial de los costos de mano de obra pero no necesariamente uniforme: en cualquier lugar la disponibilidad de mano de obra a salario constante se considera ilimitada e inamovible.

El modelo

El escenario plantea un espacio territorial con la existencia de recursos localizados y mercados, todos designados como puntos en un plano, los cuales forman un triángulo de ubicación. El problema a solucionar por Weber consiste en establecer la ubicación de menor costo para una unidad productiva.

En este modelo todos los insumo de producción excepto el transporte, se consideran independientes de la ubicación. Los costos de transporte son una función tanto del peso movido como de la distancia.



P = punto de producción
 C = punto de consumo
 M_1 = localización de la fuente de material 1
 M_2 = localización de la fuente de material 2
 a , b y c son distancias

Se reconoce que una solución de menor costos de transporte depende de la naturaleza y del uso de los materiales de producción así como de su ubicación dentro de la naturaleza.

Los recursos localizados actúan como magnetos para las unidades productivas. La atracción de los mismos depende de la cantidad utilizada y del grado mediante el cual su peso se incorpora en una unidad de producto.

En la solución de menor costos de transporte se consideran los pesos transportados y las distancias tanto para ensamblaje de los materiales como para la colocación del producto al mercado.

Esto se expresa en el *Índice de Materiales (IM)*, que es la proporción entre el peso de los recursos localizados utilizados para elaborar una unidad de producto y el peso de la unidad producida en si misma.

$$IM = \frac{\text{Peso de los recursos localizados utilizados por unidad de producto}}{\text{Peso de la unidad de producto}}$$

En tanto el peso de los materiales utilizados en la producción de un bien sea mayor al peso de la unidad del bien, la ubicación de la unidad de producción es atraída hacia las fuentes de los materiales, con el objeto de minimizar el movimiento antes de que su peso sea reducido en el proceso. Por otro lado, un valor bajo para el peso de los materiales atraerá a la unidad productiva hacia el mercado.

Weber también consideró dentro del modelo las diferencias en las remuneraciones a la mano de obra, por lo que las diferencias salariales entre territorios se convierte en un elemento más a tomar en cuenta dentro de la escogencia de localización.

Limitaciones del modelo

- i. Tratamiento que se le daba a los costos de transporte, principalmente a la falta de atención para los cargos terminales y los ahorros en grandes cargamentos (economías de escala).
- ii. Simplificación exagerada de los aspectos espaciales de la demanda.
- iii. No consideró la posibilidad de costos de extracción para diferentes recursos y las limitaciones en el tamaño de los depósitos de los recursos; a la vez que se ignoró la relación entre el precio y la disponibilidad de recurso, la posibilidad de plantas múltiples, y la implicación de los ahorros a escala.

Sin embargo, estas limitaciones son el precio que se debieron pagar por el valor altamente explicativo que el modelo tenía para una clase especial de actividad de manufactura. Este modelo representa un compromiso entre la generalidad abstracta y su aplicabilidad al mundo real.

4.1.1.3. Teoría del Lugar Central de Christaller

Es una teoría que se refiere a la distribución espacial de la demanda del consumidor y los patrones de ubicación de las industrias de servicio y de ciertas industrias manufactureras orientadas hacia el mercado.

Este modelo explica dos aspectos interrelacionados del desarrollo urbano:

a) la ubicación de los asentamientos humanos como centros óptimos de distribución para los servicios y ciertas mercancías, y b) la forma en la cual estos servicios y mercancías se distribuyen dentro del sistema espacial de los lugares urbanos.

Parte de dos preguntas básicas:

¿Existen leyes que determinen el número, tamaño y distribución de los poblados?

¿Por que existen poblados grandes y pequeños y por qué están distribuidos tan irregularmente?

Supuestos del modelo

- i. Hombre económico.
- ii. Planicie sin límites.
- iii. Distribución regular de los recursos naturales.
- iv. Los costos de movimiento son una función lineal de las distancias recorridas de un punto a otro.

El modelo

A partir de un asentamiento regular, los lugares centrales aparecen para satisfacer los requerimientos comerciales diarios.

El primer parámetro para el análisis es el *umbral de la demanda*. Este elemento se refiere a la menor población a la que se deben prestar servicios con el objetivo de alcanzar el punto de equilibrio (que los ingresos por ventas cubran los costos de producción). Esta población se denomina *demanda inicial*.

La demanda dependerá del precio del bien o servicio. Este precio está formado por diferentes elementos, entre los que se encuentra la distancia desde la unidad productiva hasta el punto a transar con el consumidor.

Esta distancia representa el segundo parámetro del análisis, el *alcance físico* de mercado de una mercancía. Esto se define como la distancia más grande que el consumidor está dispuesto a viajar (o pagar) para comprar una mercancía o servicio específico a determinado precio de mercado.

Bajo condiciones homogéneas en todo el modelo, los valores de la demanda inicial, el alcance físico de mercado, el precio del mercado, y las tasas de transportación son las mismas para todas las nuevas unidades productivas que quieran establecerse. Estas nuevas unidades productivas se agruparán debido a dos factores: a) el deseo de los empresarios de dar servicio a áreas de mercado no cubiertas, y b) la necesidad de cada productor para mantener un área de mercado suficientemente grande para cubrir la demanda inicial.

Este proceso continua hasta que se alcanza el equilibrio espacial. En este estado de equilibrio todas las fuerzas de oposición son iguales y ninguna área del mercado queda descubierta.

Dentro del modelo existe una estructura jerárquica de las actividades productivas. Aquellas actividades que tienen una demanda inicial alta y que requieren grandes áreas de mercado para un solo establecimiento se denominan *funciones de alto orden*, mientras que aquellas que tienen una demanda inicial baja y que pueden ser apoyadas por unas áreas de mercado pequeñas se llaman *funciones de bajo orden*.

La expresión "jerárquica" quiere decir que los establecimientos de orden más alto se superponen geoméricamente y funcionalmente sobre el sistema de orden más bajo. Dentro del modelo hay consideraciones de comercialización y transporte para optimizar la formación de los lugares centrales, siempre basándose en la minimización de costos de estas actividades.

Posteriormente, se incluyen factores políticos y administrativos dentro de los elementos que pueden influenciar los patrones de asentamientos humanos y sistemas urbanos.

Limitaciones del modelo

Los resultados del modelo deductivo son sumamente rígidos (mecanicistas). Sin embargo, son lógicamente consistentes, ya que están basados en suposiciones establecidas.

A partir de los modelos presentados anteriormente se puede intuir que la diferenciación espacial y los tipos de enlace que se establecen entre regiones se hacen evidentes al analizar tres características del sistema socioeconómico y político-institucional:

- i. “concentración geográfica de las actividades económicas y de la población en unas pocas unidades territoriales y en centros urbanos que tienden a transformarse en megalópolis.
- ii. centralización, en esas unidades territoriales, del sistema institucional responsable de los procesos de toma de decisiones;
- iii. disparidades extremas en el nivel de las condiciones de vida entre la población localizada en estas unidades territoriales y la que habita en otros espacios territoriales”.

4.1.2. La teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante

“Hirschman (1957 y 1977) procura mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer el umbral mínimo o escala mínima necesaria para hacer atractiva la inversión en otro sector que éste abastece (encadenamientos hacia atrás) o procesa (hacia adelante). Por cierto, toda esta actividad está eslabonada con otras”.¹³

Cuando la realización de una inversión hace rentable la realización de una segunda inversión, y viceversa, la toma de decisiones en forma coordinada asegura la rentabilidad de cada una de las inversiones.

Los encadenamientos hacia atrás dependen tanto de factores de demanda (la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de planta). El desarrollo de los encadenamientos hacia adelante depende en forma imperante de la similitud tecnológica entre la actividad extractiva y la de procesamiento. Mientras mayor sea la similitud, mayor será el aprendizaje y más fuerte el impulso hacia adelante; mientras mayor sea la distancia tecnológica entre estas actividades, menores serán el aprendizaje y el impulso.

El desarrollo de los encadenamientos hacia adelante no sólo diversificaría la producción sino que podría ser sumamente rentable.

¹³ Ramos, Op. Cit. P. 108.

4.1.3. El Modelo de Michael Porter

Porter sostiene que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo (cluster) y su grado de madurez. Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del *diamante*, es decir, de las relaciones de competencia entre empresas de la misma actividad; las relaciones con sus proveedores, con actividades de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados. En el análisis de Porter, los complejos productivos se dan tanto en torno a los recursos naturales como en torno a actividades basadas en el aprendizaje y el conocimiento (por ejemplo, las telecomunicaciones, la computación y la electrónica).

4.1.4. Variantes referidas a los Recursos Naturales

Además de las teorías expuestas, hay variantes que se refieren directamente a los recursos naturales. Particularmente, se menciona la Teoría del Crecimiento Económico a partir de los productos básicos. Explica el desarrollo económico a partir de los impulsos provenientes de la exportación de sus distintos recursos naturales y a las inversiones en actividades relacionadas que ellos activan.

Estas actividades de “segundo” y “tercer” orden incluyen: actividades secundarias para proveer los insumos y los bienes requeridos por el recurso natural y por su fuerza de trabajo, la inversión en infraestructura para las exportaciones, y otras actividades, no necesariamente vinculadas a los recursos naturales, que pudieran aprovechar la infraestructura ya financiada por la actividad exportadora, pagando sólo sus costos variables. Cada auge exportador da lugar a una ola de inversiones de primer, segundo y tercer grado, que no sólo multiplica el efecto del impulso exportador inicial, sino que genera actividad económica cada vez menos dependiente de ese impulso.

La competitividad de la empresa es potenciada por la competitividad del conjunto de empresas y actividades que conforman el complejo al cual pertenece. En efecto, esa mayor competitividad deriva de importantes externalidades, economías de aglomeración, derrames tecnológicos e innovaciones que surgen de la intensa y repetida interacción de las empresas y actividades que integran el complejo. Estas empresas y actividades se refuerzan mutuamente; la información fluye casi sin estorbo, los costos de transacción son menores, las nuevas oportunidades se perciben más tempranamente y las innovaciones se difunden con rapidez a lo largo de la red. Y la fuerte competencia en precio, calidad y

variedad da lugar a nuevos negocios, fortalece la rivalidad entre empresas y contribuye a mantener la diversidad.

Un elemento importante para potenciar e intensificar los encadenamientos en casi todos los complejos ha sido una complementación institucional idónea, a veces de origen público (regional o estatal más que nacional), siempre con la inclusión de asociaciones de los propios productores del complejo. Esta complementación abarca desde programas de aprendizaje y capacitación hasta los centros de proveedores de servicios.

También han desempeñado un papel clave las instituciones financieras proveedoras de crédito, a veces muy especializadas para atender a las necesidades de diversos tipos de complejos.

5. Sistema de Información Geográfica: un Instrumento de Análisis

El término *Sistema de Información Geográfica*, o SIG (como se le denomina comúnmente), se aplica en la actualidad a los sistemas computarizados de almacenamiento, elaboración, análisis, modelaje y recuperación de datos con equipo y programas específicamente designados para manejar los datos espaciales georeferenciados y los correspondientes datos cualitativos o atributos.

La tecnología de los ordenadores permite manipular y analizar la información estadística, pero sólo recientemente se ha desarrollado hasta el punto de poder pasar la información de los mapas a formato digital utilizable por un ordenador y permitir la manipulación simultánea de los datos geográficos espaciales y los atributos conexos.

A medida que aumenta la presión sobre los recursos de tierras y aguas, se hace imprescindible cada día poder evaluar correctamente la situación y las tendencias de los recursos. El SIG proporciona un valioso instrumento de información en este sentido.

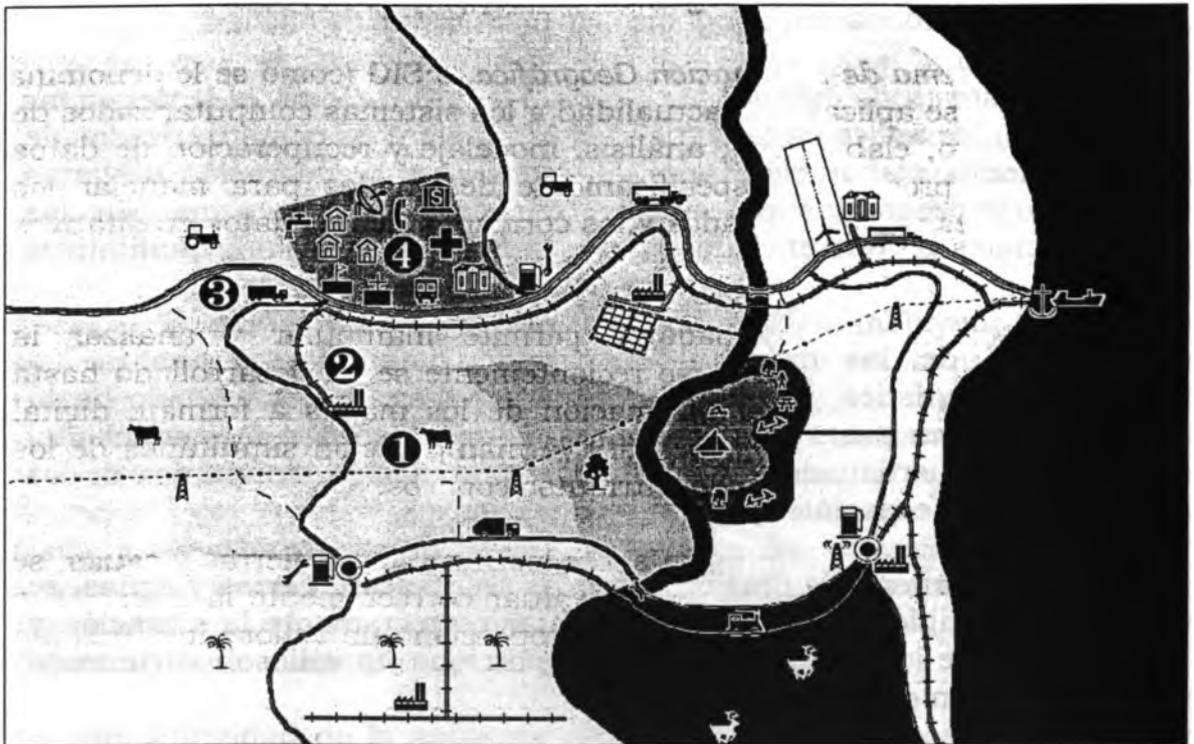
El objetivo último de un sistema para el soporte de decisiones enfocado hacia el manejo integral de los recursos naturales es, o debería ser, mejorar sustancialmente los procesos de planificación y toma de decisiones, proveyendo información útil y científica a los actores involucrados en dichos procesos, incluyendo el sector público, planificadores y científicos, así como al público en general (Fedra, 1998).

5.1. Articulación entre elementos espaciales

Para que una cadena agroalimentaria sea competitiva, debe contar con un conjunto de elementos espaciales que le permita articularse entre sí, entre sus eslabones y la base biofísica de los recursos que la sustenta.

Lo anterior puede visualizarse gráficamente en las siguientes figuras, que representan dos escenarios: el primero (A), una cadena que se encuentra localizada en un espacio que cuenta con la infraestructura básica necesaria que le permite un ritmo de desarrollo y crecimiento constante y dinámico, manteniendo su competitividad desde el punto de vista espacial (Cuadro 1).

Escenario A: Espacio Productivo con Infraestructura Adecuada



En dicho escenario, se presenta un espacio donde se desarrolla un conjunto de actividades económicas, articuladas entre sí, aprovechando al máximo la capacidad de uso de las tierras, y brindando protección a la base de los recursos biofísicos sobre las que se sustentan. De tal forma, esta coyuntura permite asistir al establecimiento de *clusters* donde se cuenta con la infraestructura necesaria, desde la red vial y ferroviaria, con un acceso a las áreas productivas, hasta los principales puntos de salida y colocación de la producción a mercados, como lo son los puertos (aéreo y

marítimo) y el mercado de consumo donde se emplaza la población. Esta última tiene acceso, al igual que el sistema agroalimentario ahí asentado, a los servicios de electricidad, agua, telecomunicaciones, transporte, así como acceso a entidades públicas, educación y salud, y otros que aseguran una óptima calidad de vida a dicha población.

En el mismo sentido, la red agroalimentaria cuenta con un sistema de transporte para sus productos desde las zonas donde se genera la materia prima, hasta los medios de salida de los productos, pasando por redes de frío, áreas de almacenamiento intermedio y post-procesamiento, con acceso a la tecnología (en todas las etapas de la producción), necesaria para obtener niveles óptimos de productividad, eficiencia y eficacia, que redundan en elementos que permiten alcanzar una mayor competitividad.

Los costos de transporte son inversamente proporcionales al estado de la infraestructura. Por lo anterior, entre mejor acondicionado esté un espacio para brindar apoyo a los clusters, menores costos de transporte habrá y mayor eficiencia se obtendrá. En tanto la calidad de la infraestructura sea inadecuada, esto incidirá directamente en un aumento en los costos de transporte, afectando los precios de los productos y, consecuentemente, la competitividad de dicha cadena.

De igual forma, la distancia entre los centros productivos y los mercados afectan la competitividad. Entre mayor distancia tenga que recorrer un producto para alcanzar su mercado final mayores serán los costos agregados, aunado al estado de la infraestructura.

La localización de la empresa, consecuentemente, estará vinculada con la distancia a la infraestructura que le permita articularse espacialmente. Esto significa que esta última definirá, junto con la disponibilidad y acceso a los recursos naturales que sirvan como fuente para la producción, las áreas donde se ubicarán los centros productivos.

Cuadro 1
Matriz explicativa del Modelo A

Actividades Productivas		Infraestructura Física	
	Pastos mejorados (leche/carne)		Puentes
	Producción forestal		Carretera de primer orden
	Producción agroindustrial		Carretera de segundo orden
Infraestructura Social			Camino de tercer orden
	Vivienda		Ferrocarril
	Acceso a agua potable		Puerto marítimo
	Telemática		Puerto aéreo / Pista de aterrizaje
	Servicio telefónico		Transporte de contenedores
	Red de distribución eléctrica		Tecnología para la agricultura
	Escuela		Mantenimiento y repuestos
	Religión		Redes de frío
	Transporte		Industrias / Fábricas
	Recolectores de desechos		Agricultura artesanal
	Servicio entidades públicas	Infraestructura Financiera	
	Áreas protegidas		Servicio entidades financieras
	Recreación y entretenimiento		

Cabe destacar la importancia de la sostenibilidad de los procesos productivos que aseguren la protección y conservación de los recursos naturales, que definan un acceso a la recreación por parte de los actores del proceso productivo.

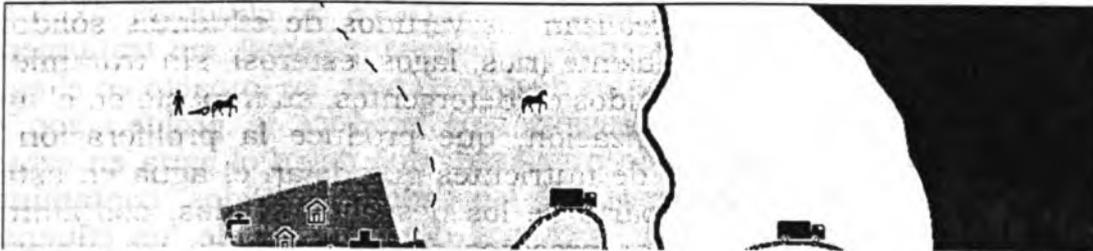
Igual importancia reviste el manejo sostenible de los desechos generados, desde la producción de la materia prima (y la aplicación de insumos) hasta su disposición en mercados finales. Para ello, se torna necesario el emplazamiento de plantas de tratamiento y lagunas de oxidación, aunado a rellenos sanitarios que deben ubicarse estratégicamente de forma tal que no reduzca la calidad ambiental, tanto paisajística como sanitaria.

Es importante señalar que cada eslabón de la cadena va a tener necesidades propias respecto a su entorno espacial, por lo cual éstas deben identificarse en el nivel micro para asegurar su integración en el contexto de la cadena, a fin de evitar “cuellos de botella” debido a la ineficiencia en algún eslabón, producto de la ausencia de elementos espaciales coyunturales que permitan su articulación hacia la cadena como unidad.

El otro modelo (B) hace referencia a un espacio que carece de la infraestructura necesaria para poder hacerle frente a la producción en

forma competitiva, asumiendo que la base de recursos naturales permanece *ceteris paribus*.

Escenario B: Espacio Productivo sin la Infraestructura Adecuada



En él se presenta una sociedad desorganizada, sin hacer uso correcto de la tierra. Por ejemplo, las áreas urbanas se han extendido allende sus límites potenciales, usurpando áreas cuya zonificación agroecológica indica el crecimiento de pastos mejorados y propiciando, consecuentemente, una subutilización del suelo, con las consecuencias hidro y geomorfológicas inherentes a dicho proceso, que van degradando recursos tales como el suelo y el hídrico (acuíferos).

Dicho escenario no cuenta con un sistema vial que articule adecuadamente las áreas productivas, entre sí y entre ellas y los mercados, en tanto son caminos de tercer orden, por lo general lastreados y sin mantenimiento adecuado, con ausencia de puentes y mantenimiento con la capacidad instalada para el tráfico de vehículos adecuados. De igual forma, las vías de salida de la producción se encuentran en regular estado y no existen pistas de aterrizaje o aeropuertos que permitan la salida de la producción hasta mercados externos.

No se ha implementado la tecnología adecuada para los procesos productivos, por lo que estos se llevan a cabo en forma artesanal. En la región, tampoco se da la capacidad tecnológica instalada para prestar los servicios básicos, tanto a la población como a las empresas ahí asentadas, como telecomunicaciones, servicios financieros y servicios públicos, careciendo incluso de servicios de salud fijos (no itinerantes).

Por lo anterior la zona no resulta atractiva para el capital, las empresas ni la mano de obra, aunado a la inadecuada infraestructura social, en tanto se vuelve expulsora de población en edad productiva (PEA). Lo anterior incide en una problemática socioeconómica que tenderá a profundizarse de no existir un plan que articule las actividades económicas con las necesidades sociales presentes, problemática no sólo para la región en cuestión sino también para las vecinas, puesto que la dinámica de la

población emigrante tiende a desarrollar áreas marginales alrededor de centros urbanos desarrollados de primer y segundo orden.

En relación con el ambiente y el manejo de desechos, éste es ineficiente. La recolección se realiza sin tener un espacio técnicamente seleccionado para tal, conllevando esto a un acelerado proceso de degradación ambiental. Por su parte, algunas industrias realizan los vertidos de efluentes sólidos y líquidos directamente en el ambiente (ríos, lagos, esteros), sin tratamiento previo alguno. En el caso de vertidos de detergentes, su impacto en el agua se refiere al proceso de eutrofización, que produce la proliferación de vegetales acuáticos por exceso de nutrientes que dejan el agua en estado anaeróbico (sin oxígeno). Por parte de los desechos sólidos, contaminan tanto los recursos hídricos (por procesos de filtración de los efluentes hacia los mantos acuíferos) como los ecosistemas terrestres, alterando la calidad de los recursos naturales (tierra, subsuelo, aire), aparte de su impacto visual y escénico.

Todo lo anterior incide en la tenencia y renta de la tierra la cual, al verse supeditada a dichos procesos de deterioro, pierde valor desde el punto de vista agrícola y causa procesos de cambio en el uso de tierra.

Ello va a originar que tierras aptas para la agricultura migren su uso hacia el urbano, el recreativo-turístico y el industrial, generando con ello pérdidas en el valor agregado de la región como unidad económico-productiva.

Todo lo anterior conlleva una desarticulación en el proceso productivo en la cadena agroalimentaria, generando grandes vacíos entre sus eslabones que incidirá en una pobre y cada vez menor ventaja competitiva respecto de otras regiones.

A continuación se detalla el tipo de información que podría incluir un análisis de la infraestructura de una región determinada. Cabe destacar que los elementos mencionados no son vinculantes en su totalidad con el diagnóstico integral de la infraestructura, pero podrían complementarlo en forma adecuada.

Cuadro 2
Matriz para la evaluación de los componentes espaciales asociados
a la medición de la competitividad

Sistema	Sub-sistemas
Suelos	Cobertura Vegetal Tipos de suelo Uso Actual de la Tierra Capacidad de Uso de la Tierra Uso Potencial de la Tierra Conflictos de Uso
Geomorfología	Topografía Áreas vulnerables a desastres (inundación, deslizamientos, derrumbes, licuefacción) Fallamiento local y tectónico
Agua	Red Hidrográfica Sistema hidrológico (caudales, avenidas, etc.). Delimitación de cuencas y subcuencas Uso actual y potencial del recurso hídrico.
Clima	Precipitación mensual y anual Temperatura Humedad relativa Heliofanía Balance hídrico Dirección y velocidad del viento
Dinámica de la población	Ubicación de poblados Jerarquía de centros poblados Patrón de poblamiento Flujos migratorios (por volumen, edad, sexo y dirección) Población rural y urbana Áreas atractoras y expulsoras de población Articulación entre centros poblados (vínculos administrativos, comerciales, recreacionales, fuentes de empleo) Demografía (tasas de crecimiento, natalidad, mortalidad infantil, mortalidad, esperanza de vida al nacer, global de fecundidad) Índices del comportamiento de la salud (enfermedades)
Tenencia de la Tierra	Situación legal Tipos de propietarios Tamaño de las propiedades

	<p>Unidad productiva</p> <p>Sistema de producción de cada unidad</p>
Infraestructura física	<p>Tipo y estado de vías de comunicación terrestre (carreteras de primer, segundo y tercer orden, líneas ferroviarias)</p> <p>Costos de transporte (vial, diferentes medios)</p> <p>Existencia y estado de puentes (en todas las escalas)</p> <p>Existencia y estado de puertos (marítimos, ribeños y aéreos)</p> <p>Redes de frío (cadenas de refrigeración)</p> <p>Redes de almacenamiento de productos (bodegas y almacenes)</p> <p>Estaciones de servicio (combustible, repuestos, mantenimiento)</p> <p>Oleoductos y redes de distribución de combustibles</p> <p>Redes de distribución eléctrica y telefónica</p> <p>Redes de telemática</p> <p>Sistema de distribución de agua potable (uso doméstico e industrial)</p> <p>Red de drenaje para aguas servidas (domésticas e industriales)</p> <p>Sistema de tratamiento de aguas servidas</p> <p>Planta de tratamiento de desechos sólidos</p>
Infraestructura social	<p>Centros educativos (escuelas, colegios, institutos y universidades)</p> <p>Centros de salud (atención primaria, clínicas, hospitales)</p> <p>Centros recreativos (parques, áreas al aire libre, salones comunales, estadios)</p> <p>Servicios públicos al servicio de la comunidad</p> <p>Redes de transporte público y privado</p>
Infraestructura financiera	<p>Entidades financieras (públicas y privadas)</p> <p>Capacidad instalada (N° cajas)</p> <p>Tipos de servicios que brindan</p> <p>Tasas de interés</p>

V. COMPETITIVIDAD BAJO UN CONTEXTO DE EQUIDAD: MEJORÍA DE LAS CONDICIONES DE VIDA DEL MEDIO RURAL

1. Introducción

Aunque en este cuaderno técnico se centra la atención en los elementos de competitividad de la agricultura que tienen relación con las mejoras en las condiciones de vida de los espacios territoriales, la discusión general sobre la equidad en la búsqueda de la competitividad que se llevará a cabo en publicaciones futuras contará con una base estructural relativamente diferente.

Esta publicación presenta los elementos más generales que determinan la competitividad de un espacio territorial y que a la vez potencian mayores oportunidades para todos los participantes de un sistema. Estos elementos se agrupan en varias dimensiones: nacionales, sectoriales, intrasectoriales y a nivel interno de cada unidad agroalimentaria.

Sin embargo, como se dijo anteriormente, para efecto de las discusiones posteriores las dimensiones de análisis varían ligeramente, ya que dentro de cada una de estas se tiene que presentar el sistema de relaciones completo entre los determinantes de la equidad y la competitividad, los instrumentos a manipular en la política económica para generalizar las oportunidades y beneficios, y las instituciones o entidades relacionadas con este proceso.

Esta escogencia de las dimensiones se realizó pensando en la facilidad para estructurar el análisis y las relaciones entre competitividad y equidad. De esta manera, se realizó una matriz que mostrara a grandes rasgos los posibles elementos a incluir dentro de la discusión general. Las dimensiones abarcan desde macroelementos, como el análisis a nivel del comercio internacional, hasta microelementos, como el análisis a nivel de agentes económicos¹.

El análisis de la competitividad bajo el contexto de equidad se lleva a cabo partiendo de la dimensión más general como lo es el comercio internacional, en donde se abarcan elementos que caracterizan el creciente proceso de globalización de la economía mundial. Los acuerdos comerciales, las negociaciones multilaterales, las barreras proteccionistas, el tipo de cambio, la estabilidad económica, social y política, así como la localización geográfica (Norte-Sur) juegan un papel determinante en esta dimensión.

La dimensión de comercio internacional es la que cumple el papel de base de la pirámide para analizar toda la estructura de la competitividad bajo un contexto

¹ Estas matrices se presentan en el apéndice de la publicación.

de equidad. A partir de esta, se estructuran las dimensiones territorial, de cadenas agroalimentarias, de empresa, de agentes económicos y de género.

La dimensión territorial se basa en las diferencias existentes entre los sectores rural y urbano, con respecto a los determinantes de la competitividad-equidad, el apoyo gubernamental y la creación de oportunidades productivas. Las condiciones de vida de los espacios territoriales son reflejo de estos elementos dentro del medio rural.

La dimensión de cadenas agroalimentarias se centra en el estudio del valor agregado de cada uno de los eslabones al producto final. La capacidad para generar valor de los productores, así como el lugar en que este se encuentre determinaran en gran medida la competitividad y la equidad de esta dimensión.

Los elementos que determinan la competitividad con equidad a nivel de cada unidad de producción se refieren a las capacidades en formación, en adaptación, en endeudamiento y en colocación de productos de las empresas, así como a elementos referentes a costos como las cargas sociales, los seguros, los impuestos y el tipo de cambio.

La dimensión que estudia la competitividad con equidad en los agentes económicos abarca elementos micro que determinan el papel y el valor del agente dentro del proceso productivo, mientras que la dimensión de género evalúa las oportunidades e igualdades laborales, educativas, de capacitación y de remuneración entre individuos de diferente sexo.

Todos estos elementos determinan las dimensiones del análisis general de la competitividad bajo un contexto de equidad, sin embargo, como se dijo anteriormente, para este documento la atención se centrará principalmente en las condiciones de vida de los espacios territoriales.

2. Desarrollo Sostenible de la Agricultura y su Medio Rural

El Desarrollo Sostenible presenta una gran cantidad de definiciones conceptuales y metodológicas. En general, la que tiene mayor aceptación es la planteada en el informe de la Comisión Bruntland, en el cual se define al desarrollo sostenible:

“como el proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas”

Esta definición plantea dos elementos importantes para el estudio de la sostenibilidad en la agricultura y las condiciones de vida del medio rural. El primer elemento está relacionado con el concepto de necesidades, y se refiere

principalmente a la satisfacción de las necesidades de los agentes con menos recursos, a los cuales se les debe dar prioridad en la generación de oportunidades productivas. El segundo elemento que resalta es el de las limitaciones ambientales, lo cual se relaciona con los límites para mantener el stock de recursos que permita a las generaciones futuras satisfacer sus propias necesidades.

El desarrollo sostenible es un proceso multidimensional, en donde los elementos pertenecientes a estas dimensiones interactúan conjuntamente dentro de un mismo espacio y tiempo. Existen autores que solo definen tres dimensiones dentro del espacio de análisis del desarrollo sostenible (ecológica, económica y social²) mientras que otros incluyen el elemento Político Institucional. En nuestro caso, al centrar el estudio en el desarrollo sostenible de la agricultura y su medio rural, se especifican cuatro dimensiones que no necesariamente coinciden con las definiciones generales.

En primer término, la definición de desarrollo sostenible utilizada debe ser modificada en alguna medida para que incluya los elementos territoriales que permitan realizar un análisis más específico de la agricultura y el medio rural. Las definiciones propuestas por el Instituto en materia de desarrollo territorial sostenible³ y desarrollo rural sostenible⁴ sirven en gran medida para estos fines.

“Se define desarrollo sostenible espacial como el conjunto de acciones orientadas por las estrategias y las políticas nacionales que han sido diseñadas específicamente para cambiar aquellos factores causales de las inequidades y desequilibrios espaciales, políticos, sociales, económicos e institucionales, que impiden el pleno desarrollo del sector rural e inhiben una efectiva participación de su población en los beneficios del proceso de desarrollo.”⁵

“Concebimos el desarrollo rural sostenible como un proceso de transformación de las sociedades rurales y sus unidades territoriales, centrado en las personas, participativo, con políticas específicas dirigidas a la superación de los desequilibrios sociales, económicos, institucionales, ecológicos y de género, que busca ampliar las oportunidades de desarrollo humano.”⁶

² Muller, 1996.

³ Edwards, 1995.

⁴ IICA, 2000

⁵ Edwards, 1995: 12.

⁶ IICA, 2000: 17.

La concepción del desarrollo sostenible territorial sigue la misma línea que el desarrollo sostenible rural propuesto por el proyecto género y desarrollo rural del IICA. Ambos forman parte de un proceso significativamente más amplio que involucra factores y actores nacionales e internacionales, el cual se puede definir como el desarrollo sostenible en el plano nacional.

En este sentido, el proceso de desarrollo de los espacios territoriales, en el cual está inmersa la actividad agrícola, busca satisfacer las necesidades de la población nacional en general y especialmente las necesidades de la población rural. Este proceso se lleva a cabo impulsado por las actividades económicas (productivas) a lo largo de cadenas agroalimentarias, en respuesta a las demandas específicas del mercado, para las cuales se realiza un manejo racional de la base de los recursos naturales.

En general, lo que pretende el desarrollo rural es orientar la acción hacia una unidad territorial en la cual se puedan llevar a cabo los diagnósticos que sirvan de base a estrategias de desarrollo sostenible, que generen a las comunidades programas de inversión y proyectos específicos. Como se verá más adelante, todo este proceso involucra trasladar responsabilidades del gobierno nacional a los gobiernos locales, dar una mayor participación a la sociedad civil y tener en todo momento una perspectiva multidimensional y de largo plazo.

2.1. Dimensiones de la Sostenibilidad de un espacio territorial⁷

2.1.1. Dimensión Social

Esta dimensión no solo esta referida a la distribución espacial y etaria de la población, sino que remite de manera especial, al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y tienen como base la religión, la ética y la propia cultura. A la vez, esta dimensión se refiere a la población, como actores del desarrollo, poniendo atención especial en sus formas de organización, de participación en las tomas de decisiones y en el nivel de organización de los grupos de interés.

2.1.2. Dimensión Político-Institucional

Esta dimensión considera la estructura y el funcionamiento del sistema político, sea nacional, regional o local; asimismo, es el nicho donde se negocian posiciones y se toman decisiones sobre el rumbo que se desea impartir al

⁷ Edwards, 1995.

proceso de desarrollo. A la vez, se le da mayor madurez al sistema institucional establecido para orientar y operacionalizar este proceso de desarrollo.

2.1.3. Dimensión Económica

Esta sección se vincula con la capacidad productiva y el potencial económico de los espacios territoriales, vinculadas desde una perspectiva multisectorial que involucra las interfases de las actividades primarias con aquellas propias del procesamiento y el comercio, además de la que corresponde al uso de la base de los recursos naturales.

A la vez, esta dimensión abarca técnicas y tecnologías específicas utilizados en las actividades económicas de los espacios territoriales, incluyendo desde insumos de la producción agropecuaria hasta tecnologías requeridas para la transformación, procesamiento y transporte de estos productos.

2.1.4. Dimensión Ambiental

En esta perspectiva, cualquier actividad productiva que se promueva debe adecuarse a un conjunto de parámetros que aseguren el manejo racional del stock de recursos naturales y el equilibrio del medio ambiente. En esta dimensión se presta especial atención a la biodiversidad y, en especial, a los recursos como el suelo, el agua y la cobertura vegetal (bosque), que son los factores que en un plazo menor determinan la capacidad productiva de determinados espacios.

Esta dimensión se relaciona principalmente con el potencial productivo de zonas agroecológicas y los conflictos que surgen entre el potencial de uso de sus recursos naturales y su uso efectivo. Este tipo de análisis busca resaltar los condicionantes y el potencial de los recursos naturales con el fin de garantizar su manejo racional libre de conflictos.

2.2. Elementos Básicos para el Desarrollo Sostenible Territorial

Antes de definir los elementos de sostenibilidad para el desarrollo territorial, es necesario exponer el conjunto de objetivos de la estrategia de desarrollo de los espacios territoriales a nivel nacional⁸:

- Llevar a cabo una transformación de los espacios territoriales, a través del medio rural, con el objetivo de fortalecer las bases de un proceso de desarrollo sostenible. En este proceso se pretende:

⁸ Edwards, 1997.

- Fortalecer su autonomía socio política y económica
 - Mejorar sus enlaces con el “centro” del desarrollo
 - Promover el uso racional de los recursos naturales renovables
 - Multiplicar las actividades conjuntas entre diversos agentes productivos
 - Facilitar las asociaciones entre el sector tradicional y el moderno
 - Potenciar la capacidad de los actores públicos y privados
 - Intensificar los vínculos entre el sector productivo primario y mejorar las actividades de transformación complementarias
 - Mejorar los enlaces rural - urbano
- Ofrecer una opción racional y eficiente para reducir sustancialmente la pobreza rural, sentando las bases para maximizar la sinergias de las políticas sociales y las económicas.
- Fomentar un sistema institucional descentralizado.

Ante este planteamiento, el Instituto ha establecido una serie de elementos claves para lograr el desarrollo sostenible territorial que se desea. Estos planteamientos son:

- i. Fortalecer la capacidad técnica, administrativa y financiera de los gobiernos regionales y locales, con el objetivo de garantizar una capacidad de gestión moderna y eficiente, acorde con los procesos de descentralización del aparato estatal.
- ii. Rearticular la funcionalidad de las regiones y espacios territoriales dentro del sistema económico y político, tanto a nivel local como nacional, con una visión de largo plazo y bases equitativas y sostenibles. Para esto se tiene como elemento dinamizador un sistema en donde se incorporen las actividades productivas agropecuarias y no agropecuarias, y que permita consolidar las articulaciones rurales - urbanas.
- iii. Crear y consolidar (en el caso de que ya existan) los mecanismos o instrumentos que garanticen un acceso equitativo a los derechos de propiedad de los recursos productivos y a los servicios de apoyo a la producción.
- iv. Generar los instrumentos para incrementar las oportunidades para que la población rural mejore sus habilidades y capacidades para la gestión política, económica y financiera de sus propios procesos de desarrollo.
- v. Incorporar elementos de flexibilidad de la estrategia del desarrollo rural sostenible, con el objetivo de que esta pueda adaptarse a la dinámica propia del largo plazo en cada espacio territorial.

3. Competitividad de la Agricultura con Equidad

Dentro del contexto de desarrollo sostenible territorial, el Instituto ha definido la competitividad de la agricultura como un concepto comparativo, fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria, por medio de cada uno de sus eslabones, para mantener, ampliar y mejorar, de manera continua, su participación en el mercado. Esto siempre y cuando se utilice racionalmente el stock de recursos naturales y se generen a la vez, los ingresos que permita mejorar continuamente las condiciones de vida de los participantes en el proceso productivo.

El proceso de búsqueda de equidad en la agricultura comienza con la sostenibilidad del mismo. La satisfacción de las necesidades y la autosuficiencia alimentaria, son funciones primordiales de la agricultura principalmente en los países en desarrollo, en donde esta actividad es la encargada de disminuir la brecha entre la población creciente y satisfacer las necesidades reales de alimento.

Es decir, la actividad agrícola sostenible y competitiva debe tener una productividad que permita llenar las necesidades cambiantes no solo de la población actual, sino también de la población futura, manteniendo intacto el potencial productivo de este sector. Por esta razón, es indispensable que los recursos naturales renovables sean manejados de una manera racional.

En la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, la competitividad está condicionada por un conjunto de factores determinados en el ámbito nacional, regional e interno de la unidad de producción. Cada uno de estos factores está condicionado por una serie de elementos tanto endógenos como exógenos. En el primero se encuentran inmersos aspectos referidos a las condiciones del país, entre las cuales su estabilidad política y económica juegan un papel determinante. Así mismo, la apertura comercial, los precios internacionales y los acuerdos internacionales son parte importante a tomar en cuenta dentro de los elementos macroeconómicos que determinan la competitividad de la agricultura

Los factores determinantes de la competitividad en el ámbito regional tienen relación con la base de recursos naturales, las distancias desde las unidades de producción a los mercados, la accesibilidad y facilidades de comunicación y transporte entre otros. En general, los elementos que se encuentran inmersos en esta categoría se pueden incluir dentro las condiciones de infraestructura y agroecología, así como en las políticas territoriales de inversión y en los fenómenos naturales que se presenten en la región.

Los factores determinantes de la competitividad de la agricultura que tienen relación con los elementos internos de cada unidad de producción están acotados por la capacidad de los agentes económicos para tomar decisiones que permitan producir oportunamente bienes con la calidad demandada por el mercado. Dentro de estos factores micro destacan tanto los factores endógenos como los exógenos. En los primeros destacan los costos de producción, la gestión empresarial, la innovación tecnológica y el control de calidad; mientras los segundos están relacionados con las industrias proveedoras de insumos, los gustos y preferencias, y las empresas competidoras dentro del mismo mercado.

Por otra parte, los elementos de equidad de la agricultura dependen en gran medida del escenario en que desenvuelva la actividad. Cuando se puede controlar de una mejor manera la actividad en un mercado y las decisiones de los agentes económicos, los instrumentos de política permiten obtener resultados más equitativos para cada uno de los sectores económicos. Con esto, cuando el sector agrícola abandona la protección estatal e incursiona en el mercado externo, se acentúan las diferencias en materia de equidad.

Un claro ejemplo de esta teoría fue propuesta por Simón Kuznets en 1954, en la cual se dejaba entrever que en la medida que una nación que se encontrara en las primeras etapas de crecimiento se abriera al comercio internacional, experimentaría grandes desigualdades en todos sus sectores. Hasta ahora, la teoría parece haber sido confirmada en América Latina, en donde la apertura comercial del sector agrícola ha traído consigo grandes diferencias entre los beneficios obtenidos por cada uno de las categorías de participantes.

De la experiencia latinoamericana, se puede concluir que las inequidades agrícolas más importantes se presentan en cuatro dimensiones: nacional, sectorial, intrasectorial y a nivel de unidades productivas dentro de una misma cadena agroalimentaria.

Las inequidades a nivel de naciones se presentan por las diferencias en los beneficios obtenidos del comercio internacional. Estas diferencias están dadas en gran medida, como señaló Kuznets, por el nivel de industrialización y desarrollo de cada uno de los países, ya que los sectores económicos que participan en el comercio internacional dependen de la etapa de desarrollo en que se encuentre cada economía. El nuevo modelo de comercio mundial concibe la demanda internacional como la mayor fuente de crecimiento de las economías. Esta determina los beneficios que cada país obtendrá de la comercialización de sus exportaciones, a la vez que determinará el precio que pagará por los bienes que necesita y no produce internamente.

Las inequidades entre los países surgen a partir de las dotaciones iniciales de recursos productivos; la localización geográfica; la creación de factores básicos de producción; la estabilidad política, económica y social; el manejo del tipo de

cambio; la protección y las barreras al comercio internacional; y en general de la participación de la nación dentro del proceso de globalización⁹.

La dimensión sectorial de la inequidad se refiere no solo a las diferencias en la participación de cada actividad económica dentro del modelo de crecimiento, sino también a la falta de oportunidades, planeamiento, apoyo gubernamental, investigación y políticas sectoriales en general para las actividades económicas marginadas.

A partir de la década de los ochenta, se visualizó la demanda internacional como el elemento dinamizador de las economías nacionales, por lo que los países latinoamericanos llevaron a cabo procesos de transformación de sus modelos de desarrollo. Estos procesos establecieron actividades productivas específicas como puntas de lanza, ofreciendo toda clase de incentivos para el desarrollo pleno de estos sectores. Este favoritismo ha generado que algunas pocas actividades, en las cuales se pensó que se tenían ventajas comparativas, cuenten en este momento con óptimas plataformas productivas, mientras que otras no cuenten con los factores básicos mínimos para poder participar eficientemente en el modelo de crecimiento nacional. La situación de cada uno de los sectores económicos depende directamente del papel que tenga dentro del desarrollo económico nacional.

Con respecto al sector agrícola, este "ha sido visto como un sector residual, cuyo papel fundamental en sus interdependencias con los demás sectores, ha sido el de transferir recursos desde la economía agropecuaria hacia los procesos de industrialización y terciarización de la economía, logrando así darle fortaleza al modelo de modernización y urbanización de la estructura económica. El sector agropecuario ha cumplido este papel como respuesta al conjunto de políticas macroeconómicas y a los distintos procesos de discriminación contra la actividad agropecuaria."¹⁰

Dentro de un mismo sector, la mayoría de las veces tanto el mercado como el Estado manifiestan una preferencia por ciertas actividades productivas. Esto es a lo que nos referimos en la dimensión intrasectorial de la inequidad.

Para seguir con el mismo ejemplo anterior, a principios de los años ochenta en Latinoamérica se priorizaron actividades dentro del mismo sector agrícola en búsqueda de una mayor concordancia con los cambios económicos que estaban ocurriendo en el momento. De esta manera, la agricultura tradicional, al ser una actividad poco rentable, fue dando paso a nuevas actividades agrícolas alternativas dirigidas al mercado externo. Muchos de los recursos que se

⁹ Muchos de los países en desarrollo plantean que las mayores inequidades se presentan por las injustas políticas comerciales, laborales y financieras de los países desarrollados.

¹⁰ Echeverri, 2000: 4.

destinaban anteriormente a las actividades agrícolas tradicionales, con el objeto de mantener la seguridad nacional, se enfocaron en impulsar la nueva agricultura de cambio que veía a los productos no tradicionales como la nueva fuente de crecimiento.

Por último, la inequidad a nivel de unidades productivas dentro de una misma cadena agroalimentaria se refleja en el valor agregado de cada uno de los eslabones y las retribuciones económicas a los participantes en esa etapa. Estas contribuciones están determinadas en gran medida por el lugar en que se encuentra el agente económico dentro de la cadena, la integración de los participantes y las capacidades para generar valor por cada uno de los participantes.

Todos los elementos mencionados anteriormente son determinantes de la equidad del modelo, ya que influyen directamente en las condiciones de vida de los participantes en los sistemas económicos nacionales. Estas consideraciones aumentan la participación económica de los agentes, la participación en la toma de decisiones de las organizaciones civiles, así como las oportunidades para la generación de ingresos y empleos productivos. Este último punto debe ser visto como un elemento fundamental dentro del modelo de equidad, ya que el empleo, junto con la educación, es el eje de articulación entre el desarrollo económico y el desarrollo social. En este sentido, queda claro que cualquier política debe trascender la visión del empleo como mera fuente de ingresos, admitiendo que la desocupación y la ocupación precaria restringen no solamente el potencial productivo de la fuerza de trabajo y un nivel de ingreso adecuado, sino también el bienestar y las mejoras en las condiciones de vida de la sociedad, además de generar serios problemas de equidad¹¹.

Sin embargo, desde el punto de vista de Kuznets, es de esperar que estas diferencias tiendan a disminuir al final del ciclo de crecimiento, es decir, conforme las naciones vayan avanzando en su proceso de crecimiento, irán corrigiéndose por sí solas las diferencias en la igualdad. Aún así, estas diferencias no podrán desaparecer del todo porque estas desigualdades son los incentivos que tienen los agentes económicos para participar en una economía capitalista.

4. Mejoría de las Condiciones de Vida del Medio Rural

Dados los nuevos lineamientos económicos, sociales, ambientales y político institucionales presentes en las relaciones entre los agentes económicos, es preciso ahondar en una conceptualización más amplia del medio rural. Esta nueva visión coloca al ser humano como el objetivo principal del desarrollo,

¹¹ Martínez, 1995.

orientando todos los esfuerzos estatales y privados hacia la mejora en la calidad de vida de la colectividad.¹²

Esta concepción de la economía rural plantea una visión territorial del sector agropecuario, en donde se tejen una serie de relaciones entre diversas actividades productivas que tiene que pueden o no tener como eje central la agricultura. En este espacio se presenta una dinamización a partir de la interacción de los sectores económicos complementarios, ligados entre si por cadenas de valor que generan encadenamiento en todas direcciones, por medio de los procesos de producción, comercialización y distribución de la agroindustria.

La definición tradicional de medio rural, la cual se encuentra ligada generalmente a pequeños o micro productores primarios pobres de las zonas rurales, es desplazada por la "nueva ruralidad", en la cual se incluyen tanto elementos poblacionales como territoriales. El elemento territorial extiende el análisis del medio a través de regiones y espacios no urbanos que se encuentran mezclados con pequeños poblados o centros urbanos; tanto así que los límites entre uno y otro (rural y urbano) se transforman en espacios grises de difícil definición.

Gracias a las relaciones de producción en la industria agropecuaria, el medio rural abarca mas allá de los territorios delimitados como no urbanos. Los vínculos entre estos agentes económicos trasladan la lógica territorial del medio rural hacia actividades no necesariamente agrícolas, pero que están ligadas al medio por los encadenamientos con la agroindustria.

Este medio rural tiene una base que reivindica elementos antropológicos, político institucionales, históricos y de etnia, sustentado por una cultura económica tradicional de la actividad agrícola y rural.

Dentro de estos "nuevos territorios" tomados en cuenta por el medio rural se encuentra el paisaje natural, las tierras de labrío, el área forestal, los pequeños centros poblados y ciudades, así como núcleos de industria y de centros de toma de decisiones regionales.

La nueva ruralidad se define a partir de varias dimensiones complementarias: se toma al desarrollo humano como el objetivo central del desarrollo; se señala la necesidad de fortalecer y consolidar la democracia; se aboga por un crecimiento económico sostenible bajo una base de equidad; se aboga por un desarrollo sostenible; se propone un desarrollo rural sostenible como un

¹² IICA, 2000.

proceso de cooperación y no como sistema compensatorio y asistencial; y se concibe al capital social como el sustento de las estrategias de desarrollo.¹³

Con el objetivo de mejorar las condiciones de vida del medio rural, se han establecido una serie de estrategias básicas¹⁴. En este esquema, la reducción de las inequidades y desequilibrios en materia de ingresos en el área rural, atribuidos a la política económica, debería ser uno de los mayores objetivos de la nueva ruralidad. De la misma forma, se debe tomar en cuenta dentro de los nuevos objetivos de política, las relaciones existentes entre unidades productivas urbanas y no urbanas, así como las dependencias de estas con los centros de servicios y comunidades aledañas. Dentro del proceso de planificación del desarrollo del medio rural se deben formular estrategias de infraestructura, capacitación, financieras, comerciales, entre otros, que potencien la formación de complejos productivos de la agricultura y las actividades no agrícolas que se encuentran instaladas en el territorio.

Todo este proceso debe estar amparado por una descentralización y un fortalecimiento de las instituciones territoriales, con el objetivo de que estas mismas lleven a cabo políticas específicas de acuerdo a las necesidades del medio. El proceso de toma de decisiones debe ser un proceso coordinado, es decir, que las políticas sectoriales sean afines a las políticas homogéneas del gobierno central, las cuales brindan los lineamiento generales de política que deben tomar en cuenta las instituciones territoriales.

La equidad dentro del desarrollo del medio rural está determinada en gran parte por el acceso a recursos productivos como agua, tierra, servicios, crédito, asistencia técnica, tecnología y bienes públicos en general. Por esto, es indispensable que si se quiere mejorar las condiciones de vida del medio, se comience con el fortalecimiento de los procesos políticos que aseguren el acceso a estos activos para que todos estos agentes económicos puedan participar del desarrollo económico rural.

Dado que todo este proceso se encuentra enmarcado dentro del concepto de sostenibilidad, es necesario que al aumentar la calidad de vida del medio rural no se ponga en peligro la capacidad para satisfacer las necesidades rurales en el futuro. Por esto, es necesario que dentro de las políticas sectoriales se incorpore la dimensión ambiental, así como el manejo integral de los recursos naturales y de los ecosistemas frágiles.

¹³ IICA, 2000.

¹⁴ *Idem*.

5. Competitividad con Equidad y Mejoría de las Condiciones de Vida de los espacios territoriales

Como se expuso anteriormente, es imposible concebir la competitividad de la agricultura sin incluir el elemento de equidad, ya que ambos son determinantes de un mismo modelo de desarrollo sostenible. La calidad de vida en el medio rural juega un papel determinante en este mismo modelo, ya que está intrínsecamente relacionada con todos los elementos poblacionales y territoriales que rodean a la agricultura.

La gran mayoría de las veces, la solución de innumerables problemas en el medio rural está ligada a los mismos elementos que aumentarían significativamente la competitividad de la agricultura. Por ejemplo, la construcción de infraestructura tal como carreteras, puentes, puertos o aeropuertos en regiones aisladas de los centros dinámicos de desarrollo, permite su interconexión, y por ende facilita el acceso a mercados de insumos y productos, reduciendo a la vez los costos de transporte y los tiempos de conmutación entre los puntos de origen y llegada de los productos y las personas. De la misma manera, la instalación de servicios que aseguren el acceso a la electricidad y a la telefonía viabilizan el acceso a la información e incentivan la inversión productiva en la zona.

Es claro que dentro del modelo que se concibe, el concepto de competitividad abarca elementos equitativos. Es decir que “un territorio adquiere carácter competitivo si puede afrontar la competencia del mercado y garantizar al mismo tiempo la viabilidad medioambiental, económica social y cultural, aplicando lógicas de red y de articulación territorial”¹⁵.

Por otra parte, el tema de equidad como característica inherente de la competitividad es poco tangible si ésta última se concibe solamente desde una perspectiva economicista, concentrando una parte importante de sus instrumentos en la reducción de costos de producción como la salida más rápida en el corto plazo, para alcanzar los mercados con un precio final más bajo que el de la competencia. Sin duda, ésta es una vía para “ser competitivos”; sin embargo, no es la que se busca dentro del enfoque del Instituto.

En efecto, la competitividad no sólo puede alcanzarse a través de una reducción de los niveles salariales y los precios relativos (insumo/producto), ni se puede manejar solamente desde la perspectiva de gestión del riesgo y de la incertidumbre de la producción (fluctuación de precios y pérdidas por motivos climatológicos).

¹⁵ Buscar bibliografía de LEADER...

El epíteto de equidad que se le está incorporando a la competitividad debe ser entendido como un proceso de generación de oportunidades para los agentes económicos, tomando en cuenta los diferentes eslabones de una misma cadena productiva, sin importar su tamaño, poder de mercado o ubicación.

Dentro de las medidas propuestas para mejorar la calidad de vida del medio rural, se pone especial énfasis en el fomento de la competitividad y de la eficiencia productiva en la agricultura, así como en la eliminación de la pobreza y la ampliación de las oportunidades de acceso a recursos productivos para los agentes económicos rurales. Este es el principal enlace entre estos dos tópicos.

La exclusión o marginación del medio rural de las políticas de crecimiento y desarrollo económico, se debe a un factor de localización, ya que estas zonas se encuentran ubicadas lejos de los mercados y centros de negocios del área urbana. El medio rural tiene como base la actividad agrícola, por lo que la competitividad y la equidad de los eslabones de las cadenas agroalimentarias se ven perjudicadas directamente por la falta de visión de los diseñadores de política.

“La ubicación inicial en la trama social y la ubicación territorial limitan o potencian las capacidades de las personas. Más exactamente, como las personas no escogen la situación en la que nacen, las desigualdades socioeconómicas favorecen la reproducción de las condiciones que engendran la desigualdad. Así, la desigualdad distributiva se expresa territorialmente en profundas disparidades sociogeográficas. Y las diferencias socioeconómicas se entrelazan con las diferencias de oportunidades, reforzándose mutuamente. Por lo tanto, las políticas económica y social deben incluir explícitamente el componente territorial. La ubicación territorial de los centros de producción, servicios e institucionales no obedece al azar. Depende de la infraestructura existente, generándose un círculo vicioso, pues allí se ubican las nuevas fuentes de empleo e ingresos, reproduciéndose los desequilibrios y promoviendo la concentración de la población.”¹⁶

Como se dijo anteriormente, la formación, la capacitación y el empleo productivo son los puntos fundamentales de encuentro entre la búsqueda de la competitividad y la mejoría en las condiciones de vida de los trabajadores. La búsqueda de políticas que incentiven la creación de trabajadores más capacitados es necesaria para la articulación entre el desarrollo social y el desarrollo económico.

¹⁶ Echeverri, 2000.

"... la educación aparece como un tema central tanto cuando se plantea la creación de condiciones para mejorar el nivel de productividad y competitividad, como cuando se adopta el punto de vista de las posibilidades de inserción en el empleo, y las condiciones de vida alcanzadas por la población."¹⁷

Sin embargo, es necesario que en la población rural agrícola se lleve a cabo un proceso de formación completo que transmita los conocimientos tradicionales y modernos relacionados a sus sistemas de producción agropecuaria, a la vez que forme capacidades y habilidades que faciliten la inserción laboral de los agentes económicos rurales en mercados dinámicos.

En nuestros países de América Latina no se debe buscar la competitividad en el medio rural mediante disminuciones en costos, deteriorando los niveles de vida de la población. Por el contrario, se deben realizar fuertes procesos de inversión y planificación que aumenten las oportunidades de estos agentes económicos, aumentando a la vez el valor agregado de cada uno de los eslabones de la cadena productiva.

Así mismo, el potencial del medio rural debe explotarse mediante planes de desarrollo multisectorial, teniendo como punta de lanza tanto al capital privado como al capital social. Los planes compensatorios y asistenciales no ayudarán en nada a aumentar la competitividad de las cadenas agroalimentarias ni las condiciones de vida del medio, lo que si puede lograr la inversión, la cual presenta en el sector rural altas rentabilidades económicas y sociales.

6. Unidades de Análisis y Operación: Cadenas Agroalimentarias y Espacios Territoriales

La cadena agroalimentaria es uno de los componentes que fundamentan la concepción de la agricultura sistémica. Estas incluyen, además de la producción primaria, los diversos procesos de transformación que sufre un producto desde su origen en la unidad hasta llegar al consumidor final.

Este no sólo involucra a los eslabones más inmediatos de transformación y procesamiento de productos primarios – leche, yogourt, queso, etc. – sino que también incluye aquellas actividades productivas y/o de servicios que se vinculan con procesos complementarios, como por ejemplo los productos para el empaquetado, etc.

Esta concepción de cadenas facilita, en la práctica, el diseño y establecimiento de conglomerados alrededor de determinadas unidades agrícolas, las cuales

¹⁷ Cortes, 1997.

pueden jugar el papel crucial de impulsores del proceso de desarrollo en el medio rural.

Con miras a este objetivo, el funcionamiento exitoso de cada eslabón de la cadena agroalimentaria requiere de un hábil manejo de las actividades específicas en los procesos de negociación. Estos facilitan la distribución “equitativa” de los beneficios entre todos los agentes (actores) involucrados en los diversos eslabones de un mismo proceso productivo, a la vez que estimula los procesos de cooperación entre unidades relacionadas, promoviendo y estableciendo relaciones de complementariedad y beneficio mutuo.

Bajo la concepción de globalización de los mercados, las cadenas agroalimentarias se han convirtieron en los escenarios de producción que determinan los procesos de valor agregado con mayor potencial para las economías latinoamericanas, a la vez que se muestran como el sector de mayor dinamismo con relación a la inserción en los mercados internacionales.

Los “espacios territoriales” están generalmente acotados a unidades de análisis y operación que presentan características sociales, productivas/económicas y medioambientales relativamente homogéneas y típicamente rurales. Por motivos prácticos, estas áreas de intervención se delimitan a partir de ciertos criterios: por unidades administrativas como los municipios (cantones); por la homogeneidad agroecológica en el caso de las microregiones; o por la adopción de unidades de planificación y acción por parte de la población rural como en el caso de las microcuencas o cuencas.

Dentro de los espacios territoriales, el sector servicios ha presentado un sorprendente impulso como respuesta a la atención de las necesidades de las poblaciones agrícolas ampliadas, así como por las demandas de asistencia de las actividades productivas primarias. Por medio de este proceso de integración de los sectores, se expresa en una mayor diversificación y especialización de las demandas y de las ofertas de las industrias relacionadas.

Tanto los determinantes de la equidad dentro de los espacios territoriales como en las cadenas agroalimentarias, están relacionados con la localización. Para el caso de la equidad territorial, como se dijo anteriormente, el factor localizacional influye en las dotaciones iniciales así como en la importancia económica y política del medio. Por su parte, en las cadenas agroalimentarias los beneficios obtenidos dependen directamente de la capacidad que tenga la unidad productiva para generar valor agregado al producto final, lo cual está determinado por el lugar que se ocupa dentro de la cadena.

7. Conclusiones

En resumen, este trabajo presenta las relaciones existentes entre los elementos que determinan la competitividad con equidad y las mejoras en las condiciones de vida del medio rural, lo cual no es más que una discusión que sirve como base para futuros análisis en este campo. A partir de este cuaderno técnico se trabajará en la concepción de un modelo que permita observar claramente las relaciones entre las dimensiones determinantes de la equidad, las cuales operan en diversos ámbitos:

- Comercio internacional
- Territorial
- Cadenas agroalimentarias
- A nivel de unidad de producción
- A nivel de agentes económicos
- Género

Bajo la visión que busca el Instituto es imposible llevar a cabo mejoras en los niveles de competitividad sin tomar en cuenta los elementos equitativos. Todo este proceso se encuentra integrado bajo un marco multidimensional de desarrollo sostenible, en el cual la mejoría de las condiciones de vida de los espacios territoriales juega un papel determinante.

En muchas ocasiones los determinantes de la competitividad en los espacios territoriales son los mismos elementos que determinan la equidad dentro de los procesos productivos. La falta de infraestructura, espacios de negociación y condiciones básicas adecuadas para la generación de actividades productivas que sirvan de motores de crecimiento a los territorios, son los mismo elementos que no permiten que se lleven a cabo procesos productivos equitativos.

El análisis de los procesos de búsqueda de competitividad con equidad en la agricultura debe ser visto desde dos perspectivas integrales. Primeramente, la competitividad en los países de América Latina y el Caribe está condicionada por una serie de factores determinados en el ámbito nacional, regional e internos de las unidades de producción. Por otro lado, para este análisis los determinantes de la equidad se agruparon en las dimensiones nacional, sectorial, intrasectorial y a nivel de unidades productivas dentro de una misma cadena agroalimentaria, las cuales no corresponden exactamente a las utilizadas para futuros análisis.

El principal elemento de enlace entre las políticas de fomento a la competitividad y las políticas de búsqueda de equidad dentro del crecimiento económico es el empleo. La educación, la capacitación y el proceso de formación permiten aumentar la productividad de los trabajadores a la vez que aumentan la participación económica de los agentes, la participación en la toma de decisiones de las organizaciones civiles, así como las oportunidades para la generación de ingresos y empleos productivos.

En nuestro países los mayores niveles de competitividad se deben buscar en la explotación de las facultades de los agentes productivos y en el perfeccionamiento de los ambientes de negocios, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los participantes en los sistemas económicos. La búsqueda de la equidad en cada uno de los modelos de crecimiento económico es una condición necesaria para generalizar los beneficios obtenidos de los aumentos en la competitividad y potenciar mayores niveles de educación, capacitación y formación.

Competitividad con Equidad en el ámbito del comercio internacional

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad económica, ambiental y político institucional - Grado de integración de las empresas exportadoras en las economías nacionales - Distribución de los beneficios generados en el comercio internacional - Especialización en productos agrícolas, manufacturados o industriales - Ventajas comparativas y competitivas en la producción del bien - Tipo de cambio - Nivel de participación dentro del comercio internacional - Eslabón en que se encuentra la empresa dentro de la cadena exportadora o importadora - Inserción de las PYMES en el comercio internacional - Beneficios arancelarios y de mercado de los tratados comerciales - Localización geográfica tanto de la empresa como del país (teoría Norte - Sur y Metrópoli - Colonia) - Nivel de apertura comercial del país 	<ul style="list-style-type: none"> - Aranceles, incentivos para la promoción de exportaciones y subsidios - Infraestructura, servicios, plataformas productivas y calidad de los bienes públicos - Tratados de libre comercio, negociaciones bilaterales y multilaterales - Sistemas de preferencias comerciales - Programas de reconversión productiva (traslado a productos en donde se tengan mayores ventajas comparativas) - Precios de las materias primas y de la tecnología - Incentivos para la atracción de capital productivo - Formación de bloques comerciales y búsqueda de socios estratégicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerios de Comercio, Obras Públicas, Transportes, Agricultura, Industria, Economía, etc. - Asociaciones gremiales de productores, agricultores, PYMES, exportadores, etc. - Entidades adjuntas de promoción del comercio exterior - Departamentos de Tributación - Organizaciones no Gubernamentales - Organizaciones mundiales de comercio - Aduanas - Aseguradoras estatales y privadas

Competitividad con Equidad en el ámbito territorial

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> - Costos de transporte, almacenaje y otros, derivados del traslado del producto a los mercados y centros de acopio - Condiciones geográficas, topológicas y climatológicas propias de cada territorio - Diferencias en el apoyo gubernamental entre el sector rural y urbano - Creación de oportunidades para la inserción exitosa de los jóvenes y mujeres en el mercado de trabajo rural (exclusión social) - Condiciones de vida del medio rural - Actividades económicas implementadas a nivel territorial - Papel del medio rural dentro del modelo de desarrollo nacional - El impacto en el sector urbano de la incapacidad para lograr la equidad en el sector rural - La localización espacial como un determinante directo de la competitividad (norte - sur) - Organización y capacidad de movilización de los productores, 	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura, servicios, plataformas productivas, capacitación, etc. - Educación y capacitación básica y especializada en los espacios territoriales - Planificación agraria - Innovaciones en las técnicas de producción agrícola - Empleos productivos en la estructuras de apoyo de la agricultura - Planes de inserción para los rurales migrantes - Aseguramiento de cosechas, cargas y transportes al exterior - Programas de apoyo a iniciativas productivas de mujeres y jóvenes - Incentivos para el mantenimiento del stock de recursos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerios de Infraestructura, Educación, Agricultura, Trabajo y Medio Ambiente - Cooperativas de agricultores, productores y empresarios - Cooperativas de transportistas - Organizaciones, asociaciones y cooperativas de ayuda al mejoramiento del medio rural - Asociaciones ambientalistas y de conservación de recursos naturales - Organismo no Gubernamentales - Organizaciones de la sociedad civil

<p>agricultores y empresarios de las zonas (creación de encadenamientos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación de enlaces, puentes y relaciones productivas entre los agentes económicos de un mismo territorio - Creación de enlaces, puentes y relaciones productivas entre los agentes económicos de territorios vecinos 		
---	--	--

Competitividad con Equidad en el ámbito de las cadenas agroalimentarias

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> · Relaciones de producción dentro de la cadena · Tipo de bienes o servicios producidos · Valor agregado al producto en cada uno de los eslabones de la cadena · Capacidades para generar valor al producto · Lugar o eslabón en que se encuentra el productor · Precios de los insumos · Margen de ganancia de cada productor · Nivel tecnológico de la unidad productiva · Integración de los productores dentro de una misma cadena · Formas de distribución de los beneficios dentro de una misma cadena 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos para la integración de los productores de una misma cadena - Programas de capacitación en nuevas técnicas agrícolas - Mejoras tecnológicas que permitan aumentar la productividad de los trabajadores - Influencia en el escalonamiento dentro de la cadena productiva - Normas ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> - Organizaciones comunales, vecinales, de productores, de agricultores y en general de los involucrados en el sistema de producción - Ministerios de Trabajo, Ciencia y Tecnología, Educación, Agricultura, etc. - Centros de investigación, capacitación y educación - Organizaciones no gubernamentales - Organizaciones de la sociedad civil

<ul style="list-style-type: none"> - Interiorización de los costos ambientales dentro de la estructura de costos de cada empresa 		
---	--	--

Competitividad con Equidad en el ámbito empresarial

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de endeudamiento/ Facilidades de crédito - Economías de escala - Acceso a mercados externos - Niveles de riesgo - Mejoras tecnológicas - Capacidad de adaptación - Capacidad empresarial - Programas de capacitación/Inversión en el recurso humano - Cargas sociales, seguros, impuestos, etc. - "Know how" - Facilidad para la formación de complejos productivos - Barreras de entrada o de salida del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de Crédito - Tasas de interés preferenciales/Discriminación - Marco legal que proteja la libre competencia - Programas estatales de seguros de producción, cosechas, etc. - Programas de capacitación públicos e incentivos para invertir en el recurso humano (exoneraciones) - Estructuras impositivas (regresivas vrs progresivas) - Incentivos para la implementación de nueva tecnología por parte de las PYMES 	<ul style="list-style-type: none"> - Bancos Centrales/Banca de Desarrollo - Ministerios de Trabajo, Industria, Comercio, Economía, Ciencia y Tecnología - Asociaciones, Corporaciones y Cooperativas de PYMES - Autoridades reguladoras de precio, políticas y prácticas monopolísticas

Competitividad con Equidad en el ámbito de género

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades laborales, educativas y de capacitación - Remuneraciones ante trabajos idénticos - Productividad - Niveles educacionales - Patrones culturales - Destrezas/aptitudes/limitaciones físicas/etc. - Distorsiones de política 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuotas e imposiciones en materia de contratación según género - Estructura de mercado en la industria (para influir en el nivel de salarios) - Programas de capacitación, creación de aptitudes y destrezas - Políticas de igualdad de oportunidades en materia educacional y laboral - Incentivos para la empleabilidad de mujeres, jóvenes y discapacitados - Programas para aumentar la productividad a estos grupos discriminados 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerios y entidades dedicadas a hacer respetar y cumplir los derechos y deberes de la mujer, jóvenes y discapacitados - Sindicatos, cooperativas y asociaciones de género - Ministerios de Trabajo, Educación, Ciencia y Tecnología - Organizaciones no Gubernamentales

Competitividad con Equidad en el ámbito de agentes económicos

Determinantes	Instrumentos a manipular en la PE	Instituciones o entidades relacionadas
<ul style="list-style-type: none"> - Papel del agente dentro del proceso productivo - Nivel de educación - Capacitación para el puesto - Capacidad de adaptación e implementación de nuevas tecnologías - Tipo de contrato (garantías sociales) - Situación laboral (empleado /subempleado/desempleado) - Salarios mínimos - Jornada laboral (horas) - Fuerza de las asociaciones y sindicatos 	<ul style="list-style-type: none"> - Política salarial - Cargas sociales - Libertad de contratación y despidos (fondos de cesantías) - Jornadas laborales - Programas de educación superior, técnica y vocacional - Programas de capacitación - Libertades, derechos y deberes de asociaciones solidaristas y sindicatos - Programas de aseguramiento, fondos de desempleo, pensiones, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerios de Trabajo, Educación, Economía, etc. - Centros e Institutos de ayuda social - Centros e Instituciones de enseñanza superior, técnica, vocacional y profesional - Seguros Sociales

VI. ALGUNAS CLASIFICACIONES DE FACTORES ECONÓMICOS Y NO ECONÓMICOS DE LA COMPETITIVIDAD

Al analizar el proceso de formación de la competitividad, se debe llevar a cabo un estudio detallado de los diferentes factores que intervienen en su determinación, tanto los económicos como los no económicos.

Las propuestas metodológicas para medir la competitividad, por lo general tienden a incluir únicamente factores económicos, reflejados fácilmente en precios. Sin embargo, existe una gran gama de factores no económicos que determinan el nivel de competitividad de cualquier unidad de análisis.

A continuación se presentan una serie de categorías elaboradas por diversos autores sobre factores económicos y no económicos, que determinan la competitividad de una firma. Las categorías presentadas se basan principalmente en factores no precio de la competitividad, siendo una mezcla de dos orientaciones principales: la orientación de producción y la orientación de mercadeo.

La búsqueda de la competitividad desde el punto de vista productivo, generalmente se basa en la maximización de la producción y las ventas, observando las necesidades del consumidor y tratando de maximizar los beneficios. Todos los consumidores son usualmente vistos de la misma manera y la localización geográfica del mercado se presenta como estática. Finalmente, este enfoque basa las decisiones de los consumidores en los precios, las tradiciones y las comodidades de los mismos.

Por otro lado, el marketing ve la competitividad como un proceso mediante el cual la satisfacción de los consumidores se maximiza con productos y servicios basados en los requerimientos y las necesidades de los mismos. Los consumidores son vistos como individuos con necesidades diferentes según las particularidades de cada uno de ellos, por lo que se necesitan productos y servicios diferenciados para satisfacer sus requerimientos. El mercadeo es el proceso mediante el cual las empresas reconocen las necesidades y ofrecen a los consumidores nuevos productos y servicios para satisfacerlas.

1. Factores de la Competitividad desde el Punto de Vista de la Mercadotecnia

Diversos autores proponen diferentes clasificaciones de los factores que afectan la competitividad. Una de las más generales es la teoría de la planificación estratégica y el proceso de mercadotecnia, en la cual los elementos de mercado y planificación se vuelven parámetros de medición.

Dentro de esta clasificación sobresalen la teoría de las cuatro P y el estudio del ambiente de la empresa.

1.1. La Teoría de las Cuatro P

La teoría de las cuatro P señala cuatro factores principales que determinan el nivel de competitividad de una empresa: el precio, el producto, la posición geográfica y la promoción, donde los tres últimos corresponden a factores no económicos.

1.1.1. El Precio

En la determinación de este factor interviene toda la gran gama de elementos económicos, como la estructura de costos, el precio de los recursos, los rendimientos presentes en el proceso productivo y las economías de escala. Sin embargo, muchas veces el precio es menos relevante que otros elementos en la toma de decisiones de los consumidores. Porter argumenta que las empresas más exitosas compiten basándose en la diferenciación de producto y no en precio.

1.1.2. Producto

La forma del producto junto con su calidad e imagen juegan un papel determinante en el posicionamiento de un bien dentro de los mercados, ya que en muchos de estos no sólo se consumen diferentes alimentos, sino que también existen disparidades basadas en elementos tales como el tamaño de las porciones, los colores de las etiquetas y el empaquetado. Así por ejemplo, los consumidores japoneses critican el tamaño de las porciones de los productos estadounidenses, considerándolos muy grandes, en relación con sus patrones de consumo y su capacidad de almacenamiento en las casas típicas japonesas. Este tipo de consideraciones no es muy importante para la exportación de productos en masa o intermedios, ya que el encargado de la manufactura se encuentra más cercano al consumidor final y por tanto es el encargado de incorporar las características deseadas al bien final. Satisfacer las necesidades de los consumidores foráneos es más difícil si la empresa está exportando un producto altamente procesado u orientado al consumidor.

1.1.3. La Promoción

A la hora de analizar los patrones de demanda para alimentos procesados, las características del producto y su diferenciación resultan muy importantes, al igual que los gastos en publicidad, la lealtad a determinada

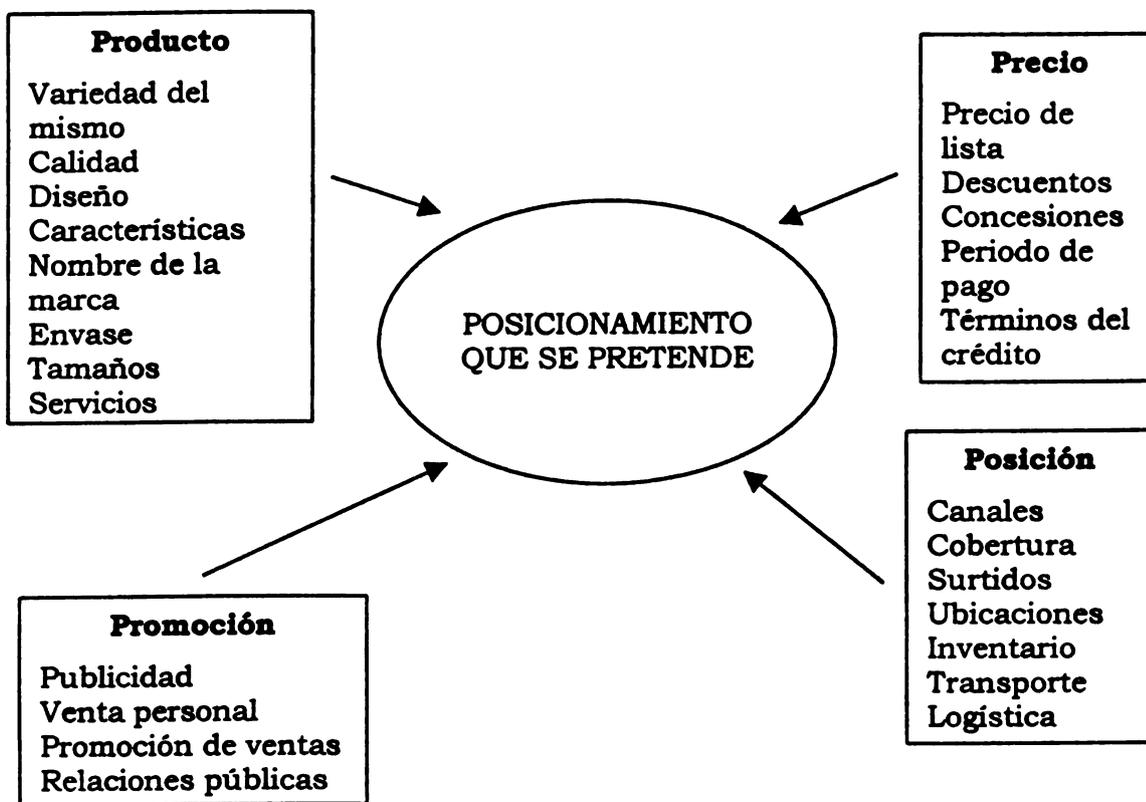
marca y las estrategias desarrolladas para mercados meta. La publicidad es particularmente importante cuando se introduce una nueva marca.

1.1.4. Posición o Localización Geográfica

Se hace referencia sobretodo al sistema de distribución. Intervienen asimismo factores territoriales, distancias, facilidades de transporte, características ambientales, elementos climáticos, infraestructura, etc., los cuales juegan un papel decisivo en el desempeño de las empresas.

Agregue importante **la comprensión de:**

Esquema 1: Las cuatro P de la mezcla de mercadotecnia



1.2. El Ambiente de la Empresa

El análisis de la competitividad de una unidad productiva tiene dos dimensiones. Por una parte, se deben estudiar los elementos cuyo control es ajeno a la empresa (macroambiente), a la vez que se analizan los

factores que determinan el sistema de creación de valor de la misma (microambiente).

1.2.1. El Macroambiente de la Empresa

La mercadotecnia define un macroambiente bajo el cual opera la empresa, que incluye vastas fuerzas que por un lado moldean las oportunidades y por el otro presentan amenazas para el cumplimiento de los objetivos propuestos. Estas seis fuerzas son las que determinarán el entorno y la competitividad de la empresa¹.

1.2.1.1. Fuerzas Demográficas

La demografía es el estudio de las poblaciones humanas en términos de su volumen, densidad, ubicación, sexo, raza, ocupación y otras estadísticas. Estos elementos son importantes para el análisis de la competitividad dado que identifican el comportamiento de las personas que conforman los mercados sobre los cuales operan las empresas.

En esta área, los investigadores de mercado juegan un papel determinante, ya que son los encargados de seguir de cerca las tendencias y los desarrollos demográficos de los mercados de interés para las empresas, tanto internos como externos. Investigan las edades cambiantes y la estructura de la familia, los cambios geográficos de la población, las características educacionales y la diversidad de la población. En estos últimos años, un aspecto en el cual se han enfocado gran parte de los investigadores de mercado es el crecimiento de la población, y en especial del segmento de mercado escogido, ya que se generan oportunidades valiosas de crecimiento.

1.2.1.2. Fuerzas Económicas

Este factor se refiere a los elementos que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastar. Aquí intervienen elementos como el modelo de producción doméstico, el crecimiento económico nacional, el crecimiento económico regional, el nivel de actividad del segmento de mercado escogido y los niveles y distribución del ingreso.

El tipo de economía presente en un país determina en gran medida las oportunidades de mercado existentes. Es decir, si un país cuenta con una economía de subsistencia, es de esperar que la población consuma gran

¹ Kotler, 1998. (Libro de Mercadeo de Gabriela) Hay que ponerlo dentro de la bibliografía.

parte de su producción agrícola e industrial, mientras que si cuenta con una economía industrial, se presenta la posibilidad de que las empresas absorban el excedente generado por la economía.

1.2.1.3 Fuerzas Naturales

El ambiente natural incluye el stock de recursos indispensables para llevar a cabo la misión de las unidades productivas. En general, la misión de estas unidades es satisfacer ciertas necesidades del mercado con una serie de recursos escasos. La escasez de los recursos utilizados en el sistema productivo se hace evidente al tratar el tema de los recursos naturales no renovables.

En las dos últimas décadas ha existido una creciente preocupación por el agotamiento de los recursos naturales, debido al uso intensivo y no controlado de esos como base de gran cantidad de actividades económicas.

La sostenibilidad y competitividad de las economías nacionales depende de la conservación de recursos como el petróleo, el carbón y varios minerales energéticos, los cuales actualmente son irremplazables dentro del proceso productivo. El encarecimiento de estos recursos, debido a la escasez de los mismos, se presenta como una preocupación para las economías dependientes, dados los aumentos en los costos por concepto de energía.

Otro elemento a tomar en cuenta como determinante de la competitividad de una empresa es el nivel de contaminación como resultado de la producción. Cada vez es más frecuente que las empresas incluyan dentro de sus estrategias planes para minimizar el impacto de las externalidades en los recursos de naturales, lo cual se ve reflejado la mayoría de las veces tanto en el precio del producto como en los costos de la empresa.

1.2.1.4. Fuerzas Tecnológicas

En este momento, el ambiente tecnológico es una de las fuerzas que está teniendo mayor impacto sobre la competitividad de una empresa, ya que en gran medida determina la productividad y eficiencia de la misma. Además, el ambiente tecnológico influye de manera importante en el entorno de la empresa, generando cambios en el sector financiero, agrícola, gubernamental, transportes, comunicación, salud, etc..

La investigación y el desarrollo es la base fundamental de las fuerzas tecnológicas, por lo las innovaciones en este campo está directamente relacionado con los recursos que se destinen a I & D.

1.2.1.5. Fuerzas Políticas

El marco regulatorio del mercado influye en la competitividad del mismo. La transparencia en las transacciones y las responsabilidades legales de las mismas establecen parámetros de acción para los participantes. El ambiente político se compone de leyes, agencias del gobierno y grupos de presión que influyen en varias organizaciones e individuos en una sociedad determinada y los influyen y limitan.

Todas las filosofías económicas defienden la idea de que el sistema económico funciona mejor con algunas regulaciones bien concebidas, las cuales fomentan la competencia y aseguran los mercados justos para los participantes. Ante esto, la idea es que los gobiernos desarrollen una política pública para guiar el comercio, así como conjuntos de leyes y regulaciones que limiten el comercio en beneficio a la colectividad.

Las legislaciones se han promulgado con tres principios básicos: proteger a las compañías unas de las otras; proteger a los consumidores de las prácticas de negocios injustas y por último, proteger los intereses de la sociedad contra una conducta empresarial que lesione el bienestar social.

1.2.1.6. Fuerzas Culturales

El ambiente cultural incluye una serie de componentes institucionales y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y conductas básicas de la sociedad. Estos elementos propios de cada una de las sociedades, llegan a ser principios básicos en el análisis de competitividad, y afectan de sobremanera la toma de decisiones de los agentes económicos.

Dentro de estos elementos, los más relevantes son la religión, el lenguaje, la educación y la familia, los cuales afectan los patrones de consumo, los sistemas de distribución y las prácticas empresariales. La función de los investigadores de mercados surge ante la necesidad de aprovechar para sí los cambios en los patrones culturales, tratando de predecir las evoluciones en estos, con el fin de detectar nuevas oportunidades o amenazas para su posicionamiento en el mercado.

"Los principales valores culturales de la sociedad se expresan en las opiniones que tienen las personas de ellas mismas y de los demás, así como en sus opiniones de las organizaciones, la sociedad, la naturaleza y el universo."²

² Kotler, 1998.

1.2.2. El Microambiente de la Empresa

Cuando hablamos de microambiente nos estamos refiriendo a los elementos que influyen en el proceso de agregación de valor de la empresa a un producto o bien intermedio, dentro de los que se encuentran las fuerzas cercanas a la compañía que afectan su habilidad de servir a sus clientes, la misma empresa, los proveedores, las empresas en la cadena de valor, los mercados de clientes, los competidores y los públicos.

Este análisis es mucho más relevante a la hora de estudiar los aspectos no económicos que afectan la competitividad de una cadena, ya que cada uno de los componentes de la misma tendrá importancia dentro del estudio.

1.2.2.1. La Empresa

El manejo de la empresa debe tomar en cuenta la función de cada una de las partes de la misma. Las interrelaciones de estos grupos llegan a formar el ambiente interno, formando objetivos individuales y conjuntos para cada línea de la empresa. El acoplamiento de ideas y objetivos es base para el buen funcionamiento de la compañía. Bajo este concepto, todas las funciones llevadas a cabo dentro de la empresa deben pensar en el consumidor y deben trabajar en armonía para proporcionar al cliente un valor y una satisfacción superiores, sin importar en cual etapa de la cadena se encuentra la empresa.

1.2.2.2. Proveedores

Este elemento es el que proporciona los recursos a la compañía para producir los bienes y servicios. Existe la concepción de que solamente las empresas productoras de bienes finales deben tomar en cuenta este elemento; sin embargo, al estar estudiando las cadenas de valor, el conjunto de proveedores es importante para todas las firmas del sistema.

La competitividad se puede ver seriamente afectada por la disponibilidad de los suministros, la escasez o las demoras, las huelgas laborales y otros acontecimientos que pueden significar un costo a corto plazo en las ventas y daño en la satisfacción del cliente a largo plazo. Así mismo, se debe vigilar sigilosamente los precios de las materias primas y los suministros, lo cual puede obligar a la empresa a trasladar ese aumento en costos al consumidor, perdiendo competitividad en el factor precio.

1.2.2.3. Intermediarios de Mercadotecnia

Este factor es el que se encarga de ayudar a la compañía a promover, vender y distribuir sus bienes a los compradores finales. Los intermediarios de mercadotecnia constituyen en si una cadena de generación de valor, la cual involucra a los revendedores, las empresas de distribución física, agencias de servicio de mercadotecnia e intermediarios financieros. Es de vital importancia que la empresa no se limite simplemente a perfeccionar su propio desempeño, sino que debe tener como objetivo la formación de sociedades efectivas con los proveedores y los intermediarios de mercadotecnia, con el fin de perfeccionar el desempeño de todo el sistema.

En un sistema eficiente, cada una de las partes integrantes debe llevar a cabo su misión de la mejor manera. Los revendedores deben ser los canales de distribución que ayuden a la compañía a encontrar clientes y a vender sus productos. Las empresas de distribución física ayudan a la compañía a almacenar y mover bienes desde sus puntos de origen hasta sus puntos de destino. Las agencias de servicio de mercadotecnia son las empresas de investigación de mercados, las agencias publicitarias, las empresas de los medios y las empresas de consultoría de mercadotecnia, que ayudan a la compañía a orientar y a promover sus productos en los mercados apropiados. Los intermediarios financieros incluyen bancos, compañías de crédito, compañías de seguros y otros negocios que ayudan a financiar transacciones o a asegurar contra los riesgos asociados a la compra y venta de bienes.

1.2.2.4. Clientes

La compañía debe estudiar a fondo el tipo de cliente que le interesa dentro del mercado, ya que cada uno cuenta con características particulares. Los cinco tipos de clientes son: (a) mercados del consumidor: se componen de individuos y hogares que compran bienes y servicios para su consumo personal; (b) mercados de negocios: compran bienes y servicios para un procesamiento adicional o para emplearlos en su proceso de producción; (c) mercados de revendedores: compran los bienes y servicios para revenderlos con una utilidad; (d) mercados del gobierno: agencias gubernamentales que compran bienes y servicios con el fin de producir servicios públicos; (e) compradores en otros países, incluyendo consumidores, productores, revendedores y gobiernos.

1.2.2.5. Competidores

El concepto de competitividad dentro del microambiente de la empresa, enfatiza el hecho de que la firma debe poner a disposición del cliente un valor y una satisfacción mayores que los proporcionados por los

competidores. Para esto, los investigadores de mercado deben ganar una ventaja estratégica, posicionando fuertemente sus productos contra los productos de la competencia en la mente de los consumidores.

Cada empresa debe adecuar sus ventajas para tratar de llegar a sus consumidores meta, considerando su propio tamaño y su posición en la industria, en comparación con los competidores. A partir de estos elementos, la firma debe elaborar una estrategia competitiva que le permita alcanzar un posicionamiento para sus productos mejor que el obtenido por la competencia.

La estrategia a seguir depende de las herramientas con que cuente cada empresa dentro del mercado. Las grandes empresas con posiciones dominantes en una industria pueden utilizar ciertas estrategias que las empresas más pequeñas no se pueden permitir. Estas empresas pequeñas deben tratar de aprovechar las ventajas que le otorga la mayor agilidad y capacidad de cambio.

1.2.2.6. Públicos

Este elemento se refiere a cualquier grupo que tenga un interés real en influir sobre la habilidad de una organización para lograr sus objetivos. Puede tratarse de grupos que tengan influencias tanto positivas como negativas sobre el comportamiento de la empresa. Se catalogan en siete tipos de públicos: (a) públicos financieros: influyen en la habilidad de la compañía para obtener fondos; (b) públicos de los medios: son los que ofrecen noticias, artículos y opiniones editoriales; (c) públicos gubernamentales: se relaciona con el aspecto legal del macroambiente y toma en cuenta las medidas legales impuestas por el gobierno; (d) públicos de acción ciudadana: se refiere a organizaciones de consumidores, grupos ambientales, grupos de minorías y otros que puedan cuestionar las estrategias llevadas a cabo por las empresas; (e) públicos locales: se refiere al entorno físico inmediato como residentes del vecindario y organizaciones comunitarias; (f) público general: se refiere al total de participantes del mercado en el cual participa la empresa; (g) en este se incluyen los trabajadores, gerentes, voluntarios y consejo de directores de la empresa.

2. Factores de la Competitividad desde un Punto de Vista Mixto

En una teoría alterna se encuentran algunos aspectos mencionados en la clasificación anterior; sin embargo esta enfatiza en factores que tienen un impacto relevante en la competitividad, y que no habían sido tomados en cuenta anteriormente. Bajo esta óptica, los factores de la competitividad pueden ser agrupados en dos secciones:

1. Factores del producto y del servicio.
2. Factores internos, externos y características de la demanda.

2.1. Factores del Producto y del Servicio

Pueden identificarse³ dos categorías de factores no económicos o no precio:

- **Factores del producto:** relacionados con el producto en sí mismo, donde se incluyen elementos como el diseño, la calidad, la funcionalidad, la confianza en el uso del producto, el empaquetado y la presentación física.
- **Factores de servicio:** incluye servicios explícitos tales como consejo y asistencia a la hora de elegir los productos, educación del usuario, entrenamiento, servicios post-venta y mantenimiento. También se incluyen servicios implícitos como visitas personales al consumidor, rapidez en las cotizaciones, rapidez y confianza en entrega del producto, abastecimiento para una rápida provisión de partes y suplementos y asistencia técnica.

La producción⁴, ensamblaje, transformación y mercadeo deben estar muy ligados con las características deseadas de uso final en los mercados internacionales. La coordinación vertical entre las actividades económicas debe ser señalada en la evaluación de la competitividad. El surgimiento de jerarquías en los mercados, podría ser visto mejor si esa necesidad de coordinación vertical fuera reconocida por grupos especiales de interés agrícola.

2.2. Factores Internos, Externos y Características de la Demanda

Tomando como base las clasificaciones de diferentes autores, esta clasificación agrupa los factores de la competitividad en tres categorías:

1. Factores internos: tamaño, mercadeo.
2. Factores externos: fuerzas culturales, fuerzas legales y fuerzas políticas.
3. Características de la demanda: comportamiento de compra y tendencias del consumo. Este último elemento se subdivide en:
 - conveniencia,
 - calidad,

³ Piercy, en Abott y Bredahl, 1992: 17.

⁴ Idem.

- variedad y motivación,
- nutrición, seguridad alimentaria y salud y
- temas ambientales y sociales.

Dado que los factores externos (fuerzas culturales, fuerzas legales y fuerzas políticas) son exactamente los mismos que en la clasificación anterior, el análisis exhaustivo se realizará solamente para los factores internos y las condiciones de demanda.

2.2.1. Factores Internos

a. Tamaño

Este es un elemento a tomar en cuenta dentro de los factores no económicos de la competitividad, ya que determina gran parte de las ventajas con que podrá contar la empresa. La estrategia a seguir por una firma depende en gran medida del tamaño y participación que esta tenga dentro del mercado.

La disponibilidad de los recursos con que se cuenta para inversión, I & D, planeamiento estratégico e implementación de mejoras tecnológicas, depende directamente del tamaño de la empresa. Mientras las grandes empresas tienen beneficios adicionales debido a su tamaño, las pequeñas empresas presentan⁵ dificultades en el acceso al crédito, nulos incentivos gubernamentales, bajos ambientes tecnológicos, escasez de personal calificado e inhabilidades para sostener los desarrollos técnicos y comerciales de un país.

“Trabajo empírico adicional ha indicado que las ventajas de que disfrutan las empresas más grandes son mayores a medida que se incrementa el tamaño de la planta⁶”.

El tamaño de una empresa determina la formalidad del trabajo realizado, el ingreso generado por sus empleados, el número de contrataciones, el control del capital, la gerencia de la firma, la descentralización del poder y la división del trabajo. Todos estos elementos determinan en gran medida el nivel de competitividad de una empresa, ya que en base a los mismos será elegida la estrategia que llevará a cabo la empresa.

Si bien es cierto que una empresa grande sufre ineficiencias no experimentadas por una firma más pequeña, cualquier costo adicional en que incurren las organizaciones de gran escala y que puede ser evitado por

⁵ <http://www.kosgeb.com>

⁶ *Op. Cit.*, 1990: 326.

las organizaciones más pequeñas, es compensado por otros factores que producen economías de escala.

Edward Miller⁷ ha estudiado las economías de escala, analizando los beneficios de ser una empresa grande en una industria, para lo cual tomó como base un censo realizado a aproximadamente 443 industrias en los Estados Unidos.

⁷ Op. Cit, 1990:325..

A continuación se presenta la tabla de resultados.

EVIDENCIA SOBRE LAS ECONOMÍAS DE ESCALA	VALORES PARA LAS EMPRESAS GRANDES COMPARADOS CON OTRAS EMPRESAS			
<p>Esta tabla resume los estudios que muestran que la productividad del trabajo es mayor en las empresas grandes comparada con la de las empresas más pequeñas para un amplio rango de industrias. También indica que debido a la mayor productividad, las empresas grandes remuneran mejor a sus empleados que el promedio. *Estos valores son una comparación del promedio de las cuatro más grandes empresas en una industria frente a todas las demás empresas en la misma industria, para un total de 443 industrias. Todas las cifras son valores promedios.</p>	Variable	1972	1977	
	Productividad del trabajo			
	Despachos por empleado	39%	45.4%	
	Valor agregado por empleado	37	41.7	
	Materiales utilizados por empleado	43	50.8	
	Valor agregado por hora-hombre de producción	41	45.6	
	Margen de ganancia por empleado	57	60.6	
	Remuneración al trabajo			
	Pagos por empleado	15.4	15.8	
	Salarios por hora-hombre	17.2	18.3	

Fuente: Miller y Meiners, 1990: 327.

En la primera parte de la tabla, se compara la productividad media del trabajo para las cuatro empresas más grandes en una industria dada, frente a todas las demás empresas en la industria. Para todas las medidas de producción, las cuatro empresas más grandes registraron mayores medidas de productividad del trabajo que las empresas más pequeñas.

En la segunda parte de la tabla puede observarse que los beneficios de la mayor productividad son también compartidos por los empleados, ya que los trabajadores de las empresas grandes, reciben en promedio, pagos un 15 por ciento mayores que los recibidos por los trabajadores de las empresas más pequeñas.

Sin importar el tamaño de la empresa, sea micro, pequeña, mediana o grande, ésta juega un rol muy importante en la economía, y debe asumir, por su propio bienestar y el de la sociedad, una actitud de mejora continua en busca de una mejor posición competitiva.

Existen posiciones en contra de la competitividad, arguyendo que “la competencia puede beneficiar a determinados actores económicos en detrimento de aquellos que no están en condiciones de competir, lealmente, en el mercado. Su desventaja puede tener varias causas, como tamaño de la empresa, retraso tecnológico, zona geográfica donde están ubicados, poco acceso a la información, dificultades derivadas de la infraestructura y mano de obra menos calificada o menos productiva”⁸.

Sin embargo, si una empresa decide salir adelante al tomar una actitud innovadora, con mejores desempeños en su productividad e incorporando altos niveles tecnológicos, y esto aunado a esfuerzos gubernamentales e institucionales por mejorar el entorno, se perfilará como una empresa competente.

b. Mercadeo

Tradicionalmente, el término mercadeo⁹ fue concebido de forma restringida al envío de bienes al mercado. Esta filosofía orientada al bien/producción, va dirigida a maximizar la producción y las ventas de los productos existentes, a menudo ignorando las necesidades de los clientes y las oportunidades de ganancias derivadas de las mismas. Usualmente los clientes son vistos como individuos homogéneos y el mercado es percibido como estático. Por último, el atractivo para los clientes se deriva principalmente de los precios y las cantidades de los bienes tradicionales.

Actualmente, el término comprende el proceso de añadir valor a los productos, ofreciendo a los consumidores y clientes a lo largo del sistema alimentario, productos y servicios que satisfagan sus deseos y necesidades. Este enfoque orientado al mercadeo busca maximizar la satisfacción del cliente con productos y servicios derivados de sus gustos y necesidades.

⁸ Tortora, 1998: 749.

⁹ Pierson y Allen, 1992: 3.

Los clientes son vistos como individuos heterogéneos con deseos y necesidades diferentes e identificables. El mercado se reconoce dinámico, por lo que requiere de nuevos productos y servicios ya que los gustos y preferencias de los clientes y consumidores varían a través del tiempo.

Estrategias mejoradas de mercadeo están emergiendo y se encuentran ligadas con los siguientes componentes básicos del proceso de mercadeo:

- ♦ Conocimiento y comprensión de los deseos, necesidades y percepciones de los clientes finales y sus intermediarios.
- ♦ Desarrollo y posicionamiento de productos y servicios que correspondan con los deseos, necesidades y percepciones de los clientes.
- ♦ Comunicación de atributos positivos de los productos y servicios a los clientes meta.

2.2.2. Factores Externos

Los autores de "International Marketing Management: Strategies and Cases", Jeannet y Hennessey¹⁰, agrupan los factores no económicos que influyen al mercadeo internacional en tres categorías: fuerzas culturales, fuerzas políticas y fuerzas legales, las cuales varían de país a país y deben ser consideradas por cualquier productor para que su estrategia de entrada a un mercado extranjero sea exitosa.

Existen una serie de desafíos empresariales importantes¹¹ que van más allá de los métodos tradicionales, entre los que se encuentran, el responder corporalmente a las diferencias culturales, características demográficas, estilos de vida y los diferentes sistemas a través de los cuales los clientes y consumidores compran y consumen sus alimentos.

Como se dijo anteriormente, los aspectos culturales más importantes para incursionar en el mercado internacional son los relacionados con la religión, el lenguaje, la educación y la familia; los cuales determinan en gran medida los gustos y preferencias, así como los hábitos de consumo de las personas.

Dentro del ámbito legal, la forma de los sistemas legales, los acuerdos comerciales, los derechos y los deberes de consumidores y productores son elementos que llegar a determinar el nivel de competitividad. Por su parte,

¹⁰ Reed, 1992: 6.

¹¹ Pierson y Allen, 1992: 1.

las fuerzas políticas se refieren al sistema político, a la estabilidad del gobierno, al potencial para nacionalizar los activos de capital foráneo y a la distancia política entre los países.

2.2.3. Características de la Demanda

En años recientes¹² ciertos productos alimenticios de la más alta calidad y con mayores especificaciones de demanda, referentes por ejemplo a tamaño, color, condición, vencimiento, frescura, consistencia, menor cantidad de bacteria y más bajos en grasas saturadas, han experimentado incrementos dramáticos en ventas.

Al mismo tiempo, ofertas de productos y bienes relativamente no diferenciados, han inundado el mercado, llevando con frecuencia a disminuciones en precio por debajo de los niveles de ganancia.

Dentro de las prácticas exitosas¹³ administrativas y de mercadeo se encuentran:

- ♦ **Persistencia y paciencia:** estos elementos son necesarios a la hora de establecer oportunidades internacionales, ya que aunque se tenga la disposición para ello, puede constituirse en un proceso desalentador ya que a menudo desarrollar mercados foráneos, requiere mucho más tiempo que el previsto.
- ♦ **Liderazgo y compromiso gerencial:** esto es imperativo para los negocios internacionales. Si la alta gerencia no se desanima por haber tenido fracasos iniciales, igual se continuará en la búsqueda de oportunidades viables.
- ♦ **Pericia y conocimiento:** la pericia en la producción y el conocimiento del proceso de mercadeo puede ofrecer una gran ventaja al incursionar en los mercados internacionales.
- ♦ **Mercadeo exitoso a través de grupos étnicos domésticos:** el conocimiento de los deseos y necesidades de tales grupos puede constituir una fuente de crecimiento de las ganancias cuando se exporta a los mercados foráneos originales de esas etnias. Tal conocimiento permite identificar los medios más apropiados de distribución de productos a través de diferentes canales alimenticios, y aprender a transmitir la fuerza de las marcas corporativas a los escenarios regionales y locales.

¹² Pierson y Allen, 1992: 4.

¹³ *Op. Cit.*, 1992: 6)

- ♦ **Experiencia en los mercados foráneos:** cuando las empresas no tienen amplia experiencia en el mercado foráneo de interés, es esencial establecer asociaciones (joint ventures: coinversiones) o fusiones y/o adquisición con empresas que poseen las habilidades necesarias.
- ♦ **La gestión administrativa:** esta debe enfocarse en los mercados locales, en términos de las necesidades de los clientes y consumidores. Para ello, se aconseja establecer equipos de directores locales, seleccionados por su sensibilidad y conocimiento de la cultura de los clientes y consumidores en el mercado particular.

a. Comportamiento de Compra

El análisis de los deseos y necesidades¹⁴ de los consumidores, detallistas y mayoristas y de los fabricantes, provee las bases para crear productos, servicios y sistemas de distribución que realmente satisfagan las necesidades de tales segmentos.

La percepción de cualquiera de esos tres segmentos: consumidores, detallistas/mayoristas y fabricantes, cuyo valor influencia la decisión de compra o rechazo del bien, resulta de la comparación entre el valor de los beneficios que se obtienen del producto o servicio y de su precio:

$$\text{Valor de percepción} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Precio}}$$

La decisión de compra será positiva si los beneficios percibidos del producto o servicio, cuya importancia cambia de cliente a cliente, exceden el precio estipulado, y si la comparación beneficios-precio es más favorable que para otras alternativas de compra percibidas.

El proceso de mercadeo juega un papel vital a la hora de realzar el valor de las percepciones de los consumidores.

En el caso de los consumidores, éstos juzgan los beneficios de los productos y servicios basados en un conjunto de criterios dinámicos que también varían entre cada individuo. Entre los beneficios que se destacan como tomados en cuenta por el consumidor se encuentran: apariencia apetitosa, consistencia, conveniencia, compatibilidad ambiental, responsabilidad social, emoción, frescura, nutrición, calidad, seguridad, gusto, verdad, información, distintivo, valor y variedad.

¹⁴ Pierson y Allen, 1992: 8.

Los consumidores responden de diferente forma dependiendo de su cultura, segmento demográfico y estilo de vida. El poseer diferentes deseos y necesidades otorga énfasis diferentes en los criterios de beneficios y de precio.

Si se desea que los productos y servicios se mantengan exitosos a través del tiempo, las empresas deben satisfacer en la mayor medida posible los deseos y necesidades de sus clientes, quienes basan sus decisiones de compra en procesos analíticos y/o emocionales que finalizan en la aceptación o rechazo de los productos.

En las decisiones de compra de los detallistas y mayoristas, se toman en cuenta los siguientes beneficios: aceptación por parte del consumidor, calidad y consistencia, dependencia del oferente, confianza en el transporte y logística, condiciones del comercio, eficiencia de compra, ventaja competitiva, apoyo publicitario y promocional, apoyo de mercadeo dentro de la tienda, alianzas estratégicas y asociaciones, y continuidad y tradición de relación.

Por su parte, el valor de las percepciones de los fabricantes puede incluir las siguientes clases de beneficios: aceptación por parte del detallista y del mayorista, adherencia a especificaciones, asistencia en investigación y desarrollo, flexibilidad de productos y servicios, estabilidad-volatilidad de la oferta, condiciones de comercio, eficiencia de compra, y continuidad y tradición de relación.

b. Tendencias del Consumo

La mayor fuerza que orienta y dirige¹⁵ a todo el sistema alimenticio, es el conocimiento de los deseos y necesidades de los consumidores. Por ello, es importante conocer las tendencias de tales necesidades, teniendo en cuenta las diferencias entre culturas e inclusive entre segmentos de consumidores dentro de una misma cultura. El análisis de las iniciativas de mercado y del comportamiento de compra del consumidor a lo largo de muchos países industrializados, sugiere que los criterios de compra no económicos de bienes alimenticios se orientan en cinco direcciones principales:

- i. mayor conveniencia,
- ii. mayor calidad,
- iii. más variedad y motivación,
- iv. mayor interés por la nutrición, seguridad alimenticia y salud y

¹⁵ Pierson y Allen, 1992: 13.

v. mayor sensibilidad por los temas ambientales y sociales.

i. Conveniencia

De forma general, el concepto de conveniencia¹⁶ puede verse como el conjunto de factores que incrementan la comodidad o hacen el trabajo menos difícil, en el contexto alimenticio, se refiere a obtener el alimento que se desea, cuando se desea y con relativamente poco esfuerzo.

La conveniencia alimenticia tiene diferentes dimensiones:

- ♦ **Planeación de comidas:** se refiere a todos los elementos que guían a los consumidores a tomar sus decisiones de consumo, ya sean de corto o de largo plazo. Por ejemplo: mercadeo de productos, directorio de comidas, recetarios, anuncios, menús y fotografías en los empaques.
- ♦ **Compra de alimentos:** la familiaridad con cierta tienda facilita la compra del consumidor, mostrando inclusive este último, reacciones negativas a pequeños cambios de distribución en la tienda. La conveniencia derivada de la experiencia disminuye la presión emanada del tiempo de compra. Ello se asocia con los “negocios de una parada”, y cuyo amplio tamaño aglomera todos los productos consumibles, reduciendo el tiempo de compra.
- ♦ Asimismo, las compras sin salir del automóvil y los servicios de entrega en el hogar, se encuentran dentro de las formas de compra de más crecimiento.
- ♦ **Manejo y almacenamiento en el hogar:** muchas consideraciones respecto a los alimentos pueden causar inconveniencias en el hogar. Por ejemplo: tiempo que puede un alimento permanecer fuera del refrigerador o congelador, espacio dentro de éstos y lugar y tiempo que pueden almacenarse.
- ♦ **El acto de comer:** los nuevos estilos de vida ocupados han dado lugar a las comidas de camino, como en carros, aeropuertos y aviones, donde las condiciones exigen consumir con sólo una mano o un par de dedos. Una respuesta a esta modalidad de consumo son las bebidas en tetra-pack, las cuales responden a esta dimensión de conveniencia.

¹⁶ Op. Cit., 1992: 14.

- ♦ **Limpieza después de comidas:** este tema siempre ha sido considerado desagradable, incluso en éstos días de lavadoras de platos. La innovación en este campo responde a una necesidad de conveniencia del consumidor.

ii. Calidad

Con el paso del tiempo¹⁷ los estándares de calidad de los productos alimenticios han venido aumentando, teniendo en cuenta que tales estándares varían dependiendo de cada individuo y de las circunstancias en que se encuentren. Las percepciones de calidad de los compradores, en los productos alimenticios, se basan en los siguientes factores:

- ♦ **Apariencia:** a pesar de que este es un concepto subjetivo, los alimentos deben lucir cada vez más perfectos, ser visualmente atractivos, tanto en el supermercado como en la mesa, ya que las personas compran con sus ojos.
- ♦ **Gusto:** frecuentemente el gusto es considerado como el atributo más importante de los alimentos, otorgando la llave del éxito y sobrepasando otros defectos del producto.
- ♦ **Frescura:** la demanda por alimentos frescos, especialmente en bienes perecederos, es una de las tendencias que más ha impactado las ventas de productos alimenticios en la última década. Los productos frescos sugieren la imagen de mejor sabor, salud y alta nutrición.
- ♦ **Nutrición:** el vínculo entre la calidad de un producto y su contenido nutricional es cada vez más importante para mayor cantidad de consumidores.
- ♦ **Seguridad:** paralelo al hecho de que los estándares de seguridad alimenticia han mejorado a través del tiempo en la mayoría de los países desarrollados, las expectativas del público tienden a exigir perfección con respecto a lo seguro y saludable de los productos.
- ♦ **Consistencia:** a pesar de que la consistencia se considera como una característica en el éxito de productos y servicios, no necesariamente el alcanzar los más alto niveles de consistencia va a llevar a alcanzar los más altos niveles de calidad. Se debe buscar la consistencia que empate el nivel de calidad objetivo.

¹⁷ Pierson y Allen, 1992: 16.

- ♦ **Entendimiento:** muchas veces, por el hecho de no entender los atributos positivos de un producto, éstos no son apreciados. La ausencia de conocimiento y/o entendimiento, especialmente de productos nuevos, puede traer alto riesgo o fracaso, por lo que es muy necesario brindar información.

iii. Variedad y Motivación

Los viajes,¹⁸ la combinación creciente de etnias, mayores niveles de educación, nuevos ingredientes al alcance de las personas y una diversidad creciente de restaurantes, han resultado en un público más abierto a cambios significativos en los alimentos, sobrepasando las mejoras marginales referentes a nuevos colores, tamaños y sabores, por otros factores de mayor interés tales como apariencias, gusto, entendimiento, y un sentido de aventura y deseo de experiencias alimenticias únicas y exóticas.

Sin embargo, el éxito de nuevos alimentos para alcanzar la aceptación del consumidor, se constituye como un balance entre la novedad y la suficiente familiaridad del mismo.

Así mismo, los nuevos enfoques de mercadeo ponen énfasis en crear una atmósfera que propicie experiencias de compra interesante y agradables, con el objetivo de estimular y promocionar las ventas. Para ello, se toman en cuenta factores tales como la localización geográfica, la distribución dentro del negocio, diseño, decoración y técnicas de exhibición, servicio al cliente, disponibilidad de productos, calidad, amplitud y variedad de opciones, además de actividades relacionadas con precios y promoción.

iv. Nutrición, Seguridad Alimentaria y Salud

La nutrición y la salud¹⁹ constituyen temas vitales para los consumidores y con ellos, para las industrias agrícolas y de alimentos.

Los científicos aportan cada vez más evidencia médica acerca de los beneficios en la salud de alimentos específicos y dietas, no sólo en ciertos problemas como el cáncer y ataques cardíacos, sino en lo referente a toda la salud de los individuos en el largo plazo, y con ello la prolongación de vidas saludables y activas.

A pesar de que los consumidores se comportan de formas diferentes y tienen diversas actitudes y comportamiento respecto a la seguridad

¹⁸ Pierson y Allen, 1992: 20.

¹⁹ Pierson y Allen, 1992: 21.

alimenticia y la nutrición, los grupos más grandes de consumidores están demandando altos estándares de seguridad y mayores méritos nutricionales en los alimentos, ello derivado quizás de mayores niveles de educación y a la influencia de otros individuos con tales tendencias.

Aún así, todavía existen muchas confusiones en la mente de los consumidores, en temas como ingredientes, alimentos naturales vs. preservados, alimentos orgánicos y los estándares de seguridad alimenticia del gobierno.

v. Temas Ambientales y Sociales

Ahora más que nunca,²⁰ los consumidores se están percatando de la creciente interdependencia de las economías, donde las decisiones de compra de alimentos tienen influencias sobre el ambiente y la sociedad, tanto en el corto como en el largo plazo.

En este momento, los consumidores otorgan una mayor ponderación a los factores ambientales y sociales dentro de sus decisiones de compra, afectando la aceptación de productos, programas y servicios. Estos individuos se preocupan por:

- ♦ el manejo de los desechos, lo cual se relaciona con el empaque, el cual puede causar problemas ambientales al ser dispuesto erróneamente,
- ♦ el bienestar y los derechos de los animales, los cuales muchas veces son objeto de maltratos,
- ♦ el uso inadecuado de los recursos escasos, tanto en la producción como la distribución de alimentos, como por ejemplo, el uso desmedido de energía,
- ♦ la seguridad y bienestar de los trabajadores, quienes en muchas ocasiones son explotados y están expuestos a riesgos inaceptables y lesiones,
- ♦ el rol de la publicidad, la cual puede promover comportamientos indeseables en los consumidores o perpetuar estereotipos negativos,
- ♦ las formas de competencia y
- ♦ los precios y las ganancias.

²⁰ Pierson y Allen, 1992: 23.

Los intereses de largo plazo de los consumidores y los comerciantes y en fin de la sociedad, deben basarse en relaciones de “ganar-ganar”, donde todos los actores involucrados se vean beneficiados.

Muchos comerciantes deben cambiar sus prácticas, otros, deben comunicar de forma efectiva, cuando ello es cierto, la forma en que sus productos y servicios sirvan los intereses ambientales y sociales.

3. Factores de la Competitividad desde el Punto de Vista Industrial²¹

En muchos espacios territoriales se está incentivando la competitividad por medio de factores que no tienen relación con las políticas de precios, sino que más bien están marcadas por cinco tendencias principales.

3.1. El Entorno

Un espacio territorial no puede permanecer ajeno a las circunstancias que lo rodean, por lo que siempre aparece un eje que presiona desde el exterior marcado por las presiones del entorno.

Los cambios institucionales representan un elemento a tomar en cuenta en la definición de la competitividad regional. La formación de nuevas reglas de negociación y la validación de las mismas por medio de Acuerdos, modifican el marco en que se desenvuelven las empresas dentro del comercio internacional, reacomodando y potenciando las ventajas comparativas de los participantes.

En la actualidad, se están llevando a cabo tres procesos que se están alterando drásticamente los mecanismos tradicionales que determinan la competitividad de las firmas dentro del comercio internacional: a) La creciente apertura y la globalización de los mercados; b) El impacto de las nuevas tecnologías con la convergencia de la informática, las telecomunicaciones y la electrónica de consumo; c) El desarrollo de los nuevos métodos de gestión de los procesos industriales y el potencial incremento en la productividad de los servicios.

Los nuevos medios con que cuentan las empresas para aumentar su competitividad hace posible que permanentemente se lleven a cabo relocalizaciones de sus actividades, reasignando las funciones internas de sus cadenas de valor a lo largo de todo el mundo según las ventajas zonales para sus estrategias competitivas²². Esto es congruente con la

²¹ <http://www.cistia.es/pdinca/tema4.html>

²² La gran mayoría de las empresas exitosas a nivel mundial no concentran todas sus actividades en una misma área geográfica; por el contrario, se establecen en diferentes

terciarización que de la industria e industrialización de los servicios, así como con la creciente integración de las actividades pertenecientes a una misma rama productiva.

Así mismo, la presencia de las tres condiciones mencionadas anteriormente han permitido la creciente especialización de los mercados mundiales, desarrollando competencias a gran escala en estos espacios territoriales²³.

3.2. Disponibilidad y Calidad de los Factores de Producción

3.2.1. Tecnología

Los requerimientos tecnológicos de una unidad productiva dependen de la actividad se esté llevando a cabo. En muchas de las unidades productivas agrícolas el nivel tecnológico es mínimo, ya que se trata de predios agrícolas, generalmente familiares, que no cuentan con los recursos productivos suficientes para integrar el factor tecnológico dentro de su proceso productivo.

En los procesos de transformación de materia prima, los requerimientos tecnológicos suelen ser mayores, por lo que la disponibilidad y calidad de la tecnología es de gran importancia para la competitividad de las firmas.

El nivel y la calidad de la tecnología de una industria dependen del esfuerzo que esta realice en materia de Investigación y Desarrollo. La calidad de los recursos que se destinen a este rubro determinará en gran medida las ventajas tecnológicas competitivas y el liderazgo de la empresa dentro del resto de industrias competidoras.

En general, se presentan tres elementos principales que determinan el potencial tecnológico de una empresa: a) La intensidad y especialización tecnológica en procesos industriales; b) El enfoque de competitividad en que se basa la empresa; c) el esfuerzo en investigación y desarrollo.

En Latino América, la intensidad y la especialización tecnológica está condicionada por las orientaciones de mercado que tienen las empresas, ya que muchas están enfocadas a mercados estrechos y segmentos poco

zonas en donde se especializan en I+D, diseño, producción, logística, marketing y posventa.

²³ Claros ejemplos de estas situaciones se han presentado en Estados Unidos en marketing e investigación tecnológica (Silicon Valley en ordenadores, Utah en software, Nebraska en telecomunicaciones, New England en medicina, etc.); Singapur y Holanda en logística de valor añadido; Italia en diseño; India, Filipinas y Europa Central en software; el Este Asiático y México en manufactura, etc..

sofisticados en sus demandas. Al mismo tiempo, los enfoques de competitividad basados en costos no permiten la inclusión de tecnología de punta en los procesos productivos, ya que la prioridad está dada por la minimización de costos, resultando en industrias de baja productividad y poco valor agregado. El último elemento que limita la disponibilidad y calidad de la tecnología en los países latinoamericanos es el débil nexo existente entre los centros e institutos de investigación y la industria, lo cual es reflejo del poco esfuerzo tecnológico aplicado y la poca difusión de las innovaciones en productos y procesos.

3.2.2. Recursos Humanos

La disponibilidad y calidad del personal humano es el elemento que le otorga flexibilidad a una unidad productiva, ya que le permite adecuarse a las condiciones imperantes en la industria en un menor tiempo posible.

Durante el proceso productivo se toma una combinación de insumos y a partir de una técnica estos se transforman en un bien final. A diferencia del factor tecnológico, el recurso humano no necesita ser reemplazado cada vez que este set de insumos se combina de manera diferente ni cada vez que se presenta una técnica más eficiente de producción.

Por el contrario, la existencia de recurso humano capacitado y adaptable, permite integrar nuevos conocimientos técnicos a los procesos de producción existentes, aumentando la competitividad a partir de un set de insumos dados.

Existen una serie de elementos que determinan la disponibilidad y calidad del personal humano en cualquier industria. Estos determinantes se convierten en las formas posibles de adquirir recursos humanos; y cuentan con una serie de pros y contras que serán evaluados a continuación:

- **Formar:** La formación y capacitación del recurso humano por parte de la empresa es una alternativa para tener disponibilidad de personal calificado que lleve a cabo sus funciones eficientemente. Esta opción implica la inversión de recursos propios para educar y capacitar a sus empleados, lo cual representa un costo directo para la empresa. Sin embargo, este costo se puede ver compensado fácilmente por el aumento en la productividad tanto de los empleados calificados como del personal que los rodea.
- **Comprar:** Esta es otra opción que se tiene para contar con personal adecuado para la empresa. Si bien es cierto, la unidad productiva no incurre en costos de educación y capacitación, la remuneración del

recurso humano con más preparación es mayor, ya que la productividad del mismo es más alta²⁴.

- **Alquilar:** Otra manera de contar con trabajadores preparados es alquilando los servicios de estos mediante consultorías o asesorías profesionales. Por este medio las empresas se aseguran de contar con recursos humanos de muy alta calidad; sin embargo, la mayoría de las ocasiones el costo de tales prácticas es mayor que el salario pagado a los trabajadores internos de la empresa.
- **Robar:** Es bien sabido que el que más valora la capacitación del recurso humano de una empresa es la competencia. Para una empresa siempre es buen negocio contratar personal capacitado por su competidora, ya que traslada a esta empresa los costos de preparación de este empleado.

La inversión en capacitación y formación de habilidades vinculadas con la capacidad productiva inciden notoriamente sobre el elemento equitativo de la competitividad. El conocimiento y las capacidades de los trabajadores generan un stock productivo, que finalmente determina las oportunidades laborales y el nivel de ingresos del recurso humano, sumándole mayores condiciones de equidad al modelo²⁵.

La empresa realiza su elección del recurso humano con base a sus necesidades técnicas y posibilidades presupuestarias, pensado siempre en la tasa de ganancia o beneficio de la unidad productiva. La mejor forma de llevar a cabo este proceso es ahorrándose los costos de formación y capacitación de sus trabajadores, buscando personal ya entrenado para las tareas necesitadas. Por el contrario, el stock de recurso humano de un país está en función de los recursos que este, en su conjunto, destine a la educación básica, técnica y profesional.

En América Latina, el déficit educacional ha contribuido al rezago en la implementación de técnicas modernas de producción. Aún cuando se cuenta con un potencial ilimitado, la falta de importancia que se le ha otorgado a la educación técnica profesional, el poco presupuesto destinado a la educación básica, las rigideces en el mercado laboral y la falta de empleabilidad no han ayudado a formar una elite de capacitación en la región.

²⁴ El objetivo de la empresa dentro del sistema económico es la minimización de costos, utilizando un set de insumos dado. El problema de la minimización de costos lleva a la empresa a contratar recursos hasta que el valor de la productividad del último sea igual a la remuneración que este recibe por sus servicios. En este punto, bajo competencia perfecta, el salario del recurso humano es igual el valor de su productividad marginal.

²⁵ Cortes, 1997.

3.2.3. Recursos Naturales

El stock de recursos naturales es el elemento de equilibrio entre la búsqueda de competitividad actual y la búsqueda de competitividad de las generaciones futuras. Este se convierte en un elemento de sostenibilidad del modelo.

La disponibilidad y calidad de los recursos productivos en la mayoría de las actividades económicas depende directamente del uso que se le dé a los recursos naturales. Sin embargo, no basta con tener abundancia de recursos naturales para asegurar el crecimiento económico, se debe aprender a industrializar y a procesar esos recursos naturales, a la vez que se desarrollan actividades proveedoras de insumos y tecnología para ello. Todo este proceso debe de estar incluido dentro de un marco de desarrollo sostenible, ya que las generaciones futuras también dependerán de estos recursos.

Las actividades económicas que se basan en la extracción de recursos naturales tienen posibilidades de crecimiento limitadas por el stock existente. Por el contrario, un modelo de crecimiento a partir de las actividades productivas que se sitúan en torno a los recursos naturales (complejos de producción) generan, a través de la cadena, un valor agregado mucho mayor a partir de una porción menor de recursos.

El problema en la región latinoamericana surge a partir de la especialización en las fases iniciales de procesamiento, dejando de lado la elaboración de productos especiales y más sofisticados con mayor valor agregado nacional. Ante esto, es necesario adoptar una estrategia regional de crecimiento que potencie el encadenamiento de actividades proveedoras de insumos, equipos e ingeniería al rededor del stock de recursos naturales, así como los encadenamientos con actividades procesadoras y usuarias de los recursos naturales²⁶.

3.2.4. Disponibilidad y coste de capital

El mercado financiero juega un papel determinante en la disponibilidad y calidad de los recursos con que cuentan las empresas. La adquisición de recursos productivos pocas veces se lleva a cabo con recursos propios; por el contrario, se recurre a endeudamiento o apalancamiento por parte de los accionistas de la misma empresa.

²⁶ Ramos, 1998.

El costo del capital (tasa de interés) representa el costo de oportunidad de endeudarse o pedir financiamiento a los accionistas de las empresas. En el tanto en el sistema financiero existan opciones más atractivas para la colocación del capital, los planes de inversión de las empresas se verán desestimulados.

El nivel de actividad de un sistema económico está directamente relacionado con el costo del capital para inversión, ya que de este depende la realización de proyectos por parte de las empresas. Los problemas se presentan cuando los costos de endeudamiento para las unidades productivas son más altos que las rentabilidades esperadas para los proyectos de inversión.

La clasificación de riesgo de una empresa es un elemento más a tomar en cuenta dentro de las limitantes para tener disponibilidad de capital. Según sea la confianza que una empresa tenga en el mercado, así será la facilidad para conseguir recursos productivos. Las dificultades de financiamiento que presentan las pequeñas y medianas empresas en la mayoría de las ocasiones se deben a este factor.

3.2.5. Infraestructura

La infraestructura física y tecnológica es el elemento al rededor del cual se forman las relaciones entre empresas relacionadas que aumentan significativamente la competitividad. Este elemento constituye parte de los factores básicos para la creación de competitividad en cualquier sistema económico.

Las condiciones de infraestructura de cualquier espacio territorial condicionan la competitividad de las empresas ahí instaladas, ya que una infraestructura adecuada y eficiente aumenta significativamente el valor de la productiva de los factores utilizados en el sistema de producción. Así mismo, gran parte de los costos de transporte hacia los mercados está determinado por la infraestructura física existente entre una región y otra.

La infraestructura es un recurso que se construye a través del esfuerzo conjunto del Estado y las empresas organizadas. Muchos de estos recursos son bienes públicos al servicio de la industria mientras que otros son bienes privados construidos con fines empresariales.

Dentro de estos elementos de primera necesidad, las condiciones de la infraestructura de las comunicaciones determinarán las ventajas competitivas de las unidades productivas. La infraestructura en telefonía, comunicación virtual, tendido eléctrico, agua potable, carreteras y puertos es planeada y llevada a cabo en su mayoría por dependencias estatales.

Esto le otorga un papel determinante al Estado en la formación de condiciones básicas el surgimiento de complejos productivos en un espacio territorial.

3.3. Condiciones de la Demanda Interna

Las condiciones de la demanda del mercado interno condicionarán en gran medida el surgimiento de industrias de punta en una región.

El primer acercamiento de una empresa con el mercado se realiza a partir de la demanda regional, por lo que la exigencia de estos consumidores condicionarán la formación de ventajas competitivas en las empresas.

En América Latina se han presentado gran cantidad de casos en donde se impulsan ciertas industrias que abastecen el mercado interno, asegurando que cuentan con ventajas sobre competidoras fuera de la región. En la gran mayoría de las veces, al abrir el mercado interno y exponerse a una demanda más exigente, estas empresas no presentan el comportamiento esperado, resultando en desastrosos intentos por incentivar las industrias nacionales²⁷.

Las demandas de las regiones en donde se instala una industria determinará las necesidades de los clientes en cuanto a volumen y calidad, influyendo sobre la decisión de la empresa en cuanto a la estrategia de competitividad a escoger (diferenciación o costos).

Así mismo, la ubicación de las empresas determina gran parte de su competitividad, principalmente por lo que se ha dado en llamar competitividad geográfica. Los costos de transporte desde las empresas hasta los centros de acopio; las condiciones agroecológicas y la infraestructura física están dadas por la zona geográfica en donde estas se instalen.

Las condiciones de demanda interna presionan a las empresas locales para aumentar sus estándares de calidad, generando condiciones para el aumento de su competitividad. La sofisticación de los segmentos de demanda local incrementa las exigencias respecto a diseño, rendimiento, seguridad y complejidad del producto, posicionando a la empresa en una estrategia competitiva de valor agregado.

²⁷ En Centro América, durante la década del sesenta y setenta se llevaron a cabo grandes proyectos de protección para las industrias nacientes, basándose en el desenvolvimiento de estas en los mercados nacionales, con el objetivo de generar condiciones competitivas dentro de estas empresas. Después del periodo pactado, se procedió a abrir los mercados nacionales, sin tener ningún caso exitoso de la experiencia. Como resultado, se cambió totalmente el modelo de desarrollo económico de la región.

Esta situación aplica para todos los eslabones de la cadena de producción, ya que los mercados locales de insumos, intermedios y componentes también deben tener niveles altos de exigencia para generalizar las condiciones de competitividad a través de todo el proceso productivo de un bien final. La integración de todas estas demandas favorece la adopción de estrategias de innovación, diferenciación por calidad del producto y valor añadido.

3.4. Sectores de Apoyo y relacionados

La existencia de sectores de apoyo en una industria son grandes fuentes de competitividad para las empresas inmersas, ya que generan una serie de condiciones favorables que impulsan la productividad de los factores. Los sectores de apoyo en una industria brindan no solo una infraestructura productiva adecuada, sino que sientan las bases para la creación de complejos productivos entre empresas relacionadas.

Las instituciones de apoyo al sistema económico dentro de un espacio territorial definen las reglas de juego del mismo. El desempeño de estas instancias determinan, en gran parte, las ventajas o desventajas de la ubicación geográfica de las unidades productivas. El desempeño del ámbito institucional se verá reflejado en las condiciones de los servicios estratégicos (comunicaciones, financieros, empresariales, etc.), los cuales incentivan a la formación de complejos productivos en las zonas.

Estos sectores de apoyo e industrias relacionadas, los cuales toman la forma de complejos productivos, afectan la competitividad de un sistema en tres formas básicas: a) aumentan la productividad de las empresas o industrias constituyentes; b) mejoran su capacidad de innovar; y c) estimulan la formación de nuevas empresas que apoyen la innovación y amplíen el complejo productivo.

La existencia de condiciones idóneas en infraestructura física, financiera, institucional y de logística, posibilitan: el acceso a insumos especializados por parte de las empresas de una misma industria; el acceso a información de mercado, técnica y de otra índole especializada; y las complementaciones entre las empresas de un mismo complejo. Todas estas ventajas aumentan las condiciones de competitividad de las empresas.

3.5. Estrategia empresarial, organización del mercado y rivalidad interempresarial

La estructura del mercado en el cual interactúan las industrias, determinará el nivel de competencia entre las empresas rivales y la simbiosis entre las empresas complementarias. Estas relaciones de mercado influirán en la competitividad de estas firmas, ya que de ello depende las exigencias y el nivel de desempeño que deben alcanzar para sobrevivir.

La actividad económica de la cual sea participe la empresa, junto con la disponibilidad de recursos y el nivel de especialización en las actividades productivas, condicionará la estrategia empresarial a utilizar por la firma. Como se dijo anteriormente, las estrategias a utilizar pueden estar basadas en la minimización de costos de la empresa o en la diferenciación de productos.

Las estrategias de las empresas siempre tienen por objetivo conceder el mayor valor a los consumidores, por lo tanto, la manera de atraer nuevos clientes o retener los existentes es logrando el mayor grado de satisfacción de las necesidades, a un costo dado. El posicionamiento depende de la concepción que los consumidores tengan del valor que está ofreciendo la empresa, por lo que la competitividad estará en función de la estrategia a utilizar.

El valor que otorga una empresa a sus clientes se puede maximizar colocando sus productos a un precio menor al ofrecido por sus competidores o proporcionando más beneficios para justificar precios más altos.

Cuando una firma compite en precios con el resto de la industria, el objetivo máximo es la minimización de costos a través de todo el proceso productivo. La competitividad de la firma se basa en el recorte de gastos e inversiones, cayendo en sistemas de producción con poco valor agregado.

Por otro lado, se presenta otra estrategia para la búsqueda del posicionamiento mediante la diferenciación del producto, los servicios, el personal o la imagen de la firma. Este mayor grado de sofisticación le permite a la empresa utilizar una estrategia empresarial con un valor agregado mayor.

El nivel de competencia dentro del mercado también juega un papel determinante, ya que condiciona el poder de negociación con que cuentan las firmas. En teoría, bajo competencia perfecta ninguna firma tiene

ganancias económicas positivas²⁸, ya que se presenta una homogeneidad entre todos los bienes de una misma industria. No se permite la posibilidad de diferenciar los productos ni las técnicas de producción, ya que la información no tiene costo y los costos de transacción son nulos, permitiendo copiar cual innovación llevada a cabo por la competencia.

Si bien es cierto esta situación es totalmente hipotética, entre más cerca se encuentre la organización del mercado de la competencia perfecta, más difícil será para las empresas aumentar participación de mercado. Sin embargo, el nivel de competitividad de la industria en general si aumenta en este tipo de organización, gracias a los estándares de calidad más altos y mayores niveles de exigencia necesarios para permanecer en el mercado. En general, este proceso de competencia es de gran ayuda para elevar la competitividad individual de cada una de las empresas de una industria.

Por el contrario, las barreras de entrada, los oligopolios o los nichos protegidos minimizan las exigencias de las empresas, resultando muchas veces en disminuciones de los niveles de competitividad de la industria, dada la seguridad con que cuentan dentro de su mercado específico.

La rivalidad entre las empresas de un mismo complejo va a determinar la estrategia a utilizar por las firmas, las relaciones entre las industrias competidoras y complementarias, la organización de los mercados de insumos, el grado de participación de mercado de las empresas y el nivel de competitividad de la industria como un todo.

4. Tipología estratégica y factores competitivos²⁹

Factores competitivos

²⁸ Las ganancias económicas son cero después de haber descontado las retribuciones a los factores utilizados en la producción, por lo que las ganancias de los accionistas y las retribuciones de las inversiones si son tomadas en cuenta dentro del modelo.

²⁹ http://www.fcee.ulpgc.es/Acede98/acede/mesa03/3_01c.htm

VII. COMPETITIVIDAD Y COMPORTAMIENTO ESPACIAL DE LA PRODUCCIÓN. LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

1. Introducción

Al analizar el comportamiento espacial de la agricultura bajo la óptica de cadena productiva, se observan una serie de comportamientos de localización territorial de la producción, en donde se pueden combinar diferentes patrones de uso del territorio para obtener una mayor competitividad en el proceso de producción.

El avance de la globalización ha traído consigo una mayor interdependencia entre las empresas de distintas regiones, países y, en general, de diversas zonas geográficas.

Dentro de un mismo espacio territorial, el entorno juega un papel determinante, ya que puede llegar a afectar de manera positiva o negativa, la competitividad de las empresas. El análisis de estas condiciones permitiría potenciar las ventajas existentes por medio de la formación de complejos productivos.

La competitividad de la empresa es potenciada por la competitividad del conjunto de empresas y actividades que conforman el complejo al cual pertenece. En efecto, esa mayor competitividad deriva de importantes externalidades, economías de aglomeración, derrames tecnológicos e innovaciones que surgen de la intensa y repetida interacción de las empresas y actividades que integran el complejo. Estas empresas y actividades se refuerzan mutuamente; la información fluye casi sin estorbo, los costos de transacción son menores, las nuevas oportunidades se perciben más tempranamente y las innovaciones se difunden con rapidez a lo largo de la red. Y la fuerte competencia en precio, calidad y variedad da lugar a nuevos negocios, fortalece la rivalidad entre empresas y contribuye a mantener la diversidad.

Es aquí donde el concepto de complejo productivo o *cluster*¹ resulta de gran utilidad, ya que permite analizar las condiciones bajo las cuales las empresas de una determinada localización, pueden llegar a competir exitosamente en los mercados internacionales. Asimismo, su estudio permite a las empresas y a los gobiernos establecer prioridades de gasto y de políticas, buscando maximizar su rendimiento económico. Para ello,

¹ *Cluster* es una palabra del idioma inglés. Otro término equivalente en este idioma es "microcluster". En español, además de "complejos productivos" se encuentran: complejos industriales, conglomerados, aglomerados, economías de aglomeración, economías de localización o de yuxtaposición.

es imperante el diseño de una estrategia que busque avanzar hacia una etapa superior en el desarrollo competitivo de una región, asignando una mayor importancia relativa a la mejora en los climas de negocios de las empresas y los complejos productivos.

El concepto de “*cluster*” integra un desarrollo dinámico que fomenta la competitividad. Por una parte, se establece infraestructura que genera círculos virtuosos de crecimiento y desarrollo, atrayendo inversiones extranjeras, recursos humanos de calidad y nuevas tecnologías. Por otro lado, se generan oportunidades para establecer alianzas entre diferentes niveles de aglomerados, ya sea entre el gobierno y el sector privado, entre empresas de diferentes complejos productivos o entre los mismos complejos (por ejemplo empresas con sus proveedores).²

A nivel empresarial se ha demostrado “que las compañías de clase mundial tienden a concentrarse en pequeñas áreas geográficas, específicas para cada tipo de industria”³. Asimismo, existe evidencia creciente de que en todos los países industrializados “las compañías más competitivas dentro de una industria tienden a agruparse alrededor de áreas geográficas muy específicas beneficiándose y multiplicando los determinantes de su éxito”⁴.

Tradicionalmente, se considera que las empresas de países pequeños presentan menores posibilidades de competir ante empresas o proveedores de bienes y servicios provenientes de países más grandes. Tal situación se debe, principalmente, a que tanto las estructuras productivas como los mercados nacionales son de mayor tamaño y diversidad en los países grandes. Sin embargo, ello no significa que solamente en los países industrializados se puedan explotar las ventajas existentes en la formación de complejos productivos.

La promoción de un desarrollo armónico y complementario de los climas de negocios es un instrumento que ayuda a superar las debilidades que presentan las economías de los países pequeños. Mediante el uso de este instrumento, se amplían las opciones de las empresas para reducir costos, atraer inversiones y acceder a nuevas tecnologías e ideas de negocios⁵. Tal es el caso de los complejos productivos de las frutas en Chile, las flores en Colombia, la leche en Argentina, Chile, Colombia y Uruguay, y los textiles y el turismo en Centroamérica.

² Kettani. <http://www.worldbank.org/wbi/mdf1/lemaroc.htm>

³ INCAE, 1999 (a): 26.

⁴ *Cluster Competitiveness*. <http://www.clustercom.com/cluseng2.htm>

⁵ INCAE, 1999 (a).

En el presente capítulo se procede a analizar el papel de los complejos productivos; desde los diferentes conceptos con los cuales definen los paradigmas que los sustentan hasta los estudios de caso que permiten ejemplificar las diferentes experiencias en el campo.

2. DEFINICION DE COMPLEJO PRODUCTIVO

En términos generales, no existe discusión en cuanto a la definición de complejo productivo. A continuación se presentan cuatro definiciones que sintetizan la visión generalizada de este concepto.

*"Se entiende comúnmente por **complejo productivo** una concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y cumulativas economías externas, de aglomeración y de especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializados y de servicios anexos específicos al sector) y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en la búsqueda de eficiencia colectiva."⁶*

*"La producción industrial se realiza en grandes empresas que pueden aprovechar las economías de escala en la producción. Estas empresas industriales encuentran ventajas al situarse relativamente cercanas unas de otras con el fin de compartir una red común de infraestructura - comunicaciones, servicios de transporte, abastecimiento de energías y otros - . Por otra parte, generalmente es ventajoso para las firmas que producen bienes finales de consumo estar cerca de los principales centros de consumo en que se encuentran sus mercados. Las reducciones de costos que vienen de la proximidad a otras firmas se conocen como **economías de aglomeración**."⁷*

*"Para designar los conjuntos geográficos de establecimientos conexos de este tipo, se habla a veces de **complejos industriales**, donde a menudo los productos de una firma son insumos para otra. Las economías de escala que van a realizarse en este caso no descansan únicamente en el hecho de compartir los costos fijos, sino también en la reducción de los costos de interacción espacial y de la multiplicación de las posibilidades de intercambio. En otros términos, la aglomeración geográfica hace posible la maximización de las ganancias de la especialización que resulta del aprovechamiento de las ventajas comparativas. Se comprende que conceptos como ventajas comparativas, economías de escala, división del trabajo y economías de localización se mezclan frecuentemente."⁸*

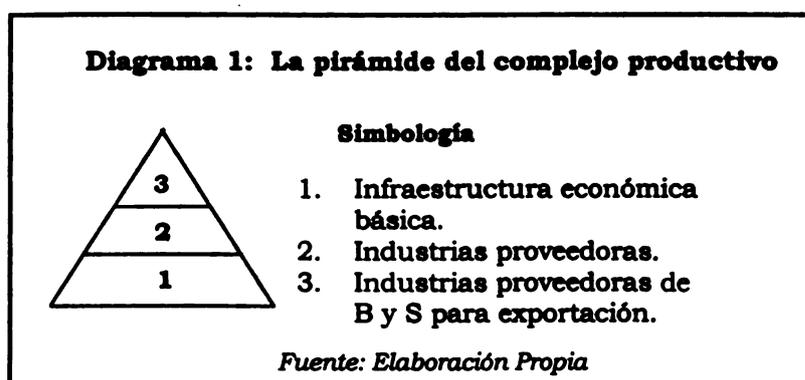
⁶ Ramos, 1998: 108.

⁷ Sachs y Larraín, 1994: 550.

⁸ Polèse, 1998: 96.

Kettani ilustra el enfoque de complejos productivos como una pirámide con tres niveles (Diagrama N. 1). En la cima de la pirámide se encuentran las industrias que proveen bienes y servicios para exportación. Estas industrias se apoyan en un segundo nivel donde se encuentran las industrias proveedoras, las cuales también deben ser competitivas para permitir que las industrias exportadoras sean competitivas por sí mismas. Estos dos niveles descansan sobre un tercer nivel o base, el cual está formado por la infraestructura económica básica: infraestructura física, capital, recursos humanos, tecnología y el ambiente regulatorio, financiero y legal.⁹

El alcance geográfico de los aglomerados es diverso, puede ir desde pequeñas aglomeraciones en una región hasta abarcar ciudades, provincias, Estados e incluso países vecinos.



Asimismo, se incluyen “compañías de productos finales o servicios, proveedores de insumos, componentes, maquinaria y servicios especializados, instituciones financieras y empresas en industrias conexas. También suelen incluir empresas que se encargan de las últimas fases de un proceso, fabricantes de productos complementarios, proveedores de infraestructura especializada, así como instituciones (inclusive las del gobierno) que ofrecen capacitación, educación, información, investigación y apoyo técnico especializado, tales como universidades, centros de investigación, proveedores de educación vocacional y organismos internacionales. Muchos complejos productivos incluyen asociaciones gremiales y otros cuerpos colectivos que atañen a los miembros del *cluster*”¹⁰.

⁹ Kettani. <http://www.worldbank.org/wbi/mdf1/lemaroc.htm>

¹⁰ INCAE, 1999 (a): 26.

La definición de complejos productivos dependerá de las condiciones bajo las cuales comparten y compiten el grupo de empresas que lo conforman. La ubicación aportará una serie de elementos únicos que no se pueden generalizar con el objetivo de incluirlos en una definición universal.

Los complejos productivos traen grandes ganancias de productividad al conjunto de industrias y establecimientos conexos. Tales ganancias se internalizan a nivel de la industria, pero continúan siendo externalidades para las firmas que las aprovechan.

La fuente de tales ganancias de productividad son las economías de escala, las cuales se alcanzan, entre otros factores, a través de los costos fijos y las indivisibilidades, los cuales son distribuidos entre el conjunto de empresas. Las indivisibilidades se refieren a costos fijos caracterizados por ser objetos o servicios que no se pueden dividir en elementos más pequeños, tales como factores tecnológicos o físicos.¹¹

Así por ejemplo, un complejo productivo en la industria de transportes, puede tener un taller de reparación especializado que compartirían las diferentes empresas, el cual ofrecería sus servicios a un precio unitario más bajo. Por otra parte, la aglomeración geográfica de empresas de petroquímica, podría distribuir entre los participantes, los costos de sus principales equipamientos : oleoductos, puertos petroleros, etc.¹²

"Las economías de localización son rara vez eternas o inmutables, como cualquier ventaja de producción... Para cualquier industria, la naturaleza precisa de las economías de localización depende en primer lugar del nivel de desarrollo de la tecnología, pero también de los factores que pudieran modificar las ventajas comparativas de diversas localizaciones."¹³

3. TEORIAS QUE FUNDAMENTAN LA FORMACION DE LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS

Muchos son los enfoques teóricos que tratan de brindar explicación al comportamiento de las empresas en el espacio y las diversas asociaciones que se dan entre ellas. A continuación, se esbozan las más relevantes en función de su aplicación.

¹¹ Polèse, 1998.

¹² *Idem.*

¹³ *Op. Cit.:* 96.

3.1. Las teorías de localización y de geografía económica. La modelación deductiva.

El objetivo de las teorías de la localización es explicar los motivos que llevan a las actividades económicas a seleccionar los sitios para emplazarse y porqué esa selección no es aleatoria.

Una teoría general de la ubicación de la actividad económica es probablemente una utopía. Lo anterior conduce a la definición de teorías parciales que procuran explicar diferentes aspectos de los sistemas económicos espaciales. Tales teorías consideran ciertos factores, en tanto que ignoran otros o suponen que permanecen *ceteris paribus*.

El pilar de las teorías de localización sobreyace en el peso relativo del costo de transporte en el costo final, lo cual le da sentido a la decisión de algunas actividades de ubicarse preferiblemente cerca de la materia prima (los recursos naturales), otras se emplazan cerca de los mercados a los cuales dirigen su producción, al tiempo que otras se ubican en forma intermedia o en otro lugar.

Tal y como lo expone Ramos,

"... este enfoque subraya asimismo las interdependencias de la materia prima y el producto procesado y también los productos, que hacen más fácil coordinar sus movimientos en una sola ubicación".¹⁴

La variable clave en los modelos de ubicación es la distancia, o en forma más precisa, los costos en dinero, tiempo e inconveniencia de superar la distancia. La teoría de la ubicación se toma como normativa, la cual indica cómo deberían comportarse las actividades, en forma ideal, bajo las suposiciones establecidas.

La Teoría de la Ubicación, de Johann Heinrich Von Thünen¹⁵ enfatiza el papel de los costos según la distancia. Argumenta que la renta está generada por el factor de la distancia incluso si se supone que el medio ambiente es el mismo en todas partes, y que esta varía con la distancia respecto al mercado. A este enfoque le denominó *Renta de Ubicación*.

¹⁴ Ramos, 1988: 108.

¹⁵ Butler, 1986.

*"Von Thünen consideró que, puesto que los precios para las mercancías agrícolas eran establecidos mediante los niveles de oferta y demanda en el mercado central de la localidad, el tipo y la intensidad en el uso de la tierra que rodeaba el poblado dependían de la distancia de los sitios de producción al centro del mercado. De acuerdo con esto, la variable única en su modelo agrícola del uso de la tierra fue la distancia desde la salida de la finca hasta el mercado..."*¹⁶

Como la agricultura requiere gran cantidad de espacio por finca, el aprovisionamiento de productos agrícolas para un pueblo o ciudad requiere de la producción en una gran área circundante. Esto significa que las fincas se ubicarán a diferentes distancias del mercado central. Como resultado, los productos agrícolas deberán transportarse a lo largo de diferentes distancias al mercado desde diferentes fincas, incurriendo así en costos de transporte variables.

Por su parte, Alfred Weber¹⁷ intentó desarrollar una teoría para la explicación de la localización de la industria, denominada Teoría de la Ubicación Industrial, utilizando los costos de distancia y transportación como su variable explicativa principal.

Christaller define una actividad comercial (lugar central), como aquella ubicada espacialmente que brinda un servicio a un área circular (área complementaria), que puede cumplir una función única o una múltiple. En este último, menciona la existencia de servicios de alto orden (gran demanda inicial, con grandes áreas de mercado para un solo abastecimiento) y bajo orden (demanda inicial baja, apoyados por un área de mercado pequeña), así como la definición de una estructura jerárquica.

En cuanto a los factores ambientales que influyen en la actividad económica, Butler¹⁸ enfatiza que el ambiente físico afecta la ventaja comparativa de un lugar, una región o país para diferentes tipos de producción económica. "El clima y la geología pueden considerarse como las variables maestras".

Estos elementos también afectan a la actividad económica indirectamente a través de su influencia en las formas terrestres, suelos, la vegetación y la hidrología:

"El efecto combinado de las variables ambientales es responsable en gran medida de la ubicación de la agricultura, pastoreo,

¹⁶ Op. Cit: 82.

¹⁷ Op. Cit.

¹⁸ Butler, 1986.

silvicultura, pesca, minería y otras formas de producción primaria, que están basadas directamente en el ambiente natural. La ubicación de la producción primaria, particularmente la agricultura, a su vez explica una gran parte de la ubicación de todas las otras formas de la actividad económica y de asentamientos humanos".¹⁹

Tal y como lo expresa Ramos, otros determinantes críticos para la localización de actividades fundamentadas en la extracción de recursos naturales, están relacionados con:

"...la transparencia y tradición de la legislación sobre derechos de propiedad, así como la estabilidad y competitividad de la legislación tributaria".²⁰

En definitiva, la atracción de actividades económicas en la mayoría de las ocasiones está basada en la conjugación de diversos elementos, dentro de los cuales las condiciones jurídicas y tributarias juegan un papel fundamental en la selección del sitio donde se establecerá una actividad productiva, sea cual sea su naturaleza. Su estabilidad y claridad son factores condicionantes en el caso de la atracción de empresas que buscan áreas de desarrollo en países con condiciones atractivas.

3.2. La teoría de los encadenamientos

"Hirschman (1957 y 1977) procura mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer el umbral mínimo o escala mínima necesaria para hacer atractiva la inversión en otro sector que éste abastece (encadenamientos hacia atrás) o procesa (hacia delante). Por cierto, toda esta actividad está eslabonada con otras".²¹

Cuando la realización de una inversión hace rentable la realización de una segunda inversión, y viceversa, la toma de decisiones en forma coordinada asegura la rentabilidad de cada una de las inversiones.

Los encadenamientos hacia atrás dependen tanto de factores de demanda (elasticidad de la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de planta y la similitud entre la tecnología utilizada en la producción del bien final y la producción del insumo).

¹⁹ Butler, 1986: 151.

²⁰ Ramos, Op. Cit.

²¹ Idem.

Una empresa encontrará incentivos para llevar a cabo encadenamientos hacia atrás cuando la tecnología utilizada para su producción puede también ser utilizada en la producción del insumo. Existen otros factores propios de la empresa o la industria que aumentan los beneficios de llevar a cabo una integración hacia atrás: alta inelasticidad de la demanda de recursos, existencia de economías de escala en la producción del bien final y mala relación con los proveedores.

El desarrollo de los encadenamientos hacia delante depende en forma imperante de la similitud tecnológica entre la actividad extractiva y la de procesamiento. Mientras mayor sea la similitud, mayor será el aprendizaje y más fuerte el impulso hacia delante; mientras mayor sea la distancia tecnológica entre estas actividades, menores serán el aprendizaje y el impulso.

El desarrollo de los encadenamientos hacia delante no sólo diversificaría la producción sino que podría ser sumamente rentable, puesto que abrirá nuevas opciones productivas y multiplicará el efecto sobre el recurso humano.

3.3. La teoría de interacción y los "distritos industriales"

La interacción da lugar a "juegos repetitivos²²" que elevan la confianza y reducen, por ende, los costos de transacción y de coordinación. Asimismo, la interacción acelera la difusión del conocimiento y la innovación, lo que es un bien "social" internalizado por el conjunto de empresas en el "distrito".²³ En ese sentido, la continua interacción en una localidad genera derrames tecnológicos, economías externas y economías de escala para el conjunto de empresas del "distrito", lo cual no fuera posible de estar cada empresa interactuando con las otras a gran distancia.

Por su parte, Dini²⁴ define un distrito industrial como:

"...una concentración, en un área geográficamente limitada, de empresas pequeñas especializadas en un sector dominante".

"El elemento clave de este original modelo de organización es el factor unificador; es decir, aquél que permite la integración racional y organizada de los numerosos sujetos que componen el distrito. Marshall denominó a este factor "atmósfera industrial",

²³ Ramos, 1998.

²⁴ Dini, 1992: 30.

concepto que se define como el conjunto de elementos difícilmente separables y que no se pueden describir fácilmente a través de las variables económicas tradicionales; entre otros destacan la cultura productiva, el conocimiento de los demás sujetos que forman parte de la comunidad y los vínculos existentes con éstos, y las tradiciones histórico-políticas comunes. Esta atmósfera es el verdadero canal de comunicación entre los diferentes sujetos; es el factor que hace posible la manifestación y la difusión de un hábito de colaboración e intercambio de información y de experiencias aún en un contexto altamente competitivo".²⁵

Esta teoría hace referencia a la metodología empleada por las pequeñas y medianas empresas europeas (PYME) para enfrentar un mercado altamente exigente, donde las alianzas estratégicas resultan vitales para la sobrevivencia.

Uno de los factores que promueven la integración es el costo de la información. Si éste es alto justifica la internalización de las relaciones productivas. Si los costos de coordinación interna son altos, debido a una excesiva burocracia, se produce una externalización de las relaciones, que el mercado puede estructurar con mayor eficacia. Dada la atmósfera industrial, se da una reducción de los costos de información y coordinación.

Ciertos elementos contribuyen a crear el ambiente en el que la acumulación de conocimiento de las empresas permite su rápida reacción, caracterizándose por las relaciones entre los sujetos que integran la comunidad:

- El sistema informativo (transmisión de información y conocimiento), consistiendo en un conjunto de canales y códigos de comunicación entre sujetos, al interior del distrito y hacia fuera de éste.
- El sistema institucional local: conjunto de subsistemas de representación y organización (gobierno local, asociaciones gremiales, sindicatos) y las normas existentes.
- El sistema formativo: todo el conjunto de entidades y estrategias dirigidas a la formación de recursos humanos.

La simple agrupación de empresas no se traduce *per se* en el surgimiento de un distrito industrial. Es necesario el desarrollo de un sistema de preferencias que motive a los miembros de la comunidad a preferir a otros integrantes de ésta. Este proceso de selección se puede dar entre empresas que se ocupan de fases sucesivas de un determinado proceso

²⁵ Op. Cit.

(colaboración vertical), así como entre empresas que compiten entre sí (colaboración horizontal).

Ello se da debido a una mayor permeabilidad entre los sujetos que integran el distrito y la fluidez de las relaciones de fuerza entre ellos. También se genera un sentido de pertenencia, lealtad y ética, sancionando cualquier actitud oportunista y cualquier acción que atente contra el orden establecido.²⁶

"Las regiones más dinámicas han sido las que han sabido aunar los esfuerzos de un amplio conjunto de entidades públicas y privadas comprometidos con el desarrollo local sin llegar a anular su autonomía y orientándolos en la consecución de objetivos coherentes".²⁷

Entre los múltiples beneficios que conlleva la cercanía física y cultural de las empresas, están la rápida difusión de la información, la facilidad del funcionamiento del mercado de trabajo, y el fomento de innovaciones basadas en el aprendizaje práctico.

En el caso de la innovación, esta puede generar dos situaciones:

- Que las ventajas derivadas de ella sean menores que las derivadas de la pertenencia al distrito, lo cual va a generar en el innovador la rápida difusión de su invento;
- Que la situación pueda variar si la innovación es radical, o sea una profunda transformación del proceso productivo, ante lo cual puede haber resistencia en el sistema como un todo.

En caso de que se presente un cambio repentino en el proceso productivo y de las reglas de competencia, el sistema puede reaccionar de tres formas:

1. Cada sujeto adopta rápidamente las innovaciones y adecua su organización al nuevo statu quo.
2. El grupo conformado por los no innovadores se ajusta ante las nuevas relaciones de fuerza, adoptándose el nuevo sistema;
3. Los sujetos afectados se unen para formar resistencia ante el cambio, empleando los mecanismos de control social propios de los distritos, segregando y sancionando al innovador. De vencer esta tendencia, el nicho se va "encerrando" hasta experimentar una paulatina decadencia.

²⁶ Idem.

²⁷ Op. Cit.: 39.

3.4. El Modelo de Michael Porter

Porter sostiene que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo y su grado de madurez. Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del *diamante*, es decir, de las relaciones de competencia entre empresas de la misma actividad; las relaciones con sus proveedores, con actividades de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados.

En el análisis de Porter, los complejos productivos se dan tanto en torno a los recursos naturales como en torno a actividades basadas en el aprendizaje y el conocimiento (por ejemplo, las telecomunicaciones, la computación y la electrónica).

Bajo el planteamiento de que la ubicación de la industria aporta una buena parte de las ventajas comparativas de la empresa, se sugiere a los complejos productivos como “una forma nueva de concebir las economías nacionales, estatales y urbanas, en la cual se necesitan que compañías, gobierno y otras instituciones jueguen papeles nuevos para mejorar la competitividad”²⁸

Porter le otorga un papel determinante a las acciones que lleva a cabo el Estado dentro de la formación de los complejos productivos. Las políticas macroeconómicas son vistas como condiciones necesarias no suficientes, ya que la influencia que tienen más impacto en el sistema es la que genera las políticas microeconómicas. Por medio de la formación de relaciones de competencia y complementariedad entre los distintos grupos de empresas e industrias, las cuales comparten en un mismo espacio geográfico, se crean imanes para la atracción de inversión extranjera y fomento de las exportaciones.

3.5. Variantes referidas a los Recursos Naturales

La Teoría del Crecimiento Económico, basada en los productos básicos, explica el desarrollo económico a partir de los impulsos provenientes de la exportación de sus distintos recursos naturales y a las inversiones en actividades relacionadas que ellos activan.

Estas actividades de “segundo” y “tercer” orden incluyen: actividades secundarias para proveer los insumos y los bienes requeridos por el

²⁸ INCAE, 1999 (b): 3.

recurso natural y por su fuerza de trabajo, la inversión en infraestructura para las exportaciones, y otras actividades, no necesariamente vinculadas a los recursos naturales, que pudieran aprovechar la infraestructura ya financiada por la actividad exportadora, pagando sólo sus costos variables. Cada auge exportador da lugar a una ola de inversiones de primer, segundo y tercer grado, que no sólo multiplica el efecto del impulso exportador inicial, sino que genera actividad económica cada vez menos dependiente de ese impulso.

De acuerdo con Ramos²⁹, la formación de un complejo maduro, que se forma alrededor de una actividad con una amplia ventaja comparativa natural, pasa por cuatro etapas.

1. En la primera, se extrae y exporta el recurso natural con el procesamiento local mínimo indispensable, dados los altos costos de transporte. Casi todo lo demás se importa: el grueso de los insumos, maquinaria e ingeniería.
2. En una segunda fase, se ponen en marcha actividades de procesamiento y exportación y se comienza a sustituir importaciones, con producción local de algunos insumos y de equipos (típicamente bajo licencia para el mercado nacional) y la provisión totalmente local de los servicios de ingeniería para la producción y parcialmente local en lo que a diseño se refiere.
3. En una tercera fase se comienza a exportar algunos de los bienes y servicios que primeramente se sustituyeron. La ingeniería es casi totalmente nacional y se profundiza la exportación de productos procesados cada vez más sofisticados.
4. En la cuarta fase se exporta de todo: productos procesados de gran variedad y complejidad, insumos y maquinaria a mercados exigentes, servicios de ingeniería de diseño y consultorías especializadas.

El desarrollo y conformación de un complejo productivo maduro exitoso exige mantener su competitividad, no sólo por su ventaja comparativa natural, sino cada vez más en virtud de mejoras continuas en la productividad (ventaja competitiva). En efecto, sin la acumulación de progreso tecnológico la evolución del complejo se frenará, limitándose a la "renta pura" de la fase extractiva.

Un complejo maduro se caracteriza por generar actividades tan sólidas que muchas sobreviven a la desaparición o disminución relativa del

²⁹ Ramos, 1998.

recurso natural que las impulsó originalmente. Cabe destacar también que los complejos productivos no se dan exclusivamente en torno a bienes físicos, como la extracción de recursos naturales, sino a la provisión de servicios vinculados a recursos naturales, tal el caso del desarrollo turístico.

Indudablemente, el desarrollo y fortalecimiento de los encadenamientos en casi todos los complejos está vinculado con una complementación institucional idónea, sea público (regional o estatal más que nacional), o bien con la inclusión de asociaciones de los propios productores del complejo. Esta complementación abarca desde programas de aprendizaje y capacitación hasta los centros de proveedores de servicios, incluyendo el desarrollo de carreras de educación superior con alta especialización tecnológica, vinculándose estratégicamente ésta con la industria en materia de innovación.

Un papel clave lo desempeñan también las instituciones financieras proveedoras de crédito, a veces muy especializadas para atender a las necesidades de diversos tipos de complejos.

De acuerdo con Ramos³⁰, el nacimiento y formación inicial de complejos son espontáneos y relativamente ajenos a cualquier apoyo institucional especial; no obstante, su desarrollo posterior se beneficia tanto de la acción colectiva de sus miembros como de las políticas de apoyo específicas que apliquen los organismos públicos del sector correspondiente.

4. PRINCIPALES FUENTES DE COMPETITIVIDAD EN LOS COMPLEJOS PRODUCTIVOS

Existen una serie de factores que determinan las condiciones bajo las cuales compiten las empresas pertenecientes a una misma industria. Tales factores constituyen un complejo sistema que influencia la competitividad de las firmas dentro de un complejo productivo particular. Elementos como el nivel de rivalidad de las firmas locales, el nivel de sofisticación de los mercados, la calidad de apoyo recibido por parte de las instituciones relacionadas y la disponibilidad de factores especializados, entre otros, serán los que determinen el éxito del complejo productivo dentro del sistema económico nacional e internacional.

³⁰ *Op. Cit.*

Dentro de un mismo complejo, cada factor debe ser considerado de acuerdo a su relación dinámica con el resto de los factores, lo cual significa que cualquier acción de cambio, aunque se refiera a un sólo factor, tiene un efecto en todo el sistema de determinantes de la competitividad y sus relaciones.

Las fuentes de ventaja competitiva dentro de un complejo productivo pueden tener un origen espontáneo, sin embargo, si existe cierto grado de desarrollo, existen motivos para que la administración pública, asociaciones y compañías lleven a cabo acciones para mejorar esas condiciones existentes, y por tanto, promover la competitividad de las empresas inmersas en el agregado.

El desempeño de tales factores y su interacción, explican por qué innovan y se mantienen competitivas las empresas que se ubican en regiones determinadas.

En general, los complejos productivos afectan la competitividad de un sistema en tres formas básicas³¹: (1) aumentan la productividad de las empresas o industrias constituyentes; (2) mejoran su capacidad de innovar (3) estimulan la formación de nuevas empresas que apoyan la innovación y amplíen el complejo productivo.

4.1. Ganancias de productividad generadas por los complejos productivos

Las ganancias en la productividad son un aspecto muy relacionado con la cercanía geográfica y la localización de los complejos productivos, ya que estos incentivos dependen del contacto personal, de las relaciones estrechas y constantes, así del acceso de los miembros a la información de la industria.

Las ganancias de productividad derivadas de los complejos productivos pueden sintetizarse en cinco puntos³²:

4.1.1. Acceso a insumos y empleados especializados

El estar incluido en una forma organizacional espacial brinda un mayor acceso a insumos especializados en comparación con la integración vertical, las alianzas formales o la importación de insumos de lugares distantes. Dado que los complejos productivos abarcan industrias

³¹ INCAE, 1999 (b).

³² INCAE, 1999 (b).

relacionadas, la disponibilidad de diversos insumos entre los proveedores participantes, es una de las mayores ventajas de abastecimiento.

En el caso de contar con proveedores integrantes del complejo, los costos de transacción resultantes del abastecimiento de recursos y materia prima son menores, eliminando el costo de importación, disminuyendo el costo de inventarios y permitiendo la prestación conjunta de servicios auxiliares o de apoyo.

Otra de las ventajas de abastecimiento son las mayores posibilidades de encontrar mano de obra competente y experimentada dentro del complejo, ya que en este sitio se encuentran instalados establecimientos del mismo tipo. Los complejos productivos se convierten en generadores de mano de obra especializada, aumentando la oferta de recurso humano, servicios y componentes específicos.

La existencia de trabajadores competentes y con experiencia dentro del complejo, permite que la empresa no tenga que costear la formación especializada de los trabajadores, constituyéndose esto como una externalidad positiva en el sentido propio. Además, los intercambios formales e informales de información suelen tener por efecto un aumento de la productividad global de la mano de obra de la industria. Es muy posible que este último factor, más que ningún otro, explique la productividad y por lo tanto también los salarios más elevados de las aglomeraciones urbanas. Podemos agregar que la empresa no asume necesariamente ciertos costos fijos o indivisibilidades relacionadas con la formación de la mano de obra: escuelas técnicas especializadas, revistas especializadas de circulación local, estaciones de televisión y de radio locales, etc.”³³

4.1.2. Acceso a la información

Las empresas que se encuentran dentro de un mismo complejo productivo tienen mayor acceso a una gran cantidad de información de mercado, técnica y de otra índole especializada. La información es muy sensible a la distancia, por lo que encontrarse en un mismo espacio geográfico permite generar un valioso flujo de información entre unidades del mismo complejo. La interacción entre estas unidades económicas relacionadas genera ventajas en la búsqueda de mejoras tecnologías e innovaciones en los métodos de producción y comercialización.

³³ Polèse, 1998: 99.

4.1.3. Complementaciones

Existen aglomerados en donde las actividades de cada empresa son complementarias, por lo que cada una de las firmas agrega valor al bien o servicio prestado. La cercanía y la interacción de los agentes pueden sobrevalorar el producto o mejorar la calidad del servicio prestado, a través de la logística, el diseño del bien y el servicio que se le otorga al cliente después de la venta.

La ubicación cercana de las empresas e industrias dentro de un mismo complejo productivo permite que las relaciones complementarias se lleven a cabo minimizando los costos de transacción, especialmente las que entrañan nexos tecnológicos y la necesidad de coordinación continua. Estas complementariedades se refieren a actividades conjuntas de logística, mercadeo, servicio, comercialización o cualquier otro servicio o actividad relacionada que permita aumentar el valor del producto.

4.1.4. Acceso a instituciones y bienes públicos

Muchos de los insumos más costosos de un complejo productivo son bienes públicos. Estos bienes no necesariamente son financiados por el Estado, ya que en algunos casos, las ventajas colectivas que perciben los participantes del complejo hace rentable realizar inversiones privadas en bienes públicos a través de asociaciones gremiales u otros mecanismos colectivos.

En este sentido, el Estado también realiza aportes en infraestructura especializada, programas educativos, información, ferias comerciales, mercadeo y otras actividades de apoyo, las cuales tiene beneficios derivados para muchas empresas.

4.1.5. Incentivos y medición del desempeño

La presión de la competencia se convierte en un fuerte incentivo para mejorar y alcanzar una mayor productividad. La cercanía geográfica permite observar la productividad de las empresas rivales o colegas que realizan funciones similares y con esto llevar a cabo comparaciones del desempeño de los empleados, de los recursos con que se cuenta y de los costos en cada una de las etapas de producción.

4.2. Incentivos para la innovación generados por los complejos productivos

Además de las ventajas relativas a toda la industria, se presentan incentivos y beneficios dentro de una sola compañía. Las ventajas

potenciales para innovar y mejorar son mayores en los complejos productivos, ya que las actividades de investigación y desarrollo, fabricación de componentes, ensamblaje, comercialización, apoyo a los clientes y otras, se sientan en un solo espacio, lo que facilita la eficiencia en el abastecimiento dentro de la compañía y el flujo de la información entre las diversas empresas³⁴.

Una de las ventajas de estar inmerso en un complejo productivo es la facilidad para percibir las nuevas necesidades de los compradores de una manera más clara, ya que cualquier información que tengan las empresas sobre cambios en el mercado, será conocida por el resto de las compañías. Las relaciones continuas entre los participantes de un complejo (incluyendo entidades de investigación y desarrollo), facilitan el aprendizaje sobre nuevas posibilidades tecnológicas, operativas o de prestación de servicios, ya que la interacción entre las firmas permite la observación directa de los métodos de producción.

La conexión entre los proveedores y los fabricantes puede ser vital para la facilidad, flexibilidad y capacidad de tomar medidas para cambiar e innovar, ya sea en el proceso productivo, logística, mercadeo, comercialización o transporte. La relación geográfica cercana entre las diferentes etapas de la producción, propulsa la innovación, a través de del suministro eficiente de los insumos necesarios para las nuevas tecnologías.

Al igual que en el caso de los incentivos para aumentar la productividad del recurso humano, la comparación constante entre firmas rivales o colegas hace que las empresas busquen formas alternativas y creativas de destacarse, teniendo como resultado una búsqueda constante de nueva tecnología. En una primera etapa del proceso de cambio, la facilidad de tránsito de la información genera una competencia permanente en la implementación de mejores sistemas productivos, seguido por una generalización de las nuevas técnicas escogidas.

Es necesario agregar que el proceso de innovación depende de la voluntad de cambio que tenga todo el complejo productivo, ya que si existe una mentalidad conjunta que refuerza las viejas tendencias, las nuevas ideas serán suprimidas y no se tomarán en cuenta las nuevas tecnologías.

³⁴ INCAE, 1999 (b).

4.3. Incentivos para la formación de nuevas empresas generados por los complejos productivos

Es importante tomar en cuenta las implicaciones que pueda tener la distancia dentro del estudio de los complejos productivos. "La ubicación es una variable poderosa que moldea las soluciones de compromiso entre mercados y jerarquías ... La interacción repetida y la informalidad de los contratos dentro de la estructura, los cuales resultan de vivir y trabajar en un área geográfica, fomentan la confianza, la comunicación abierta y reducen los costos de cortar y recombinar las relaciones de mercado"³⁵.

Según Porter, la mayoría de las empresas nuevas se forman en complejos productivos existentes y no en ubicaciones aisladas. Las razones son varias: (1) el atractivo es mayor dentro del complejo productivo, ya que ahí existe más información acerca de las oportunidades dentro del mercado; (2) las barreras de entrada son menores que en cualquier otra parte, ya que los activos destrezas, insumos y personal se encuentran disponibles en una misma ubicación geográfica; (3) suele encontrarse un importante mercado local y un número mayor de clientes potenciales; (4) las barreras de salida suelen ser menores, ya que existe menor necesidad de inversión especializada y mercados más profundos de activos especializados.

Las empresas que se encuentran ubicadas en otras regiones geográficas, en muchas ocasiones se desplazan hasta los complejos productivos en algún momento de su vida útil, tratando de aprovechar las ventajas en productividad e innovación que se obtienen al ser integrante del mismo.

5. ESTUDIO DE CASOS

5.1. El caso centroamericano

En la "Agenda para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible de Centroamérica hacia el siglo XXI" presentada por el INCAE y el HIID³⁶, se menciona la existencia de sectores productivos en los cuales se concentran complejos productivos con alto poder competitivo. Estos aglomerados podrían fungir como poderosos motores de crecimiento, ya que al tener una exitosa inserción en el comercio internacional, lograrían dinamizar las economías de la región y así, ampliar las opciones de progreso.

³⁵ INCAE, 1999 (b).

³⁶ INCAE, 1999 (a).

Para ello, se llevaron a cabo en Centroamérica estudios sobre las actividades económicas con mayores opciones de insertarse ventajosamente en el mercado internacional. Dentro de tales complejos de alto poder competitivo se destacan: el turismo, la industria textil, los agronegocios y las industrias de componentes electrónicos y producción de software. Las empresas que los conforman se encuentran en todos o casi todos los países de la región, y pueden llegar a desarrollarse en todos ellos.

Por otra parte, se aspira a que en Centroamérica se desarrolle un complejo productivo regional de servicios educativos de calidad mundial, en campos tales como: la agricultura tropical, la biotecnología tropical, la medicina, la administración y la informática.³⁷

5.1.1. Desarrollo del complejo de turismo en Centroamérica

A mediados de la década de los noventa se inició en Centroamérica un proceso de acercamiento entre los países en materia turística. Ello ha permitido trazar una estrategia formal de promoción de los países centroamericanos como destino turístico unificado.³⁸

Tal estrategia se basa “en los atractivos naturales de la región y en los potenciales corredores multinacionales de productos turísticos complementarios (ecoturismo, atractivos coloniales, arqueología, buceo, culturas vivas, cálido ambiente y hermosas playas).”³⁹ Además de su dotación de recursos naturales, la ubicación geográfica de la región y su clima, constituyen factores que potencian el complejo productivo, lo cual permite ofrecer un tipo particular de turismo basado en la naturaleza, demanda que cada vez se torna más fuerte y presenta mayor crecimiento.

Es por ello que el sector privado ha aumentado su participación en las políticas turísticas de sus respectivos países, como el diseño y cofinanciamiento de campañas promocionales, así como la coordinación con entidades públicas para el diseño de programas de capacitación técnica y profesional.⁴⁰

“Las propuestas estratégicas de la Agenda sobre este cluster buscar convertir al turismo en la mayor fuente de divisas de la

³⁷ INCAE, 1999 (a).

³⁸ INCAE, 1999 (a).

³⁹ INCAE, 1999 (a): 8.

⁴⁰ Op. Cit.

región, en alcanzar un ingreso regional por turismo del orden de los \$US4 mil millones dentro de 6 años, en llevarlo a una posición única en el mundo y en alcanzar estándares de calidad mundial.⁴¹

La región centroamericana se encuentra ante un importante reto, ya que en el sector turismo, la competitividad de un país reside en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial y su stock de recursos naturales. Es necesario que en las economías regionales y nacionales se presenten una serie de condiciones mínimas que propulsen la formación de complejos productivos en el sector turismo: (1) recurso humano con formación en la industria turística; (2) infraestructura esté diseñada para hacer accesible los recursos naturales existentes; (3) mercados de capitales que permitan financiar proyectos turísticos de largo plazo; (4) niveles de seguridad personal adecuados y (5) alta cobertura de servicios públicos de apoyo⁴².

5.1.2. Desarrollo del complejo de agronegocios en Centroamérica

Debido a la importancia de la agricultura dentro del sistema productivo centroamericano, esta actividad es considerada en este momento como un elemento fundamental para el establecimiento de su modelo de crecimiento y desarrollo. Históricamente, los agronegocios han sido el principal motor del desarrollo de la región, siendo el mayor generador de producto interno bruto, exportaciones y empleo, representando aproximadamente el 35%, 70% y 50% respectivamente⁴³.

En esta área, los agronegocios son una actividad económica y social estratégica, que puede generar una serie de efectos multiplicadores capaces de impulsar el desarrollo, generar ingresos y divisas a los países en vías de desarrollo, proveer alimentos a la población en general, y muy especialmente liderar el proceso de inserción de las economías nacionales en los mercados internacionales.

En la región centroamericana, los agronegocios han sido el eje tradicional de la economía, basando su potencial en las condiciones climáticas del Istmo. Las tendencias de los mercados mundiales y la experiencia de los empresarios regionales en materia agrícola, prometen un gran potencial en la formación de complejos productivos en este sector productivo.⁴⁴

⁴¹ Op. Cit.: 12.

⁴² INCAE, 1996.

⁴³ INCAE, 1999 (c): 13

⁴⁴ INCAE, 1999 (a).

En cada uno de los países de Centroamérica se están llevando a cabo actividades de índole privado y público, con el fin mejorar la competitividad de los agronegocios en la región; los talleres de consulta nacional son un claro ejemplo de esto. Tales talleres cuentan con la participación de ministros y viceministros de agricultura, presidentes de organizaciones del sector, empresarios, y representantes de otras organizaciones locales y regionales relacionadas con este complejo productivo.⁴⁵

Por medio de estas y otras medidas, se busca mejorar las condiciones de este complejo a través de la intensificación en los niveles de inversión y de innovación productiva, con el fin de que las empresas alcancen posiciones más competitivas en los mercados internacionales, multiplicando los beneficios económicos y sociales en toda la región.⁴⁶

La visión que se propone es concebir a “Centroamérica convertida en una importante plataforma internacional clase mundial de producción, procesamiento y exportación de productos de origen agropecuario altamente sofisticados, con un manejo adecuado y sostenible de sus recursos naturales”⁴⁷. Con este objetivo, se pretende incrementar la competitividad de los mercados agropecuarios nacionales, facilitar los instrumentos de integración hacia los mercados internacionales, mejorar la calidad de los productos de origen agropecuario diferenciados y agregar un mayor valor agregado a la producción agrícola regional.

En este momento, en la región no se ha desarrollado el concepto de empresa agropecuaria, por lo que la unidad de producción de mayor uso es la “finca”. Ante la inexistencia de un sistema de relaciones de articulación entre la agroindustria, la empresa agroexportadora y los numerosos pequeños productores, es necesario indexar una serie de vínculos, potencialidades y oportunidades comerciales que ayuden en la formación de aglomerados en esta actividad⁴⁸.

En general, los objetivos que se tienen para el complejo productivo de agronegocios en Centroamérica son los siguientes⁴⁹:

- mejorar la rentabilidad de los recursos productivos utilizados

⁴⁵ INCAE, 1999 (a)

⁴⁶ INCAE, 1999 (a).

⁴⁷ INCAE, 1999 (c): 4.

⁴⁸ Op Cit: 18

⁴⁹ Op. Cit: 4

- incrementar el valor de las exportaciones de origen agropecuario y forestal
- fomentar la creación de mercados eficientes de insumos, productos y servicios relacionados a nivel regional
- diversificar la producción y los mercados atendidos
- agregar más valor con estrategias de diferenciación y atención de nichos y segmentos de mercado, y con el semiprocésamiento y procesamiento industrial de productos regionales y extraregionales, tanto tradicionales como no tradicionales
- mejorar la gestión ambiental a todos los niveles de la actividad

Para llevar a cabo estos objetivos, es necesario conocer con anticipación las fortalezas y debilidades con que cuenta la región:

Factores Básicos	Factores Creados
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Suelos y climas adecuados y abundancia de tierras disponibles ➤ Potencial productivo durante todo el año (aunque los rendimientos varían) ➤ cercanía geográfica con respecto al mercado norteamericano ➤ Alta variedad de frutas tropicales y hortalizas ➤ Abundancia de mano de obra barata, aunque poco calificada (Nicaragua y Guatemala) 	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presencia de institutos de capacitación "clase mundial" tales como EARTH, ZAMORANO y CATIE, entre otros ➤ Instancias efectivas de concertación técnica (política a nivel regional, tales como CAC, CORECA, RUTA, etc.)
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ En Costa Rica y Honduras hay escasez de mano de obra no calificada en los principales productos de exportación y existe una fuerte competencia con las maquiladoras por este recurso ➤ Topografía accidentada de tierras agrícola dificulta la mecanización ➤ Problemas en el manejo de aguas (contaminación) 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Baja inversión en I&D ➤ Insuficiente nivel técnico de la mano de obra ➤ Escasez de financiamiento bancario de largo plazo para el productor agrícola ➤ Problemas de infraestructura en puertos y carreteras ➤ Debilidades en normas de calidad, sanitarias, etc. ➤ Ineficiencias en aduanas y altos costos de servicios de transporte ➤ Mala calidad y baja cobertura de servicios públicos básicos tales como electricidad, teléfono, agua, etc.

Fuente: INCAE, 1999 (c)

En general, en este momento la competitividad de Centroamérica depende de las condiciones favorables de los factores de producción y de las condiciones climáticas y geográficas presentes en la región (factores

básicos). Sin embargo, se está adoleciendo de otros elementos que brindan iguales o mayores incentivos en la formación de ventajas comparativas y durables, como lo son los factores creados de investigación y capacitación, altos estándares de desempeño, y un clima de negocios de alta rivalidad y eficiencia.

5.1.3. Desarrollo del complejo productivo de textiles en Centroamérica

La posición geográfica de Centroamérica y los tratos especiales que se reciben por parte de los mercados internacionales (especialmente Estados Unidos), sitúan a la región en un escenario diferenciado con respecto a otros países en la comercialización de textiles.

La Iniciativa de la Cuenca del Caribe permite la entrada libre de impuestos de algunos productos al mercado estadounidense, promoviendo la revitalización económica y expandiendo las oportunidades del sector productivo de la Región de la Cuenca del Caribe. La industria textilera es la más beneficiada en este trato preferencial, ya que recientemente se ampliaron las cuotas de exportación hacia ese mercado norteamericano.

Otro aspecto que favorece la formación de complejos productivos en textiles dentro en la región, son las ventajas comparativas referentes al costo de la mano de obra. Los incentivos (principalmente fiscales) que presenta la región para la atracción de inversiones extranjeras están encaminados en esta dirección. Dado que el precio del trabajo es el costo más importante en la producción de prendas textiles, los incentivos otorgados por los gobiernos locales tienen un impacto importante en la escogencia de la ubicación espacial de estas industrias.

Sin embargo, la concesión de permisos muy generosos puede ser un indicio de un ambiente interno débil, por lo que lejos de atraer inversión extranjera, servirá como barrera para la misma. Los altos incentivos fiscales no podrán mantener a largo plazo por si solos, la inversión productiva en un país, ya que no se trata de generar ventajas comparativas por medio de exoneraciones de cargas; sino de generar condiciones óptimas para el establecimiento de la inversión productiva.

Es indispensable agregar valor a la producción de prendas de vestir por medio de una estrategia regional que encamine la industria hacia una más sofisticada, que incorpore dentro de sus necesidades recursos

humanos con más preparación y formación, y que aumente la productividad y por ende el ingreso de cada trabajador⁵⁰.

Con respecto a los complejos productivos de servicios electrónicos y de software, estos se encuentran en una primera etapa de su desarrollo, el cual pareciera ser de grandes proporciones.

La generación de condiciones de alta calidad, tales como estabilidad política y económica, altos niveles de educación y destreza de la fuerza laboral, mercados locales con un mayor nivel de desarrollo, calidad en la infraestructura y marcos legales para la inversión extranjera, han llevado a importantes empresas de la industria de alta tecnología a escoger a la región como centro de operaciones. Las empresas tecnológicas son las que presentan mayores tendencias a la formación de aglomerados, por lo que la intención es que esta industria funja como poderoso motor de las economías regionales, dada la exitosa inserción en el comercio internacional.

5.2. El complejo de flores en Holanda

En la industria de las flores, Holanda es responsable de dos tercios de las exportaciones mundiales. A pesar de ello, este país es claramente deficiente en su dotación de factores básicos en esta actividad: escasez notoria de tierra, temporada corta de producción, clima inhóspito para el cultivo y mano de obra cara en relación con países competidores.⁵¹

Tal deficiencia es compensada con el desarrollo de factores especializados, los cuales han dotado a Holanda de una gran ventaja en la industria de las flores. Un hecho relevante es la importante cantidad de recursos que los holandeses invierten en la investigación relacionada con flores, donde tanto instituciones públicas como mixtas son participes, permitiendo entre otras acciones: introducir tecnologías para crear nuevos tipos de flores, extender la vida de las ya cortadas y mejorar las técnicas de cultivo.

Para contrarrestar la escasez de tierra y las inclemencias del clima, se han desarrollado sistemas artificiales cerrados de cultivos. Asimismo, se ha constituido una impresionante infraestructura para el manejo y la distribución de las flores, donde se incluyen bodegas, compañías de transporte y el sistema de subasta de flores más grande del mundo.

⁵⁰ INCAE, 1999 (a).

⁵¹ INCAE, 1996.

5.3. El complejo de leche⁵²

Este documento realiza un análisis de los procesos de generación de complejos productivos como efecto de los procesos de la globalización en el sector lechero. Presenta cinco casos de estudio en cuatro países latinoamericanos y uno europeo (Argentina, Chile, Colombia, Uruguay y Holanda).

Las cinco naciones difieren en cuanto a la base de recursos naturales y tecnología disponibles, así como en su trayectoria histórica y políticas económicas. Esto lleva a producciones que van desde los 11.2 millones de toneladas por año en Holanda hasta 1.3 millones en Uruguay. El precio promedio a los ganaderos es de US\$ 0.53 en Holanda, y US\$ 0.17 en Uruguay, reflejando las diferencias en las ventajas comparativas, la tecnología empleada así como la protección, subsidios y otras políticas de precios.

La ubicación y el tamaño de las plantas productoras de leche está condicionada por el área de abastecimiento, considerando a su vez que este producto tiene un alto contenido de agua, siendo pesado y voluminoso; sin el debido proceso es fácilmente perecedero. Lo anterior conlleva a que esta actividad se desarrolle bajo las características de un monopolio o monopsonio.

Debido a las características de caducidad y volumen, propias de la leche, su producción tiende a desarrollarse cerca de los mercados de consumo. La mayoría de las ciudades de cierto tamaño cuentan con un área productora de leche en sus cercanías, las cuales tienden a concentrarse e intensificar su producción en pequeñas fincas, dado el alto costo de la tierra.

Lo anterior genera altos rendimientos por animal y una producción estable a lo largo del año, aunque a su vez altos costos. En ese mismo sentido, el estar cerca de la ciudad garantiza que la calidad de la infraestructura vial es mejor que la de las zonas rurales.

Por otra parte, la apertura de nuevos caminos, la disminución de los costos de transporte y los avances tecnológicos en refrigeración, así como el desarrollo de redes de frío, ha fomentado el surgimiento de nuevas zonas dedicadas a la producción lechera ubicadas en regiones distantes de los centros de consumo.

⁵² Dirven, 1999.

Esto va de la mano con la teoría de la localización, expuesta por Von Thünen, según la cual existe un gradiente del uso del suelo, donde las actividades más intensivas y de mayor valor agregado se ubican cerca de las ciudades, y las menos intensivas en zonas más alejadas, hacia la periferia, como función de la “distancia económica⁵³”.

Bajo ese enfoque, la leche en polvo así como los quesos tienden a concentrarse en las periferias de los centros de consumo, en tanto que la leche líquida y otros productos de rápido vencimiento (como yogurt y quesos frescos) tienden a localizarse cerca de éstas.

La concentración geográfica de la producción evidencia que algún elemento o conjunto de ellos propicia el incremento en los ingresos. Los países latinoamericanos han observado un incremento de nuevas empresas articuladas al sector lechero, particularmente en el subsector servicios: laboratorios; importadores y distribuidores de semen y productores veterinarios; transporte; financieros; publicitarios, etc. A diferencia de los laboratorios, transporte y los servicios financieros, los demás tienden a emplazarse en la ciudad capital, trabajando con representantes locales en las principales regiones productoras.

El surgimiento de los servicios está supeditado por las siguientes fuerzas⁵⁴:

- crecimiento normal y procesos de modernización de cada empresa
- contratación de servicios complementarios por parte de la empresa
- implementación de nuevas normas (ambientales, sanitarias, legales), requisitos y hábitos (empacado, calidad, homogeneidad, diversificación) influenciados a menudo por los procesos de apertura comercial y globalización, así como tendencias (tales como consumo de comidas rápidas, diversificación de productos y publicidad) que convergen hacia un patrón similar a nivel mundial
- estrategias defensivas para la sobrevivencia

En Colombia, cada conglomerado lechero está ubicado en una región diferente, con pocas interacciones entre ellos, grandes diferencias de precios entre productores y consumidores, así como pocas industrias

⁵³ La “distancia económica” involucra la distancia física así como el rango de los costos de transacción que median en los mercados. La distancia física (que incide en el acceso a la mano de obra, el capital –físico y financiero-, el producto y las relaciones con los mercados) va a incidir en el tamaño de las empresas ubicadas en zonas rurales, de manera tal que a mayor distancia, menor el tamaño de ésta.

⁵⁴ Op. Cit.: 6-7.

productoras de leche compitiendo entre sí, siendo una de ellas usualmente una cooperativa.

Algunos de los efectos más evidentes de la globalización en tales contextos son el fortalecimiento de conglomerados transnacionales en detrimento de la pequeña y mediana empresa lechera, la desestructuración de las capacidades tecnológicas en el plano nacional, la formación de nuevas estructuras orientadas hacia el servicio, así como la explosión de nuevos productos dirigidos hacia el consumidor final rodeados por una inmensa maquinaria publicitaria.

5.4. El complejo frutícola en Chile⁵⁵

Chile se ha convertido en el principal exportador de fruta fresca de clima templado del hemisferio del sur, pasando de exportar \$US100 millones anuales a mediados de la década del setenta, a exportar \$US1300 millones en 1999.

La implementación de complejos productivos en agronegocios en Chile, se ha visto favorecida por la creación y fortalecimiento de las ventajas comparativas y competitivas, formadas a través de la combinación de las excelentes condiciones naturales del país, un entorno económico de apertura y libre competencia favorable al desarrollo de complejos, coordinación y cooperación entre el Gobierno y el sector privado, y el manejo eficiente de los limitados recursos de infraestructura del país.

El caso de Chile es un ejemplo de un avance en la formación de un complejo productivo impulsado por la inversión. "La competitividad de los agronegocios en ese país cada vez está menos basada en los factores básicos de producción y más basada en otros elementos....Los otros elementos que explican este éxito son la alta rivalidad, la inversión, eficiencia y especialización; y el desarrollo de factores creados en transferencia de tecnología e infraestructura en la alta organización y coordinación del sector"⁵⁶.

La política económica implementada por las autoridades chilenas ha beneficiado la creación de complejos en la producción y exportación de frutas frescas gracias a dos medidas en particular: la eliminación de distorsiones en las señales de mercado que se le enviaron a los agentes económicos y los incentivos que se otorgaron para incrementar el ahorro, la inversión y la exportación.

⁵⁵ INCAE, 1999 (c).

⁵⁶ INCAE, 1999 (c): 39

El complejo productivo frutífero de Chile presenta varias características que determinaron su éxito:

- Alta rivalidad a todo lo largo de la cadena agroindustrial, lo cual obliga a las empresas a especializarse en lo que hacen para ganar eficiencia y mantener costos competitivos.
- Existencia de industrias relacionadas y de apoyo, relativamente desarrolladas y eficientes, lo cual hace innecesario la integración vertical y horizontal.
- Manejo eficiente de la infraestructura de transporte y logística mediante el planeamiento de la inversión de los limitados recursos en sistemas, procesos e infraestructura.
- Investigación y desarrollo concentrado en universidades con un fuerte enfoque hacia el mercado y las necesidades del sector productivo.

Al final, el costo social del ajuste fue alto; la mayoría de las empresas fueron a la quiebra, incrementando a corto plazo el desempeño y la pobreza. Sin embargo, las cifras finales parecen indicar que los beneficios del modelo fueron mayores que los costos iniciales del ajuste dejando un superávit en las ganancias sociales del mismo.

5.5. Un complejo diversificado en California⁵⁷

Este complejo es uno de más sofisticados y eficientes del mundo, ya que se encuentra en una región que es líder mundial en productividad agrícola, tecnología de procesamiento, comercialización y distribución, calidad e inocuidad de alimentos, y gestión ambiental. Uno de los mayores logros de este complejo es la producción de bienes de muy alta calidad y alto valor agregado, con la utilización eficiente de los recursos naturales.

En el complejo se encuentran inmersas una serie de actividades diversas, las cuales abarcan la producción de más 250 cultivos. La relación entre las actividades ha llevado a la consolidación de encadenamientos entre los productores, los suplidores de equipo, insumos, servicios y conocimientos tecnológicos locales.

La existencia de factores básicos ayudó en gran medida a la formación del complejo. Sin embargo, la mayoría de los incentivos fueron creados a través de políticas estatales y nacionales. Las acciones del gobierno local y nacional, junto con el apoyo de los gremios y suplidores locales, complementaron el sistema con aspectos como desarrollo de

⁵⁷ INCAE, 1999 (c).

infraestructura de riego, transporte, procesamiento, crédito, programas de I & D y programas de asistencia técnica, financiera y comercial.

California no es una región que se caracterice por el bajo costo de los factores productivos (principalmente tierra, mano de obra y electricidad), lo cual dificultaba la formación de complejos exitosos. El desarrollo de este eficiente aglomerado de agronegocios está basado en la participación del Gobierno, principalmente mediante la toma de medidas en conjunto con la industria para resolver los problemas que limitan el desarrollo.

Este es uno de los complejos productivos que presenta una demanda interna más exigente, ya que esta cuenta con altos niveles de sofisticación, información, ingreso, estándares de calidad, sanidad y ambiente. Esto ha sido solucionado a través de la adopción y creación de nuevas tecnologías, por medio del Programa de Investigación y Extensión de la Universidad de California, el cual es uno de los mejores del mundo en investigación aplicada a la agroindustria.

La relación entre las universidades y la industria, principalmente a través de las asociaciones gremiales, a traído como consecuencia aumentos en los rendimientos de campo y disminución en los costos de producción. En este momento se están reorientando los esfuerzos del gobierno para que el sector privado tenga una mayor participación en el campo de la investigación en aquellas áreas que pueden ser retribuidas por el mercado.

El complejo de California es un ejemplo de un sistema productivo basado en la innovación, por medio de la adopción y adaptación progresiva de nuevas tecnologías.

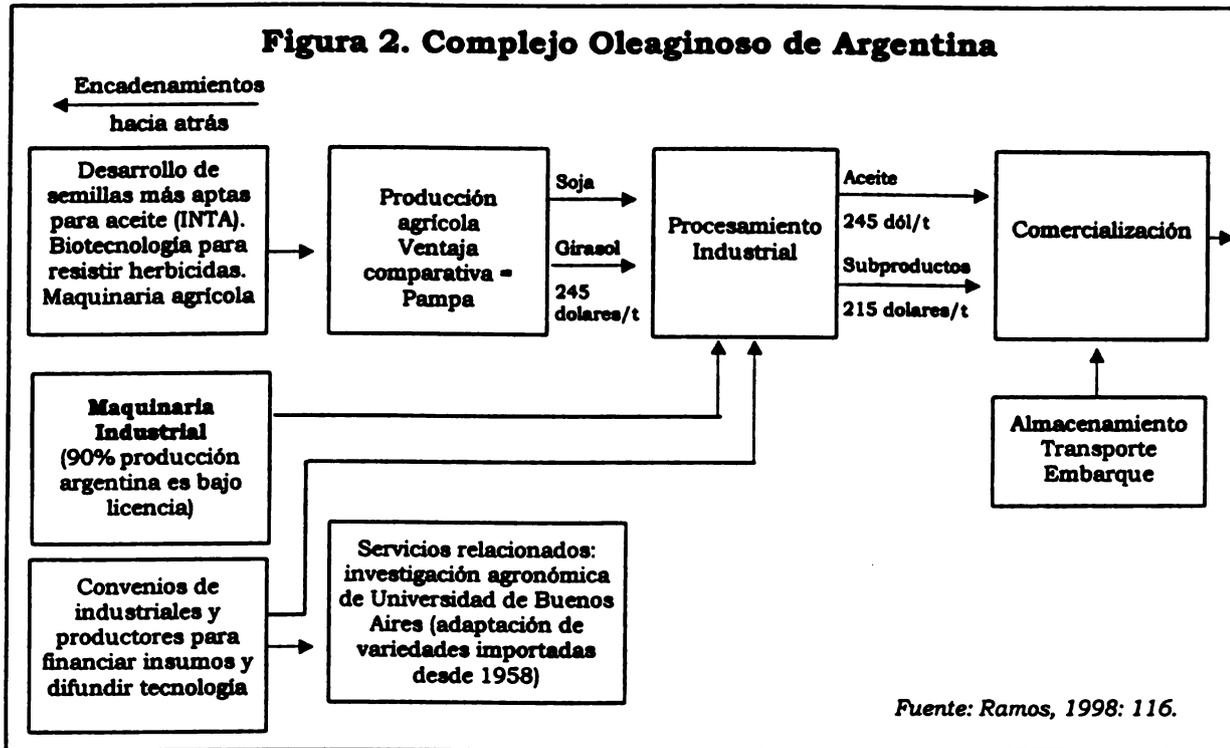
5.6. El complejo oleaginoso en Argentina⁵⁸

El complejo oleaginoso de Argentina genera el 25% de las exportaciones de dicho país (Diagrama N. 2). Esta industria aprovecha la ventaja comparativa para la producción agrícola que ofrece la pampa argentina, además de la proximidad de la costa, lo cual es indispensable para la salida de los productos a los mercados internacionales.

El éxito de este complejo perteneciente al sector agroalimentario se vio mediatizado, básicamente, por la duplicación del precio internacional de las semillas oleaginosas y del aceite, el aumento sostenido del rendimiento por hectárea en los últimos 20 años, y la factibilidad de

⁵⁸ Ramos, 1998.

trabajar con dos cultivos (trigo en invierno y soya durante el resto del año) lo que permitió duplicar la rentabilidad de la tierra.



Actualmente este complejo muestra evidencias de haber alcanzado su etapa de madurez, evidenciando encadenamientos hacia los lados, adelante y atrás.

Las fases agrícolas y de procesamiento industrial presentan importantes encadenamientos hacia atrás, tales como demanda de maquinaria, herbicidas y semillas oleaginosas, que permitió el desarrollo de la industria nacional de equipamiento, biotecnología e insumos. A su vez, se ha desarrollado una relación intrínseca entre los sectores primario e industrial, brindándole los segundos a los primeros financiamiento para insumos y asistencia técnica, asegurándose así, un abastecimiento de producto para el procesamiento.

Como mecanismo fortalecedor del complejo, la investigación universitaria ha jugado un papel preponderante, a través de los centros de investigación agronómica de la Universidad de Buenos Aires.

Hacia adelante se muestra un complejo industrial que convierte el insumo agrícola en aceite y subproductos, proceso que permite duplicar el valor por tonelada.

Este complejo observó tres etapas: la primera de ellas, de 10 años de duración, donde el aumento de las exportaciones de grano alcanzó los \$US600 millones anuales.

La segunda fase se caracterizó por el dinamismo de la actividad procesadora, duplicándose las exportaciones, hasta llegar a alcanzar un valor actual de \$1500 millones anuales. Este dinamismo básicamente se debió a un aumento en el precio internacional de los aceites, un tipo de cambio que favoreció a la exportación industrial más que a la agrícola, la innovación tecnológica en el procesamiento industrial, y a mejoras en la productividad en función del aprendizaje y las economías de escala.

La tercera etapa observó la potencialidad y despegue de los procesos de comercialización, a partir de la desregulación de muchas actividades esenciales para el comercio (como ferrocarriles, transportes y puertos) y, como secuencia de ésta, se inició un ciclo de fuerte inversión en bodegas de almacenamiento, transporte, ferrocarriles, puertos y embarques propios.

La evidencia del éxito del complejo oleaginoso argentino se visualiza en la penetración en mercados externos exigentes, como el de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), donde el ingreso de oleaginosas y productos afines (tales como pienso, semillas y frutas oleaginosas) ha ido de la mano con los esfuerzos de exportación de maquinaria para elaborar alimentos.

6. CONCLUSIONES

En el desarrollo de los complejos productivos es vital el compromiso de todos los agentes económicos, dado que la toma de decisiones debe estructurarse como parte de un proceso de planificación estratégica, el cual permite coordinar esfuerzos a través de la participación de todos los sectores de la sociedad, desde los productivos, hasta los políticos, jurídicos y formativos.

Tal y como lo apunta Ramos⁵⁹, con esto en mente, se reduce la incertidumbre, se trabaja en una posición más cercana a la frontera de posibilidades máximas de producción, se maximizan las rentabilidades y, por ende, se multiplica la eficacia y la acumulación de los factores productivos.

⁵⁹ Op. Cit.

La creación de factores óptimos para la formación de complejos productivos es una de las mayores tareas que tienen los sectores productivos y el sector institucional involucrado, ya que según la experiencia, el contar con factores básicos de producción no asegura en ninguna medida el éxito de los aglomerados.

VIII. METODOLOGIAS: EXPERIENCIAS DEL IICA

A través de los años, el Instituto se ha involucrado de lleno en el estudio y análisis de la competitividad. El desarrollo de estas experiencias, así como las validaciones de las mismas, sientan las bases para continuar con el estudio del tema. A continuación se realiza un recorrido sobre algunas de las metodologías que se han generado dentro de la Institución.

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN ANALISIS DE CADENAS AGROALIMENTARIAS

1. PEQUEÑA AGRICULTURA, COMPETITIVIDAD E INTEGRACIÓN COMERCIAL: Metodología y aplicación al caso del arroz en Chile. Farías, C., PROCODER, IICA, 1993.

La metodología propuesta en el documento citado se refiere al estudio de la competitividad en el sector agropecuario, aplicada al caso de pequeños productores, aportando valiosos elementos para la inserción de la pequeña agricultura en los procesos de integración. Esta metodología se basa en dos conceptos relacionados: el mercado agropecuario y las cadenas agroindustriales, considerando al mercado como una institución, en donde participan un sinnúmero de actores, vinculados a la actividad primaria, a la transformación, a la intermediación y a la distribución. Además, el análisis de mercado y de los sistemas agroindustriales se relacionan con las políticas macroeconómicas y sectoriales.

La propuesta metodológica corresponde a una comparación de precios y márgenes entre la situación actual y el escenario de políticas asociado a la integración regional. El objetivo primordial es reflejar claramente estas diferencias para que los analistas puedan determinar el posible impacto que tendrá la integración comercial sobre el escenario de precios que enfrentaría el sector de la pequeña agricultura.

Los pequeños productores agropecuarios se colocan en una situación de mayor vulnerabilidad y riesgo que otros, ya que presentan características tales como: escala reducida, trabajo familiar, acceso limitado a recursos productivos e inversiones y mayores niveles de rigidez.

Los bienes agropecuarios presentan diferentes características que dificultan el tratamiento de estos como "commodity". Algunas de estas características particulares de los bienes agropecuarios son: la alta perecibilidad de un conjunto importante de productos, la variada calidad de los mismos, la estacionalidad de cosecha y la extensa distribución espacial de la producción.

En una cadena agroalimentaria es posible distinguir la presencia de varios productos diferentes, por ejemplo primario y elaborado, los cuales conforman su propio mercado en el camino hacia el consumidor final. Entre los componentes, existen funciones de facilitamiento para la comercialización (elaboración, acopio, transporte).

La comercialización es un proceso que llega hasta el consumidor final, en el cual pueden ocurrir una serie de intermediaciones que transforman el producto original y van confluyendo hacia demandantes superiores que también pueden tener acciones de transformación; tales transformaciones sucesivas originan la existencia de mercados relacionados y canales de comercialización.

El modelo de análisis expuesto, aproxima tendencias de comportamiento dentro de una cadena de comercialización, incorporando relaciones que den cuenta de la respuesta y comportamiento de los agentes a las variaciones de precios, impuestos y subsidios. Por ello, se inicia con una conceptualización del sistema de comercialización. Posteriormente se establece el escenario base sobre el cual se va a realizar el análisis. Una vez establecido lo anterior, se realiza una descomposición de los márgenes (impuestos y subsidios, cuotas o permisos de importación y exportación, y costo de elaboración). Seguidamente, se determina el precio a productor y por último se analizan los mercados de importación y exportación.

1.1. Sistema de comercialización

“Este proceso corresponde a la ejecución de todas las actividades de negocios incluidas en el movimiento de bienes y servicios desde el punto inicial de producción agropecuaria hasta que estos estén en las manos del último consumidor”¹.

La comercialización proporciona una serie de elementos necesarios para el funcionamiento del mercado:

- **Forma:** transformaciones físicas que debe experimentar un producto.
- **Lugar:** movimiento que requiere el producto para ubicarlo en el espacio donde concurre el consumidor.
- **Tiempo:** distribución temporal del producto de acuerdo a las necesidades que determina el consumidor, así como existencia de déficit o superávit temporales en la oferta.
- **Poseción:** valor que le agrega un intermediario al ser el agente encargado de transferir el producto hacia el punto de consumo.
- **Información:** acciones de compra-venta y promoción del producto a nivel de consumidor, así como acciones para variar la respuesta y comportamiento que el demandante muestra en el tiempo.

¹ Fariás, 1993: 15.

1.2. Escenario base

Con el fin de evaluar la competitividad de la pequeña agricultura en el marco de la integración, se establece un escenario base correspondiente a la situación histórica de precios en la cadena de comercialización. El impacto de la integración se mide a través del diferencial de precios que recibe el productor.

El análisis se realiza evaluando la cadena de transmisión de precios y los márgenes de los principales eslabones desde el productor hasta el consumidor final, estableciendo los diferenciales de precios y descomponiendo los márgenes, para sí identificar los factores que podrían verse alterados por un proceso de integración.

Los diferenciales de precios reflejan una serie de factores, entre los más importantes: la estructura del mercado, los costos de elaboración, las diferencias de calidad y la ubicación espacial y temporal. Debido a la compleja composición de los márgenes se aconseja medir y analizar sólo aquellos eslabones y componentes específicos en los cuales se espera alguna transformación derivada de la integración.

Paralelamente, se evalúa la estructura de costos de producción del agricultor para determinar la magnitud de sus márgenes de operación. Lo que interesa es descomponer los costos de producción ya que su actividad también se ve afectada por políticas públicas que inciden directa o indirectamente en los precios y costos de los insumos, mano de obra, capital y precios de venta del producto.

"La orientación de este estudio para el análisis y descomposición de los márgenes se basa en el supuesto que la integración regional reducirá a cero los impuestos y subsidios directos sobre el precio de los productos, y los aranceles y demás tarifas aduaneras para productos e insumos al interior de la región²".

1.3. Medición de márgenes

El procedimiento para medir los márgenes de comercialización se basa en el estudio del diferencial de precios global, para definir su magnitud y comportamiento en el tiempo, tomando para ello los precios a nivel del consumidor y del productor, o pagados por el elaborador. De forma paralela, debe evaluarse la estructura del mercado y sus agentes, así como el costo del procesamiento e intermediación.

² Op. Cit., 1993: 29.

El método más sencillo es “calcular las diferencias entre los precios disponibles dentro de la cadena y evaluar su estabilidad en el tiempo, considerando los valores absolutos y/o porcentuales. Es decir, verifica si la diferencia absoluta entre los precios, en términos de moneda real, muestra un comportamiento que permita asumir una constante. En su defecto, verificar si esta diferencia medida en porcentaje muestra estabilidad en el tiempo”³.

Si P_c : precio al consumidor
 P_p : precio al productor en el mercado
 $M = P_c - P_p$: margen bruto de comercialización

Los indicadores a evaluar serían del tipo:

- $I_1 = P_c/P_p$: mide como relación porcentual la diferencia entre el precio al consumidor y el precio al productor. Esto representa una situación en que el margen se determina en base a una proporción del precio del producto primario, la cual es común en productos sin elaboración o en productos elaborados donde el costo del insumo (producto primario) representa una alta proporción del valor del producto final.
- $I_2 = M$: corresponde al margen absoluto entre el precio al consumidor y al productor.
- $I_3 = M/P_p$: mide el margen entre consumidor y productor como una proporción del precio al productor. Es equivalente al indicador I_1 .
- $I_4 = M/P_c$: mide el margen entre consumidor y productor como una proporción del precio al consumidor.

Para evaluar la magnitud de los indicadores se determinan los siguientes estadígrafos a una serie continua de precios mensuales:

1. Promedio
2. Desviación Estándar
3. Valor máximo
4. Valor mínimo
5. Coeficiente de Variación

“Los estadígrafos 1 al 4 permiten una primera visualización de la magnitud de los indicadores y su estabilidad en el tiempo. El Coeficiente de Variación, que se calcula dividiendo la Desviación Estándar entre el Promedio, permite medir la variabilidad de cada indicador y la comparación entre ellos. En la medida que

³ Op. Cit., 1993: 31.

el Coeficiente de Variación sea más próximo a cero, el promedio calculado es más estable en el tiempo [...] El indicador que presente la menor variabilidad en el tiempo será el seleccionado para su posterior utilización en la evaluación. Márgenes intermedios entre consumidor y productor se deben medir de la misma manera”⁴.

1.4. Descomposición de los márgenes

“En general, los márgenes se componen de costos, utilidades e impuestos y/o subsidios. Los costos corresponden a los asociados a la elaboración y/o acondicionamiento, transporte, acopio y financiamiento esencialmente. Las utilidades son los márgenes de ganancia de los agentes. Los impuestos y subsidios son los que se aplican directamente al precio del producto”⁵.

A continuación se detallan los componentes de los márgenes:

- **Costos:** interesa medirlos en los eslabones donde se verifique la existencia de impuestos, subsidios o cualquier medida arancelaria, para-arancelaria o de fomento a la producción que indirectamente afecte el nivel de los márgenes.
- **Utilidades:** los impuestos a los cuales están sujetos, en general no se negocian en acuerdos de comercio. Si requiriesen medirse, se puede recurrir al porcentaje de rentabilidad reportado en los balances de las empresas o estimarse como una variable indicativa de la tasa de interés de mercado.
- **Impuestos y subsidios:** interesa medirlos por cuanto son los elementos de las negociaciones de integración. Afectan los precios y márgenes a partir del punto de la cadena en donde se apliquen, en dirección hacia arriba, hacia abajo o en ambas. Su transmisión a lo largo de la cadena depende del tipo de instrumento así como de su magnitud. Los impuestos y subsidios que afectan al productor o a la producción pero no se relacionan con el precio del productor deben excluirse.

1.4.1. Impuestos y subsidios

Estos pueden ser tanto aplicados a productos como a otros sectores de la economía.

1.4.1.1. Aplicados a productos

⁴ Op. Cit., 1993: 32.

⁵ Op. Cit., 1993: 33.

Se tienen dos clases de impuestos:

- **Los variables:** afectan directamente al precio del producto y aplicados normalmente en términos porcentuales. Se calculan:

$$T = t * P$$

Donde

t: tasa de impuesto

P: precio sobre el cual se aplica

Para el análisis, interesan los impuestos que afectan al consumo de productos determinados. El impuesto general al consumo no se considera dentro de las negociaciones de integración.

- **Los fijos:** se transcriben directamente al margen de la cadena donde se aplica.

Respecto a los subsidios, cuando éstos afectan directamente al precio de un producto, su medición es:

$$S = s * P$$

donde **s** es la tasa de subsidios sobre el precio **P**.

1.4.1.2. Aplicados a otros sectores

Pueden existir impuestos y/o subsidios aplicados a otros sectores de la economía que afectan los costos de comercialización. Ya que éstos impuestos pueden ser elementos de negociación de la integración, deben ser evaluados al interior del margen en que inciden, traduciendo su efecto en términos del precio del producto (costos de comercialización).

Así, un impuesto específico al consumo de combustible afecta indirectamente a los precios de los productos a través de los costos de transporte. La medición sería:

$$T = \frac{(t * P) * D/C}{Q}$$

donde

T: valor del impuesto por unidad de producto (\$/ton)

t: tasa del impuesto (%)

- P:** precio del combustible (\$/H)
D: distancia promedio de movimiento del producto (Km)
C: consumo medio de combustible (Km/H)
Q: capacidad del transporte (t * P) por su valor

Si el impuesto es fijo, se sustituye (t * P) por su valor.

Los créditos con tasa preferencial destinados a financiar la comercialización del producto, constituyen un ejemplo en el caso de subsidios. La medición sería:

$$S = \frac{(im - is) * M}{Q}$$

donde:

- S:** valor del subsidio por unidad de producto
im: tasa de interés de mercado
is: tasa de interés preferencial
M: monto del crédito promedio
Q: total de unidades de producto comercializados

M y Q pueden obtenerse de la fuente de financiamiento o calcularse para un caso típico de un agente que accede a la línea de crédito.

"Si no se conoce el monto de los impuestos y/o subsidios, una aproximación es obtener la recaudación total del impuesto o el monto asignado al subsidio y asumir que se distribuye en los distintos sectores económicos basándose en su participación en el Producto Interno Bruto. El monto resultante debe repartirse en el total de producto que afecta"⁶.

La aplicación de aranceles y otras tarifas arancelarias se reflejan en los costos de importación para cada producto, su medición se extrapola de la estructura de costos de importación. Si el producto importado entra como parte de los márgenes de la cadena de comercialización, el total de tarifas arancelarias debe reflejarse en él. Si el costo de importación representa sólo una referencia para los precios internos, puede aplicarse al margen la relación porcentual de los aranceles sobre el costo de importación.

1.4.2. Cuotas o permisos de importación y exportación

Inciden en el mercado a través de la regulación de los volúmenes que se transan con el exterior. Su efecto depende del costo al que se aplique:

⁶ Op. Cit., 1993: 35.

- **Productos importables:** para los consumidores o quienes utilizan éstos productos, la existencia de cuotas o permisos de importación o exportación se traduce en un mayor precio, por lo que su eliminación se traduce en menores precios internos al nivel de consumidor y productor, debido a lo cual es necesario reevaluar el margen y la existencia de agentes económicamente ineficientes como consecuencia de la protección. Su efecto en los precios internos se puede medir calculando la diferencia porcentual entre el costo de importación y el precio al que se recibe el producto en el mercado interno, ello permite traducir la cuota en un equivalente a un arancel a la importación:

$$A = \frac{P_i - CI}{P_i}$$

Donde

A: arancel equivalente

P_i: precio de mercado interno

CI: costo de importación real

Productos exportables: los precios a nivel del productor y del consumidor aumentan. Se genera un incentivo para ingresar en la actividad y absorber el beneficio de la mayor exportación. La cuota también puede incorporarse como componente de los márgenes, a través de una expresión que la representa como un impuesto a la exportación:

$$A = \frac{PE - P_i}{P_i}$$

donde **PE** es el precio de exportación

1.4.3. Costo de elaboración

La forma sencilla de aproximarse a estos costos es a través de un coeficiente técnico de transformación que refleja el costo variable de la elaboración, el cual es prácticamente el total cuando el producto primario es el principal componente del producto elaborado.

Otra forma de medición, es en base a la construcción de un modelo de formación del precio del producto elaborado a partir de los precios del producto primario, los costos del proceso y el retorno (valor de venta) de los subproductos de la elaboración. Ello se representa en:

$$P_c = \delta * P_e + CP - VS$$

Donde

Pc: precio del producto elaborado, el cual no necesariamente es el producto final de la cadena. Mide la relación técnica-económica de la transformación por lo cual no incluye otros gastos asociados a la empresa ni la ganancia de la misma. Pc es el precio mínimo del producto elaborado, el que en condiciones de competencia y economías de escala es prácticamente el valor de mercado del producto.

δ : coeficiente técnico de transformación (kilos de producto elaborado por kilo de producto primario).

Pe: precios del productor primario.

CP: costo de procesamiento de un kilo de producto elaborado (insumos, personal, energía).

VS: valor de venta de los subproductos, si existen o tienen valor, originados por el procesamiento de un kilo de producto elaborado.

La diferencia entre Pc y Pe, sería el margen que representa el costo de la elaboración.

1.5. Determinación del precio a productor

El precio que se determina en el mercado corresponde a un producto homogéneo en cuanto a forma, lugar y tiempo, y corresponde al valor que el mercado le asigna a una "unidad estándar" del producto.

De esta forma, el precio que efectivamente recibe el agricultor, en su predio, se ajusta al estándar de mercado, incorporando el costo de transporte hasta el lugar de demanda. Si existen intermediarios (corredores) que realizan esta operación, el valor del servicio será ese mismo costo de transporte, en condiciones competitivas.

Por lo general, los "corredores" manejan grandes volúmenes de productores, a quienes cobran una comisión sobre la venta del producto. Para medir tal efecto sobre el precio que recibe el agricultor es necesario identificar la existencia de tales agentes así como el margen de utilidad que se asigne a su función. Una alternativa es utilizar la comisión porcentual que cobran los corredores.

El costo de llevar el producto al lugar de compra del mercado, debe medirse considerando el costo del flete por unidad de producto y la distancia al centro de abastecimiento.

Para aquellos productos que requieren de almacenaje antes de llevarse al mercado, debe evaluarse el gasto en que se incurre por tal acción: gastos de energía, materiales y personal involucrado.

Otro punto determinante del precio de mercado es la calidad del producto, factor más restrictivo para el caso de la agricultura campesina, ya que se refiere al acondicionamiento del producto a las condiciones que exige la demanda. En términos físicos, corresponde a acciones de secado y limpieza para el caso de los granos y composición para el caso de los productos en general.

1.6. Mercados de importación

Un mercado abierto, cuya producción no alcanza a cubrir las necesidades de abastecimiento interno, se encontrará en una relación de dependencia con el mercado internacional. En tales mercados, pueden presentarse condiciones de protección, de no competitividad o características inherentes al producto que ocasionan que las señales externas no influyan en el comportamiento doméstico.

Los mercados que presentan características de protección o concentración de oferentes y/o demandantes son dependientes de los mercados externos, y su grado de dependencia va desde absolutamente aislados hasta restringidos. Un mercado absolutamente aislado se asocia con aquel en el cual las trabas o niveles de protección hacen que una transacción internacional sea totalmente no económica. Tales mercados son los principales afectados con el proceso de integración comercial.

Debe evaluarse el impacto de la integración comercial en mercados importadores o que se transforman en importadores, para así medir el precio que los productos importados tienen y tendrán en el mercado, así como su asociación con los precios de la cadena de comercialización.

Asimismo, debe considerarse la existencia de otras trabas o barreras que pueden limitar o anular la posible importación. Existen una serie de características del mercado, país o producto denominadas barreras para-arancelarias o naturales, las cuales forman parte del conjunto de elementos que determinan la transabilidad de un producto en el mercado de integración. Dentro de éstas características se encuentran algunas como: perecebilidad, dificultad de manejo en grandes volúmenes, contenido de agua, condiciones sanitarias y dificultad de manejo de post-cosecha.

Otras barreras sanitarias o de condición, como calidad y envasado, son perfectamente negociables en un acuerdo de integración comercial. Por

ello, la evaluación debe considerar el caso extremo de eliminación completa de estas barreras, para así medir la situación que presentará el mercado en el nuevo escenario comercial.

Para todos los casos, la asociación del mercado doméstico con el internacional se verifica a través de los costos de importación del producto sustituto.

Los costos de importación se construyen sobre el valor FOB del producto. A partir de éste, se agregan los costos de flete y seguro hasta el punto de ingreso al país, obteniendo el precio CIF, al cual se le agregan una serie de gastos (apertura de carta de crédito, impuesto al crédito, intereses al crédito, arancel aduanero y honorarios de agente de aduanas), que se derivan de la modalidad de operación del importador, las tarifas de importación del país y los costos en que se incurre desde el desembarque hasta poner el producto en el mercado. Asimismo, dependiendo del tipo de producto y la modalidad de transporte (envasado o granel), existe un costo que se deriva de las mermas y pérdidas de producto en la manipulación desde el origen hasta el destino.

Una vez establecido el costo de la importación, debe determinarse cómo éste se incorpora en la cadena de comercialización, ya que el mismo incide en los precios que se forman al interior de la misma. Puede obtenerse una relación porcentual que determine el porcentaje que representa el precio interno sobre el costo de importación:

$$Mi = CI/Pi$$

Donde

Mi: margen global entre el precio interno (Pi) y el costo de importación (CI)

Para productos almacenables, se incluye un ajuste de costo de almacenaje y financiero entre el período que se cosecha y el que se realiza la importación. Si la duración del abastecimiento con producción nacional no varía en el tiempo, es necesario evaluar el costo de la siguiente forma:

$$Pi = CI/(1 + d)^N$$

Donde

d: valor porcentual del costo de almacenaje más el costo financiero mensual

N: número de meses que logra cubrir el abastecimiento nacional.

En un ambiente competitivo, el demandante está dispuesto a ofrecer un precio que lo deje indiferente entre comprar producto nacional y almacenarlo o realizar una importación en un mes futuro. La equivalencia entre ambas situaciones se obtiene al agregar al precio interno el costo de almacenamiento del producto, comparado con mantener inmovilizado el dinero o financiar la compra y almacenamiento del producto.

Una forma alternativa requiere determinar o estimar el costo de importación en el momento "N" y descontarle los costos de almacenaje y financieros, resultando en el máximo precio que está dispuesto a pagar el demandante en época de cosecha y comercialización de producto primario nacional.

Cuando no se encuentra una asociación clara entre el precio doméstico y el costo de importación, se puede recurrir a un modelo econométrico, donde una relación mensual puede expresarse así:

$$P_i(t) = \alpha + \beta CI(t-s)$$

Donde

t: mes actual

s: un rezago en la transmisión de las variables, ya que en un mercado de habitual importación durante el año, los precios internos responden a los costos de importación del mes actual y del año anterior.

Un modelo de este tipo indica que los agentes comerciales cuentan con información de precios a futuro, o perspectivas de tendencia, en el momento que determinan los precios internos.

1.7 Mercados de exportación

En este tipo de mercados no existen las barreras arancelarias ni las para-arancelarias.

La estructura normal de costos de exportación es la que incurre cualquier exportador de producto primario parte del valor CIF, a partir del cual se añaden los costos de flete y seguro para llegar al valor FOB, y se agregan una serie de costos para llegar al valor puesto en mercado, entre los que se encuentran: comisión del exportador, inspección sanitaria, embalado y estiba, impuesto a exportación, gastos de aduana, flete a puerto, control

de calidad, refrigeración, fumigación, selección y empaçado y materiales de empaçado.

Existen dos mecanismos por los cuales opera una exportación y se determina un precio para el producto primario:

Venta a firme: el exportador ofrece un precio de venta por el producto, independiente de los gastos, comisiones y precio en el país de destino.

Venta en consignación: el producto se entrega para que el exportador lo acondicione, exporte y negocie la transacción final. El precio que recibe el productor es el resultado del precio en destino menos los gastos incurridos para la exportación, incluyendo la comisión del agente exportador.

Para ambos casos, si no está disponible el precio a productor, se puede utilizar el valor FOB que reporta la información de comercio exterior del país, aplicando los descuentos pertinentes que deberían ser obtenidos de los agentes participantes del mercado y de los prestadores de servicios de exportación.

1.8. Competitividad de la pequeña agricultura dedicada al cultivo de arroz en Chile

El cultivo de arroz en Chile ocupa cerca de un 3.5% del área total dedicada a cultivos anuales. Actualmente se cultivan principalmente las variedades Oro (grano corto) y Diamante (grano largo).

Chile posee ventajas significativas respecto a plagas y enfermedades de importancia económica, basadas en el aislamiento geográfico del país y el control sanitario de las instituciones del Estado.

En términos de abastecimiento, en promedio se requiere importar un 35% de las necesidades del país.

El consumo per capita alcanza un 9.4 kg/habitante/año, lo cual es significativamente inferior al promedio de América Latina de 30 kg/habitante/año.

1.8.1. Características de la comercialización y de la producción interna

Por lo general, los campesinos prefieren cultivar la variedad de grano corto debido a su menor exigencia tecnológica, lo que ha originado en algunas

ocasiones sobreproducción de esta variedad e importación del grano largo. Ello ha dado origen a una readecuación productiva hacia este último.

El rendimiento promedio industrial del arroz es cercano a un 45% [REDACTED], dependiendo de la temporada agrícola, factores meteorológicos y manejos deficientes de labores de cultivo/postcosecha.

La comercialización se concentra en los meses de abril (40%) y mayo (50%). Tal concentración estacional de la oferta, unido al poder monopolístico de la empresa dominante, reduce la capacidad de negociación de los productores y afecta fundamentalmente a los agricultores campesinos.

Un conjunto de medidas se están llevando a cabo por el Gobierno para aumentar la competitividad del sector, entre ellas: participación de un poder comprador estatal para el grano corto (como medida paliativa temporal ante los bajos precios del grano a nivel internacional y como mecanismo regulador de la comercialización interna), transferencia tecnológica e investigación.

El mercado consumidor enfrenta una variada gama de calidades y marcas, tanto nacionales como importadas, con preferencia hacia el grano largo, ya que se tiende a asociar el tamaño con la calidad.

1.8.2. Canales de comercialización

En la cadena de comercialización del arroz y su circuito alimentario se diferencian tres mercados: el de Producto Primario, el Mayorista de Producto Elaborado y el de Producto de Consumo Final. En la Figura N° [REDACTED] se resume la cadena de comercialización del arroz en Chile.

Mercado de Producto Primario: constituido por los productores, oferentes del arroz *paddy*, y los demandantes de éste.

El 85% de los productores pertenecientes al mercado de producto primario corresponden a pequeños agricultores, que en su mayoría cultivan el arroz de grano corto. Estos entregan su producto a los molinos, a los intermediarios (que adquieren el producto a nivel de predio) o a los corredores de productos

Mercado Mayorista del Producto Elaborado: participan los molinos y los importadores como oferentes; mientras los distribuidores mayoristas, los planteles de producción de aves y cerdos y las industrias de alimentos preparados participan como demandantes.

A nivel nacional, la producción se ha especializado principalmente en el arroz pulido. Esta industria se compone de arroz elaborado y subproductos. El arroz elaborado se clasifica de acuerdo a la producción de granos partidos, mientras que los subproductos, puntas, afrechos y harinillas, se destinan a la industria de alimentos preparados y a los planteles de producción de aves y cerdos.

Los molinos y las empresas importadoras canalizan el producto a los distribuidores mayoristas, a cadenas de supermercados y de forma directa a las empresas demandantes de subproductos. Los distribuidores mayoristas canalizan su producto al consumidor final a través de supermercados de menor tamaño.

Por otra parte, el Sistema Nacional de Servicios de Salud (SNSS) del Ministerio de Salud y las instituciones armadas, constituyen consumidores institucionales. El primero por ejemplo, mantiene programa de entrega gratuita de alimentos, así como de alimentación en centros de salud. ...

Mercado del Producto de Consumo Final: por el lado de la oferta, este mercado está compuesto por cadenas de supermercados, minoristas y supermercados de menor tamaño, mientras que por el lado de la demanda, se encuentran los consumidores tanto institucionales como privados comunes.

Los consumidores finales pueden diferenciarse en aquellos que reconocen características del arroz y aquellos que no. Los primeros corresponden a sectores de ingresos medios y altos, cuya preferencia es el grano largo. En el segundo grupo se encuentran los consumidores de menores ingresos, quienes no muestran reconocimiento de las diferencias en los tipos de arroces.

1.8.3. Estructura de transmisión de precios en la cadena del arroz

La formación de los precios en la cadena del arroz responde principalmente a cuatro elementos:

- ♦ La empresa dominante fija su precio de venta en función de la producción y precios internacionales esperados.
- ♦ El precio del arroz *paddy* se determina una vez descontados los márgenes sobre el precio de venta de la empresa dominante.
- ♦ Los agentes distribuidores ajustan sus precios de manera de mantener sus márgenes.

- ♦ Las demás empresas elaboradoras intervienen en el mercado como seguidoras de precios⁷.

1.8.4. Precio a productor y costos de producción

La serie de precios del arroz *paddy* corresponde a un promedio de las transacciones a nivel de molinos para el grano largo y el corto. El modelo econométrico, para el período 1989-1992 fue el siguiente:

$$Pa = \alpha Pc + (1 - \alpha) PI$$

donde:

Pa: precio promedio de arroz *paddy*.

Pc: precio del grano corto.

PI: precio del grano largo.

El resultado estima que el precio de arroz promedio se compone en un 89,2% del precio del grano corto y un 10,8% precio del grano largo.

1.8.5. Consideraciones respecto a los resultados

La propuesta metodológica constituye una herramienta útil, rápida y sencilla para medir globalmente el impacto que tendrá la integración sobre las cadenas de comercialización y producción, y a través de ellas, sobre la pequeña agricultura.

Sin embargo, deja de lado los efectos dinámicos de las medidas y los efectos en la producción y comportamiento de los mercados en cada país y entre ellos.

En el caso de Chile, los efectos inmediatos de la integración con cero aranceles, se asocian con una reducción de los precios de los productos importados y por tanto, con una reducción en los precios al interior de la cadena de comercialización. Sin embargo, no se considera el posible efecto en los niveles de superficie de los cultivos afectados ni el impacto del cambio en la producción en los precios del mercado interno.

El modelo de equilibrio parcial expuesto permite aproximar tendencias de comportamiento dentro de una cadena de comercialización incorporando relaciones que den cuenta de la respuesta y comportamiento de los agentes a las variaciones de precios, impuestos y subsidios.

⁷ Farias, 1993:57.

1.8.6. Análisis de resultados

Se construyeron dos cadenas de precios, una para el arroz de grano corto y otra para el arroz de grano largo, ambos grado 2.

El precio a nivel de consumidor responde en un 67% a las variaciones del costo de importación. El efecto previsible de la disminución de precios se ubica en el nivel mayorista por cuanto es en ese eslabón donde compite el producto nacional con el importado.

Dado que el diferencial entre los precios del arroz *paddy* largo y corto se reduce en condiciones de baja producción, como consecuencia del interés de los molinos por maximizar el uso de su capacidad instalada, es poco probable que la reducción en los precios de importación sea traspasada en su totalidad al grano corto. En vista de esta situación, se construyó otro escenario, donde el elaborador ajusta su margen para ofrecer un precio al productor que sólo disminuya en la proporción que se reduce el precio de importación.

Los resultados sugieren que los agricultores de mejores tierras probablemente cambien de rubro y que los demás, tiendan a cambiar la variedad que cultivan o incorporar tecnología.

1.9. Conclusiones

La propuesta metodológica permite cuantificar en forma homogénea los principales determinantes de la competitividad, para diversos cultivos y producciones, así como distintos países y localidades.

Dado que la competitividad es un concepto esencialmente comparativo, se potencia el aporte de esta metodología al aplicarse a un conjunto de países.

La comparación de márgenes de cada eslabón, permite medir ventajas relativas en la producción o procesamiento del producto primario, evaluar el impacto de la intervención del sector público, detectar las diferencias tecnológicas, la estratificación de los productos y la estructura de mercado.

2. COSECHAS, MOLINOS Y MERCADOS: La Economía del Arroz en Costa Rica. D.R.C.S.T., CIRAD, IICA, 1994.

Este trabajo forma parte de la síntesis que se desea realizar de la situación de los principales subsectores de la agricultura centroamericana frente a los cambios que están ocurriendo en los países de la región y en la economía mundial.

A través de la metodología de análisis de cadena se busca proporcionar a los principales actores involucrados en la actividad un marco común para debatir la situación actual, las perspectivas y los desafíos de la actividad arrocerera en Costa Rica.

El análisis de cadena es un instrumento metodológico que posibilita la identificación de actividades, actores y relaciones entre ellos dentro del sector, así como las interrelaciones del sector con el medio nacional, regional y mundial en que se desenvuelve. La visión global del enfoque permite abarcar las fases de producción primaria, industrialización, comercio y consumo. Otra parte importante la constituye el estudio de las relaciones del subsector estudiado con los proveedores de servicios e insumos que permiten su funcionamiento.

Con base en la metodología se lleva a cabo un esfuerzo de caracterización y de estudio del subsector arrocerero. Para ello, se realiza una descripción del contexto mundial, regional y local; una caracterización de los actores involucrados en la cadena agroalimentaria del arroz y las actividades que se desarrollan en el seno de la misma; las ventajas y desventajas que muestra el subsector en su conjunto y en diferentes niveles; y finaliza con las perspectivas de la actividad y propuestas para su mejoramiento, surgidas tanto de especialistas como de los mismos actores. Asimismo, se ofrece información documentada de los principales productos de las actividades de investigación, análisis y discusión realizadas a lo largo de un proceso muy participativo de los distintos actores públicos y privados relacionados con la actividad arrocerera.

El marco conceptual que se aplica es un conjunto de técnicas que permiten desarrollar y sistematizar la información, de manera que los resultados puedan interpretarse en términos de acciones concretas para la modernización del conjunto.

La metodología permite entender la lógica de la estructuración, el funcionamiento, la articulación y la dinámica del conjunto de actividades y actores que conforman el subsector, a través de lo cual es posible estimar el comportamiento futuro de la cadena.

2.1. Estudio de caso

Con base en la metodología de análisis de cadena, se realiza una caracterización y estudio del subsector arrocero en Costa Rica.

El mercado mundial del arroz se caracteriza por: a) estar concentrado en manos de un reducido grupo de exportadores (Tailandia, Estados Unidos y Vietnam participan con un 61.5% en el total mundial exportado), b) ser un mercado volátil altamente susceptible a shocks de oferta y demanda (debido a los fuertes movimientos de los precios), c) tener una alta injerencia estatal, d) tener una distribución de producción y consumo similar (lo cual es consecuente con el objetivo de política de autosuficiencia para este grano), pero un comportamiento comercial marcadamente irregular, y e) ser un mercado segmentado (diferenciado por grado de elaboración, tamaño del grano, clase y proporción de quebrado).

Para el periodo 1980/1990 Costa Rica se ubica como: el productor más importante de la región (33.6% de la producción regional), el principal consumidor de la región (28% de la media anual para Centroamérica) y

Dentro del contexto de apertura, en Costa Rica las políticas arancelarias han sufrido una disminución considerable, asimismo, muchas políticas de apoyo a la producción de este grano han cesado (el Consejo Nacional de Producción - CNP - dejó de asumir diversos costos y de asegurar la compra de lo no absorbido por las arroceras). Por otro lado, se ha dado una contracción en las facilidades de crédito (disminución del porcentaje de área financiada, aumento en el costo del crédito, disminución del porcentaje de área asegurada).

En la actividad arrocera confluyen las acciones de diversas instituciones públicas (como el Ministerio de Agricultura y Ganadería -MAG-), organizaciones gremiales privadas (como la Cámara Nacional de Agricultores) y una mezcla de ambas (instituciones mixtas).

Ha tenido lugar una disminución sostenida de la importancia relativa de la actividad arrocera en el total de la producción agropecuaria, tanto en términos reales como nominales. Consecuentemente el área sembrada de arroz ha disminuido en forma sostenida. A partir de la cosecha 1986/1987 (con excepción de la cosecha 89/90 y 90/91) la producción ha sido insuficiente para abastecer el consumo y ha habido necesidad de recurrir a importaciones. El arroz se constituye como un producto que evidencia una alta importancia nutritiva en la dieta del costarricense, además de ser un producto a cuya adquisición las familias de ingresos medios y bajos dedican cerca del 7% del gasto total en alimentación.

En cuanto a la producción primaria de arroz en Costa Rica, ésta se concentra básicamente en las regiones Chorotega, Brunca, Pacífico Central y Huetar Norte. En el análisis hecho a la cadena se identificaron dos grupos de productores: de riego y de secado (identificación basada en el criterio de acceso al riego, por su importancia en los costos, influencia sobre los rendimientos y la posibilidad que ofrece para un mejor aprovechamiento de la tierra durante todo el año).

En cuanto a la industria de transformación, para el período 92/93, se inscribieron ante la Oficina del Arroz 31 molinos, distribuidos entre las regiones Central, Brunca, Chorotega, Pacífico Central y Huetar Norte. Esta industria se encuentra deteriorada en un alto porcentaje y tiene muchos años de uso. Pocos son los molinos cuyo resultado proviene de investigaciones técnicas sobre localización, diseño y capacidad requerida, lo cual conlleva problemas de calidad de la molienda, así como el cierre de plantas y la subutilización de la capacidad instalada. Los molinos fueron clasificados en cuatro categorías, de acuerdo a su capacidad de pilado por hora.

En la etapa de comercialización, el proceso de distribución del producto formalmente sigue un canal de comercialización de industrial a comerciante mayorista, y de éste a detallistas, cuyos márgenes máximos de utilidad son establecidos y controlados por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Los beneficios de la industria se concentran en las empresas agroindustriales o en las industrias molineras.

En cuanto a las fortalezas que presenta la industria se encuentra la cierta ventaja comparativa que tiene frente a algunos mercados como el centroamericano, en aspectos tales como know-how, rendimientos potenciales y experiencia en asistencia.

Dentro de los factores limitantes de la industria se encuentran la tendencia a la disminución de rendimientos, lo cual se ve condicionado por diversos factores entre los que se encuentra el material genético utilizado, en donde las variedades actuales son consideradas ancianas y han devenido más susceptibles a las plagas y enfermedades, lo cual afecta aparte del rendimiento, la calidad de la molienda. Asimismo, no existe un sistema generalizado de compra que traslade a los productores parte de los beneficios económicos resultantes. Ello, unido a la ausencia de laboratorios completos para establecer las características de la materia prima y el producto final, la falta de un control sistemático del proceso y la subsistencia en algunas industrias de formas de administración no especializada, restan competitividad y eficiencia a la industria.

Por otro parte, se realiza un análisis de sensibilidad de la actividad arrocera nacional ante la apertura comercial, comparando precios internacionales seleccionados con precios locales. En un 24% de los casos, el arroz estadounidense tendría un precio inferior al nacional, y en un 66% el arroz oriental procedente de Tailandia, resultaría más barato que el costarricense. Tales casos provocan situaciones de riesgo potencial afectando de diverso modo a los diferentes grupos de productores.

Con el fin de estimular la transformación productiva y la competitividad de la cadena agroalimentaria del arroz, se propone una serie de acciones, entre ellas: definir un marco razonable de protección que propicie una producción competitiva; acelerar las reformas financieras necesarias para abaratar los recursos crediticios a los sectores productivos en general; resaltar el manejo político de los precios al productor y al consumidor, con el fin de evitar distorsiones que impliquen un desestímulo para la actividad; renovar y fortalecer la investigación, experimentación y generalización de nuevas variedades de semillas; retomar y fortalecer la asistencia técnica; estimular la formación de asociaciones de productores; incentivar la producción de variedades de alto rendimiento de molienda, mejorar el manejo pre y postcosecha; estudiar la posibilidad de ampliación de zonas de mayor rentabilidad; promover la desestacionalización de la producción arrocera; crear mecanismos que propicien una mayor transparencia y competencia en la comercialización de insumos; realizar un análisis de localización de la industria molinera, para determinar la necesidad real de su traslado hacia las zonas productoras y promover la modernización general de la industria que permita alcanzar un nivel competitivo adecuado frente al mercado mundial, en cuanto a costos de proceso, rendimientos de molienda y calidad del producto final.

2.2. Comentarios

La metodología presentada realiza el análisis del entorno global de la cadena del arroz en Costa Rica, incorporando la situación relativa de la industria respecto a otros países centroamericanos. Se estudia su importancia socioeconómica y social dentro de la economía costarricense así como su evolución, actores, desventajas, debilidades y las perspectivas de la industria. Asimismo se realiza la caracterización de la cadena a través del análisis individualizado de los eslabones

Sin embargo, no se realiza un análisis de los impactos medioambientales que genera la industria arrocera, ni se da un debido tratamiento al tema de la localización espacial. Por otro lado, resultaría útil examinar el papel de las industrias de apoyo así como las relaciones de poder y conflicto entre los diferentes eslabones de la cadena y sus consiguientes actores.

3. ANALISIS DEL SISTEMA PRODUCCION/CONSUMO (CADENA) DE CARNE BOVINA EN GUATEMALA. IICA, 1994.

El estudio es parte de un esfuerzo que tiene como propósito promover la formación de grupos de interés a partir de las cadenas agroalimentarias, determinando de manera conjunta la situación técnica y socioeconómica de la industria cárnica de Guatemala.

Para ello, se utiliza la metodología del sistema producción consumo (cadenas), la cual permite identificar los diferentes actores que participan en la cadena, establecer su posición socioeconómica dentro de la misma, sus relaciones funcionales, identificar el nivel de competitividad de los diferentes actores y por lo tanto, de la producción ganadera de Guatemala. Con ello se persigue, sugerir políticas, programas y proyectos generales y sectoriales, con el fin de mejorar la actividad y hacerla viablemente competitiva.

3.1. Contexto nacional

Entre las agroexportaciones de Guatemala, la carne ocupa el quinto lugar, precedida por el café, el azúcar, el banano y cardamomo en orden descendiente.

De acuerdo a su capacidad productiva, Guatemala es un país de eminente vocación forestal, y solamente el 26.4% de sus tierras se consideran aptas para la agricultura. Sin embargo, en 1981, se destinaba un 36.9% del territorio nacional a esta actividad. Para 1994, la estimación de territorio destinado a la producción agrícola se ubica en un 42%.

En cuanto a la situación socioeconómica del país, una serie de factores han deteriorado la calidad de vida de la población, entre ellos: altos niveles de pobreza – especialmente entre la población indígena rural –, desempleo y una política económica, que según ciertos sectores, ha generado mayor pobreza. A ello se suman otros elementos tales como: el surgimiento de la enfermedad del cólera, el incremento en las tarifas de energía eléctrica, la irregularidad de las lluvias y la falta de acuerdos de paz entre el Gobierno y la insurgencia. Sin embargo, entre los aspectos positivos se encuentran: disminución de la inflación, aumento en el consumo privado, aumento de la inversión pública, incremento de las reservas monetarias internacionales y una disminución del déficit fiscal.

3.2. La ganadería bovina de Guatemala

3.2.1. Tipos de producción

El tipo de producción predominante en el país es de doble propósito (carne y leche), y representa el 65.1% del hato bovino nacional. Un 25.1% es dedicado a ganado especializado en carne, mientras que sólo un 3.8% lo es para lechería.

El mayor número de cabezas se concentra en las zonas Sur y Oriente de Guatemala, así como en el Norte bajo. La composición racial del ganado de doble propósito está representada por diversos cruces de pardo suizo, cebú y criollo, predominando los cruces de pardo suizo x cebú x criollo.

En cuanto a la ganadería especializada en carne, esta se concentra en la Costa Sur y el Norte bajo del país. Su composición racial está representada por el cruce de cebú con criollo y las resultantes crías del ganado de doble propósito.

El Altiplano del país concentra al sistema especializado en leche, ya que su clima templado frío permite la utilización de razas especializadas en producción de leche. Asimismo, este sistema también se desarrolla en la Costa Sur. Esta explotación presenta una tendencia a desaparecer debido a las dificultades en la comercialización, controles de precios en la leche, altos costos de alimentación y la competencia de otras actividades más rentables.

En el Altiplano la composición racial se caracteriza por un alto encaste de razas lecheras (Holstein y Jersey) a veces cruzado con criollo. En las zonas de pie de monte limítrofes entre la Costa Sur y el Altiplano, se localizan las explotaciones con ganado Brown Swiss.

3.2.2. Estructura y evolución del hato bovino de Guatemala

Desde inicios de la década de los 60, se ha presentado la tendencia a conformar hatos de doble propósito carne/leche, ya que la venta de leche significa un ingreso más constante, a pesar de sus variaciones en precio durante el año.

Asimismo, otros productos como el azúcar y el hule, han ido reduciendo el área dedicada a la ganadería, debido a que presentan una mayor rentabilidad en el mercado internacional. Por otra parte, la carne de aves ha venido acaparando el mercado.

La producción, matanza y consumo de carne han sido muy variantes a través de los años. En 1979 tales variables alcanzan su pico más alto, a partir de donde se observa una disminución que se mantiene hasta 1986, cuando hay indicios de un leve incremento.

La tendencia cada vez más fuerte hacia la ganadería mixta, es el resultado de la baja rentabilidad de la carne y, de la creciente demanda de leche y su derivados, por la disminución sensible de la leche importada como donación.

Para el período de 1988 a 1993 los cinco departamentos con mayor concentración de ganado bovino son: Escuintla, Izabal, Suchitepéquez, Santa Rosa y Jutiapa.

Para 1979, habían 2,007.599 cabezas de ganado bovino en Guatemala, distribuidas en 117.596 fincas, de las cuales el 93% eran menores de 45 Ha y concentraban el 30% del hato bovino nacional. En el Altiplano se concentra el mayor número de fincas ganaderas del país (44.6%), registrando únicamente el 11% de las existencias ganaderas.

3.2.3. Existencia de ganado bovino, destace y tasa de extracción

Entre 1980 y 1993 la producción y por tanto, la tasa de extracción se mantuvieron estables, alcanzando los mayores niveles en los años 1980 y 1982. A partir de entonces, se ha presentado una declinación del inventario bovino que tiende a nivelarse en los años 92/93.

3.3. Situación de la industria cárnica en la República de Guatemala

Estados Unidos constituye el principal mercado de exportación de carne de Guatemala, debido a su proximidad, a la capacidad de absorción de grandes cantidades de carne y al precio. Las islas del Caribe, principalmente Puerto Rico, compran cortes finos, lo contrario de Estados Unidos, el cual compra lo que se conoce como "Full Carcass", tipo que comprende por lo general carne industrial, destinada fundamentalmente para embutidos, tortitas para hamburguesas y otros productos cárnicos de consumo humano.

México constituye otro mercado importante, importando en 1981 el 41% del total de las exportaciones guatemaltecas. Sin embargo, las exportaciones hacia ese país se han visto limitadas debido a la imposición de barreras arancelarias y no arancelarias, las cuales han surgido con la aparición el "Tratado de Libre Comercio - T.L.C." - en 1993.

Pequeños volúmenes también se exportan hacia Centroamérica y algunos países europeos. Con respecto a estos últimos, no fue posible desarrollar la comercialización al no ser posible satisfacer los volúmenes de demanda y los requerimientos sanitarios.

Las exportaciones guatemaltecas de carne bovina han venido declinando en volumen y valor, debido a factores internos, externos y a la dependencia de la demanda en el mercado internacional. Por otro lado, en consonancia con la declinación de los precios internacionales de productos básicos en general, principalmente durante la década de los 80 el precio de la carne bovina ha experimentado esa misma tendencia.

Con respecto al número de cabezas autorizadas para la exportación en pie, éstas tienen como destino la República mexicana, debido a que son animales gordos para sacrificio, siendo los años 1981, 82, 84 y 92 los que reportan el mayor volumen exportado.

3.4. El consumo: situación de la oferta y la demanda de carne bovina en Guatemala. El consumo de otras carnes

Para el período 1980 a 1993 se registra en 1980 el consumo más alto y el promedio per capita de la población guatemalteca fue de 3.97 kilos por año. Aunque el consumo total presenta una tendencia creciente, el consumo promedio per capita presenta un ritmo decreciente.

El consumo total de carne por la población guatemalteca como compone de carne de ganado bovino, ganado porcino, gallinas de desecho, pollo de engorde, carne de ovinos, caprinos y carnes silvestres.

La especie que más desarrollo ha tenido en el medio guatemalteco es la aviar; la carne de pollo de engorde y la de gallina presentan un gran aumento en su demanda. Ello se debe a su precio accesible, fácil adquisición en el mercado y a su fácil preparación culinaria.

Desde 1960 la oferta cárnica mantiene grandes fluctuaciones, presentando una tendencia a la disminución en los volúmenes de matanza, lo cual ha llevado a la ganadería bovina a una considerable crisis. Sin embargo, se estima que a partir de 1995 los volúmenes de cabezas sacrificadas por año aumentarían, si se diesen cambios en la política económica gubernamental de apoyo a la producción, estimulando a los ganaderos a invertir en mejoras de sus hatos y abriendo mercados para la carne de exportación.

Proyecciones realizadas estiman un crecimiento en la demanda de carne derivada del crecimiento en la población. Esto, paralelo a una

disminución el volumen de matanza. El crecimiento en las importaciones y exportaciones se cancelaría mutuamente. Por tanto, el aumento en el consumo y la disminución en el destace implicaría un déficit de oferta.

Sin embargo, a través de una metodología de análisis de series de tiempo se predice que la caída en la matanza se encontraba en su límite inferior, por lo que a partir de ese punto iniciaría una recuperación de la industria, estimada en alrededor de 15 mil cabezas de ganado por año, con lo cual la producción nacional podría atender tanto el crecimiento de la demanda como el de las exportaciones.

3.5. La cadena de la carne en Guatemala

La cadena de la carne bovina de Guatemala está compuesta por los eslabones de producción primaria, comercialización, industrialización y exportación, cuyos actores principales son: los ganaderos, los abastecedores, los expendedores y los exportadores.

Entre los diferentes actores de la cadena, no se da una interacción de apoyo, sino una de tipo comercial, en la que el eslabón anterior no se preocupa ni interesa por lo que sucede en el eslabón siguiente.

3.5.1. Ganaderos

Compuesta por los ganaderos, los cuales se organizan en diferentes tipos de producción: las ganaderías de crianza (fincas que producen ganado para carne) y los engordaderos de ganado bovino, entre los cuales se ubican un 25.2% del total de productores. Los engordaderos no producen sus terneros para engorde, los compran en ganaderías de crianza o con los productores de doble propósito que producen terneros para engorde provenientes de las cruzas de razas criollas con animales de origen cebuino.

Varias organizaciones de ganaderos han surgido en el país tendientes a fortalecer el sector y a mejorar su participación política en todo lo que les compete, las cuales son: Asociación de Ganaderos del Norte de Guatemala, Asociación de Ganaderos de Escuintla, Federación de Ganaderos de Guatemala, Consejo Nacional de Asociaciones Ganaderas, Asociaciones de Criadores de Ganado Cebú de Guatemala, Asociación de Criadores de Ganado Brahman y Derivados, Asociación de Ganaderos del Sur-Oriente de Guatemala y la Asociación de Criadores de Ganado Registrado.

Otras asociaciones de ganaderos se preocupan por el desarrollo del gremio, son ganaderos de vanguardia, tienen altos índices productivos y reproductivos en sus ganaderías, se preocupan por tecnificar sus empresas, tener asesoría técnica y estar actualizados.

3.5.2. Abastecedores

Compuesta por intermediarios: carniceros minoristas (sacrifican de 1 a 2 animales por semana comprados directamente en las fincas y abastecen mercados rurales o suburbanos), abastecedores de carne en canal (compran directamente en fincas, los trasladan a mataderos municipales para sacrificarlos y reparten la carne en canal caliente a los expendedores finales) y los carniceros mayoristas (abastecen grandes mercados urbanos).

Sólo en el área metropolitana existen alrededor de 60 abastecedores, de los cuales sólo 20 se encuentran organizados en la "Asociación de Abastecedores de Carne en Canal", la cual actúa principalmente cuando se tienen problemas que les afectan directamente o cuando debido a los veranos duros se escasea el ganado y los ganaderos incrementan su precio.

Exceptuando las personas y empresas que cuentan con un buen nivel de organización empresarial, la mayoría de los abastecedores de carne bovina en canal han aprendido su oficio a través de la experiencia o el conocimiento familiar, careciendo de capacitación específica en el campo. Por tanto, carecen de buenos controles, como por ejemplo: técnicos, contables relacionados con higiene, manejo de canales y uso de la cadena de frío.

En este eslabón también se encuentran los llamados abastecedores II, quienes compran la carne en canal a otro abastecedor I y la revende en los mercados.

También están los "Deshuesadores" quienes compran ganado gordo de buena calidad, lo sacrifican tanto en mercados privados para exportación como en mataderos municipales. Una parte de la carne en canal la deshuesan para vender a domicilio cortés a hoteles y restaurantes. Otra parte la venden en canal a algunos carniceros de la ciudad.

3.5.3. Expendedores

En este eslabón se encuentran los carniceros, es decir, los expendedores finales que expenden la carne en corte al consumidor final.

En la región metropolitana se calcula que existen aproximadamente 2500 carniceros. Las carnicerías que expenden carne bovina como producto principal se encuentran principalmente en los mercados municipales. Además, se venden vísceras, carne de pollo, embutidos de consumo popular y derivados de la leche, como el queso y la crema.

La "Asociación de Expendedores de Carne" tiene como objetivo buscar el buen prestigio de la profesión de carnicero, mejorar su forma de trabajo, mejorar los expendios de carne, dar confianza nuevamente al consumidor y mejorar el consumo de la carne bovina.. Para ello recurre a programas de capacitación, tanto para socios y no socios, los cuales buscan el cambio en la mentalidad y la mejora del conocimiento sobre higiene, administración, costos, atención al público y calidad en el producto.

Pese a lo anterior, existen diferentes niveles tecnológicos entre el gremio de carniceros guatemaltecos. Un grupo se encuentra muy capacitado y cuenta con mucha experiencia en el ramo. El otro grupo posee poco o ningún conocimiento en aspectos tales como: manejo de la higiene, de la carne como producto perecedero, en desechos cárnicos y desperdicios, en el manejo contable, presentación y administración.

Para el expendedor su relación más importante es con sus clientes, en su mayoría amas de casa del barrio o personas que visitan el mercado en donde está el negocio. A pesar de que los expendedores se preocupan por dar una buena atención, no se ofrece higiene en el producto, lo cual parece no importarle al consumidor, a quien le interesa más el precio que la calidad de la carne. Para muchos productos y especialmente para la carne, se habla de un mercado de precios y no de calidad.

3.5.4. Exportadores

Aquí se encuentran los procesadores de carne bovina para exportación, quienes compran directamente en las fincas, los llevan a los mataderos y los procesan. Este sector exporta carne en canal, en cortes deshuesados congelados y fresca empacada al vacío.

Las plantas procesadoras y exportadoras existentes son: Industria de Ganaderos Guatemaltecos Sociedad Anónima, INDUPESCA, INPRACSA y Procesadora de Carne, S.A.

Las plantas exportadoras de carne cuentan con infraestructura, maquinaria, equipo y flujo de proceso que llenan los requisitos impuestos por los reglamentos sanitarios, tanto locales como de los países

importadores. Su mano de obra es bastante calificada, ya que el personal viene laborando en esta clase de oficio por 10 años o más.

Debido a que el precio de la libra en pie ofrecido por los abastecedores es mejor que el de las plantas de exportación, los ganaderos prefieren vender su ganado a los primeros, sin importar si los segundos son socios o no. La diferencia en precios se basa sobretodo en la limitante que tienen las exportadoras de no poder pagar mejores precios durante todo el año, en virtud del límite que les impone el precio internacional de la carne deshuesada.

3.5.5. Otros

A parte de los actores directos de la industria cárnica, otros participantes se integran en la cadena de manera indirecta, tales como los importadores de productos agrícolas y veterinarios, los fabricantes de concentrados, premezclas vitamínicas y minerales, profesionales que brindan asesoría técnica y los transportistas del ganado.

3.5.6. Breve análisis de la rentabilidad de los diferentes integrantes del sistema producción consumo de la carne

En base a un modelo de costos e ingresos que fue construido de acuerdo a una tecnología típica que permite generalizar los resultados, se realizaron estimaciones a partir de una finca de 320 Mz con 260 Mz de tierra apta para potreros. Se incluyen los costos de alambrado perimetral, separación de potreros, mantenimiento de infraestructura, raciones suplementarias, minerales, vacunas, tratamientos particulares y costos de veterinario. Se asume una carga animal desde 1 UA/Mz al principio del periodo hasta 2 UA/Mz al final del mismo, un porcentaje de terneros vivos al destete de 59% al principio y de 70% al final. Un rendimiento de litros de leche por vaca de 3 al principio hasta 5 litros al final. En el modelo el ganadero no vende vaquillonas sino tan solo novillos, vacas de desecho y vacas que tiene en exceso de su disponibilidad de alimentos.

Los resultados del modelo indican cuál debería ser el monto de inversión en infraestructura, pastos, ganado, gastos de operación y mantenimiento. Asimismo, se obtienen los ingresos brutos y netos.

La rentabilidad de la finca es medida en términos de la tasa interna de retorno de 13% con una relación costo/beneficio de 1.10, lo cual indica una rentabilidad adecuada, pero baja en términos de otros cultivos, lo cual explicaría en parte la tendencia a desplazar la producción de carne de las tierras más productivas a regiones de suelos más frágiles.

Con relación a los integrantes de la cadena, se toma un abastecedor de un cierto tamaño que produce 1200 canales por mes, su estructura de costos es muy simple: el 99% está compuesto por los gastos de compra de ganado. Los ingresos apenas alcanzan a cubrir los costos, parece que la ganancia está en la venta de los subproductos.

El costo calculado del exportador es para una planta de cierto tamaño y con inversiones en administración, equipo e infraestructura. El 99% de su estructura de costos está constituida por la compra del ganado, por lo que sus ingresos están prácticamente determinados por el precio de compra y el rendimiento en carne del ganado. Su relación costo/beneficio de 1.03 es indicativa de la sensibilidad del negocio.

Con respecto a las carnicerías, dada su mayor diversidad, se construyeron dos modelos de costos, uno de una carnicería pequeña y otro de una urbana medianamente equipada.

La estructura costos de la ganadería pequeña refleja la alta incidencia del gasto en la compra de carne (87%) lo que hace que el negocio sea muy sensible a las variaciones del precio del ganado. Sin embargo, presenta una rentabilidad mayor que la de los otros integrantes de la cadena, con una relación costo/beneficio de 1.27. En cuanto a la carnicería mediana, el volumen de carne que compra y vende y por la dotación de maquinaria y equipo que debe poseer para manejar las mayores cantidades. La rentabilidad calculada es la mayor, con una relación costo/beneficio de 1.31.

Los dos modelos de costos indican que el negocio es rentable y muy sensible a los cambios en los precios, tanto de compra como de venta del producto.

Los resultados sugieren que los carniceros son los que mantienen los mayores niveles de rentabilidad entre los integrantes del sistema producción consumo. A éstos les siguen los ganaderos, aunque a cierta distancia. Y con resultados preocupantes se ubican los abastecedores y exportadores.

3.6. Conclusiones del análisis de la industria cárnica de Guatemala

Desde hace algunos años la industria de carne en Guatemala viene enfrentando una crisis que ha traído como resultado un desplazamiento de las ganaderías de sus zonas tradicionales hacia otras áreas de menor competencia por los recursos, una disminución de la producción nacional y de las exportaciones, lo cual viabiliza la opción de llenar tal faltante con

importaciones de otros países y con otras carnes en la canasta del consumidor local.

Tal crisis ha sido producto de aspectos económicos, culturales y comerciales que le dificultan competir en los mercados internacionales. Entre tales aspectos se encuentran: la baja rentabilidad de la producción de ganado en relación a otras actividades agrícolas y no agrícolas en Guatemala; uso de tecnología extensiva que resulta en bajos índices productivos y reproductivos en los sistemas de producción actuales; avance de otras actividades como la caña de azúcar, el sorgo y cultivos de exportación; la baja calidad (peso y edad) de la carne guatemalteca en relación con otros mercados tales como Australia, Nueva Zelandia y Nicaragua; la sustitución del consumo de carne bovina por otras carnes más baratas y populares como la de aves; el uso de un sistema no competitivo de compraventa del ganado en finca sin control de rendimientos; la baja calidad e higiene de la carne en canal que sale de los mataderos; la falta de eficiencia y aplicabilidad de los reglamentos higiénicos-sanitarios; la mala organización de la industria cárnica; la poca relación existente entre los diferentes actores de los eslabones que conforman la cadena; la falta de un apoyo decidido por parte del Estado para impulsar el desarrollo de la industria cárnica y la carencia de estadísticas actualizadas y confiables que permitan enfrentar las oportunidades que ofrece la apertura de los mercados internacionales.

En cuanto a los problemas que más afectan a los ganaderos se encuentran: la baja productividad; sustitución de la ganadería bovina de carne por cultivos de muy buena rentabilidad, cierre de los mercados de exportación, lo cual elevan la oferta de ganado y baja su precio; sustitución del consumo de carne bovina por otras carnes; inexistencia de políticas y acciones estatales de apoyo y falta de asistencia técnica. Se sugiere la creación de propuestas conjuntas (privadas-públicas) de implementación de políticas económico-financieras para incentivar a la ganadería bovina para carne; hacer una clasificación del ganado producido y terminado en Guatemala y de sus canales y ofrecer (el Estado) créditos blandos para incentivar el desarrollo de la ganadería bovina para carne.

Con relación a los abastecedores/deshuesadores, existe escasez y desabastecimiento de ganado para matanza; mala calidad del ganado; bajos rendimientos de los animales; incumplimiento de los requisitos higiénico-sanitarios; no aplicación de normas sanitarias y exportación de ganado de baja calidad. Se recomienda mejorar la calidad de los animales a través de la aplicación de la tecnología apropiada; aplicar normas y controles adecuados sobre las exportaciones de ganado en pie; reglamentar la comercialización interna del ganado; implementar controles higiénico-sanitarios en mataderos, transporte y procesamiento; realizar

análisis de la dinámica de la problemática y la búsqueda de soluciones entre todos los actores involucrados.

Respecto a los expendedores, la carne en canal es de muy baja calidad; existe falta de higiene en transporte, personal y en los negocios; se da mal manejo del producto; no se aplican cadenas de frío y el ingreso al mercado de carnes capitalino se realiza sin ningún control y muchas veces proceden de matanzas clandestinas. Se insta a mejorar la forma de trabajo, aplicar mejores tecnologías, regular adecuadamente las exportaciones de ganado en pie y aplicar la legislación sanitaria vigente.

Por último, los exportadores padecen de mermas de transporte, baja rentabilidad, falta de uniformidad en la inspección sanitarias y poco apoyo de las autoridades locales. Se sugiere incentivar una producción de ganado suficiente, regular la exportación autorizada de novillo gordo en pie, controlar fuertemente la exportación de contrabando hacia el mercado mexicano, hacer una clasificación del ganado y que éste se pague por calidad, pagar en base a rendimiento el ganado para consumo interno y para exportación de carne deshuesada y/o en canal y facilitar los mecanismos de comercialización internacional.

4. METODOLOGIA PARA ELABORAR PERFILES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. García, R., IICA, 1995.

Para fines del perfil se adopta la siguiente definición: “la competitividad del sector agroalimentario es su capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados, bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar para la población”⁸.

El analizar el tema de la competitividad de un producto determinado, involucra referirse a un tejido empresarial que interactúa al interior de un circuito agroalimentario, pero que además cada uno de éstos interactúa con otros circuitos encadenados dentro de un espacio mayor que los condiciona, éste es el país.

“En consecuencia, de la eficiencia de las empresas de cada segmento y de las adecuadas condiciones económicas y sociales del país, depende, en buena medida, la competitividad del producto. La otra parte de la competitividad, está representada por la capacidad de las empresas para producir bienes y prestar servicios que satisfagan los requerimientos de los compradores, además de su habilidad para captar mercados... La competitividad depende de un conjunto de factores condicionantes tangibles e intangibles, presentes a nivel del sector productivo del país y de la escena internacional”⁹.

Al nivel de indicadores se incluyen dos grupos:

4.1 Nivel Internacional

Se evalúa el desempeño del país en el comercio internacional de un sector – producto o rubro – determinado, mediante el análisis de un conjunto de indicadores que permiten conocer su capacidad de inserción en el comercio internacional. Es un enfoque dinámico que mide el desempeño comercial en términos de eficacia y eficiencia, posicionamiento y participación de mercado respectivamente, estando ambos conceptos interrelacionados. Los indicadores que se utilizan son:

⁸ Adaptada de la definición de la Comisión Presidencial para la Competitividad Industrial, en Competitividad: Un Proyecto Nacional, Ponencia presentada en el Seminario Gerencia 92, Venezuela, p.2. Citado por García, 1995: 1.

⁹ *Op. Cit.*: 2.

Indicadores de Competitividad

INDICADOR	CALCULO	INTERPRETACION
Participación Global del País	$\frac{\text{Exportación Total del país (XTP)}}{\text{Importación Total Mundial (MTM)}}$	Nivel de inserción del país en el comercio mundial. Si aumenta se habla de mejora de eficacia y viceversa. Si es superior al de otros países, el país analizado está mejor posicionado que los otros y viceversa.
Participación Global del Sector	$\frac{\text{Importación Sectorial Mundial (MSM)}}{\text{MTM}}$	Peso relativo que tiene el sector en el comercio mundial. Si aumenta es un sector dinámico, si es constante o disminuye, es sector estancado.
Participación de Mercado del País en el Sector	$\frac{\text{XSP}}{\text{MSM}}$	Posición competitiva de un país en un sector. Si aumenta y se trata de un sector dinámico, indica que el sector está bien posicionado. Si es un sector estancado, se puede decir que está mal posicionado.
Contribución	$\frac{\text{XSP}}{\text{XTP}}$	Peso de un sector en la estructura comercial del país. Al compararlo con los indicadores de otros sectores, se infiere el esfuerzo del país en promover la competencia del sector analizado.
Especialización	$\frac{\text{Participación de Mercado del País en el Sector} / \text{Participación Global del País}}{\{(XSP/MSM)/(XTP/MTM)\}}$	Importancia que tiene para el país un sector determinado, en relación con el nivel de inserción comercial del mismo país.
Participación de Mercado Relativa	$\frac{\text{Participación de Mercado del País} / \text{Participación de Mercado de un País Rival}}{\{(XTP_A/MTM)/(XTP_B/MTM)\}}$	Si el indicador es positivo, el nivel de inserción del país analizado es alto con relación al del rival y viceversa.

Fuente: García, 1995: 9.

Luego de elaborar los indicadores para un período determinado, con su correspondiente interpretación, se construye una matriz de competitividad que resume la posición del país en relación con el mercado, para los productos alimentarios. La matriz que se utiliza es la siguiente:

Matriz de Competitividad

ESTRELLAS MENGUANTES	ESTRELLAS NACIENTES
Sectores estacionarios en los cuales aumenta la participación de mercado, o la contribución, o la especialización. Aunque aumenta la eficiencia, la competitividad es débil por la pérdida de posicionamiento.	Sectores dinámicos en los cuales aumenta la participación de mercado, o la contribución, o la especialización. Fortaleza de la competitividad del país, pues el posicionamiento y la eficiencia son crecientes.
RETROCESO	OPORTUNIDADES PERDIDA
Sectores estancados en los cuales disminuye la participación de mercado, o la contribución, o la especialización. Tanto el posicionamiento como la eficiencia se reducen.	Sectores dinámicos en los cuales disminuye la participación de mercado, o la contribución, o la especialización. El posicionamiento es ascendente pero el país pierde eficiencia.

Fuente: García, 1995: 10.

4.2 Nivel Nacional

Se elaboran y analizan indicadores con el fin conocer los cambios ocurridos en el entorno nacional para un período de tiempo seleccionado, para así identificar los factores que contribuyen a fortalecer o debilitar la competitividad interna o global de las empresas. Como apoyo se utiliza un resumen de los principios empleados en el análisis mundial de la competitividad:

Principios utilizados en el análisis mundial de la competitividad

ECONOMIA INTERNA

- ❖ La productividad refleja el valor agregado en el corto plazo.
- ❖ La competitividad a largo plazo requiere formación de capital.
- ❖ La prosperidad de un país refleja su desempeño económico pasado.
- ❖ La competencia gobernada por las fuerzas del mercado, mejora el desempeño económico de un país.
- ❖ Cuanto más competencia hay en la economía interna, más competitivas son las firmas internas en el extranjero.

INTERNACIONALIZACION

- ❖ El éxito de un país en el comercio internacional refleja la competitividad de su economía interna (si no hay barreras de comercio).
- ❖ La apertura para las actividades económicas internacionales aumenta el desempeño económico del país.
- ❖ Las inversiones internacionales asignan recursos económicos mundialmente más eficientes.
- ❖ La competitividad guiada por las exportaciones a menudo está asociada con la orientación del crecimiento en la economía interna.
- ❖ Mantener un alto nivel de vida requiere integración con la economía internacional.

GOBIERNO

- ❖ La intervención estatal en las actividades comerciales debe ser minimizada, con la excepción de la creación de condiciones competitivas para las empresas.
- ❖ El gobierno debe suministrar condiciones macroeconómicas y sociales predecibles, para minimizar los riesgos externos de las iniciativas económicas.
- ❖ El gobierno debe ser flexible al adaptar sus políticas económicas al cambiante ambiente internacional.

FINANZAS

- ❖ Las finanzas facilitan la actividad de valor agregado.
- ❖ Un sector financiero bien desarrollado en el país e integrado internacionalmente, apoya la competitividad.

INFRAESTRUCTURA

- ❖ Una infraestructura bien desarrollada incluye la disponibilidad de recursos naturales y un sistema funcional de negocios que ayude a la actividad económica.
- ❖ El Estado debe cuidar la infraestructura (si no existen convenios privados).

ADMINISTRACION

- ❖ Una relación precio/calidad competitiva de los productos refleja habilidad gerencial en un país.
- ❖ La orientación de largo plazo de la gerencia aumenta la competitividad en el tiempo.
- ❖ La eficiencia en la actividad económica, junto con la habilidad para adaptarse a los cambios en el ambiente competitivo, son atributos gerenciales clave para la competitividad empresarial.
- ❖ En la fase inicial de la actividad económica, el emprendimiento es crucial.
- ❖ En la mayoría de los negocios consolidados, la gerencia corporativa requiere habilidad para la integración y la diferenciación de la actividad comercial.

CIENCIA Y TECNOLOGIA

- ❖ La ventaja competitiva puede ser fortalecida con la aplicación eficiente e innovadora de las tecnologías existentes.
- ❖ Las inversiones en investigación básica e innovación crean nuevos conocimientos

que son cruciales para que un país pase a una etapa más avanzada de desarrollo económico.

- ♦ Las inversiones a largo plazo en investigación y desarrollo aumentan la competitividad de una firma.
- ♦ Las inversiones privadas en investigación y desarrollo en áreas distintas a defensa, probablemente inciden más en el aumento de la competitividad de un país que las inversiones públicas en investigación y desarrollo en defensa.

RECURSO HUMANO

- ♦ La fuerza laboral especializada aumenta la competitividad de un país.
- ♦ La actitud de la fuerza de trabajo afecta la competitividad de un país.
- ♦ La competitividad tiende a incrementar el nivel de expectativas de la calidad de vida.

Fuente: Doryan, E. y Jiménez, A. L. Marco Metodológico para el Análisis de la Competitividad Tecnológica en el Sector Agropecuario. Uruguay. 1992: 74. Citado por García, 1995: 11.

Además de lo anterior, se establecen indicadores que permiten medir la eficiencia de uso de los recursos productivos al nivel de empresa:

Indicadores de Eficiencia

INDICADOR	INTERPRETACION
Relación Costo/Ingreso	Muestra la cantidad de dinero que requiere egresar la empresa –inversión y operación- para obtener cada unidad monetaria que ingresa por la venta del producto. Cualquier resultado inferior a la unidad indica que hay un margen bruto disponible.
Relación Costos/Rendimiento	Articula el costo con la eficiencia técnica e implica el costo por unidad de producto.
Tasa Interna de Retorno (TIR)	Es una medida actualizada que se define como la tasa a la cual el valor actual neto de la corriente de costos se iguala al de la corriente de beneficios, indica el rendimiento al capital y el interés que ese capital devenga. Es financiera (TIRF) cuando se calcula a precios de mercado, es económica (TIRE) cuando se calcula a precios de cuenta. Cuando la diferencia TIRF-TIRE es positiva significa que la actividad puede ser rentable para los productores, por efectos de precios de garantía y/o subsidios, aun cuando no tenga ventaja comparativa, es decir, que hay desperdicio de los recursos del país.
Valor Actual Neto (VAN)	Es la diferencia actualizada de los beneficios y los costos. Es un complemento importante de la TIR para analizar actividades de inversión que se excluyen mutuamente.
Costo de los Recursos Internos (CRI)	Mide la eficiencia relativa de cada alternativa de producción al utilizar los recursos del país para generar – o ahorrar – una unidad de divisa y expresa la capacidad de cada alternativa para contribuir a la formación del ingreso nacional. El método del CRI provee una medida empírica de la ventaja competitiva.

	<p>Cuando la relación CRI/PCD (precio de cuenta de la divisa) está entre 0 y 1, el valor de los recursos internos usados en la producción es inferior al valor de las divisas ganadas o ahorradas. Hay ventaja comparativa.</p> <p>Cuando el CRI/PCD > 1, el valor de los recursos internos usados en la producción es superior al valor de las divisas ganadas o ahorradas. No hay ventaja comparativa.</p> <p>Cuando el CRI/PCD < 0, se usan más divisas en la producción de un bien que lo que éste vale en el mercado. No hay ventaja comparativa.</p>
Tasa de Subsidio Efectivo (TSE)	Es la relación entre la diferencia (TIRF-TIRE) y el precio internacional de referencia del producto.

Fuente: García, 1995: 13.

A partir del análisis de los indicadores se realiza un resumen de los aspectos que más sobresalen, realizando comparaciones con indicadores de otros sectores o de otros países, con el fin de visualizar mejor la situación, así como la introducción de otras informaciones que permitan aclarar, o reforzar los resultados que se deriven del análisis. A parte de ello, se procede a realizar análisis de sensibilidad: simulaciones para observar y analizar los cambios que ocurrirían en los indicadores de eficiencia, por efecto de cambios en las variables involucradas (por ejemplo: tasa de cambio del mercado paralelo, índice de inflación de precios de insumos y productos, nuevas tecnologías, cambio en precios internacionales).

Cada perfil constituye una síntesis explicativa de los elementos que influyen en la competitividad del producto analizado. Mejor aún, es preparar perfiles para todos los productos o una mayoría de ellos, de importancia en el comercio internacional, con el fin de diseñar una estrategia de largo plazo.

A partir de los perfiles se organiza la información de manera comparable, formando matrices ordenadas conforme a un indicador determinado. Por ejemplo:

- ♦ CRI: su jerarquización ofrece un patrón que muestra las diferencias de la ventaja comparativa de los distintos productos. Ello ayuda a establecer una política que privilegie la generación – o el ahorro – de divisas, tanto para productos primarios como para los agroindustriales. Tal jerarquización sirve asimismo, para determinar deferencias o similitudes entre la eficiencia de uso de los recursos en ambos segmentos de la cadena agroalimentaria. Si coinciden, las actividades realizadas en ambos segmentos se fortalecen mutuamente. Si difieren, el segmento con menor o inexistente ventaja comparativa constituye un factor debilitante de competitividad.

- ♦ TIRF (jerarquizando respecto a ésta) y TIRE: la diferencia entre éstas dos tasas reflejan la repercusión de las políticas en la rentabilidad privada. Si los valores son positivos, indican que las políticas aumentan la rentabilidad privada. Al comparar los resultados de los segmentos de productos primarios y de la agroindustria, se pueden extraer conclusiones acerca de posibles diferencias en la asignación de los recursos productivos del país.
- ♦ Al jerarquizar la TIRF del segmento primario y restarle la TIRF del producto agroindustrial en el lugar que corresponda a la materia prima agrícola utilizada en su fabricación, se pueden observar las ganancias relativas de uno u otro segmento resultante del producto analizado.
- ♦ Jerarquizando con respecto a la TSE, se obtiene un patrón de proteccionismo de los productos. Si tales niveles de protección se comparan con los resultados de producción y eficiencia técnica de cada producto, se pueden derivar conclusiones acerca de los efectos de la protección para un producto o entre varios de ellos. Lo mismo puede realizarse para los productos agroindustriales. Se pueden realizar comparaciones intersegmentos.
- ♦ Se pueden agrupar los productos en categorías (por ejemplo: alta, media y baja) para identificar tres escenarios distintos en la toma de decisiones, de acuerdo con los objetivos que se propongan los responsables de la política agrícola.

En el ámbito internacional, se utilizan indicadores referidos al país y al producto específico, organizados en tres matrices: Participación Global del País, Indicadores de Competitividad y Participación de Mercado de los diez países más competitivos.

A escala nacional se ofrece una matriz con Indicadores Socioeconómicos del País. Luego se ofrecen una serie de matrices tanto para el segmento agrícola como para el segmento agroindustrial:

- ♦ Indicadores del rubro (agrícola) – de la agroindustria básica.
- ♦ Precios, impuestos y subsidios.
- ♦ Datos mínimos necesarios para calcular el valor agregado doméstico (sólo seg. agroindustrial).
- ♦ Indicadores financieros y económicos (fincas con tecnología alta y baja, para el caso del sector agrícola).

5. ENFOQUE PARTICIPATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS. Bourgeois, R. y Herrera, D., CIRAD, D.R.C.S.T., IICA, 1996.

RESUMEN DEL ENFOQUE PARTICIPATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS

Este documento se fundamenta en la premisa según la cual la orientación de los Sistemas Agroalimentarios (SAA), en relación con el diseño de políticas y ejecución de decisiones, se debe llevar a cabo en conjunto con los actores sociales que en ellos participan.

El eje central del análisis se fundamenta en la consecución de un SAA competitivo sostenible y cuyos beneficios permeen a la sociedad por medio de un desarrollo socioeconómico real.

Define SAA como "...el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos agroalimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de alimentación humana en una sociedad determinada" (Pg. 25). Establece diferencias entre el SAA (como el SAA de la carne, del arroz, etc.) y el Sistema Agroindustrial (donde los productos agrícolas se someten a procesos de transformación).

El SAA lo conceptualiza a partir de tres dimensiones: producto, espacio geográfico (ámbito espacial de referencia: país o región) y período de tiempo (rango temporal de análisis dependiendo del producto y la naturaleza de la información).

La cadena, definida como un conjunto de actores y actividades relacionadas alrededor de un producto en un espacio dado, la describe en torno a actividades básicas (producción primaria, industrial, transporte, comercialización, distribución y consumo) y actividades de apoyo (provisión de insumos y servicios).

La incorporación de los subproductos define también los límites de los SAA, profundizándose en ellos hasta donde lo exija el análisis.

El documento se divide en dos etapas:

5.1. Análisis de Cadenas

En esta se caracterizan las fortalezas y debilidades de los SAA. Se desarrolla a través de cinco niveles (Esquema 2, Pg. 34):

- Nivel 1. Relaciones con la Economía Internacional: información sobre los mercados externos relevantes para el SAA.
- Nivel 2. Relaciones con la Economía Nacional: importancia socioeconómica del SAA, políticas, instituciones relacionadas e infraestructura física (cobertura y problemas)
- Nivel 3. Estructura del SAA: identificación de actividades (básicas, de apoyo y etapas del producto) y actores (los que producen, transportan, transforman, venden, consumen el producto o sus derivados, los que proveen servicios e insumos), relaciones técnicas y socioeconómicas con el propósito de conocer las fortalezas y debilidades del SAA. Se caracteriza su papel económico y social y la influencia de los contextos internacional, nacional y regional.
- Nivel 4. Funcionamiento del SAA: análisis del SAA en su conjunto, en términos de las relaciones técnicas y económicas que se desarrollan entre las actividades y los actores.
- Nivel 5. Interpretación de resultados: identificación de factores que definen el nivel de competitividad del SAA, por eslabón, tipo de actor y en su conjunto. La competitividad es el concepto orientador a través del cual se interpretan los datos agregados en los niveles anteriores.

Los primeros cuatro niveles corresponden a la recolección de datos y preparación de información básica para el análisis del SAA. El quinto nivel aborda el análisis de la información obtenida anteriormente.

5.2. Diálogo para la Acción

De la segunda fase, se obtienen propuestas de transformación productiva y de políticas emanadas de la participación de los actores, al igual que la definición de compromisos para su implementación. Alude a la importancia del diálogo y la concertación como mediadores entre la investigación y la toma de decisiones para que los actores se puedan apropiar de los resultados del análisis del SAA y transformarlos en acciones y políticas., de forma tal que sirva como soporte a un proceso de transformación productiva que permee los beneficios a todos y cada uno de los actores.

El documento analiza las variables económicas que inciden sobre un SAA, tanto internacionales como domésticas. No realiza un análisis sobre la importancia de los elementos espaciales en forma concentrada. Más bien

aborda sus elementos en forma aislada (Cuadros 28 y 30), pero no deja de mencionarlos.

Viene ilustrado con cuadros y esquemas que facilitan la comprensión de los temas expuestos (como en los esquemas 3 y 4). Como bien lo apuntan los autores, la sola aplicación del instrumento puede ser de poca utilidad a no ser que se combine con una dinámica de acción social, contando con un marco apropiado y de información de calidad. Realiza validaciones en los sistemas del café (en El Salvador) y la carne bobina (Costa Rica).

El Enfoque Participativo para el Desarrollo de la Competitividad de los Sistemas Agroalimentarios (SAAs), es un conjunto de métodos de investigación participativa acompañado de actividades que promueven el diálogo y la concertación entre los actores de las cadenas. Busca facilitar la identificación de problemas que afectan la competitividad de SAAs específicos (como pueden ser los de la leche, las papas o la carne), así como las posibles soluciones para atacarlos.

El enfoque se sustenta en la participación de los actores de la cadena, públicos y privados, durante toda la aplicación del enfoque; es un trabajo cuyos resultados son de su competencia y cuya ejecución les corresponde impulsar. De ahí la necesidad de que tomen liderazgo desde un inicio y participen en la generación de información para la toma de sus decisiones, que por lo demás tiene que ser un proceso permanente

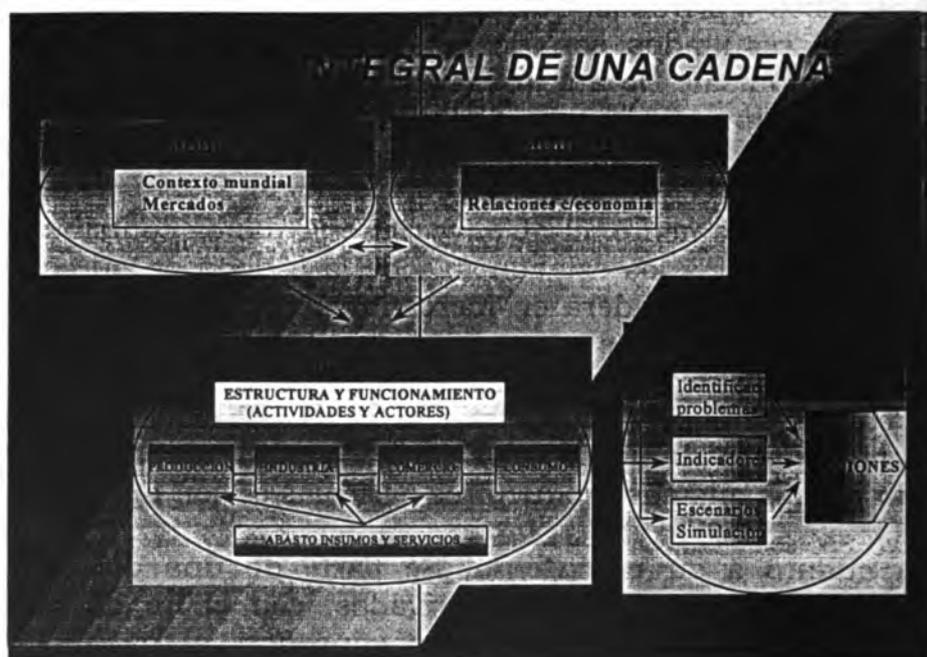
Más específicamente, el objetivo del enfoque es contribuir a mejorar la capacidad de todos los eslabones, y de la cadena en su conjunto para participar en forma duradera en mercados abiertos. Objetivos específicos de la aplicación del enfoque son, contribuir a la remoción de los "cuellos de botella" que atrasan el mejoramiento de la competitividad del SAA; además, estimular el procesamiento y la comercialización de la producción primaria para darle un mayor valor agregado; valor agregado que puede ser producido por los mismos productores agrícolas o bien por otros actores.

En cuanto a su **estrategia**, Se parte de una discusión con los actores de la cadena, públicos y privados, con el fin de **concertar la realización del trabajo**; si se logra consenso, el paso que sigue es realizar un **análisis técnico y económico** del SAA, orientado a plantear los elementos críticos que afectan la competitividad, así como las posibles soluciones. Al mismo tiempo, se van desarrollando un conjunto de **actividades de diálogo y de concertación** que tiene como fin permitirle a los actores del SAA ponerse de acuerdo alrededor de propuestas de políticas y acciones para el mejoramiento de la competitividad y la

eventual definición de una **agenda de transformación productiva**. Finalmente, de constituye un grupo ad-hoc público privado, para impulsar las transformaciones.

Para el análisis técnico y económico se utiliza la metodología de análisis de cadena; se trata de un conjunto de métodos de trabajo y de técnicas para organizar información que se utiliza para estudiar una realidad económica de manera integral, en este caso a un SAA. Involucra por lo tanto la producción primaria, la industrialización de los productos que salen de las fincas, su comercialización, y el consumo que son las actividades básicas. También se hace un análisis de las actividades de apoyo como son la provisión de insumos y de servicios. Implica la necesidad de hacer una evaluación del entorno internacional y nacional que rodea al sistema y como influye en su evolución. La investigación consta de cuatro módulos:

- a. El contexto internacional.
- b. El contexto nacional.
- c. La estructura del SAA.
- d. El funcionamiento del SAA



En el **contexto internacional**, se analiza el relacionamiento del SAA con la economía mundial y los riesgos y las oportunidades para el SAA. se.

Algunos de los temas a considerar son (ojo, algunos temas van a depender si se trata de un producto de exportación o para el consumo interno):

- Compromisos comerciales derivados de negociaciones multilaterales, pero de manera específica en sus implicaciones para la cadena en estudio.
- Compromisos adquiridos mediante la firma de convenios regionales o bilaterales.
- Flujos de comercio; por ejemplo, evolución de los mercados a los cuales estamos exportando, están creciendo o bajando las exportaciones del producto en estudio; cómo evoluciona la participación en esos mercados y en relación a los países competidores. Pero no-solo globalmente; es necesario analizar la evolución de los productos diferenciados; por ejemplo, en café cómo están cambiando los mercados diferenciados (café gourmet, orgánico, etc.); a qué velocidad están creciendo y la participación del país en los diferentes nichos. Las respuestas pueden ayudar a formular nuevas estrategias.
- Análisis de los precios en los mercados externos relevantes para el país, ya porque se realizan exportaciones, ya por el riesgo de importaciones que vengan a competir con la producción doméstica. Pero este análisis para que sea útil debe hacerse en conexión con la situación de precios y costos internos.
- Identificación de los meses en que recurrentemente los precios tienden a ser más altos porque los suministros bajan, lo cual puede darnos pautas para una estrategia de producción distinta, por ejemplo aplicación de irrigación y otros medios para cambiar la temporalidad del producto buscando acelerar o atrasar su producción

Con relación al **contexto nacional**, la cadena agroalimentaria interactúa y se relaciona con la economía doméstica. Esta relación debe entenderse en dos sentidos; por el aporte de la cadena a la economía nacional y por el impacto de la economía nacional sobre la cadena.

En particular, es conveniente tener claro la contribución de la cadena al empleo, a la generación de impuestos, a la generación de divisas, su importancia desde el punto de vista de la nutrición y de la seguridad alimentaria, en especial si se trata de un producto de consumo masivo, y otros aspectos que ayuden a visualizar su relevancia para el país.

También, se plantea la realización de un análisis de las instituciones públicas que se relacionan con el SAA, sus funciones, su aporte al desarrollo del SAA; una revisión de tareas que eventualmente se hubieran dejado de cumplir producto de los cambios que conlleva la reforma

institucional, y principalmente, quien o quienes están llenando los vacíos y cómo se está haciendo el trabajo.

Otro aspecto a investigar es la situación de las organizaciones privadas, por ejemplo, su capacidad para contribuir al mejoramiento de la productividad de sus asociados mediante la orientación de recursos hacia la disminución de costos de insumos; para la organización del mercadeo de sus productos; para facilitar el acceso a servicios de asistencia técnica; para facilitar el acceso a condiciones para satisfacer las exigencias en calidad y sanidad de los productos, etc. También, su capacidad para contribuir a la organización de la cadena, representar a sus asociados para la solución de conflictos con otros actores, etc.

Finalmente, se requiere de un conocimiento sobre la situación de la infraestructura nacional, en términos de si facilita, o más bien, dificulta el desenvolvimiento de la cadena. Se trata de temas como las facilidades portuarias, de caminos y carreteras, aeropuertos y otros.

En lo que corresponde a la **estructura** del sistema agroalimentario, se trata de realizar una caracterización técnica y económica de los actores de la cadena. ¹⁰El primer paso, es el desarrollo de una clasificación de ellos en categorías homogéneas. Posteriormente, se visitan fincas o agroindustrias representativas de las categorías para recabar información sobre tecnologías, costos de producción, precios de venta, rendimientos, utilización de escala de planta, etc. El análisis comparado de costos y las razones de las diferencias, permite identificar las principales ventajas o desventajas competitivas al interior de la cadena por categorías, en aspectos tales como condiciones de dotación de factores, condiciones climáticas, tecnológicas, de disponibilidad de capital humano, precios de insumos y factores, ubicación geográfica, etc. Es un trabajo importante porque si se quiere apoyar el proceso de cambio, mal haríamos en trabajar estrictamente a partir de promedios país porque perdemos información sobre las necesidades de los distintos grupos de actores.

En cuanto al módulo sobre el **funcionamiento** del SAA, conlleva una caracterización de las relaciones técnicas y económicas entre los actores de los distintos eslabones. Se analizan aspectos tales como su poder de negociación para la determinación de precios, la existencia de contratos, los términos de venta (presentación, plazos, etc). También se desarrolla un análisis de la distribución precios, costos y utilidades a lo largo de la cadena. Un instrumento útil para este trabajo es una representación del

¹⁰ Una alternativa metodológica para hacer la caracterización se presenta en el documento: Herrera, D. 1998. CADIAC. Cadenas y Diálogo para la Acción. Metodología para la elaboración de Tipologías de Actores. San José. C.R., IICA.

camino que sigue el producto desde las fincas hasta los consumidores (circuito), pasando por los centros de recibo y acopio, manejo, procesamiento, transporte, etc. según sea el caso, con indicación de los precios y los costos en los diferentes eslabones. Por ejemplo, para la papa, se pueden identificar tres circuitos principales; la papa que se comercializa a granel, la que se procesa y vende congelada lista para los restaurantes y la que se procesa y vende en hojuelas. Esta representación es útil porque facilita el cálculo de la distribución de costos, precios y utilidades a lo largo de los circuitos, identificar los más rentables e identificar el potencial para incrementar el valor agregado de la cadena.

Otro aspecto de relevancia propio del análisis del funcionamiento, es una evaluación de la organización de la cadena, de la coordinación al interior de los eslabones y entre eslabones, de la capacidad de todos los eslabones para comprometerse con los estándares de calidad que exigen los mercados, como también de su capacidad para superar conflictos (que normalmente surgen por la distribución de las utilidades cuando algunos actores sienten que deberían obtener ganancias mayores). Dos ejemplos interesantes sobre la temática de la coordinación son, el primero, los productos de "denominación de origen" en Europa, con características de calidad muy particulares que requieren de un sistema de control en todas las fases de la cadena. En Argentina el desarrollo tecnológico (manejo de pasturas, genética animal, frío, barcos) y la articulación organizacional de los eslabones y operadores (invernadores, transportistas, frigoríficos, importadores, carniceros británicos), empujaron en su momento el brillante esplendor de la pampa argentina.

Finalmente, se necesita un análisis de las actividades de apoyo a la cadena, como son el abastecimiento de insumos y de servicios, particularmente, de los cuellos de botella que se puedan presentar en aspectos como son la existencia oportuna de suministros, su calidad y los precios de venta.

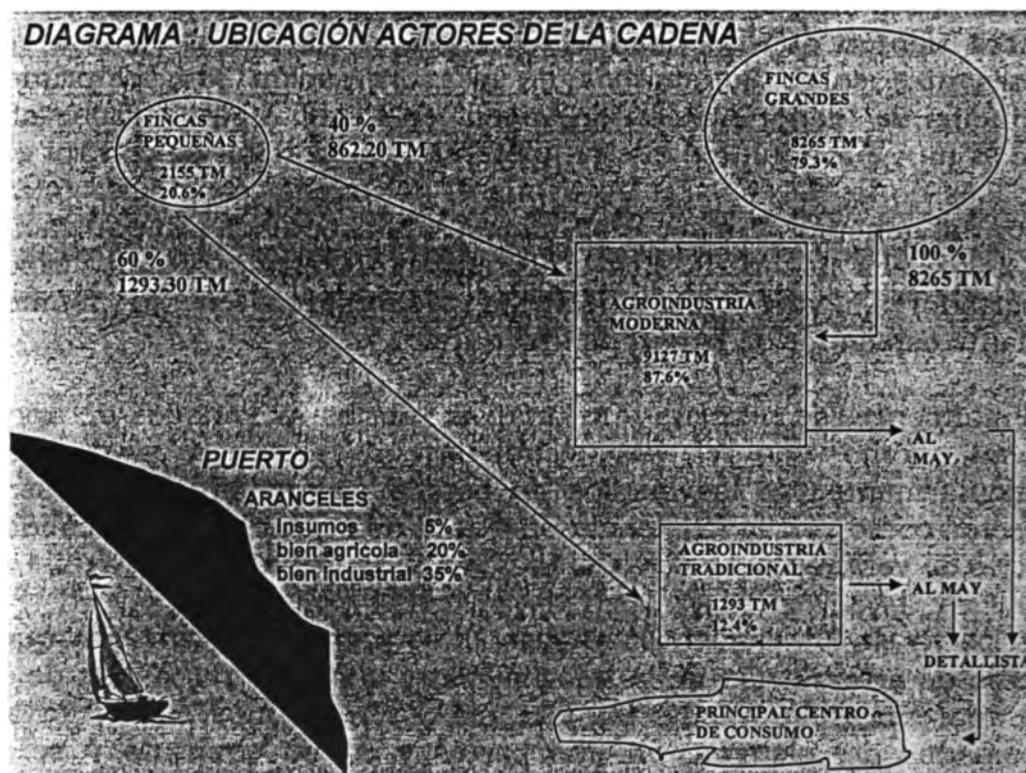
A partir de los elementos anteriores se prepara **la síntesis**, que es un trabajo de articulación de la información y los datos recogidos, de manera que aparezcan claramente los factores determinantes de las fortalezas y debilidades del sistema, en sus partes y en su conjunto y se puedan identificar propuestas técnicas, económicas y organizacionales para mejorar la competitividad del SAA.

Compañeros, hasta aquí todo está muy bonito, pero en la práctica nos encontramos con el problema de que los documentos se desactualizan rápidamente, además de que se requiere de un instrumento que le de permanencia al esfuerzo de investigación, que pueda actualizarse, pero que además, permita la construcción de escenarios y hacer simulaciones.

Entonces, desarrollamos una metodología para la preparación de modelos en hoja electrónica, con el fin de que sirva de ilustración a técnicos que están investigando una determinada cadena y desean construir un modelo para representarla. El documento de guía ¹¹con su disquete está en imprenta, estará disponible en unas 2 o tres semanas cuando mucho y esperamos que sea útil. Les presento algunos elementos para dar una idea:

Los resultados y facilidades que brinda son:

- Distribución de precios, costos y utilidades en los principales circuitos de la cadena agroalimentaria.
- Generación de indicadores de protección, subsidio y competitividad.
- Facilidades para realizar simulaciones de resultados (realizando cambios en variables endógenas o exógenas a la cadena), y por ende, para actualizar el modelo y la investigación que le dio origen.



El diagrama presenta elementos que son típicos al construir estos modelos; corresponde a uno desarrollado en el IICA, cuyo fin es servir de

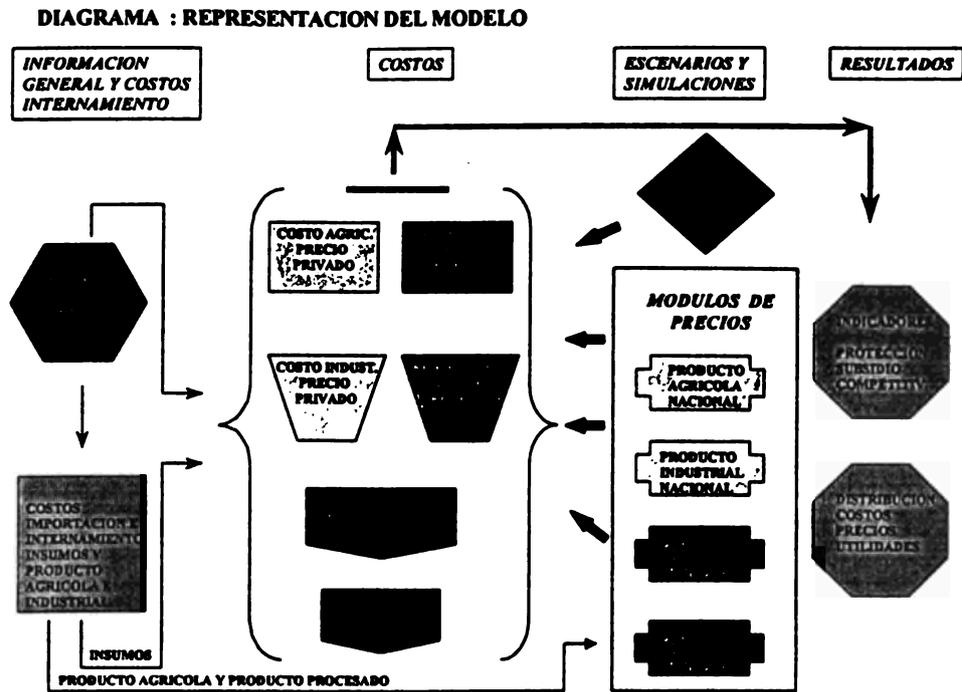
¹¹ Herrera, D.; Sanarrusia, Mora, J. 1999. CADIAC. Cadenas y Diálogo para la Acción. Método para análisis cuantitativo computadorizado. San José, C.R., IICA. EN IMPRENTA.

ilustración para técnicos que están analizando un determinado SAA y desean construir un modelo.

El modelo identifica dos tipos de categorías de fincas; las pequeñas donde la utilización de mano de obra es alta, costo por hectárea bajos pero con rendimientos reducidos, alejadas de los centros de procesamiento, lo cual repercute en precios bajos para su producto. Por otro lado, un grupo de fincas grandes, intensivas en capital y ubicadas cerca de las plantas procesadoras. La agroindustria tradicional ubicada cerca de los centros de consumo lo cual encarece el costo de la materia prima agrícola por el valor del flete y por el transporte implícito de la basura (se tratar de un grano básico).

El modelo contempla la posibilidad que comerciantes e industriales puedan importar el producto final o la materia prima respectivamente de terceros mercados, y hace las comparaciones del caso.

En cuanto a la estructura, el modelo consta de cuatro hojas básicas la primera de información general sobre los factores de producción, costos de importación de los insumos y el producto, costo de los insumos y bienes. Una segunda hoja donde se involucran los costos de producción para la parte agrícola y para la parte industrial dividida en costos privados y económicos (que representan los mismos cálculos pero eliminando distorsiones). La tercera hoja, permite la realización de simulaciones; son variables que pueden cambiar por ejemplo costos de importación de insumos y de productos, precios nacionales, aranceles, etc.



La cuarta hoja contiene los resultados que ofrece el modelo; se construyeron solamente dos tipos de resultados, primero; indicadores de protección, subsidio y competitividad para las fincas y para las agroindustrias; en segundo lugar una representación de los tres principales circuitos por los cuales fluye la producción, con indicación de precios, costos y utilidades que asume cada eslabón de la cadena.

La información y el material técnico que se generan en la fase de análisis de la cadena es un insumo necesario pero insuficiente para la toma de decisiones. Para que esto sea posible, es decir, para que efectivamente esa información contribuya a generar cambios, deben existir *mecanismos de diálogo y de concertación* que establezcan una conexión fuerte entre análisis y acción. En la aplicación del enfoque, se han venido poniendo en práctica varios mecanismos que han mostrado ser muy útiles:

Primer Mecanismo: Consultas Institucionales y Reuniones Preliminares

Tiene como propósito evaluar el interés de las instituciones y los actores privados respecto de la posible utilización del enfoque. Si hay interés se continúa con los siguientes pasos.

Segundo Mecanismo: El Grupo de Apoyo

Debe integrarse con representantes de todas las instituciones y organizaciones privadas involucradas. Es un grupo de tipo ad hoc que no tiene carácter permanente; se reúne ocasionalmente a solicitud de su coordinador. Su fin es vigilar por el cumplimiento del programa de trabajo.

Tercer Mecanismo: El Equipo Técnico

Tiene como propósito apoyar al técnico responsable de la conducción del trabajo de investigación; puede constituirse con técnicos de instituciones públicas, de organizaciones privadas y de universidades.

Cuarto Mecanismo: Los Talleres Técnicos

Su objetivo es facilitar un análisis crítico de los resultados del análisis técnico y económico de la cadena, y asegurar su calidad y aptitud para alimentar un debate nacional en los talleres nacionales (siguiente mecanismo). Los talleres deben ser convocados por altos representantes de las instituciones y organizaciones involucradas e incorporar al grupo de apoyo y al equipo técnico. Se convoca a técnicos y actores de la cadena con capacidad para brindar aportes.

Quinto Mecanismo: Los Talleres Nacionales

Tienen como objetivo discutir las propuestas técnicas y definir las acciones prioritarias de una agenda nacional para la transformación productiva del SAA. Se invita a todas las organizaciones públicas y privadas relacionadas, particularmente a directivos con poder de negociación y decisión. Se debe ampliar la invitación a instituciones no necesariamente ligadas al SAA, pero que financian proyectos.

Sexto Mecanismo: Los Grupos de Seguimiento

La responsabilidad de poner en marcha las acciones prioritarias acordadas por los actores sociales en los talleres nacionales corresponde a los gobiernos y a la sociedad civil. Para tal efecto, se hace necesaria la constitución de un mecanismo de seguimiento. Básicamente, se pueden plantear dos alternativas: la constitución de un grupo ad hoc o encargar el seguimiento a una organización tipo "cúpula", si ésta existe.

En lo que corresponde **al papel que desempeña el IICA en torno al enfoque** y a su aplicación en los países, es básicamente de promoción, capacitación y seguimiento en el marco de una estrategia ampliamente participativa.

La capacitación consta de tres componentes:

- Cursos orientados a técnicos que van a conducir la aplicación del enfoque; es decir, se capacitan para que dirijan investigaciones utilizando la metodología de análisis de cadena y las acciones de concertación.
- Capacitación para el desarrollo de tipologías de actores.
- Capacitación para la construcción de modelos para representar SAAs..

6. CARACTERIZACION DE CADENAS AGROALIMENTARIAS PARA EVALUAR INVESTIGACION EN EL CONO SUR. IFPRI, BID, PROCISUR, IICA, 1998.

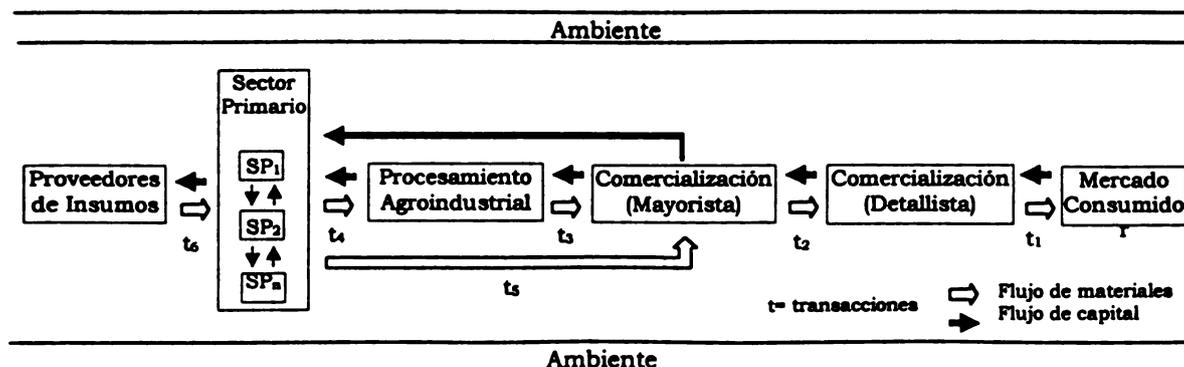
El documento inicia con los antecedentes del proyecto, abordando luego el enfoque de cadenas productivas desde el contexto de la globalización. La priorización de cadenas se logra por medio de una caracterización de los componentes y su segmentación. Para ello se trabajaron cuatro cadenas: carne vacuna, en Uruguay; trigo, en Argentina; soya, en Brasil; y manzana, en Chile.

Como necesidad impostergable para los países de Latinoamérica y el Caribe (LAC), de mejorar la competitividad internacional por medio de estrategias bien definidas y articuladas a las características de la región, el IICA, en conjunto con el BID, firmaron dos convenios para la priorización de investigación agropecuaria en LAC, para identificar prioridades y asignar óptimamente los recursos.

Ello, a partir de los procesos de integración económica a nivel regional, motivados por la globalización, la cual pretende "...un aumento del flujo de capital y del comercio, que es importante para el crecimiento, así como para fortalecerse mutuamente y crear nuevos mercados en el resto del mundo" (Pg. 22).

Se decidió hacer el análisis basado en el enfoque de cadenas, pues éste permite identificar las interrelaciones entre los diferentes componentes del proceso, que van desde la producción primaria, a través de la comercialización, distribución y procesamiento agroindustrial, hasta el consumo final (Fig. 1). Con un mejor conocimiento de dichas interrelaciones, sus problemas, limitaciones y oportunidades, es posible avanzar hacia niveles óptimos de competitividad a partir de una mejor planificación de la investigación y fijación de prioridades.

Fig. 1. Modelo de Cadena Productiva



El documento brinda el enfoque de competitividad revelada, según la cual “las cadenas productivas tienen como objetivo primordial proveer al consumidor final productos de calidad, en cantidad adecuada según sus necesidades y a precios competitivos. Por esta razón, es crucial considerar la influencia del consumidor final sobre los demás componentes de la cada productiva y también es importante identificar las necesidades cualitativas y cuantitativas del mercado consumidor para garantizar la sostenibilidad del sistema “ (Pg. 19).

Introduce el concepto de agronegocios (agribusiness), donde el análisis debe llevarse a cabo concibiendo las interrelaciones que se desarrollan entre los eslabones de la cadena, no en función de productos (en forma aislada). “El grado de fortaleza de la cadena está dado por la capacidad de resistencia de sus componentes más débiles” (Pg. 23), siendo la tecnología la herramienta para el fortalecimiento de esas debilidades.

Dicho análisis permite identificar cómo cada eslabón (segmento productivo) “ejerce influencia o es afectado por los patrones de cambio tecnológico e institucional que ocurren en los demás componentes de la cadena productiva y que, al mismo tiempo, pueden estar involucrados en otras cadenas productivas del complejo industrial” (Pg. 21).

El hablar de competitividad exige conocer los vínculos que existen entre agricultura, industria, comercio y mercado. Al mismo tiempo, es necesario comprender que las cadenas son elementos inherentes al desarrollo socioeconómico, sectorial y regional, pues el desempeño y comportamiento de las cadenas mediatiza la dinámica de ellos.

El empleo de este enfoque permite analizar la evolución del sector productivo por medio de los eslabones (núcleos de presión) que dinamizan el desarrollo, lo que permite la definición de políticas gubernamentales que incidirán directa o indirectamente sobre éstos. Al mismo tiempo, el empleo de las cadenas productivas, además de permitir la caracterización del sector primario y los sistemas productivos, da la oportunidad de incluir a las diferentes organizaciones industriales y comerciales que se vinculan, en diferentes grados, con la actividad agraria (encadenamientos hacia atrás y hacia delante).

La eficiencia y la competitividad de las empresas devienen de una organización institucional eficiente, de las innovaciones tecnológicas y de la calidad de los productos, elementos claves en un contexto de globalización y competencia. La incorporación de tecnología en cada una de las etapas de la cadena agrega valor a esta, permitiendo obtener ganancias en productividad, transferidas vía precios más bajos al consumidor final.

Particularmente, las innovaciones tecnológicas constituyen una ventaja competitiva fundamental en la estructura agroindustrial y en el comportamiento competitivo de las empresas. "Una cadena de producción sustentada por un sistema de tecnologías tendrá pocos condicionantes que puedan comprometer su competitividad" (Pg. 22).

Mencionan algunos factores condicionantes y diferenciables en la competitividad, como la infraestructura de apoyo a la producción, medida a través de indicadores tales como rutas, puertos, costo de insumos, tarifas e impuestos, grado de modernización del proceso agroindustrial, etc.

6.1. Cadena del trigo en Argentina

El trigo, en Argentina, es el cultivo que más aporta a la generación de divisas, a través de las exportaciones (\$1022 mills. -4.4 mills. de ton en 1995-1996) . Básicamente, su cultivo se ha asociado con el maíz y la soya, distribuyéndose geográficamente en binomio con alguno de estos, o en forma de monocultivo. El área sembrada es directamente proporcional al precio internacional del grano (7 mills ha, aprox., 1996-1997).

Los niveles de productividad del trigo, en la Argentina, son bajos en relación con el promedio mundial, siendo la principal causa el bajo empleo de fertilizantes. La demanda interna es relativamente inelástica, por lo que la mayoría de la producción se vuelca hacia el exterior.

6.2. Cadena de la soya en Brasil

En el caso del cultivo de la soya, en Brasil, recibió un impulso con la aplicación de políticas macroeconómicas, que incentivó el desarrollo de nuevos complejos agroindustriales. Esta se vio beneficiada particularmente por la innovación tecnológica, junto a la alta competitividad en los sectores de insumos, máquinas e implementos agrícolas.

De los tres productos derivados de la soya (grano triturado, salvado de soya y aceite) que se dirigen hacia mercados externos, se obtienen divisas por un valor cercano a los \$3.424 mills (por aproximadamente 14.5 mills. de ton), siendo la región meridional del país la que mayor área dedica al cultivo y procesamiento de las oleaginosas.

6.3. Cadena del jugo de manzana en Chile

La cadena del jugo de manzana, en Chile, se ha visto impulsado por un proceso de modernización general de la agricultura chilena, como

consecuencia de un efecto multiplicador en los encadenamientos (hacia delante y hacia atrás) del sector agropecuario y otros sectores económicos. A ello se suma la creciente importancia del sector externo, al tanto que la globalización de los mercados afectan, indefectiblemente la cadena agroalimentaria y sus interconexiones.

El 30% de la producción de manzana de Chile (442 mills. ton) es consumido por la agroindustria de jugos concentrados, dedicándose el 70% restante a productos como deshidratados, pulpas concentradas, congelados y conservas.

La mayor parte de la oferta de manzana para jugo está constituida por fruta descartada para la exportación y el consumo en fresco, puesto que no existen huertos industriales dedicados a la producción de fruta para la elaboración de jugos. El valor de la exportación por concepto de este rubro alcanzó en 1996 la suma de \$67.1 mills.

Se plantean las siguientes recomendaciones para mejorar la competitividad del producto:

- Incrementar la productividad y la calidad de la materia prima (desarrollo de variedades y sistemas de producción)
- Desarrollar productos de consumo final
- Mejorar eficiencia operacional de procesos y equipos industriales
- Desarrollar sistemas de mejoramiento de la calidad en el proceso industrial
- Mejorar la coordinación de las instituciones: sectores primario (compartir experiencias productivas), agroindustrial (incentivar el trabajo conjunto para alcanzar metas grupales)
- Desarrollar sistemas de producción ambientalmente sustentables (normas ISO 14000)
- Crear y fortalecer sistemas de información (que permita la capacidad de anticipación y reacción adecuadas en un mercado altamente competitivo)
- Fortalecer la demanda doméstica

6.4. Cadena de la carne vacuna en Uruguay

En el caso de la cadena de la carne vacuna en Uruguay, operan dos segmentos industriales: con orientación exportadora (120.000 ton) y con orientación al consumo interno (60% de la producción de carne -180.000 ton aproximadamente). Este último sector es más estable que el exportador, menos exigente en calidad y presentación y abastecido por un sector industrial especializado.

El mercado exportador está dirigido, principalmente, hacia la Unión Europea, EE.UU. e Israel, pues presentan estabilidad, precios y posibilidad de colocación. El remanente exportable se dirige a mercados marginales con menor demanda de calidad y valor agregado, como Brasil, Irán y Egipto.

6.5. DreamSur: una herramienta para priorizar la investigación

Como agregado al estudio de las cadenas agroalimentarias se generó un software denominado DreamSur, cuyo principal objetivo radica en evaluar y cuantificar los excedentes económicos en dos niveles elegidos de la cadena productiva.

“El criterio de priorización a través del criterio económico usado por el DreamSur se basa en el concepto del excedente económico, mediante el cual se puede estimar el excedente generado por una determinada innovación tecnológica a nivel del productor, consumidor y gobierno [...] Este criterio también permite calcular los denominados efectos de “derrame”, también llamados de “desbordamiento”, “diseminación” o “spillovers”, o sea los beneficios que son generados por la investigación en una región, pero que van “gratuitamente” a otras regiones o zonas agroecológicas, en función de la adopción de las tecnologías resultantes de manera indirecta” (Pg. 71).

6.6. Conclusiones y recomendaciones

Para la priorización de los proyectos y la asignación de recursos, los sectores agroalimentario y agroindustrial deben verse como un proceso encadenado, liderado por las demandas del consumidor (competitividad revelada), quien plantea exigencias de calidad, contenido y presentación. Esas demandas se articulan a través de la innovación tecnológica en todos los eslabones de la cadena productiva.

El concepto de cadenas permite analizar cada eslabón que las compone (proveedores de insumos, producción primaria, transformación, comercialización y servicios, hasta el consumidor final), identificando oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de cada uno, puntualizando el aporte de las nuevas tecnologías.

7. ANALISIS DEL SISTEMA PRODUCCION CONSUMO DE HORTALIZAS EN PANAMA. REDCAHOR, IICA, 1999.

Este trabajo pretende desarrollar una discusión sobre la problemática de la comercialización de las hortalizas en Panamá. Al igual que en este documento, en otros estudios se analiza el problema para el resto de los países miembros de la Red. En este estudio fue escogido el problema de comercialización debido a que este se identificó como uno de los principales escollos para el desarrollo de este sector.

La principal tarea del documento es identificar, en una visión de amplio alcance, los principales problemas que limitan la expansión del comercio de hortalizas y promover el diseño, la elaboración y la implementación de proyectos dirigidos a solucionarlos.

En una primera sección del documento se realiza un estudio de los aspectos generales del sector agrícola. Se lleva a cabo una descripción de las regiones de producción, las superficies cultivadas, los volúmenes y el valor de la producción de la papa, la cebolla, el tomate industrial, el tomate de mesa, el repollo, el pimentón y el zapallo (estos productos fueron escogidos dada la importancia que presentan en las economías de las áreas productoras).

Aunque el cultivo de hortalizas y legumbres es el subsector de menor importancia en el contexto agrícola de Panamá, en los últimos años se ha presentado una mayor importancia dada la trascendencia que se le asigna al mercado de exportación y las oportunidades de producción e ingreso que ofrecen las ventajas que se dan en el mercado internacional, en ciertas épocas del año, para algunos cultivos como la sandía, melón, zapallo, ñame y otros, considerados como Cultivos No Tradicionales.

Además, al igual que en el resto del mundo, la mayor inclinación de los consumidores hacia los "alimentos saludables", han aumentado de manera considerable la demanda de las hortalizas, lo cual le agrega valor a la producción de estos bienes.

En el análisis del volumen y valor comparativo, para cada uno de los productos seleccionados se lleva a cabo una descripción del número de productores, las hectáreas cultivadas, el volumen producido, el rendimiento promedio por hectárea y el valor de esa producción, para el periodo comprendido entre 1992 y 1998.

7.1 Precios de las hortalizas

El desarrollo del mercado es estudiado a partir de la evolución y formación del precio de las hortalizas. Según el estudio, en este fenómeno influyen los volúmenes de producción transados y en menor medida la formación de nuevos mercados en las provincias, ya que casi la totalidad de las hortalizas se comercializa en el mercado de la ciudad de Panamá por lo que funciona como líder en el proceso de formación de precios.

Los precios presentados se refieren a:

- Precios al productor: precio promedio mensual recibido por los agricultores en la Cooperativa Hortícola de Mercadeo R. L. (COOHMERC). Se escogió esta empresa ya que sus compras las realiza de manera constante y directa a los agricultores, además con la información estadística confiable sirve como ente regulador en los precios pagados en las áreas de producción.
- Mercado de abastos (Mercado Agrícola Central): precio promedio frecuente mensual, recibido por los transportistas, agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central ubicado en la ciudad de Panamá. Estos precios son pagados generalmente por clientes mayoristas, tales como supermercados, restaurantes, hoteles, abarroterías, carretilleros, etc.. Este es el principal centro de mercadeo al por mayor.
- Mercado de San Felipe: precio de venta mensual al minorista; este centro de expendio está ubicado también en la ciudad de Panamá. Aquí venden generalmente los que compran en el Mercado Agrícola Central y sus clientes los representan directamente los consumidores, quienes compran por pequeñas cantidades y corresponden en su mayoría a la clase económicamente baja y media.
- Precios al público de los supermercados reportados por la Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor CLICLAC, a partir de encuestas que realiza su Departamento de Estadística.

A partir de la definición metodológica de estas variables precio, se estudia el margen de ganancia de cada participante en la cadena de distribución de las hortalizas hasta la llegada del producto al consumidor final. El análisis del margen de cada uno de los participantes, así como la tendencia del precio de la hortaliza o legumbre en el tiempo, muestra en alguna manera la importancia de cada sector de distribución dentro de la cadena agroalimentaria descrita.

La tendencia en el precio de estos bienes está explicada en gran medida por la evolución de la demanda de los mismos. Para todos los bienes

agrícolas estudiados, el volúmen demandando para el año 1996 excedía por mucho el volúmen demandado en el año 1996 (principalmente en la papa). Sin embargo, en los últimos años se presenta un incremento importante en la importación de hortalizas y legumbre como respuesta al aumento en la demanda, lo cual podría estar afectando los precios nacionales de estos bienes.

7.2 Sistema de producción consumo de las hortalizas en Panamá

El sistema de producción consumo de cualquier bien define como se integran y relacionan los diferentes actores entre si para el abastecimiento de estos productos al consumidor. En el análisis que se lleva a cabo para el sector de hortalizas y legumbres en Panamá, se explican las líneas de relación entre:

- **Productores:** Que cultivan la tierra y generan el producto básico que se ofrece al mercado.
- **Intermediario camionero:** Compra el producto directamente del productor y lo distribuye a los intermediarios, empacadores, mayoristas que tengan contratos con supermercados, hospitales u otros centros de distribución y consumo.
- **Intermediario empacador:** Compra la mercancía en general del intermediario camionero, la clasifica y empaca para ofrecerlas a fruterías, restaurantes y hoteles.
- **Mercado Agrícola Central:** Por este momento, ubicado en la ciudad de Panamá, pasa el 71% de la producción nacional. Este mercado por lo tanto, funciona como formador de precios y está manejado por los intermediarios mayoristas que tiene sus cubículos dentro de sus instalaciones.
- **Cadenas de Supermercados:** Son grandes instalaciones de distribuciones de mercancías al consumidor final. Adquieren el producto a través de importadores y abastecedores reconocidos, intermediarios, mayoristas y productores. En general realiza una recalificación y rebase del producto para su distribución a los centros comerciales.
- **Fruterías, restaurantes y hoteles:** Estas empresas manejan un cierto volúmen constante de producto. Tienen como exigencia la clasificación y la calidad del producto, son considerados como clientes muy cotizados.

- Carretilleros, carnicerías, pickup de venta de barriadas: Estos pequeños distribuidores se suplén de los intermediarios mayoristas en el Mercado Central. Sus exigencias de calidad son menores.
- Importadores y abastecedores: Abastecen directamente al consumo intermedio a través de importaciones o de compras en el mercado nacional. Son empresas establecidas que cumplen con las reglamentaciones vigentes. Sus principales clientes son los supermercados, aunque en ocasiones abastecen a los mayoristas del Mercado Central.
- Consumidor: El eslabón final de la cadena. En general no mantiene una demanda especial en cuanto a variedad y calidad de productos y su presentación. Sin embargo, el crecimiento y las exigencias del consumo en los últimos años indican un aumento global de la demanda y mayores exigencias en calidad y variedad de productos. Las importaciones por un lado y las demandas especiales de grupos étnicos, especialmente los asiáticos, han contribuido enormemente a la expansión del consumo de hortalizas.

A partir de encuestas realizadas a actores que se encuentran inmersos en la cadena de comercialización de las hortalizas, se identifican las relaciones entre cada una de las partes, así como los problemas existentes en la misma.

El estudio pone al descubierto dos puntos dentro de la cadena que funcionan como los pivotes del sistema. Por un lado, alrededor de los productores se desarrolla una fuerte actividad competitiva generada por los compradores intermediarios y alimentada por un creciente consumo de vegetales (la competencia en esta sección de la cadena se hace sobre servicios que incluyen financiamiento y transporte como mínimo).

El otro punto que comienza a funcionar como pivote de concentración de las relaciones se da con los supermercados (principalmente con la concentración de las importaciones para abastecer a estos agentes). Sin embargo, la mayor parte de la producción es aún comercializada por mercados “populares” que mantiene su estructura de márgenes relativamente constantes.

El estudio presenta varias hipótesis que explican el aumento en la demanda de hortalizas y legumbres:

- Un factor tradicional es el del aumento de la población que refleja una tendencia asociada con el crecimiento vegetativo del mercado.

- La influencia del consumo étnico, particularmente de los grupos asiáticos, con un fuerte contenido de vegetales en sus dietas, está influyendo en el modo de consumo de la población general al promover la disponibilidad de una mayor variedad de vegetales y su tipo de dieta.
- El consumo de vegetales aumenta por un incremento general en el nivel de ingresos de la población, pues este tipo de productos tiene elasticidad ingreso positiva, como ha sido demostrado en otros países.

Ante esto, es de suponer que nos encontramos ante un mercado nacional en expansión, lo cual se refleja en los cambios que están ocurriendo en este momento y que están siendo promovidos por el proceso de apertura comercial.

Como último punto, en el estudio se identificaron tres grandes áreas de problemas:

- a) La existencia de una crisis de oferta, demostrada por las tendencias recesivas en la producción de la mayoría de los cultivos analizados, contrapuesto con un incremento de la demanda demostrado por las estadísticas de la Contraloría y argumentadas en el incremento de la población, del ingreso per cápita y por una hipotizada tendencia al incremento en el consumo de hortalizas como alimento saludable y por el efecto demostrativo de las demandas étnicas en la población nacional.
- b) Los problemas generados por los grandes cambios que están ocurriendo en el mercado a partir de los procesos de globalización y apertura comercial que se viven en Panamá.
- c) Se presentan problemas por las nuevas tecnologías requeridas para enfrentar la competitividad en los mercados nacionales e internacionales y las nuevas demandas de calidad exigidas por los consumidores.

8. EXAMINING AGRI-FOOD TRADE PERFORMANCE IN THE WESTERN HEMISPHERE: An Application on the Revealed Comparative Advantage Measure. Antoine, P., Arias, J. y Francis, D., CRNM, IICA, 1999.

Este estudio es un análisis empírico del desempeño del comercio de productos agrícolas de las naciones del hemisferio Oeste. Para llevar a cabo esta medición de la competitividad de las industrias agrícolas se utiliza el concepto de “ventaja relativa de competitividad (VRC)”. La ventaja

o desventaja relativa competitiva de los 61 bienes exportables utilizados en la muestra, es cuantificada mediante dos mediciones de comercio global: la ventaja relativa de exportación (VRE) y la competitividad relativa (VRC10).

Para esto, se utiliza información referente a la participación histórica de estas naciones en los mercados agrícolas, a la vez que se toman en cuenta las habilidades particulares dentro del comercio internacional de bienes específicos. Estas estimaciones identifican las diferentes categorías de bienes exportables, la importancia relativa de cada una de estas y los cambios en su composición, a través del análisis comparativo de dos series de tiempo para periodos distintos.

■

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN ANALISIS DE PRODUCTOS

9. COMPETITIVENESS OF THE NON-TRADITIONAL AGRICULTURAL SECTOR OF THE OECS: A Diagnostic Analysis, Antoine, P. y Taylor, T., OECS, ADCU, IICA, 1993.

Como resultado de la iniciativa de diversificación agrícola durante la década de los años 80 tomó auge en la Organización de los Estados Caribeños del Este (Organization of Eastern Caribbean States, OECS) la comercialización de bienes homogéneos (commodities) no tradicionales: frutas tropicales frescas y vegetales.

Una serie de factores respaldaron esta iniciativa, entre ellos: el deseo de estos países de aplicar políticas enfocadas en mejorar la nutrición, aumentar el empleo a través de la sustitución de importaciones y estimular el crecimiento económico a través del crecimiento del comercio.

Este estudio evalúa la competitividad y la ganancia de divisas de 31 commodities en 8 territorios de la OECS, en base a precios, costos, políticas agrícolas y condiciones de mercado prevalecientes durante el periodo 1992-93. Se parte de un análisis previo realizado y se emplea el indicador Costo de los Recursos Domésticos (CRD) para evaluar la eficiencia económica relativa de los commodities agrícolas no tradicionales. A partir de allí, se interpretan las estimaciones con respecto a tendencias del mercado estadounidense con el fin de determinar los commodities que tienen mejor aptitud para ser promovidos como ganadores de divisas.

La relación entre las políticas macroeconómicas del país y las decisiones de los productores/exportadores es clave en la identificación de la competitividad, tanto a nivel inter como intra del país. Colocar los commodities en términos de su habilidad para generar o ahorrar divisas, constituye una forma particular de evaluar competitividad y liga el análisis económico directamente con los objetivos del Programa de Diversificación de la OECS.

El análisis es útil para hacedores de política, planificadores, organizaciones productoras y agencias internacionales de financiamiento interesadas en comprometerse o facilitar las exportaciones agrícolas no tradicionales de la sub-región de OECS. Asimismo, ayuda a los hacedores de políticas con directrices de costos y rentabilidades reales y financieras de perseguir varias alternativas de política. Provee una base objetiva y fuerte para evaluar políticas de programas de diversificación agrícola en la subregión de OECS.

9.1. Costo de los Recursos Domésticos (CRD)

El CRD mide la competitividad de una empresa dada, evaluando simultáneamente dos criterios: rentabilidad social y el potencial de ganancia neta de las divisas.

Una empresa es considerada competitiva, dado un mercado, si es rentable socialmente y genera ganancias netas positivas de divisas. Si alguno de éstos dos criterios no se satisface, la empresa se considera no-competitiva.

Los recursos disponibles en una economía para producir bienes y servicios, en cualquier punto en el tiempo, se pueden clasificar en tres categorías:

1. Dotación de factor primario (tierra, mano de obra y capital).
2. Materiales intermedios producidos domésticamente.
3. Materiales intermedios importados.

Los recursos domésticos de un país son los factores de las dos primeras categorías.

El CRD es definido como

$$(1) \text{ CRD} = \frac{\text{valor sombra del total de recursos domésticos}}{\text{valor agregado a precios internacionales}}$$

donde todos los valores se expresan en unidades de moneda doméstica.

El valor sombra del total de recursos domésticos mide el costo de tales recursos requeridos para producir una unidad de un bien dado. Tal costo es valorado a su precio sombra (oportunidad), o de forma equivalente, la pérdida de valor de la economía como resultado de reasignar tales factores de su alternativa de uso más eficiente a la empresa que está siendo evaluada.

El denominador de la expresión anterior representa el valor agregado de los recursos domésticos cuando se combinan con factores de producción importados para producir una unidad de producto. Tanto los insumos como el producto importado son valorados a precios internacionales ajustados por distorsiones e intervenciones gubernamentales tales como tarifas y derechos de aduana; a los precios internacionales ajustados se les denomina precios de no intervención.

Si $DRC > 1$, el costo sombra de los recursos domésticos excede el valor agregado de esos recursos. A pesar de que la empresa es rentable cuando se evalúa a precios de no intervención, se da una pérdida neta de divisas. La empresa es considerada no competitiva ya que el segundo criterio de competitividad no se satisface.

Si $DRC < 1$, el costo social de los factores domésticos es menor que el valor agregado de los recursos. La empresa es considerada competitiva ya que los dos requisitos se satisfacen: la empresa es rentable a precios de no intervención y presenta ganancias netas de divisas.

Si $DRC < 0$, la empresa es no competitiva. Al ser evaluada a precios de no intervención presenta una pérdida para los factores domésticos y una pérdida de divisas, con lo que no cumple ninguno de los dos criterios de competitividad.

La expresión (1) puede transformarse en:

$$(2) DRC_i = \frac{\sum_{j=k+1}^n a_{ij} V_j}{P_i^f - \sum_{j=1}^k a_{ij} V_j}$$

Donde:

P_i^f : precio externo de la producción

P_j^f : precio externo del insumo

A_{ij} , $j=1$ hasta k : representa la cantidad del insumo j requerido para producir una unidad de producto i .

A_{ij} , $j=k+1$ hasta n : representa el coeficiente de recursos domésticos e insumos intermedios no transables

V_j : representa el precio sombra de los recursos domésticos e insumos no transables

Para realizar el análisis de competitividad de bienes entre países, se requiere utilizar conceptos relativos en vez de absolutos. De tal forma, la expresión (2) puede transformarse en:

(3)

donde I y II denotan a los países I y II, respectivamente.

Si

$DRC_{I,II}^* > 1$: la producción del país II es más competitiva que el país I

$DRC^*_{I,II} > 0$: el país I será competitivo en relación con el país II. Este caso se puede presentar cuando los dos países tienen $DRC < 0$, lo que quiere decir que ninguno es competitivo respecto al uso de recursos domésticos.

En $CRD^*_{I,II}$ el denominador ha sido normalizado en base al tipo de cambio oficial (variable común en los países de OECS).

Asimismo, el modelo ha sido modificado para considerar la no-existencia de un mercado activo para tierra agrícola en la mayoría de los países de la OECS.

El atractivo de la metodología del CRD es que puede calcularse aún con una escasez relativa de datos ambientales y no se distorsiona por subsidios implícitos (que son pagados por consumidores donde las importaciones son prohibidas o controladas, o donde las tarifas de importación e impuestos son usados para aumentar los precios de los productos domésticos).

9.2. Precios Sombra y Factores de Conversión

Se conciben como factores domésticos: tierra, mano de obra, capital, agua y material de cultivo (una vez que han sido propagados/producidos domésticamente).

Los bienes transables son aquellos que como su nombre lo indica son transados o tienen el potencial de serlo, a nivel internacional, tales como agroquímicos (fertilizantes, pesticidas, herbicidas), plantas (si se importan), semillas, equipo de irrigación, maquinaria, combustible y materiales de empaquetado utilizados en el proceso de producción.

Para cada uno de los países de la OECS se construyó un vector de precios sombra (precios sociales) correspondiente a los factores utilizados en el proceso de producción.

9.2.1. Tierra agrícola

El valor de la tierra en el proceso productivo debería representar el flujo descontado de ingresos futuros capitalizados generado por los servicios de la tierra así como de su costo de oportunidad. La demanda por tierra es una demanda derivada, y la rentabilidad de la producción de commodities se capitalizará de acuerdo a las diferentes extensiones en los valores de la tierra.

Al igual que este estudio, la mayoría de los que aplican la metodología CRD para evaluar competitividad en la agricultura, omiten esta variable, sin embargo, su exclusión no deteriora su validez.

9.2.2. Mano de obra agrícola

Se utilizaron dos enfoques para calcular el coeficiente social salarial (CSS) agrícola.

El primero (C_1SS), compara el salario agrícola por hora (basado en 5 horas diarias de trabajo) con los salarios por hora en los sectores manufactureros y de servicios. El C_1SS viene dado por:

$$C_1SS = \frac{\text{.....Salario Marginal en Agricultura.....}}{\{\min\} \text{ Salario Marginal en Sector Manufacturero/Servicios}}$$

El segundo coeficiente (C_2SS) estima el costo de oportunidad de la mano de obra a través del salario esperado, el cual se define como la tasa salarial para mano de obra no calificada en el sector manufacturero por la probabilidad del empleo (PEM).

El proxy utilizado para la PEM es 1 menos la tasa de desempleo. Por lo tanto, se contabiliza el efecto del desempleo en el coeficiente sombra del salario.

El C_2SS viene dado por:

$$C_2SS = (1 - PEM) * W_m$$

donde:

W_m representa los salarios x hora para la mano de obra no calificada en el sector manufacturero.

9.2.3. Costo Real de la Deuda Externa

La tasa de descuento ajustada por la inflación fue calculada de la siguiente forma:

donde

PPCC_A: promedio ponderado del costo del capital

Π : inflación

En términos generales en la OECS se encontró que el costo de oportunidad del capital es menor que la tasa de préstamos.

9.2.4. Factores de Conversión para Factores Transables

Los factores de conversión (FC) para insumos transables se basan en su precio CIF o "FOB más" en el punto de entrada neto de impuestos al consumo, impuestos a las importaciones, impuestos por timbres, cargos por servicios, cargos por muellaje, etc.

9.2.5. Factores de Conversión para Servicios Profesionales

En ausencia de estudios comprensivos sobre mercados laborales o que refuten lo sugerido, para el presente estudio a este factor se le asigna un valor igual a 1.

9.2.6. Factores de Conversión para Productos Transables

Debido a que las referencias de precios mundiales para la mayoría de los commodities del estudio no se encontraron disponibles, los precios de no intervención se calcularon en base en los precios CIF más prevalecientes en el punto de entrada neto de los impuestos a las exportaciones, impuestos al consumo, tarifas, cargos por servicios, cargos por muellaje, etc.

9.2.7. Factores de Conversión para Transporte

Se basó en la diferencia entre el costo de transporte por unidad de producto dados los precios de la gasolina en bomba (por ejemplo impuestos incluidos a las importaciones, impuestos al consumo y cargos por servicios) y el costo por unidad de producto calculado en base al precio CIF para gasolina en el punto de entrada. El componte laboral utilizado en la provisión de transporte fue convertido a precios sociales a través de FC para la mano de obra no calificada.

9.2.8. Factores de Conversión para Material de Empaquetado

El material de empaquetado se descompuso en dos componentes: la mano de obra y el material. El material utilizado en mercadeo fue en su mayoría importado exento de derechos de aduana o a bajas tasas de impuestos. El cálculo del CF para el material se basó en la diferencia entre el precio CIF de los materiales y el precio CIF-más actualmente pagado por el productor/exportadores. Los costos unitarios de mano de obra

relacionados con el empaquetado fueron estimados por la OECS. Este componente laboral se convirtió a precios sociales a través del FC para la mano de obra no calificada.

9.2.9. Precios Domésticos y Medidas Borde

Los precios domésticos y las medidas borde que afectan el comercio de los commodities analizados en el presente estudio, fueron recopilados con la asistencia del IICA y de los Departamentos/Ministerios de Agricultura y Comercio de los países de la OECS.

9.3. Escogencia de las Variables para el Análisis de Sensibilidad

Debido a que el nivel de producción y los precios de no intervención eran valores medios, se llevó a cabo un análisis de sensibilidad para chequear si las estimaciones del CRC eran robustas.

9.3.1. Mano de Obra no calificada

Debido a que el precio sombra de la mano de obra fue un estimado, se llevó a cabo un análisis de sensibilidad para prevenir errores de estimación. El análisis de sensibilidad para la mano de obra para la OECS se basó en un FC de 0.57. La hipótesis implícita que se prueba es si las estimaciones de CRD y el ranqueo de los commodities se alterarían sustantivamente, bajo el supuesto de que la productividad de la mano de obra empleada en la agricultura de la OECS, era menor que la sugerida por las estimaciones de FC de la mano de obra de los respectivos países.

9.3.1.1. Datos

A través de la simulación de planes de trabajo, horarios, actividades de producción y decisiones de una empresa agrícola, y con la ayuda de un programa de microcomputadora denominado AGSYS, se construyeron presupuestos que permiten estimar costos de producción y analizar numerosas opciones alternativas de gestión.

9.3.2. Transporte

Los costos de transporte se calcularon pesando el costo de contratación, tamaño del contenedor y gasolina al nivel del detallista, en cada país, en un índice que refleja el costo por unidad de transporte para y desde la salida de la finca.

9.3.3. Mano de obra

Los costos de mano de obra fueron estimados en base a 8 horas laborales diarias, usando la tasa salarial en cada país de la OECS. En términos generales, las tasas fueron calculadas por coeficientes estándar diarios pagados en el sector agrícola. Para algunos casos ameritó tomar en cuenta las variaciones por tareas específicas, por diferenciales en sexo y por diferencias entre acuerdos institucionales y contractuales con los contratos estándares diarios.

9.3.4. Capital

A través de todo el estudio se usó una tasa de interés del 10% en relación con el costo de uso del capital. Esta tasa se escogió para reflejar la existencia de financiamiento de proyectos a través de organizaciones de fincas, proyectos de desarrollo y otras ventanas de financiamiento gubernamentales. Además, la tasa fue utilizada para superar el problema de variaciones en las tasas de préstamo entre agentes de producción y para facilitar comparaciones entre países de los retornos a la producción, lo cual es difícil de racionalizar ya que se basan en la eficiencia de los mercados de capital a través de países.

9.3.5. Precios de los insumos

Todos los otros insumos fueron valorados en dólares de la CE a precios corrientes de mercado. Para períodos de faltante de información se hicieron incrementos porcentuales (debido a los incrementos en precios entre embarques) al último período, con el que se encontraba. Asimismo, en algunos casos se tomó en cuenta el costo del agua según el impacto de este recurso en el proceso productivo.

9.3.6. Tierra

En este estudio no se incluyó la renta por el uso del recurso tierra, ya que parece ser que la mayoría de los productores son, ya sea dueños-operarios o tienen acceso a tierra en términos que desafían los principios económicos convencionales. El estudio no asume que la tierra es gratis, más bien, los retornos a este factor fijo se acumulan para el dueño-operario.

9.3.7. Supervisión

A lo largo de todo el estudio se utilizó una tasa de supervisión del 7%, la cual se estimó en base a costos de pre-cosecha y pretende ser un indicador

de los salarios del administrador de la finca. Si las fincas son del tipo dueño-operario, esto se tomará como retornos a la tierra y a la administración, y no se contará como un costo per se. Sin embargo, para facilitar la comparación se asume que la empresa es supervisada por personal diferente al dueño y al cual se le paga un salario.

9.4. Consideraciones Institucionales y de Infraestructura

El indicador de CRD representa sólo una parte a la hora de realizar una evaluación comprensiva de la competitividad, información positiva que arroje este indicador no representa una condición suficiente para una posición y participación exitosa en el mercado.

Por ello, también es importante analizar las características institucionales y de infraestructura del mercado.

Dentro del contexto de diversificación de la agricultura el CRD provee luz en dos dimensiones fundamentales de la competitividad:

1. como la producción de un commodity dado compite por recursos domésticos dentro de un país dado, medido a través del valor agregado, y
2. cuál es la posición competitiva de un commodity dado en un país *vis a vis* otro país, medido en términos de la habilidad de ganar/ahorrar divisas.

Muchos son los factores que influyen la habilidad de los productores de mantener una posición competitiva, éstos pueden clasificarse en dos categorías:

1. infraestructura económica, y
2. instituciones operacionales.

9.4.1. Infraestructura Económica

Numerosos elementos relacionados con la infraestructura económica afectan la habilidad de los productores para mantener la competitividad. Cuatro de estos elementos toman importancia dentro del contexto de diversificación de la agricultura:

1. Sistema de manejo post-cosecha,
2. Sistema de transporte,
3. Sistemas crediticios y financieros, y
4. Sistemas de información de mercado.

9.4.1.1. Sistema de manejo post-cosecha

Dentro de los elementos requeridos de infraestructura están:

- Facilidades de empaquetado y clasificación de bienes: resultan esenciales para asegurar la calidad necesaria para exportar, desde la finca hasta el mercado final.
- Economías de escala: las cuales pueden ser grandes en relación con el tamaño de fincas no tradicionales. Ello sugiere que invertir en tal infraestructura sólo se justifica si lo hacen empresas relativamente grandes o a través de algún acuerdo organizacional.
- Facilidades de almacenamiento de enfriamiento y punto de transporte de embarque: la calidad de un producto se verá afectada si no existen facilidades adecuadas de redes de frío para mantener el producto mientras espera a ser embarcado.

9.4.1.2. Sistema de transporte

Existen 3 características de los sistemas de transporte que afectan la eficiencia y por lo tanto el costo de transportar productos perecederos a mercados regionales o internacionales:

1. Disponibilidad de rutas.
2. Frecuencia de rutas.
3. Seguridad.

9.4.1.2.1. Disponibilidad de rutas

Es importante que existan rutas eficientes hacia puntos de distribución mayores debido a dos razones interrelacionadas: acceso a mercados y calidad del producto.

En muchas ocasiones la capacidad de carga se ve limitada y la ausencia de facilidades de redes de frío impide la eficiencia del transporte de productos.

Con respecto al transporte hacia mercados internacionales, es especialmente importante el número de diferentes empresas transportistas o vuelos conectores requeridos para llegar al destino final, si su requerimiento es alto, los costos de transporte podrían incrementarse sustancialmente, ya que la necesidad de cambiar de vuelos incrementa la posibilidad de atrasos en los embarques e incrementa la cantidad

requerida de manejo, lo cual afecta negativamente la calidad y aumentando el costo de embarque.

9.4.1.2.2. Frecuencia de rutas

En orden a minimizar el número de fincas o individuos con los cuales los compradores deben tratar, se da una gran importancia a la habilidad para obtener una oferta consistente de producto. Si la frecuencia del transporte no es suficiente para asegurar embarques, debido a la duración y a los volúmenes requeridos, los productores pueden ser efectivamente excluidos del mercado sin importar la buena calidad del producto y su costo comparativo.

9.4.1.2.3. Seguridad

La calidad y lo perecedero de las exportaciones agrícolas no tradicionales, son factores de extrema importancia que requieren un servicio de transporte seguro y experimentado en el manejo de productos frescos. La falta de tales características puede resultar en no cumplimiento o en retrasos de entregas de carga, lo cual se refleja en el precio debido a la baja calidad del producto o inclusive en el rechazo del embarque.

9.4.1.3. Sistemas crediticios y financieros

Debido al alto grado de riesgo asociado con la producción de cosechas no tradicionales para exportación, la adquisición de financiamiento a través de fuentes comerciales resulta a menudo difícil, ya que las instituciones financieras rechazan prestar los fondos en la cantidad requerida o estipulan requerimientos demasiado altos con lo que una amplia proporción de quienes piden prestado quedan excluidos.

Asimismo, se requieren arreglos financieros alternativos ya sea a través de programas gubernamentales de préstamos o inversión de capital extranjero.

Por otro lado, los arreglos financieros deben abarcar un horizonte por lo menos de mediano plazo, que incorpore de tiempo tanto los malos años como los buenos, obteniendo un promedio del desempeño. Inclusive para los casos de nuevas cosechas, deben tenerse presentes las pérdidas iniciales, en la medida en que los productos se mueven a lo largo de su curva de aprendizaje.

9.4.1.4. Sistemas de Información de Mercado

Actualmente la información se considera un bien sin el cual, no podría darse la transacción de bienes y servicios (o al menos ocurrir de una manera económicamente racional) y por lo tanto, el mercado no existiría.

En muchos mercados locales para commodities no tradicionales la necesidad de información de mercado es mínima, pero en mercados más dispersos geográficamente, los sistemas de información son críticos para el desarrollo exitoso de las exportaciones no tradicionales (datos actuales e históricos sobre la distribución de precios según: época del año, consumo, producción doméstica, exportaciones o importaciones). La ausencia de tal información representa una restricción significativa para el desarrollo del comercio interregional.

9.4.2. Instituciones Operacionales

Para muchos productos, especialmente aquellos perecederos, no resulta válido el supuesto de que los mercados de hecho pueden accederse.

Existen tres factores primarios que influyen la habilidad de los exportadores potenciales de acceder el mercado:

1. Calidad del producto.
2. Consistencia y duración de la oferta.
3. Restricciones fitosanitarias.

9.4.2.1. Calidad del Producto

Se relaciona con las expectativas del consumidor y el grado de sofisticación del mercado.

El factor perecedero y la calidad del producto condicionan el funcionamiento eficiente de los mercados, para lo cual se requiere la existencia de infraestructura económica y una completa comprensión de las operaciones institucionales.

Por lo general, la calidad se asocia con el buen gusto, sin embargo, para productos hortícolas frescos, se define en base a dos características: tamaño y apariencia.

El tamaño se relaciona con las preferencias del consumidor y la comodidad de uso, aspectos que varían dependiendo de la zona geográfica o grupos étnicos.

En cuanto a la apariencia, las dos características más importantes son el color y los defectos o manchas en la superficie. Estos últimos se presentan en los productos orgánicos, lo cual contrarresta el interés que presentan los consumidores por productos que no tengan residuos de pesticidas.

Para cumplir los estándares internacionales de calidad, las empresas no sólo deben tener cosechas que estén al nivel de tales estándares, también deben tener mano de obra calificada que conozca el proceso de cosecha, y las cualidades requeridas del producto. Sin embargo, el entrenamiento de los trabajadores puede resultar difícil y costoso.

9.4.2.2. Consistencia y Duración de la Oferta

La interacción entre consumidores y oferentes es basa en una relación personal de confianza que asegure la oferta confiable y continua de la calidad del producto.

En cuanto a los productores se desea que demuestren su capacidad de entregar un producto de calidad de forma consistente. Para los consumidores, se espera que éstos que demuestran confianza para obtener buenos precios de mercado y hacer los pagos a tiempo.

En muchos casos, la consistencia y duración de la oferta pueden considerarse barreras potenciales de entrada, ya que es difícil incursionar en un mercado y establecer reputación como un oferente consistente. Asimismo, la habilidad de acceder exitosamente a los mercados requiere que se produzcan volúmenes suficientes para atraer el interés de los consumidores.

9.4.2.3. Restricciones Fitosanitarias

Con el objetivo de proteger las industrias agrícolas domésticas de pestes y enfermedades, todos los países establecen ciertas restricciones.

Los productores de cada país deben garantizar que el commodity no tiene pestes o enfermedades, o establecen tratamientos de post-cosecha aceptados.

El proceso no sólo involucra establecer protocolos científicos aceptables y conducir el análisis científico requerido, sino también los largos procedimientos políticos. Asimismo, las restricciones fitosanitarias pueden implicar ventajas competitivas cuando a un país se le asigna libre de determinadas pestes y enfermedades.

10. DESEMPEÑO DE LA AGRICULTURA DURANTE EL AJUSTE ECONOMICO Y LA APERTURA EN LOS PAISES ANDINOS Y EN COLOMBIA: Implicaciones para la competitividad. Hertford, R. y Espinal, C., IICA, 1996.

Producto de los cambios estructurales en política económica, impulsados durante la década anterior, los países de LAC evidencian un proceso de apertura económica y desregulación, así como la transferencia de la toma de decisiones hacia las esferas locales, vía la descentralización.

Este documento analiza los cambios en la política agraria de los países andinos (PA) en el contexto anterior, a través del comportamiento de las cuasi-rentas para un grupo de productos básicos en el caso de Colombia.

10.1. El contexto de la agricultura de los países del grupo andino

10.1.1. Dimensiones del sector agrícola

Hace un recuento sobre la participación de los PA en la economía, el comercio, la composición de la producción, el crecimiento (respecto del valor mundial de la producción agrícola) y la productividad de la tierra y la mano de obra, de donde se desprenden los siguientes puntos.

A excepción de Perú y Venezuela, los países del grupo andino la participación de la agricultura en el PIB alcanza un 15%, lo cual hace de la agricultura un rubro importante para sus economías, aunado a altos contingentes de la población que viven en espacios rurales.

- Para 1992, el comercio de productos agrícolas alcanzó en los PA un promedio del 28,4%.
- Para 1990 la producción agrícola era menor que la pecuaria.
- Entre 1975 y 1990 la participación de los PA en el valor mundial de la producción agropecuaria aumentó muy poco. Todo lo contrario sucedió con la población, la cual aumentó su participación mundial a 1,74% en 1990.
- En el período, el área dedicada a cultivos y pastos aumentó tan sólo un 6%, en tanto que la producción agropecuaria creció en 80%, explicado por el incremento en la producción pecuaria, en tanto que los aumentos en los rendimientos de algunos cultivos tradicionales fueron modestos. En el mismo sentido, la mano de obra agrícola aumentó cerca del doble, siendo Bolivia y Perú los que experimentaron la mayor parte del crecimiento.

10.1.2. Indicadores de pobreza rural

Esta es generalizada en las zonas rurales, mucho más profunda que en las áreas urbanas. Se dedica un acápite completo al análisis de cada nación de los PA en relación con la pobreza rural.

Recursos Naturales: sujetos a un fuerte y acelerado proceso de degradación. La frontera agrícola se expande sobre la sabana y las tierras ocupadas por los bosques tropicales. Esto ha llevado a la sobreutilización de tierras, como en el caso colombiano, donde la agricultura ha ocupado casi el 46% de las tierras, cuando tan sólo el 13% tiene esa capacidad de uso.

El uso inadecuado de los recursos edáficos ha llevado a la compactación y salinización de los suelos.

10.2. Políticas actuales y tendencias recientes

Este acápite hace un análisis detallado de las condiciones político-económicas de cada uno de los PA y apunta hacia las principales tendencias de mercado.

10.3. Analizando la competitividad de la agricultura andina¹²

10.4. El caso colombiano

10.4.1. Análisis del período 1985-1993

El IICA realizó, en 1995, un estudio para evaluar la competitividad de un grupo de cultivos en diferentes regiones de Colombia, a partir del indicador de Cuasi-Rentas (C).

Aplicando ese indicador resulta que aparentemente no hay una falta de competitividad en las regiones y cosechas, pues los valores son positivos. No obstante lo anterior, ello no se ha evidenciado, pues éstas se han deteriorado entre 1985 y 1993. Ello se observa mejor al compararlos con los cambios en otras variables de la economía colombiana, que tienen que ver con las tendencias en los niveles de los precios.

¹² El acápite correspondiente a este tema, hace referencia a Indicadores de Competitividad, Capítulo 8 de este Documento Técnico.

El estudio realiza un análisis por regiones de los diferentes cultivos más importantes, como algodón, arroz de riego, arroz seco, cebada, maíz, papa y otros, determinando su competitividad a través de las cuasi-rentas.

Como se mencionó anteriormente, los valores de "c" cambian poco entre 1985 y 1993, lo que denota pocos cambios en el patrón de uso de insumos y en las funciones de producción por cultivo en el período.

Respecto de las principales conclusiones en cuanto al comportamiento de los cultivos para el período analizado se desprende lo siguiente:

- Cultivo especialmente competitivo: algodón (reg. 4)
- Cultivos competitivos: algodón (reg. 2 y 3), papa (reg. 1) y sorgo (reg. 3)
- Cultivos con problemas de competitividad: arroz de riego (reg. 2 y 4), cebada (reg. 1), maíz (reg. 2), sorgo y arroz de seco (reg. 4).

La estrategia del grupo que incrementó sus cuasi-rentas fue la de aumentar los rendimientos, ser favorecidos por incrementos mayores de precios y subir menos los costos variables de producción. Por su parte, aquellos con problemas de competitividad podrían mejorar su situación mediante la reconversión, trabajos remunerativos dentro o fuera del sector agropecuario, o transferencias por vía de programas de ayuda.

10.4.2. Una visión complementaria hacia el futuro

Dado que Colombia no tiene la capacidad de influir significativamente en los precios internacionales de los productos analizados, se analizan las proyecciones de los precios de los productos y los insumos en el plano internacional, con el propósito de determinar futuras presiones sobre las posiciones competitivas de los cultivos y regiones en cuestión.

El precio nominal de la urea (resultado del producto del precio por el índice deflactor) se proyecta con un crecimiento del 46% entre 1995 y 2005, situación similar para el precio nominal del algodón (42%), lo que indica una estabilidad entre el precio de este cultivo y el precio de los insumos variables, vistos en los precios de los fertilizantes, hasta el 2005.

El crecimiento en los precios nominales del arroz y la soya se proyecta en un 25%, en tanto que los del maíz y sorgo alcanzarán tan sólo un 5%. Estos últimos evidencian una fuerte declinación en los precios de los productos en relación a los precios de los insumos.

Una de las estrategias más importantes para mejorar los índices de competitividad es la introducción de cambios tecnológicos que incrementen los rendimientos o disminuyan los costos de producción.

El documento hace un análisis por cultivo de las necesidades por mantener y/o mejorar la posición competitiva, partiendo de la tecnología y cómo ésta ha sido empleada, sus resultados en función de los costos, métodos para el control de plagas.

10.5. Propuesta para ampliar el análisis a la Subregión Andina

Dado el creciente contexto de globalización e integración económica en bloques regionales, para los países de la Subregión Andina se torna imprescindible el ajuste de la políticas económicas en general, y de políticas agrarias en particular. En un escenario de integración se esperaría un reordenamiento productivo, fundamentado en las ventajas competitivas a nivel regional, no de cada país. Por tal motivo, se propone el análisis de los demás PA empleando el indicador de competitividad de las cuasi-rentas.

En tal sentido, el documento propone una estrategia para la conformación de una red virtual de individuos dedicados a investigación que podrían contribuir a la integración de una capacidad analítica, dirigida hacia la apertura y la liberalización económica de los países de la Subregión, así como de los impactos económicos y sociales del mismo.

11. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD. Barreyro, R., IICA. 2000

Este estudio presenta una interrogante sobre la oportunidad que tiene todo tipo de productor de participar activamente en los mercados, y sobre las condiciones necesarias para lograr esa participación. Además, se incluye el tema de la equidad en la distribución del ingreso por medio de dos componentes principales:

- Uno relativo a las condiciones de la competencia en el mercado, definido por el poder económico relativo que tienen las empresas en la obtención de beneficios. Este componente es controlado por medio de leyes y regulaciones que puede ejercer el Estado sobre la actividad económica.
- El otro componente es un problema moral referente a las pautas de comportamiento de las empresas. Este deviene de la voluntad de la gente (gerentes y productores) para reconocer las limitaciones que los intereses personales imponen sobre la mercancía que es ofrecida en el mercado y sobre el modo de vida de la sociedad en que viven.

El principal objetivo del documento es generar los elementos que posibiliten que los grupos de productores y empresarios, conjuntamente con el gobierno, desarrollen políticas e implementen estrategias dirigidas al logro de un mejor posicionamiento de los productos nacionales en el mercado local e internacional.

El autor parte con la definición de los principios que considera como centrales dentro del concepto de competitividad: precios adecuados las condiciones de mercado, oportunidad, calidad, cantidad, confiabilidad entre otros. A partir de estos, realiza una serie de comentarios sobre el proceso competitivo vivido actualmente:

- La gran diferencia que existe actualmente del lado de la oferta se da por la necesidad de comprimir drásticamente el tiempo que lleva mover el producto a través de ciclo diseño/implementación, ya que el tiempo que los productos permanecen en el mercado se ha ido acortando gracias a que estos se van ajustando a las condiciones cambiantes de la demanda.
- La producción y la manufactura se deben ajustar a ese tiempo, ya que existe la necesidad de mantener la participación competitiva en el mercado a través de nuevos y renovados productos. El tiempo de vida

de los productos se acorta rápidamente porque se convierte en un importante instrumento competitivo.

- Con respecto a la distancia geográfica que acerca o separa a las áreas de producción que pueden servir de mercados dispersos, la tendencia actual parece dirigirse a una concentración de las regiones de producción, debido principalmente a los aspectos de tiempo que aceleran la dinámica de los procesos a partir de los cuales bienes y servicios son ofrecidos en el mercado.
- Es importante generar un mayor competitividad en las últimas etapas de la cadena agroalimentaria. En las cadenas de mercancías se generan los elementos de modernización y reconversión orientados a la mejora de la competitividad en los mercados.
- Un elemento importante en este proceso es la cooperación entre las firmas, lo cual debe dar lugar al desarrollo institucional que promueva e incentive el crecimiento de la cadena, particularmente para las pequeñas empresas.

11.1. Desarrollo de una estrategia de incentivo a la competitividad

Se resume una estrategia de desarrollo alrededor de tres componentes principales:

11.1.1. El componente político

Esta categoría moldea los intereses de cada uno de los segmentos participantes en la cadena del producto, a través de la negociación entre las partes. De esta manera, en el elemento político se ven reflejados los intereses particulares que puedan tener los diversos actores participantes. Esto permite negociar para lograr los acuerdos posibles para llevar a cabo una estrategia agregada.

La articulación de los acuerdos y consensos dan representatividad a las propuestas, lo cual conduce a la ejecución eficiente de las actividades de manera conjunta.

11.1.2. El componente técnico

La sustentación técnica de las propuestas y las decisiones acerca de los acuerdos y consensos se generan a partir de información sobre la situación de la industria y su participación en el mercado. Ante esto, es necesario desarrollar la información sobre la tecnología en uso, los

mercados en que se participa (y sobre los mercados en que se tiene opción de participar) y en general, desarrollar toda la información sobre los elementos técnicos que permitan el conocimiento de la situación actual y de la que se debe lograr a partir de los cambios e inversiones que se hagan. Se debe considerar llevar a cabo una propuesta y análisis de los instrumentos técnicos y de política que se requieren para incentivar y coadyuntar los cambios que se propongan.

El componente técnico presenta una serie de actividades:

11.1.2.1. Caracterización de las actividades

- a) Caracterizar la economía del producto y su mercado, por medio de las condiciones bajo las cuales el producto o servicio se genera y la identidad de los participantes del acto de producción.
- b) Análisis de los mercados nacional y de exportación con el objetivo de generar información acerca de los precios, volúmenes, calidades, estacionalidad, operación de los intermediarios y de los procesos de exportación e importación.

11.1.2.2. Caracterización de los productos y soluciones

- a) Identificación de los problemas de la industria, segmento o cadena sobre la base de la comparación entre la situación actual y la deseada.
- b) Identificación de las alternativas para la acción sobre la base de las transformaciones deseadas. Se deben definir los procesos de transformación disponibles para la reconversión productiva de los actores del segmento o cadena. (Estas son decisiones que deben fundarse sobre trabajos eminentemente técnicos).
- c) Selección de las alternativas disponibles en función del costo (incluyendo tiempo, capacidad de los recursos humanos y financieros). Se deben desarrollar los compromisos básicos de los actores para la implementación del programa. Este debe contener al menos los siguientes puntos:
 - i) Descripción del producto o mercancía resultado del proceso que se va a iniciar,

- ii) Descripción de las alternativas tecnológicas que deben adaptarse para aumentar la competitividad del producto en el mercado,
- iii) Un programa de financiamiento adecuado al nivel de los actores / productores que participan,
- iv) Un programa de fortalecimiento técnico con un alto contenido de capacitación en el manejo de las nuevas modalidades de producción y comercialización propuestas.

11.1.2.3. Herramientas necesarias para el cambio

Instrumentos para incentivar los procesos de cambio, la formación de los procesos y la regulación del comportamiento de los actores (ambiente, agroquímicos, condiciones de trabajo, contratos, equidad de los acuerdos, etc.)

- a) Proyectos de inversión para la reconversión. Este es el instrumento decisivo en la conducción de los cambios.
- b) Políticas de incentivos a la inversión y reconversión.
- c) Se debe analizar la política sectorial para proponer los ajustes que sean necesarios y lograr acuerdos que viabilicen el proceso de cambio iniciado.
- d) Realización de acuerdos y alianzas para que se realicen los ajustes necesarios en la política manejada por el Sector Público y las legislaturas (reglamentaciones relacionadas con la producción , manejo, transporte y comercio del producto).

11.1.3. El componente financiero

El proceso de modernización contribuirá con mayores niveles de desarrollo económico tanto en el sector específico como en el sistema económico nacional en general. Por lo tanto, el financiamiento de la estrategia debe contener elementos públicos y privados, ya que una parte de los beneficios directos de la inversión serán percibidos por el inversor individual.

Existen diversas alternativas para el financiamiento de este tipo de programas, en donde tanto el productor como el Estado contribuyen con un porcentaje de los recursos necesarios para la inversión (mecanismos parafiscales, sistemas 50/50, etc.).

11.2. Diseño de la estrategia de competitividad

La integración de todos estos determinará la estrategia a seguir por el grupo de trabajo. La integración de la estrategia depende de los acuerdos que se tomen en base a la información que haya recopilado por el grupo de trabajo (este proceso puede ser apoyado por especialistas que den una óptica neutral al proceso de integración de ideas).

La estrategia debe ser considerada como un instrumento dinámico que cambie y se ajuste a las condiciones del escenario político y económico del mercado. Esto implica que el trabajo de monitoreo y seguimiento de las acciones y resultados obtenidos debe ser una actividad permanente, además de ser el eje central de todas las estrategias que se sostengan en el tiempo.

Una estrategias de competitividad debe incluir elementos relativos a la sostenibilidad ambiental, las condiciones de trabajo y producción y la distribución de alimentos inocuos a la salud humana, si es que se pretende en el largo plazo contribuir no solo al crecimiento económico del sector sino a un mayor bienestar de la población en general.

La integración de una estrategia nacional sobre competitividad requiere de la visión global de todas las necesidades de los empresarios del país y una articulación con el desarrollo de infraestructura física y de servicios para darle apoyo. La agricultura, en un contexto amplio que involucre a los sectores relacionados hacia adelante y atrás en el ámbito de un modelo rural cambiante, contribuye directamente a la promoción del desarrollo actuando como pivote del crecimiento. El éxito de este desarrollo se fundamenta en sus empresarios, trabajadores profesionales y representantes políticos actuando en el contexto de una visión común y convergente en el desarrollo humano.

IX. EXPERIENCIAS METODOLOGICAS FUERA DEL IICA

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN EL PAIS

1. COMPETITIVENESS: DEFINITIONS, USEFUL CONCEPTS AND ISSUES. Abbott, P. y Bredahl, M., 1992.

Es necesario establecer una continuación de las teorías económicas y subdisciplinas, que van desde el elegante pero altamente agregado análisis macroeconómico, hasta el enfoque de caso de estudio detallados de las estrategias empresariales. Al pasar de un nivel a otro, las teorías y los conceptos se vuelven más detallados y complejos, pero menos precisos y elegantes. Cada nivel no es un paso discreto, todos se traslapan.

A continuación se presentan las fortalezas y limitaciones de los diferentes enfoques para el análisis de la competitividad: macroeconómico, comercio, y microeconómico y estrategia empresarial.

1.1. Enfoques para el Análisis de la Competitividad

1.1.1. Macroeconomía

La perspectiva macroeconómica es útil para reconocer las tendencias agregadas y señalar los problemas de la economía, y combinada con las finanzas internacionales, se subrayan los problemas de los balances macroeconómicos. Los balances fundamentales son entre el ahorro y la inversión, tanto de nacionales como foráneos.

1.1.2. Teoría del Comercio

Este nivel es el marco necesario para llevar a cabo las comparaciones inter-sectoriales y de multi-productos. Algunas de las preguntas que éste nivel hace son: ¿qué debería importarse/exportarse? ¿cuándo son las políticas de comercio apropiadas y cuándo son contraproducentes? Los aportes más valiosos de la literatura sobre comercio referida a la evolución de la competitividad y las políticas sectoriales apropiadas, vienen del fracaso empírico de los modelos estándares, y no de su éxito. La paradoja de Leontief generó muchos de las ideas encontradas en la ventaja competitiva de las naciones de Porter. La nueva teoría estratégica del comercio, ilustra el rango de los factores relacionados con el éxito o fracaso de industrias específicas, y el papel de la política de comercio a la hora de influenciar la competitividad.

Dentro de los factores identificados están: condiciones de demanda, diferenciación de productos, recursos naturales, cambio tecnológico, capital humano, ciclos productivos, economías de escala e instituciones de mercado de competencia imperfecta.

1.1.3. Microeconomía / Estrategia Empresarial

Representa el nivel más desagregado y detallado del análisis de la competitividad, identificando las políticas apropiadas para un sector dado o el posible éxito o fracaso de ese sector. La microeconomía se basa en los paradigmas de maximización de las ganancias y utilidades.

1.2. Determinantes de la Competitividad

Los autores proponen una categorización de los factores que determinan la competitividad:

Dotación de Factores y Recursos Naturales: el paradigma estándar de comercio apunta a las dotaciones de factores como la clave para la ventaja comparativa. El fracaso de este modelo para predecir los patrones observados de comercio guía a un entendimiento de que los factores desagregados de producción, y especialmente los recursos naturales, pueden encontrarse dentro de los factores importantes que condicionan la competitividad. Las ventajas de los recursos naturales son de importancia particular para los bienes agrícolas, ya que la tierra, el clima y otras condiciones naturales pueden determinar donde pueden crecer las cosechas exitosamente.

Tecnología: las ventajas o desventajas específicas de un país determinadas por la tecnología, sirven de base fundamental para la determinación de la competitividad. El cambio tecnológico puede contribuir tanto a la reducción de costos como al aumento de la calidad. Algunos aspectos de la tecnología pueden ser altamente móviles entre los países, mientras que especialmente para empresas basadas en recursos, las características nacionales (clima, calidad de la tierra) pueden ser los factores determinante. A menudo, las tecnologías ponen restricciones que son más importantes para unos países que para otros (por ejemplo: la disposición de desechos de la producción animal). Para que un país tenga ventaja competitiva, debe tener acceso a tecnología apropiada, la cual podría requerir inversión, la cual podría ser pública, en investigación y desarrollo.

Inversión: es el medio para obtener cambio tecnológico y evolución en la industria. Tanto el mercado como los factores técnicos impactan las estrategias de inversión. Algunas empresas ofrecen oportunidades para reposición técnica, mientras los costos hundidos tienen atrapadas a los países en industrias en declive. Las estrategias de inversión convenientes, combinan la dimensión técnica como mercadeo y estrategia empresarial.

Capital Humano: la disponibilidad de recurso humano es crítica para la competitividad de productos o sectores específicos. Pocas empresas requieren trabajadores verdaderamente descalificados. Reich ha señalado que menos y menos del valor del producto es el costo de manufactura per se, basado en insumos de mano de obra genéricos, y que cada vez más se deriva de los servicios donde los productos están diseñados para las necesidades específicas de los consumidores. La experiencia es crítica en una empresa, pero necesita no ser ofrecida por el mismo país que produce el bien final vendido.

Experiencia Empresarial: este es un elemento importante de la dimensión de capital humano. Estudios de caso señalan que los fracasos de empresas, aun cuando todos los signos apuntan al éxito, son debidos a errores hechos por la dirección. Las empresas individuales no siempre pueden apuntar hacia la estrategia óptima de largo plazo, de maximización de las ganancias, y, la calidad de la dirección es un factor crítico.

Características del Producto: en la medida en que el valor de un producto de exportación aumenta, y así como se desplaza de exportaciones basadas en bienes y recursos naturales hacia exportaciones con mayor valor agregado, las características del producto se vuelven más importantes. Los gustos y preferencias pueden variar entre o dentro de países, y las estrategias empresariales exitosas pueden ser diseñadas alrededor de nichos de mercado además de las amplias demandas de mercado. Otros factores "no precio", como confianza, mantenimiento y servicio, pueden ser componentes importantes de las características del producto, tanto para el proceso como para los consumidores finales.

Estrategia Empresarial y Estructura Industrial: las características institucionales del mercado pueden afectar la competitividad, y variar substantivamente entre productos. Como se analizó en las características del producto, pueden existir muchas estrategias empresariales exitosas. El liderazgo en costos en una opción, mientras que servir nichos de mercado puede no demandar los menores costos de

producción. En muchos casos, la naturaleza de la competencia en una industria, puede afectar el éxito de las estrategias, o de las políticas que se esperan impacten esas estrategias.

Oferta de insumos: muy pocas empresas están por completo integradas verticalmente. Las relaciones entre los productores y los oferentes de insumos, pueden ser críticas para el éxito o fracaso de una empresa o un producto. Las empresas pueden abastecerse de insumos provenientes de otros países, sin embargo, la disponibilidad de oferentes locales puede ofrecer una gran ventaja para una empresa. Los beneficios nacionales de las decisiones sobre la localización de las empresas, pueden derivarse de forma amplia, de los beneficios que resultan de estas industrias relacionadas.

Canales de Mercadeo y Distribución: los sistemas para mercadear los productos, y especialmente para penetrar en los mercados de exportación, pueden ser cruciales para el éxito de una empresa.

Infraestructura y Externalidades: el gobierno es responsable de la infraestructura necesaria, incluyendo obras públicas, regulación de utilidades, educación y otros bienes públicos. A menudo, el factor determinante deviene de los beneficios externos los cuales se espera que recaigan sobre una gran cantidad de empresas y no sobre sólo una.

Ambiente regulatorio: el gobierno establece las reglas del juego bajo las cuales las empresas deben proceder. En algunos casos, tales reglas pueden ser excesivamente específicas y complicadas, restringiendo las decisiones y oportunidades de las empresas. A pesar de que las regulaciones son claramente necesarias, por ejemplo, para proteger la salud y seguridad de la población, las diferentes perspectivas acerca de qué constituye una regulación apropiada, o los diferentes valores a partir de los cuales se esperan ciertos resultados como la calidad ambiental, pueden causar que las reglas cambien de país a país. Los gobiernos deben decidir cuáles regulaciones son de interés público, y cuáles acciones, si se requieren, son necesarias o deseables para apoyar a determinadas empresas.

Política de Comercio: la política de comercio es un caso especial del conjunto de regulaciones que se imponen a las empresas, relacionado con productos que cruzan los límites territoriales. En la agricultura son las políticas domésticas (o al menos los objetivos domésticos) más que las políticas de comercio, las que determinan el ambiente en el cual las empresas compiten.

La competitividad en los mercados internacionales de alimentos, o en los mercados domésticos con importaciones, es determinada por diferentes factores y medida por diferentes instrumentos que dependen del tipo de producto generado. A continuación se definen cuatro economías agrícolas, en base no a las características del producto, sino a las de la actividad económica, particularmente, al grado de sustitución potencial entre los insumos transables y no transables, al enlace entre la producción y las características de uso último de los bienes de consumo final, a la importancia relativa del producto versus la tecnología del proceso, y al valor agregado resultante en la actividad económica. Ellas son:

Producción de un bien primario no diferenciado sin ligamen entre la producción y características de uso último en el consumo final.

Producción de productos primarios diferenciados donde puede existir un ligamen entre la producción final y el procesamiento y características de uso último en el consumo final.

Transformación de productos y bienes primarios en productos semi-procesados para consumo.

Transformación de productos primarios y semi-procesados en productos procesados listos para el consumidor.

Para la tabla siguiente se seleccionan temas sobre competitividad en los mercados internacionales de alimentos, destacándose su importancia para cada una de las cuatro economías. Además, se establece subjetivamente, el grado de investigación que se ha prestado a cada tema. Ello contrasta el esfuerzo investigativo con la importancia del tema para la competitividad.

Así por ejemplo, las ventajas en recursos naturales, la tecnología para reducción de costos, la infraestructura y las políticas tanto domésticas como comerciales, se consideran los temas más importantes para la competitividad en los mercados de bienes globales. Para los productos semi-procesados y los productos finales de consumo, los temas de importancia son la estrategia empresarial, la estructura industrial y la calidad del producto.

2. IMPORTANCE OF NON-PRICE FACTORS TO COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL FOOD TRADE. Reed, M., 1992.

Con el objetivo de medir la competitividad, divide su análisis en dos partes: una dedicada a los conceptos económicos y otra a los factores no económicos.

2.1. Factores económicos

Se utilizan tres conjuntos de variables económicas para explicar el patrón de exportaciones agrícolas por nivel de procesamiento:

Primer Conjunto: mide el ingreso a través del Producto Interno Bruto (PIB) per capita nominal.

Segundo Conjunto: mide la capacidad de gastar divisas en productos agrícolas importados. Se utilizan tres variables: deuda externa, reservas internacionales y la balanza de pagos (cambio total en las reservas internacionales).

Tercer Conjunto: mide el nivel tarifario por estado de procesamiento.

Para mercados desarrollados:

Para productos en estado de procesamiento primario, se calcula una tarifa comercial ponderada en materias primas agrícolas.

Para productos en estado ya procesado, se calcula una tarifa comercial ponderada sobre la base de todos los ítems alimentarios.

Para el resto de países:

Para productos en estado de procesamiento primario, se calcula el nivel tarifario sobre la base de los productos primarios.

Para productos en estado ya procesado, el nivel tarifario se calcula sobre la base de los productos manufacturados.

2.2. Factores no económicos

Con el fin de medir los factores no económicos, se toma como base la clasificación hecha por Jeannet y Hennessey¹ en tres categorías:

El país A es el país exportador, el país B es el mercado que está siendo penetrado -

Fuerzas Culturales: en cuanto a este tipo de fuerzas se evalúa:

Religión: con el fin de evaluar la similitud del país A con respecto a B, se diferencian dos categorías de religiones: las occidentales y las orientales. Posteriormente se evalúa el porcentaje de población de B que practica la misma religión dominante en A. Se clasifican como religiones occidentales: la católica, la ortodoxa oriental, la judía y la protestante.

Educación: para medir el sistema educacional del país se utiliza la tasa de alfabetización adulta.

Familia: para evaluar la estructura familiar del país B, se calcula el porcentaje de población que vive en área urbana o en área rural, dependiendo de cuál predomine en el país A.

Fuerzas Políticas: la cercanía política se evalúa por la cantidad per capita intercambiada entre A y B, de asistencia económica para desarrollo.

Fuerzas Legales: no se establece ninguna variable que mida las diferencias entre los sistemas legales de A y B.

Como variable cultural genérica, se utiliza el número de turistas de A que visitan B (dividido por el total de la población de B).

¹ International Marketing Management: Strategies and Cases, 1988, en Reed, 1992.

3. MODELO DE SHARPLES. En Hertford y García, 1998.

En este modelo se trazan dos curvas de oferta, mostrando las cantidades del bien analizado que va a ser vendido por las fincas para exportación a los precios alternativos recibidos por los agricultores, una para el País A y otra para el País B.

Los países no consumen del bien, y éste es un porcentaje menor del total de la actividad económica, su comercio no afecta a los precios mundiales, y no hay costos de transporte entre los países. Por lo tanto, las curvas de oferta al nivel de la finca, más los costos de almacenamiento variables domésticos del mercado, transporte, y manejo, resultan en una curva de oferta en exceso en los puertos de embarque, quedando por encima de la curva de oferta en el ámbito de la finca, para todo nivel de precios.

Sharples nota que sin tomar en cuenta los costos de mercadeo dentro del país, resulta en predicciones de exportaciones mayores para ambos países a cualquier nivel de precios. Sharples concluye que las exportaciones (penetración de las exportaciones y competitividad) están asociadas con los siguientes determinantes:

Empleo de factores fijos o primarios (tierra, mano de obra familiar, infraestructura, etc.), o sus ganancias;

Precio y niveles de uso de los factores variables;

Impuestos y subsidios a los factores de producción o procesos de mercadeo;

Impuestos y subsidios a las exportaciones;

El tipo de cambio;

La calidad del producto y de los insumos productivos;

Los factores que afectan la demanda interna (ingreso, población, precios de bienes relacionados, y gustos y preferencias); y

Costos de transacción entre la frontera de un país y el punto final de venta del producto.

4. INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL. Artavia, R. y Larraín, F., 1997, CLACDS – INCAE, HIID - HARVARD

El Índice de Competitividad Global ha sido calculado por el Foro Económico Mundial durante casi dos décadas y tiene como objetivo determinar la competitividad actual de las economías estudiadas y predecir el crecimiento de su ingreso per capita a mediano plazo.

El índice es útil para los tomadores de decisiones, sean del sector público o privado, ya que en el proceso de determinarlo se identifican áreas de debilidad y oportunidad para las economías analizadas.

Lo que el ICG intenta medir es el potencial de crecimiento de un país en el mediano a largo plazo (5 a 10 años) con base en las características de su economía y de la estructura y desempeño de sus instituciones. Provee consistencia analítica y la capacidad a los países de compararse con sus competidores y evaluar su propio progreso en áreas críticas para la competitividad.

El ICG considera dos factores fundamentales: la situación económica de los países y el estado y desempeño de sus instituciones. Es un promedio ponderado de ocho variables compuestas, que surgen de un análisis de la literatura de desarrollo y de los análisis empíricos que las señalan como factores fundamentales en la competitividad y el crecimiento económico de mediano y largo plazo de los países. Esas variables, las cuales aglomeran a más de 300 indicadores son: apertura comercial, apertura comercial y financiera, desempeño del gobierno, desarrollo del mercado financiero, infraestructura, tecnología, gestión empresarial, mercado laboral y calidad de las instituciones. Cada una de estas variables representa un promedio de diversos indicadores.

4.1. Ponderación de variables

Las ocho variables tienen diferente peso en la construcción del índice. De esta forma, *apertura, gobierno, mercado financiero y mercado laboral*, son las que tienen una mayor ponderación, ya que la investigación académica ha comprobado que explican mejor las diferencias de desempeño económico entre países. *Infraestructura y tecnología*, reciben dos tercios de la ponderación de las cuatro primeras, y las últimas dos: *gestión empresarial y calidad de las instituciones*, un tercio.

4.2. Información cuantitativa-cualitativa

En cada una de las variables hay una parte significativa que corresponde a información cualitativa, ya que se reconoce que no todas pueden medirse con base en datos macroeconómicos o microeconómicos. Para ello se recurre a resultados de encuestas sobre las percepciones de agentes claves del mundo empresarial.

De esta forma, cada variable es un promedio ponderado de un indicador cuantitativo y de un índice de los resultados de encuestas a ejecutivos del país en relación con esa variable. Con respecto a los índices de gestión empresarial y calidad de las instituciones, éstos se basan exclusivamente en encuestas de opinión (por su dificultad de medición directa). Para las variables apertura, gobierno, mercado financiero y mercado laboral, las ponderaciones son: $\frac{3}{4}$ son asignados a los datos observables y $\frac{1}{4}$ a las encuestas. Para infraestructura y tecnología se otorga $\frac{3}{4}$ a las encuestas y $\frac{1}{4}$ a los datos directamente observables.

4.3. Descripción de las variables

“Apertura: mide la profundidad de la integración de una nación a la economía global en términos de su orientación exportadora y del grado de libertad con que se manejan el comercio y la inversión extranjera.

Desempeño del Gobierno: evalúa el papel de los mercados de capital como facilitadores del consumo y el ahorro en el tiempo, el comportamiento del ahorro y la eficacia y eficiencia de los intermediarios financieros en proveer recursos a la inversión productiva.

Infraestructura: mide la cantidad y calidad del sistema de transportes, de la red de telecomunicaciones, de la generación y distribución de energía eléctrica, de las facilidades portuarias y de almacenaje y de toda la infraestructura física que puede afectar, positiva o negativamente, la productividad de la inversión privada.

Tecnología: evalúa la intensidad de la investigación y desarrollo, el nivel general de la tecnología y la calidad del acervo de conocimiento tecnológico disponible a los inversionistas.

Gestión Gerencial: mide la calidad de los recursos gerenciales, de las estrategias competitivas, del desarrollo de productos, del control de calidad, de los recursos humanos y del mercado en el ámbito de empresa privada.

Mercado Laboral: evalúa, en primer lugar, la eficiencia real y potencial de los recursos humanos y, en segundo lugar, la flexibilidad de los mercados de trabajo.

Calidad de las Instituciones: mide la confiabilidad de las instituciones legales y sociales que fundamentan una economía de mercado, la competencia, el imperio de la ley y la protección de los derechos sobre la propiedad².

² Artavia y Larrain, 1997: 12.

**5. NATIONAL/REGIONAL SYSTEMS OF INNOVATION. Lundvall – OECD.
En The Competitiveness Project. Report 1996**

6. REPORTE DE COMPETITIVIDAD MUNDIAL. World Competitiveness Yearbook, 1998

El Anuario de la Competitividad Mundial, WCY (por sus siglas en inglés: World Competitiveness Yearbook) valora y categoriza la forma en la que el ambiente de una nación sostiene la competitividad de sus empresas, tanto en el ámbito doméstico como global.

En la literatura económica se acepta ampliamente que la competitividad de un país no puede reducirse sólo a nociones del PNB y la productividad, ya que las firmas deben confrontar las dimensiones política, cultural y educacional de los países, así como sus economías. Por lo tanto, es proveyendo de un ambiente que tenga una la estructura, las instituciones y las políticas más eficientes, que las naciones compiten entre ellas. Los conceptos de competitividad de países y competitividad de empresas son interdependientes.

El WCY se enfoca en la competitividad de países y mide cómo los ambientes nacionales sostienen la competitividad doméstica y global de las empresas para operar en los países. Los datos que utiliza son tanto de carácter cuantitativo (indicadores estadísticos) como de carácter cualitativo (encuestas de opinión).

La competitividad es definida como “ la habilidad de un país de crear valor agregado y por tanto, incrementar el beneficio nacional manejando bienes y procesos, atractivo y agresividad, globalización y proximidad, e integrando estas relaciones en un modelo económico y social”³.

El Atractivo corresponde a criterios que miden el deseo del resto del mundo de intercambiar o invertir en un país, tales como apertura cultural, costo de mano de obra y políticas fiscales. Por su parte, la Agresividad se compone de criterios que miden la dinámica internacional de un país en mercados externos, como por ejemplo, exportaciones e internacionalización de la gestión administrativa.

El WCY arroja dos estilos diferentes de resultados. Por un lado, basados en el Atractivo y Agresividad, y por otro sobre la base de ocho insumos o factores de Competitividad (y sub-factores), a saber: economía doméstica, internacionalización, gobierno, finanzas, infraestructura, dirección, ciencia y tecnología y recurso humano.

³ Indices of World Competitiveness.

A continuación se detallan los sub-factores de cada uno de los insumos (los cuales se dividen a su vez en una lista de variables).

10.6.1 FACTORES DE LA COMPETITIVIDAD

Economía Doméstica: valor agregado, inversión, ahorro, consumo final, desempeño del sector económico, costo de vida y proyecciones.

Internacionalización: balance de cuenta corriente, exportaciones de bienes y servicios, importaciones de bienes y servicios, tipo de cambio, portafolio de inversiones, inversión extranjera directa, proteccionismo nacional, apertura.

Gobierno: deuda nacional, gastos del gobierno, políticas fiscales, eficiencia del estado, participación del estado, justicia y seguridad.

Finanzas: costo del capital, disponibilidad de capital, dinamismo del mercado de valores y eficiencia del sector bancario.

Infraestructura: infraestructura básica, infraestructura tecnológica, auto suficiencia energética, ambiente.

Dirección: productividad, costos de mano de obra, desempeño corporativo, gestión eficiente y cultura corporativa.

Ciencia y Tecnología: gastos en investigación y desarrollo (R&D), personal de R&D, manejo de tecnología, ambiente científico y propiedad intelectual.

Recurso Humano: características de la población, características de la fuerza laboral, empleo, desempleo, estructura educacional, calidad de vida, actitudes y valores.

METODOLOGIAS ENFOCADAS EN LA EMPRESA POR PRODUCTOS

7. ANTECEDENTES PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD Y COMPLEMENTARIEDAD DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS DE LOS PAISES DEL CONO SUR: El caso de Uruguay. FAO, 1994.

La metodología utilizada tiene como objetivo establecer los antecedentes para evaluar la competitividad de ciertos productos agrícolas, rescatando los aspectos genéricos sobre los que sustenta cada etapa del análisis, y no los resultados obtenidos.

Se analizan los elementos que crean o restan competitividad a los países del Cono Sur en la producción y comercio de las frutas y hortalizas frescas seleccionadas. Los países estudiados son: Argentina, Chile y Uruguay. Los rubros productivos: uvas de mesa, manzanas, peras, duraznos, nectarinas, cítricos, ajos y cebollas.

El período de análisis va de 1990 a 1992. Para cada uno de ellos se analiza: ubicación geográfica, superficie cultivada, jardín de variedades, nivel y épocas de producción, volúmenes, valor y destino de las exportaciones, principales empresas exportadoras y restricciones al comercio impuestas por los principales países compradores.

Los productos hortifrutícolas se agrupan en lo que denomina "conglomerados"⁴, de acuerdo al grado de desarrollo en que se encuentran los mismos en las diferentes etapas a lo largo de su producción y manejo hasta su disposición final.

Superada la etapa de la estaticidad y unidimensionalidad de las ventajas comparativas como medición de la competitividad, se ha evolucionado hacia la definición de que la capacidad de competir depende de ciertos factores, donde la conjugación de ellos determinarán la capacidad de incrementar la participación en el mercado internacional de un país:

- capacidad empresarial y de gestión
- innovación científica y tecnológica
- capacitación de los recursos humanos

⁴ Tomando en cuenta que los productos no son actores aislados sino que interactúan con otros procesos productivos y de servicio como las disponibilidades de insumos, materia prima, maquinaria, almacenaje, frío, sistema comercial, infraestructura, etc.

- infraestructura física y de comunicaciones
- calidad y oportunidad de la información disponible
- organización de los factores, agentes e instituciones intervinientes en el proceso
- políticas gubernamentales
- marco jurídico existente

Una vez obtenida la información para cada conglomerado se procede a analizarlo a la luz de la teoría de las ventajas competitivas, de M. Porter (1991). Al mismo tiempo, permite identificar oportunidades de complementariedad y cooperación entre los países regionales en los complejos analizados.

Basado en el Cuadrilátero de Porter, se analizan sus cuatro determinantes:

- Condiciones Factoriales
- Estrategias, Estructuras y Rivalidad Empresarial
- Actividades productivas relacionadas, Servicios de Apoyo y el Estado
- Condiciones de la Demanda

7.1. Condiciones Factoriales

Análisis de las condiciones del país, entre los que destacan la mano de obra e infraestructura:

***Desarrollo Tecnológico:** empleando como variables la superficie de producción (Has y ubicación), producción (ton), exportación (volumen, destino, valor FOB), consumo doméstico, localización de la producción –zonificación– (país, región, departamento), puertos de embarque (salida, destinos, medios, volumen), distribución de exportaciones por empresa exportadora (período, volumen), calendario de cosecha (variedad, mes, tipo), tipos de envase y aranceles.

***Mano de obra:** (distribución y cantidad de población rural, trabajadores por Ha, incidencia de costos de mano de obra en el costo directo), estableciendo las opciones entre la relación entre mano de obra y mecanización.

* Controlables al nivel de actividades y estructura empresarial.

***Costos y productividad:** costos de operación por jornada/hombre y jornada/máquina para cada etapa de la producción, incluyendo preparación del suelo, labores de cultivos, cosecha, insumos e imprevistos.

***Recursos Naturales:** factores climáticos (aquellos elementos que inciden directa e indirectamente en las etapas de crecimiento y desarrollo de los cultivos), hídricos (análisis de aspectos hidrológicos en cuencas hidrográficas, como disponibilidad de agua para riego, ubicación de acuíferos, etc.) y edáficos (tipos de suelo, capacidad de uso de la tierra) así como infraestructura disponible (caminos, electrificación, comunicación, puertos, pasos de frontera, cámaras de frío, etc.).

7.2. Estrategias, estructuras y rivalidad empresarial

“La competitividad de la actividad productiva es el resultado, entre otros factores, de las prácticas administrativas, de las modalidades organizativas y del tipo de educación y vocaciones que se favorecen en el país. Según Porter, la mejora dinámica es impulsada por la rivalidad nacional, que se favorece cuando más concentración geográfica existe”⁵.

***Capacidad empresarial:** análisis del comportamiento de economías de escala, así como la capacidad de cada empresa participante en el mercado productivo de hacerle frente eficaz y eficientemente a la competencia.

***La cobertura geográfica y de abastecimiento:** relativo a los mercados interno y externo, así como los procesos de polarización. Esta definirá la rivalidad empresarial, la cual es directamente proporcional a la concentración espacial de las empresas. Al binomio cobertura-abastecimiento se le suma la identidad de marca de cada producto.

***Diferenciación de productos:** hace referencia a la posibilidad de diversificación respecto de un mismo producto, en forma de productos complementarios o suplementarios a partir del procesamiento industrial.

***Nuevas iniciativas de inversión:** “Las nuevas iniciativas repercuten en una inversión fuerte y sostenida en recursos humanos calificados y

⁵ FAO, 1994, 29.

en ampliación de la base científica (nuevas empresas exportadoras con capacidad de transferir tecnología, organización y servicios)⁶.

7.3. Actividades productivas relacionadas, servicios de apoyo y el Estado

***Industria proveedora de equipos e insumos agrícolas:** "es importante evaluarla, pues la presencia en el país de actividades competitivas en este sector dinamizan el flujo de información y el intercambio de ideas e innovaciones, y es condición para incrementar la competitividad nacional.

Se requieren, a su vez, para facilitar la promoción del desarrollo tecnológico y económico de productores locales y regionales que estimulen la elaboración de productos agropecuarios⁷. Involucra elementos como riego, semillas, viveros, agroquímicos y fertilizantes.

***Infraestructura física de conservación, empaque y agroindustrias alimenticias:** analiza la capacidad instalada de cámaras frigoríficas, propietarios, ubicación y calidad; la capacidad de empaque nacional y su calidad de servicio; plantas procesadoras, su capacidad instalada, calidad y condición tecnológica.

***Infraestructura de comunicaciones:** en relación con las características puntuales del sistema de transporte: red vial, vías férreas, vías navegables, puertos utilizados en la exportación, transporte aéreo y aeropuertos. Se detallan las empresas participantes en el transporte en los diferentes rubros que operan en el momento y los costos en que incurren para su movimiento. A su vez, se brinda la información referente a la administración portuaria, regulaciones, funcionamiento, organización, composición del personal y costos operativos. En todos los casos se describen las condiciones imperantes, qué productos emplean cada medio y se identifican los aspectos críticos, proponiendo las soluciones.

***Servicios financieros:** identificación de las entidades (públicas y privadas) que brindan asistencia crediticia en los diferentes sectores de la producción y las líneas de mayor uso por parte de éstos, desde el primario (adquisición de campo, financiamiento de cultivos, adquisición y reparación de maquinaria y equipos, construcción y reparación de mejoras fijas, gastos de establecimiento, entre otros) y el industrial o de

⁶ Op. Cit., 1994: 33.

⁷ Op. Cit., 1994: 34.

transformación y comercial (adquisición de productos, cámaras frigoríficas y comercialización de los productos, entre otras).

***Agentes comerciales:** identificación y análisis de los grupos que participan en la comercialización del mercado interno (tales como mayoristas consignatarios, comerciantes y detallistas de segunda venta) así como los que participan en la comercialización en el mercado externo, analizando los agentes involucrados (públicos y privados) en el proceso de exportación así como los aspectos administrativos del mismo.

***Incidencia del Estado:** identificando las instituciones de apoyo al sector productivo primario (públicas - ministerios de agricultura, economía, obras públicas, industria, energía, ambiente, trabajo, vivienda, municipios -, autónomas y privadas - ONG's y agencias proveedoras de insumos (como forma de incentivar las ventas de sus productos), así como cámaras-) relacionadas directa o indirectamente con el apoyo y servicios a la producción (reguladoras de políticas y programas de desarrollo, así como de fomento, en actividades tales como control sanitario de la producción, distribución de tierras, apoyo logístico a productores y empresarios). De igual forma, se integran las agencias de asistencia técnica y de investigación (universidades, centros de investigación relacionados con la temática, programas de agencias de cooperación dirigidos hacia el sector agrícola).

“Los servicios que ofrecen estos organismos atienden las demandas de transferencia tecnológica, investigación y experimentación, fomento a pequeños y medianos productores, gremiales, créditos, etc.”⁸.

Analizando las políticas comerciales y promocionales: todas aquellas políticas que eliminan gravámenes tributarios, como exoneración de impuestos sobre la renta para los exportadores; sobre la producción, en la importación de maquinaria e insumos; implementación de tratados de libre comercio bilaterales, procurando la disminución o eliminación de aranceles para segmentos particulares de la producción e industrialización.

Establecimiento de impuestos generales sobre el sector agropecuario, directos e indirectos, que gravan a la producción: desde los impuestos directos sobre las actividades productivas, hasta aquellos que recaen sobre los productos finales, insumos y sobre los diferentes actores involucrados.

⁸ Op. Cit., 1994: 45.

Regulaciones y estándares: normativas internas y externas para garantizar la calidad del producto y todos los elementos asociados (subproductos, envases, etc.), así como disposiciones específicas en cuanto a especie, cultivar, tamaño, volumen, color y estado fitosanitario. Lo anterior se complementa con inspección de un porcentaje representativo del total de la partida (sea en frontera, planta de empaque o frigorífica) de acuerdo a la normativa vigente para cada tipo de mercadería.

Sistema de ciencia y tecnología: en el enfoque Porter, el sistema de ciencia y tecnología, incide conjuntamente con otros factores, en la generación y diseminación de información técnica, económica y comercial.

7.4. Condiciones de la demanda

Es un factor difícilmente controlable y, por consiguiente, no modificable a través de las políticas estatales. Las restricciones al crecimiento exportador provienen, generalmente, de las barreras arancelarias y no arancelarias de los países centrales y de la competencia de otros países por dichos mercados.

La existencia de transnacionales o subsidiarias de éstas podría incidir sobre la demanda para exportación. Por otra parte, las demandas pueden tener su naturaleza en los países importadores, caracterizadas por las corrientes comerciales existentes.

***El mercado internacional:** influencia de los medios de transporte, así como los sistemas de información y comunicaciones en el intercambio comercial entre países (función de costos de transporte); expectativas de consumo en los países importadores (en particular en la época de contraestación); identificación de centros de distribución en los mercados finales (supermercados). De igual forma, involucra realizar un análisis de los mecanismos proteccionistas en los mercados finales, así como el comportamiento de la demanda de cada producto. Al mismo tiempo, se debe estudiar la competencia en los mercados finales, en relación con los productos que ahí se colocan.

***El mercado interno:** análisis de oferta interna por producto, así como un balance entre la oferta interna y lo importado. En relación con la demanda industrial, analizar las tendencias de abastecimiento respecto

de proveedores externos. Incluye el análisis del dinamismo del precio en relación con el comportamiento de la oferta (estacionalidad del ciclo de producción) a lo largo del año.

Uruguay prácticamente se autoabastece de frutas y hortalizas, con una oferta anual de 780.000 toneladas (400.000 de frutas, 300.000 de hortalizas y 80.000 importadas de ambos rubros). La participación de los supermercados en la comercialización interna es del 10%, distribuyéndose el resto de la producción frutihortícola vía ferias vecinales (45%), almacenes y puestos.

7.5. Conclusión

El desarrollo de corrientes exportadoras está supeditado al desarrollo de factores particulares del éxito y debe encaminarse a la integración de exportadores en consorcios o agrupamientos para generar volúmenes y recursos con mayor escala productiva frente a los bloques comerciales existentes.

Básicamente, tales factores de éxito estarían representados por economías de escala, productos homogéneos en calidad, buen nivel tecnológico, cobertura geográfica y variedad de productos.

En cuanto a complementariedad, se plantea el uso de la infraestructura de transporte, servicios de empaque, frío y procesamiento entre diversos productos (tal es el caso de los citrus y los grupos de manzana-pera y durazno). En la misma dirección, se puede complementar la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías en cuanto a experiencias en organización y exportación. Al mismo tiempo, el conocimiento en los procesos de exportación, contactos y otros, puede ser sumamente beneficioso para aquellos productos que no han desarrollado dichas estrategias (como el caso de los frutihortícolas y las empresas exportadoras de citrus).

En el plano externo, se puede complementar con países de la región, a través de intercambios tecnológicos, sea en el sector primario o post-cosecha, tal es caso del grupo citrícola, de complementación de cargas con Argentina, lo que permite disminuir costos de exportación en otros rubros. El sistema de infraestructura nacional puede ponerse a disposición de otros países para permitir un esquema complementario de las exportaciones extrarregionales o regionales.

8. MODELO DE PORTER. Porter, M., en INCAE, 1996.

Porter propone que la competitividad de una empresa o grupo de empresas, está determinada por una serie de atributos fundamentales de su base local.

“La prosperidad de una nación depende del nivel de productividad y competitividad de sus empresas. En un mundo globalizado, las ventajas comparativas son fácilmente copiadas y mejoradas por los competidores; por ello, la ventaja competitiva se determina por la habilidad de una empresa o grupos de empresas de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios... La competitividad no es un atributo de los países, sino, por el contrario, es un atributo de las empresas. Un país próspero es aquel que cuenta con una masa significativa de empresas competitivas en el ámbito mundial, en uno o varios de sus sectores productivos.

La investigación empírica de Michael Porter sobre la ventaja competitiva de diferentes naciones evidenció que las empresas líderes en cualquier campo, tienden a agruparse en áreas geográficas relativamente pequeñas. Esas agrupaciones se han denominado “clusters” competitivos. De esta forma, dentro de un país o una región se van creando grupos completos de industrias relacionadas o clusters, altamente eficientes, que permiten crear una ventaja competitiva sostenible”⁹.

Porter argumenta que la competitividad de una empresa o de grupo de empresas está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local: 1. Condiciones de los factores, 2. Condiciones de la demanda, 3. Industrias conexas y de apoyo y 4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Estos atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones.

8.1. Condiciones de los factores

Los factores básicos (tierra, mano de obra y capital), no son los que permiten alcanzar ventajas competitivas. Son en cambio, los factores especializados, no heredados, los que lo permiten. Estos, son creados por cada país: “surgen de habilidades específicas derivadas de su sistema educativo, de su legado exclusivo de “know-how” tecnológico, de

⁹ INCAE, 1996: 1.

infraestructura especializada, etc.; y responden a las necesidades particulares de una industria concreta. Se requiere de inversiones considerables y continuas por parte de empresas y gobiernos para mantenerlos y mejorarlos. Los factores especializados propician ventajas competitivas para un país, porque son únicos y muy difíciles de replicar o acceder por competidores de otras regiones¹⁰. Además, su calidad permite valorizar la herencia patrimonial por encima de países con un legado similar.

8.2. Condiciones de la demanda

Las empresas competitivas “cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo.

Cientes exigentes permiten que las empresas vislumbren y satisfagan necesidades emergentes, convirtiéndose en otro incentivo a la innovación. Tener a estos clientes cerca permite que las empresas respondan más rápidamente, gracias a líneas de comunicación más cortas, mayor visibilidad y a la posibilidad de realizar proyectos conjuntos. Cuando los clientes locales anticipan o moldean las necesidades de otros países, las ventajas para las empresas locales son aún mayores¹¹.

8.3. Industrias conexas y de apoyo

“La existencia de industrias de apoyo especializadas eficientes, crea ventajas competitivas para un país. Las industrias relacionadas y de apoyo entregan a las empresas pertenecientes al “cluster” insumos, componentes y servicios, hechos a la medida, a menores costos, con calidad superior, y suministrados de manera rápida y preferente. Esto es consecuencia de vínculos más estrechos de colaboración, mejor comunicación, presiones mutuas y aprendizaje constante, que facilitan la innovación y el mejoramiento continuo dentro del “cluster”¹².

8.4. Estrategia, estructura y competencia de la empresa

“La creación de destrezas competitivas requiere un ambiente que motive la innovación. Una competencia local vigorosa e intensa es una de las presiones más efectivas para que una compañía mejore continuamente.

¹⁰ *Op. Cit.*, 1996: 4.

¹¹ *Op. Cit.*, 1996: 5.

¹² *Op. Cit.*, 1996: 6.

Esta situación obliga a las empresas a buscar maneras de reducir sus costos, mejorar la calidad, buscar nuevos mercados o clientes, etc.”¹³.

8.5. Interacción de los atributos

“La interacción o refuerzo mutuo de los cuatro atributos de la ventaja nacional es, a menudo, más importante que los atributos en sí. El grado de impacto de un atributo sobre las ventajas competitivas depende, en gran parte, del estado en que se encuentren los otros determinantes. Los determinantes de la ventaja competitiva constituyen un sistema complejo. Sus elementos se refuerzan entre sí y se multiplican con el transcurso del tiempo. Así, las ventajas crecen y se van expandiendo hacia otras industrias relacionadas. De esta manera se va creando un entorno de relaciones e interacciones complicadas, difíciles de imitar por parte de los otros países o “clusters” potencialmente competidores”¹⁴.

“Los cuatro atributos del diamante son, a su vez, influenciados por otras variables: el azar y el papel del gobierno. El azar surge de eventos repentinos que influyen en la posición competitiva de ciertas empresas que saben moverse ante los cambios. Estos eventos pueden ser nuevos inventos tecnológicos, cambios en las tendencias de los mercados, decisiones políticas, guerras, eventos de la naturaleza, etc.

El gobierno puede influenciar y ser influenciado por cualquiera de los elementos del diamante, tanto positiva como negativamente”¹⁵.

Una contribución¹⁶ importante que Porter ha hecho a la literatura es su visión dinámica de largo plazo en el proceso competitivo.

¹³ Idem.

¹⁴ *Op. Cit.*, 1996: 7.

¹⁵ *Op. Cit.*, 1996: 9.

¹⁶ Hertford y García, 1998: 12.

METODOLOGIA ENFOCADA EN RECURSO HUMANO

9. THE EMBEDDING APPROACH. Reich, R. En The Competitiveness Project. Report 1996

10. COMPETITIVIDAD DE ALGUNAS CADENAS AGROINDUSTRIALES EN EL MERCOSUR: Análisis de ocho casos. FAO, 1997.

En 1994, los países del MERCOSUR y la FAO acordaron realizar un proyecto para brindar recomendaciones de políticas para algunos productos considerados "sensibles" en cada país (debido a las posibles consecuencias de la integración regional, como la pérdida de ventajas comparativas en alguno de los países miembros), con el propósito de mejorar la eficiencia y la competitividad de dichos productos, entre otros.

En los estudios anteriores sobre competitividad predominaban los enfoques tradicionales que definían la competitividad como una cuestión de precios, costos y tipos de cambio de paridad. Este tipo de enfoque prioriza el análisis de la eficiencia técnica y utiliza indicadores fundamentalmente de coeficientes técnicos, de productividad de factores y sus precios, buscando comparar la situación que se analiza con las *best practices* regionales e internacionales.

Este tipo de enfoque se fundamenta en una visión estática de la competitividad, permitiendo analizar cómo se comportan los indicadores hasta un determinado momento.

En el presente estudio se privilegió un enfoque dinámico de la competitividad, sin descuidar los indicadores y las perspectivas tradicionales. En este tipo de enfoque, tanto el desempeño como la eficiencia son resultado de capacidades acumuladas y estrategias competitivas adoptadas por las empresas y los productores, en función de sus percepciones sobre el ambiente competitivo en el cual éstos están operando.

Consideraciones sobre la metodologías de análisis de la competitividad en cadenas agroindustriales y algunas evidencias de los ocho estudios de caso

10.1 Principales determinantes de la competitividad en un enfoque dinámico

La competitividad debe ser comprendida, desde un punto de vista dinámico, como la capacidad de una empresa agroindustrial o productor agropecuario de formular estrategias que le permitan conservar o aumentar, de forma duradera, su participación en el mercado (P. 8).

Esta dependerá de la creación y éxito de ventajas competitivas por parte de las empresas y los productores, donde cada uno procura obtener características que los distinguan de los demás.

La estructura de precios relativos que se consolida a partir de los planes de estabilización económica y que genera demandas (que pueden traducirse en grandes oportunidades de mercado por un lado o riesgos importantes de viabilidad empresarial por otro, dependiendo de la relación cambiaria existente) tiene expresiones tan diversas que no pueden ser generalizables, indicando para todos los casos la delicadeza de emplear indicadores convencionales de competitividad.

El desempeño competitivo de una empresa, industria o nación va a condicionarse por la conjugación de diversos elementos, tales como:

- Factores internos a la empresa

Aquellos bajo su ámbito de decisión y por medio de los cuales procura distinguirse de sus competidores. Entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva, calidad de los recursos humanos, conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades, relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital.

- Factores sectoriales de análisis de la competitividad

Están parcialmente bajo el área de influencia de la empresa si bien no son totalmente manejados por ella. Involucran el contexto decisional de las empresas y productores, que es básico para la definición de las estrategias competitivas. Entre ellos destacan:

Segmentación de los mercados consumidores en términos de su ubicación geográfica, nivel de ingresos, grado de sofisticación de los productos, oportunidad de acceso a mercados regionales e internacionales, formas y costos de comercialización predominantes, entre otros.

Configuración de la industria en que la empresa actúa: grado de concentración, escalas de operación, atributos de los insumos empleados, potencialidad de alianzas con proveedores, clientes y competidores; grado de verticalización y diversificación sectorial, y el ritmo, origen y dirección del progreso técnico.

Reglas de competencia, en relación con conductas, relaciones con consumidores, tratamiento del medio ambiente, prácticas de importación y exportación.

- Factores sistémicos de competitividad

Constituyen externalidades para la empresa productiva; afectan el ambiente competitivo y pueden tener importancia variable en la definición del ambiente competitivo y en las posibilidades para construir estrategias de competitividad por parte de las empresas.

macroeconómicos: tipo de cambio, estructura de precios relativos, acceso al crédito, etc.

regulatorios e institucionales: normativa, preservación ambiental, régimen de competencia, defensa de la competencia, protección al consumidor, etc.

infraestructurales: disponibilidad, calidad y costos de energía, transporte, telecomunicaciones, infraestructura tecnológica, etc.

internacionales: tendencias del comercio internacional, flujos internacionales de capital y tecnología, acuerdos internacionales y políticas de comercio exterior, etc.

10.2. La sensibilidad de las cadenas agroindustriales analizadas y los determinantes de la competitividad

A continuación se analizan algunos aspectos importantes surgidos de la comparación de los estudios por cadenas, y que tienden a explicar la falta de competitividad o la sensibilidad de las cadenas analizadas.

10.2.1. Los factores sistémicos

10.2.1.1. Estabilización económica

La estabilización de la economía es un prerequisite básico de construcción de confianza por parte de los agentes económicos, lo que constituye la base de la toma de decisiones para la inversión.

Los países de la región experimentaron en la década de los 80's una seria situación debido a la hiperinflación. A partir de la década siguiente, las economías de los países vuelve a equilibrarse, captando de

nuevo capitales de los mercados, unido al establecimiento de planes de ajuste estructural.

Dentro de los principales efectos de tales medidas macroeconómicas sobre las empresas y los productores, destacan las siguientes:

Los indicadores convencionales muestran la situación para un momento dado, pero resultan incapaces de analizar cómo se desarrollan las estrategias empresariales en ese contexto.

No existe un patrón de respuesta general para las condiciones generadas por los procesos de ajuste estructural. En algunos casos, se desarrollan procesos de reconversión, en tanto que en otros, se consolidan estrategias defensivas. El enfoque dinámico de competitividad permite dilucidar qué actividades están respondiendo positiva o negativamente al cambio en las estructuras económicas internas producto de la apertura y globalización.

Al mismo tiempo, permite identificar los eslabones que están siendo más perjudicados en una cadena productiva, permitiendo, al mismo tiempo, definir medidas salvaguardas para la actividad o, en su defecto,

El comportamiento de una empresa puede ser tan variado como inesperado; ante un contexto adverso las empresas pueden construir competitividad, como ante un contexto favorable no hacerlo. Lo anterior va a depender de factores no necesariamente relacionados con los precios, costos o nivel de las importaciones o exportaciones. Consecuentemente, es necesario dirigir el análisis hacia un enfoque dinámico de la competitividad, más estructural y basado en las estrategias que adoptan las empresas en cada sector.

10.2.1.2. Acceso al financiamiento

En relación con los programas de asistencia financiera a la agricultura, el financiamiento se ha visto drásticamente reducido, definiendo una segmentación del mercado de crédito en menoscabo del pequeño productor.

Lo anterior ha frenado el proceso de reconversión, llevando a los productores a buscar vías alternas de financiamiento. Una de las alternativas es que el manejo de la cartera crediticia de una entidad de fomento la realicen otros agentes que tienen ventajas competitivas en el

mercado financiero y que consiguen promover otros servicios de alto interés para el desarrollo agrario.

10.2.1.3. Infraestructura tecnológica e institucional

Normalmente las tecnologías se encuentran sub-ofertadas, donde el sistema institucional de innovación y generación de tecnología es muy heterogéneo.

La acumulación tecnológica, clave para el desarrollo de la competitividad, debe ser apoyada desde fuera con un sistema nacional de innovación, que le permita a las empresas fortalecerse, a través del reforzamiento del sistema de educación superior, un activo sistema académico y de investigación agroindustrial y una fuerza de trabajo capacitada.

Por otra parte, es necesaria la reconversión institucional de forma tal que respondan eficientemente a las necesidades del sector, a través de una coordinación adecuada. Como piedra angular de dicho cambio, debe articularse una adecuada flexibilidad operativa y financiera con los actores privados e interinstitucional en forma prioritaria. Lo anterior se traduce en el fortalecimiento del intercambio de experiencias entre productores, usuarios e investigadores de forma tal que se asegure la retroalimentación.

10.2.2. Los factores sectoriales de competitividad en los casos analizados

10.2.2.1. Mercados de alimentos y exigencias tecnológicas y organizacionales

En la agroindustria internacional, las tendencias están dirigidas a imprimirle mayor dinamismo a los mercados, con estrategias de elevación del contenido tecnológico de los productos, al tiempo que se moderniza fuertemente la logística de distribución y comercialización de alimentos.

Las grandes agroindustrias deben ser ágiles en responder a los cambios en el mercado, con capacidad para atender el tipo de demanda emergente. Esto lleva a un proceso de industrialización y diferenciación de productos en la agroindustria.

Ahora bien, si en las etapas primarias de la producción agropecuaria se ignoran los procesos de reconversión en marcha en las fases superiores de la cadena agroindustrial; o sea, si la reconversión no inicia desde las primeras etapas de producción a lo largo de toda la cadena agroalimentaria, se corre el riesgo de condenar el avance de los productos.

Lo precedente se traduce en que aún más importante que los costos diferenciales en la producción, se posiciona la adecuación a la demanda y a las normas de industrialización de la agroindustria que se encuentra delante en la cadena de transformación.

Ejemplos de lo anterior surgen en Brasil, con el algodón, donde la reconversión industrial textil productora de tejidos e hilados llevó prácticamente a una ruptura fuerte con la base de aprovisionamiento de fibra. Por otro lado, el trigo en Uruguay, en tanto que las fases superiores de la cadena demanden productos de mayor calidad para su estrategia competitiva, esa demanda tecnológica se expresará en mecanismos de inducción "hacia atrás". Lo anterior representa que si las respuestas tecnológicas del aparato institucional no solucionan ese "cuello de botella", la sensibilidad de la frase agrícola puede llegar a ser extrema.

En general, la elevación del contenido tecnológico de los productos ubicados en las etapas posteriores de la cadena de producción, en un contexto de mercado amplio y sumamente competitivo, ejerce una presión institucional sobre los sectores que están ubicados hacia atrás en la cadena, y que mantienen un perfil muy heterogéneo y atrasado de producción.

10.2.2.2. Fortalecimiento de las redes cooperativas horizontales

En el ámbito internacional, se observa que las empresas con menor intensidad de capital y competitividad incorporan progreso técnico, sustituyendo así ventajas comparativas tradicionales de bajos costos o de materias primas.

Esto ha llevado al agrupamiento geográfico (polos regionales), donde pequeñas y medianas empresas buscan asociarse con centrales de compra de materias primas, programas conjuntos de marketing y formación de recursos humanos, así como el desarrollo e implementación de sistemas de gestión y control gerenciales.

Esto, además de propiciar condiciones adecuadas a la elevación de la eficiencia productiva y gerencial, facilita también las relaciones con oferentes así como el acceso a mercados inexplorados por deficiencias de escala.

En el área de estudio este comportamiento es casi nulo o inexistente.

10.2.2.3. La cooperación vertical para optimizar capacidades tecnológicas y organizacionales

Otro de las características particulares de las agroindustrias a nivel internacional es la articulación vertical entre agentes económicos interactuantes. Estas formas de cooperación generan relaciones intersectoriales y sinergias que permiten el aumento de productividad entre todos los agentes involucrados.

Estas líneas de cooperación vertical pueden ser simples (definir una selección de productores que abastecen a una determinada industria), hasta programas de asistencia técnica “hacia atrás” y “hacia adelante”, con alianzas estratégicas entre empresas conectadas en un determinado ciclo de transformación. De funcionar adecuadamente este tipo de cooperación vertical, en etapas superiores se incentiva la reconversión de toda la cadena.

Normalmente son los sectores localizados adelante en la cadena los que avanzan más ágilmente hacia la reconversión, exigiendo “hacia atrás” reconversiones que ameritan más tiempo. Esto último genera, en los casos de apertura comercial e integración, la ruptura de la cadena de transformación, y la búsqueda de materia prima de mayor calidad y nivel tecnológico fuera de la región o país donde se desarrolla, dando lugar a redes verticales intrarregionales mucho más avanzadas.

La consolidación de redes verticales exige a las empresas:

Capacidad para desarrollar relaciones (de confianza y comunicación) de largo plazo con los abastecedores a lo largo de la cadena

Desarrollo de técnicas de gestión de la producción con innovaciones que proporcionen un aumento de la confiabilidad en las relaciones productor-abastecedor en las cadenas.

Creación de nuevas infraestructuras físicas y tecnológicas

Físicas: desarrollo de nuevas redes y tecnologías de distribución de productos

Investigación: potenciar la investigación con el financiamiento público y privado.

Nuevas y modernas normativas comerciales: definición de estrategias y restricciones

10.2.2.4. La promoción de la competencia

Las estrategias innovadoras para la construcción de competitividad deben plantearse hacia el largo plazo, contando con capacidad financiera y gerencial.

Deben servirse de los instrumentos regulatorios que enmarcan el ambiente competitivo como lo son la defensa de la competencia y del consumidor, la defensa del medio ambiente y de la propiedad intelectual, las políticas de comercio exterior, con especial énfasis en las *anti-dumping* y anti-subsidios.

10.2.3. Los factores de desarrollo microeconómico de la competitividad

A partir de los cambios tecnológicos emergentes surge un nuevo formato organizacional, que compatibiliza grandes escalas de producción con el potencial de diversificación y sofisticación de productos. Este formato va vinculado con la descentralización de las decisiones, con creciente participación de la fuerza laboral en las decisiones y ganancias de la empresa, al tiempo que permea las relaciones dentro y entre empresas.

10.2.3.1. La capacitación y gestión tecnológica de las empresas

La adquisición de tecnologías y nuevos servicios tecnológicos demandan actividades poco sofisticadas. Básicamente, los servicios de apoyo tecnológicos requeridos se asocian al apoyo a la gestión productiva, básicamente.

10.2.3.2. Los nuevos esquemas organizacionales

Las nuevas técnicas organizacionales se han articulado con el equipamiento de base microelectrónica, lo que permite que los beneficios derivados de ello sean convergentes e impliquen un incremento en los patrones de eficiencia productiva.

Pocas fueron las empresas que acotaron este patrón, orientándose hacia la reducción de costos, particularmente. Ello permite prever mejoras que pueden implicar ganancias económicas y competitivas muy importantes.

En términos generales, se concluye que no existe aún masa crítica de formación profesional adecuada y apta para realizar estas prácticas modernas de organización empresarial.

10.2.3.3. Estrategias de ventas y de relaciones con abastecedores

Con el objetivo de alcanzar un buen posicionamiento de mercado frente a la competencia, las empresas deben incorporar atributos diferenciables en sus productos por parte de sus clientes, tales como precio, marca, plazo de entrega, contenido tecnológico y otros.

El posicionamiento de mercado debe llevarse a cabo por cambios que, según lo analizado, se enfocan hacia dos relaciones: entre la fase agrícola e industrial, y entre la fase industrial y los consumidores.

10.2.3.4. Recursos humanos

Para que la empresa sea realmente competitiva, sus recursos humanos deben obtener altos niveles de satisfacción en relación con el trabajo, tales como remuneraciones adecuadas, participación en la organización de la producción, en los procesos de toma de decisiones y otros.

En tal sentido, la capacitación y el trabajo deben ser vistos más como un activo a ser valorizado. Algunos aspectos claves para la formación del recurso humano son los programas de entrenamiento para la multifuncionalidad que amerita el conocimiento del proceso productivo completo y la capacidad crítica para la toma de decisiones.

En las agroindustrias analizadas, predominan las relaciones atrasadas de trabajo, con algunas excepciones.

10.2.4. La pequeña producción agropecuaria en los casos analizados

La configuración de las estructuras agropecuarias en términos de la participación relativa de los productores está ligada a la evolución de las tecnologías.

Los programas de reconversión de la pequeña producción que se propongan deben plantearse tomando en cuenta las principales trayectorias tecnológicas y la heterogeneidad que se genera.

En los casos donde se reconoce la incapacidad de los productores de adherirse a la trayectoria, deberán establecerse mecanismos de transferencia para ese sector con un alto contenido social. En los casos donde esa transferencia es viable, aún deben precisarse programas institucionales y de apoyo específicos.

X. ALGUNAS TEORÍAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD

1. Introducción ¹

El presente trabajo es un esfuerzo analítico sobre un tema que ha alcanzado gran relevancia en los últimos años, el logro de ventajas competitivas de la agricultura, de las agro-empresas y de las organizaciones. Este tema ha inducido la formulación de determinado tipo de políticas sectoriales y nacionales. Por otro lado, se ha convertido en uno de los objetivos de una gran gama de empresas que buscan alcanzar un desempeño superior.

El análisis de la competitividad plantea la necesidad de responder en primer término una pregunta lógica acerca de los determinantes que la generan. En el entendido que esta es objetivo móvil y por lo tanto debe ser comprendida en términos de su dinámica.

El tema se aborda a partir de la constatación que a inicios de la década del 70 se observa un rápido deterioro en la productividad de los países desarrollados y la apertura de las economías que van conformando el mercado mundial. Todo ello en un contexto de importantes avances tecnológicos vinculados a las comunicaciones, la microelectrónica, los nuevos materiales, etc.².

Aun cuando la literatura es abundante, existe una visión bastante generalizada en cuanto a la competitividad entendida como una relación compleja de las múltiples variables que la determinan. Además, estas variables hacen parte de diversos ámbitos del sistema social. Entre estos se encuentra la política económica en todas sus variantes (nivel macro); los factores culturales y de organización política (nivel meta); las políticas de largo plazo como infraestructura, educación, tecnología entre otras (nivel meso); así como las prácticas empresariales, en técnicos de la gestión de recursos humanos, innovación, cooperación, etc. (nivel micro). La interacción de estos niveles y variables determinaría la competitividad de un país³.

¹ Este capítulo fue elaborado por Juan Carlos Caro y Ciro Ibañez. Muchas de las ideas expuestas se han ido gestando en innumerables conversaciones con nuestra colega y economista, Noelia Figueroa, desde la época de estudiantes en la Escuela de Economía de la Universidad de Concepción, las cuales se han visto enriquecidas por nuestro paso por los programas de Maestría en Economía de Recursos Naturales, cursado en esta universidad por Ciro Ibañez, y de Maestría en Economía Agraria, cursado por Juan Caro en la Universidad Católica. Cabe señalar que ninguna de las opiniones vertidas en este documento compromete a dichas instituciones.

² Amyo, G. (1991) y Albuquerque, P. (1997).

³ Esser, 1996; Albuquerque, 1997: 24

La competitividad es un concepto relativo que por si solo no dice mucho. La competitividad dice en relación con la interacción de dos o más agentes⁴. Desde un punto de vista económico, se entiende por competitividad la capacidad que tiene una firma de satisfacer una necesidad, revelada en el mercado por parte de los consumidores, de una forma más eficiente en comparación con otra firma que también posee capacidad de satisfacer la misma necesidad. Lo anterior tiene relación con las necesidades presentes; sin embargo, también es importante tener en cuenta que la competitividad existirá en la medida que la firma sea capaz de adelantarse a una necesidad futura⁵.

El concepto de eficiencia puede ser entendido como una relación "técnica", la cual está dada por la forma como se combinan los factores y el resultado o producto que de ello se deriva, ambos en relación con el tiempo. Una firma será competitiva en la medida en que ofrezca un producto, de una calidad determinada, en un plazo menor que el de otras firmas⁶.

A modo de generalización, la competitividad se explica a partir de la productividad con que se empleen los recursos de una nación (Porter, 1991: 28).

Sin embargo, en la lucha competitiva de los mercados, lo anterior sólo es parte del problema. La competitividad, además de depender de la forma en que se combinan los factores o de la técnica usada, depende del precio de los productos. Los aspectos de demanda son importantes, puesto que por muy eficiente que sea una firma esta no logrará vender su producto si el precio es alto en relación con sus competidores. De este modo, en la competitividad intervienen aspectos relativos a la demanda y a la oferta.

Las firmas no operan de manera aislada. La competencia está inserta en contextos institucionales y de mercado, donde no sólo es relevante el mercado o la estructura de una industria en particular, sino también las industrias relacionadas con la provisión de insumos y servicios financieros, tecnológicos, etc. La existencia de leyes, regulaciones, estados e instituciones públicas y

⁴ En rigor, la competitividad sólo se puede entender a partir de la competencia en los mercados de las firmas. Son ellos, y no los países, quienes compiten, aun cuando hay gran variedad de estudios que enfocan el problema desde el punto de vista del país. El país no es, a nuestro juicio, la unidad de análisis; sin embargo, hay que reconocer que el país o el Estado pueden ayudar o no a lograr una mejor competitividad de las firmas.

⁵ "... las empresas que consiguen una ventaja competitiva en un sector suelen ser con mucha frecuencia aquellas que no solo detectan una nueva necesidad en el mercado o el potencial de una nueva tecnología, sino que son las primeras y las más agresivas en explotarlo", (Porter, 1991, pp. 109-110).

⁶ Esta forma de entender la competitividad pone el énfasis en la capacidad social de satisfacer sus necesidades, supone que en la medida que menor es el tiempo de satisfacer una necesidad más tiempo queda para satisfacer otra.

privadas que intervienen y afectan de manera positiva o negativa a las distintas industrias también es relevante.

Cabe asignarle una función especial al Estado, no sólo en cuanto a las políticas de carácter estrictamente comercial. Las instituciones multinacionales (BID, BM y FMI) insisten cada vez más en lo que se ha dado en llamar la segunda generación de reformas estructurales, las cuales ponen el acento en la reducción de la pobreza y la desigualdad social, entendiendo que si se avanza en estas áreas se obtendrán “efectos positivos de la incorporación de los pobres como productores y consumidores, de la reducción de los conflictos sociales, y del aumento del respeto a los derechos de propiedad con sus efectos positivos sobre la inversión e innovación tecnológica”⁷.

En el mundo actual, alcanzar niveles competitivos es un imperativo social. Desde esta perspectiva, no se trata de un objetivo per se; sólo se convierte en un objetivo a alcanzar en la medida en que eso contribuya a aumentar el bienestar de la población y a mejorar la calidad de vida y del medio ambiente.

El presente trabajo se divide en seis secciones, siendo la primera la presente introducción. En la sección 2 se desarrollan brevemente los enfoques y conceptos más habituales en el análisis de la competitividad, los cuales se abordan desde distintos niveles. Un nivel macro, en donde se exponen los principales componentes de los enfoques que buscan analizar los factores determinantes al momento de establecer qué hace o no competitivo a un país. Las herramientas analíticas mostradas son: el enfoque del Diamante de Porter, el modelo del Informe Mundial de la Competitividad y, finalmente, el enfoque evolucionista de la OCDE. En seguida se exponen dos enfoques de análisis; el primero es el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, y el segundo es el modelo de los Distritos Industriales. Ambos abordan los vínculos interindustriales de la competitividad. Finalmente, se desarrolla el nivel microeconómico de la Cadena de Valor, que si bien está íntimamente ligado a los anteriores, su unidad de análisis es la firma y cómo ésta organiza sus distintas actividades con el objetivo de generar valor y obtener una posición competitiva en el mercado.

En la sección 3 se desarrollan y explican algunas de las mediciones sintéticas de la competitividad más usuales, entre las que destacan los indicadores agregados, precio, costo y precio costo. El tema se expone tratando de hacer visible el vínculo de los indicadores con el concepto de competitividad y la teoría económica.

En la sección 4 se realiza una síntesis de la sección 2 a partir del desarrollo de un modelo analítico que incorpora en su estructura todos los indicadores

⁷ Corbo, Vittorio; (1999, pp. 27-28).

desarrollados anteriormente. Se establecen explícitamente los vínculos entre los indicadores de competitividad, los factores de entorno -no controlados por las firmas-, y los costos sociales derivados de la explotación de los recursos naturales y de la contaminación, los cuales, por lo general, no son tomados en cuenta por la literatura. Se establecen relaciones entre la política arancelaria y su impacto en la competitividad con referencia a los subsidios y las tarifas, y finalmente se desarrolla el modelo en términos dinámicos o de evolución en el tiempo.

En la sección 5 se amplía el modelo expuesto en la sección 4 al contexto del análisis de la competitividad de las cadenas agroindustriales y se establecen claramente los vínculos entre empresas que involucra la competitividad. Se describe a los agentes de la cadena a partir de funciones de comportamiento muy simples y se analiza la competitividad para cada agente y para la cadena como un todo, estableciendo que la competitividad de un agente involucra, eventualmente, la no competitividad de otro. Finalmente, se exponen algunos aspectos particulares del modelo en el contexto de un concepto más amplio, como lo son las cadenas agroalimentarias.

Finalmente, la sección 6 presenta una breve discusión de algunos de los temas estudiados en el trabajo y se matizan los resultados presentados. Se discute la eventual contradicción que podría emerger entre la competitividad nacional, entendida como el aumento en el bienestar de la población, y la competitividad empresarial, y se termina con una breve alusión a las posibles sendas de tránsito de un estado no competitivo a uno competitivo, haciendo referencia al modelo general expuesto en la sección 4.

No obstante se reconoce que la competitividad es parte integral de un proceso mayor de desarrollo y por ende involucra la dimensión social, ecológico-ambiental y político-institucional; este documento se centra en el análisis desde la perspectiva económica. Sin embargo, como el lector podrá apreciar, el entendimiento de la competitividad pasa también por aspectos relacionados con otras áreas del conocimiento como la sociología, las ciencias políticas, la antropología, etc. La intención de esta publicación no ha sido profundizar el desarrollo analítico en estas áreas, por lo que es probable que existan ambigüedades y deficiencias en estas áreas.

2. Enfoques de la competitividad: breve revisión de la literatura

Desde principios de la década de los 90, el tema de la competitividad ha tomado mucha fuerza en América Latina. A partir de ese momento, numerosos autores e investigadores de diversas ramas de la economía, han planteado algunos conceptos y definiciones relacionados con el tema. Esta sección busca mostrar la evolución y el estado actual del enfoque de la competitividad desde las distintas perspectivas en que ésta se analiza. Estas perspectivas cubren actualmente tres niveles de análisis:

1. un nivel macro,
2. un nivel meso, y
3. un nivel micro.

2.1. Enfoques de análisis a nivel macro

Los enfoques a nivel macro están formados por todos aquellos marcos conceptuales que buscan analizar la competitividad a nivel de país, región o sectores de la economía nacional. En esta área existen tres modelos principales que si bien, son propuestos por diferentes autores, poseen elementos en común que entrecruzan cada uno de sus componentes.

2.1.1. Diamante de Porter

Porter comienza su análisis a partir de una pregunta principal: ¿por qué alcanza un país una ventaja competitiva en un sector en particular? El modelo que plantea Porter para responder esta pregunta considera el análisis de cuatro atributos genéricos que conforman el entorno en el cual se desarrollan los sectores económicos y las industrias. Estos atributos genéricos están formados por los siguientes elementos (ver Figura 1):

- **Condiciones de los factores:** La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura, corresponde a los insumos necesarios para competir en un sector dado.
- **Condiciones de la demanda:** La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios.
- **Sectores afines y de apoyo:** Las presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.
- **Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:** Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza y rivalidad doméstica. Las pautas de la rivalidad interior desempeñan un profundo papel en el proceso de

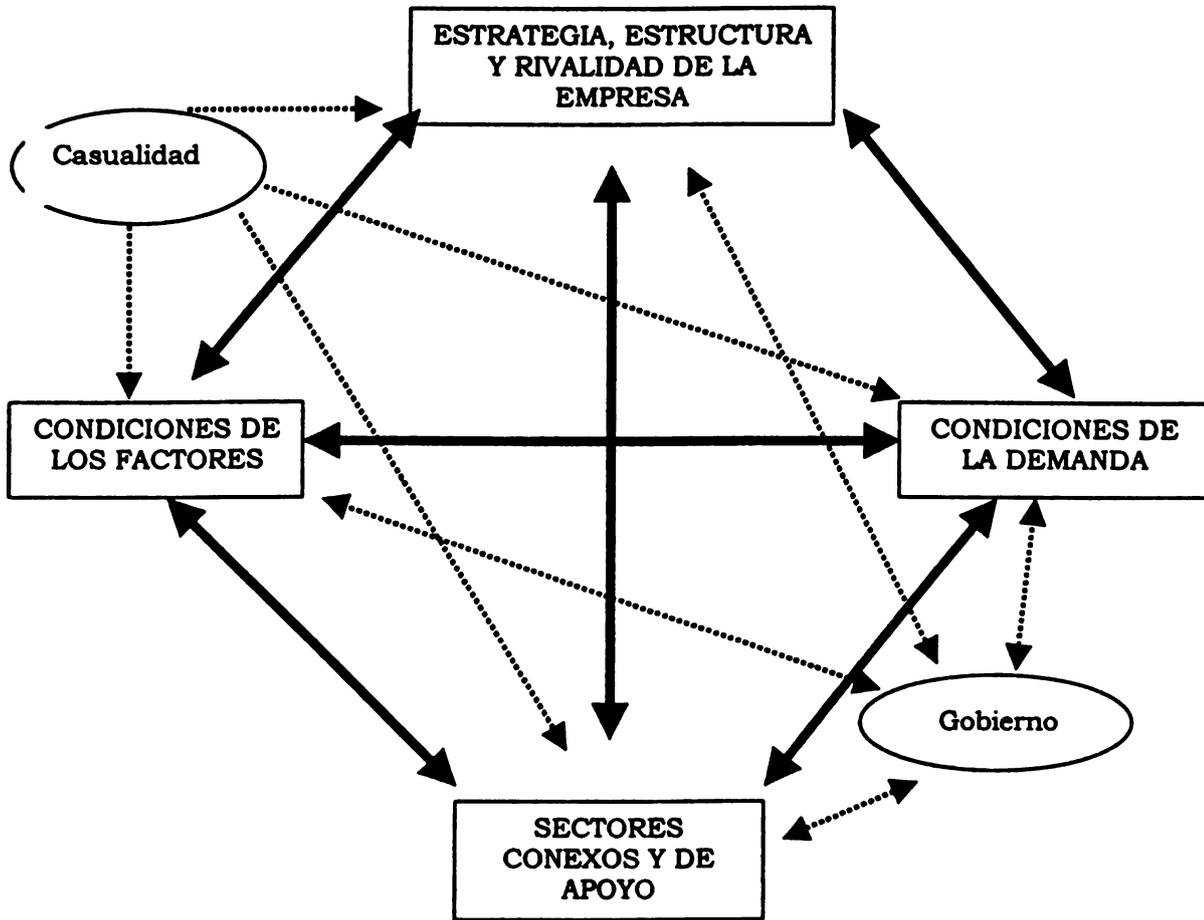
innovación y en las perspectivas del proceso de internacionalización en que se ofrezcan.

Los factores determinantes, en forma individual o agrupados, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas. Estas consiguen ventaja competitiva cuando su base central permite y apoya la más rápida acumulación de activos y técnicas especializadas. En este contexto, Porter plantea que en sectores de bajas tecnologías o muy relacionados con los recursos naturales, la competitividad se basa en pocos determinantes del diamante (representado por las líneas continuas). De acuerdo con esto, es fácil que esta ventaja sea soslayada por aquellos competidores mundiales que pueden superarla.

En sectores económicos intensivos en conocimiento y tecnología, característicos de las economías desarrolladas, la ventaja en todos los atributos del diamante es un requisito para mantener la competitividad. Sin embargo, la ventaja en todos los factores no es una condición por sí misma para lograr una ventaja competitiva. Esto plantea la idea de que la competitividad es un concepto relativo, y existe una gama de combinaciones posibles de los factores que la determinan.

Existen otros dos factores o elementos que también interactúan para determinar la competitividad y que forman parte del modelo que plantea Porter. Se trata de la casualidad y el papel del gobierno. La casualidad se refiere a todos aquellos acontecimientos que afectan a un país y que se encuentran fuera del control de las empresas y de un gobierno: inventos, guerras, sequías, cambios significativos en los mercados financieros internacionales, etc. Por su parte, el gobierno, a todo nivel, puede mejorar o empeorar la ventaja nacional mediante el manejo de la política y las regulaciones. El gobierno puede influir positiva o negativamente en las determinantes del diamante.

Figura 1: Determinantes de la ventaja competitiva nacional



El Cuadro 1 resume los componentes y elementos de cada uno de los determinantes del Diamante de Porter.

Cuadro 1: Componentes de los determinantes de la competitividad de Porter

Determinante	Componentes de las Determinantes
Condiciones de los Factores	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Dotación de factores.</i> Disponibilidad de recursos humanos, recursos físicos, conocimiento, capital, infraestructura. 2. <i>Jerarquías entre factores.</i> Importancia de los factores básicos en relación con los factores avanzados de un país, esto es: recursos naturales, clima, situación geográfica, mano de obra versus comunicaciones, mano de obra altamente especializada y centros de investigación. 3. <i>Creación de factores.</i> Importancia de una nación en términos de si ha heredado los factores o los ha creado. Los países son más competitivos en aquellos sectores donde han sido generados y perfeccionados. 4. <i>Desventajas selectivas entre factores.</i> La desventaja en factores básicos es una parte de lo que hace que las empresas no se apoyen mucho en costos de factores básicos, sino que busquen ventajas en factores de orden superior, lo que los hace más efímeros, p. ej. tipo de cambio alto, etc.
Condiciones de Demanda	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Composición de la demanda interna.</i> Se refiere a las características de la demanda interna en materia de estructura y segmentación; consumidores entendidos y exigentes y necesidades precursoras de los consumidores. 2. <i>Tamaño y pauta de crecimiento de la demanda.</i> Se refiere a tamaño de la demanda interna, número de consumidores independientes, demanda temprana y saturación de la demanda. 3. <i>Internacionalización de la demanda.</i> Se refiere a la existencia de consumidores locales móviles y multinacionales, y a la influencia que ejerce la demanda interna sobre las necesidades de otros países.
Sectores conexos y relacionados	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sectores proveedores.</i> Se refiere a la presencia en una nación de proveedores que sean internacionalmente competitivos, dentro de la cadena producción-consumo. Esto por una razón de costo y oportunidad para actuar. 2. <i>Sectores conexos.</i> Se refiere a aquellos sectores en los que las empresas pueden coordinar o compartir actividades de la cadena del valor.
Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Estrategia y estructura de las empresas domésticas.</i> 2. <i>Metas.</i> Se refiere a las metas que intentan alcanzar las empresas, los empleados y directivos al interior de ellas. La ventaja competitiva se logra cuando las metas de cada uno de los actores están en línea. 3. <i>Rivalidad doméstica.</i> La rivalidad y competencia entre empresas de un mismo sector generan una enérgica rivalidad, que crea, persiste y fomenta la competitividad del sector donde se trate.
Casualidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Actos de pura invención.</i> 2. <i>Discontinuidad y paradigmas tecnológicos.</i> Ej. biotecnología y microelectrónica. 3. <i>Crisis en sectores específicos de insumos.</i> Ej. petróleo. 4. <i>Cambios significativos en los mercados financieros y bursátiles.</i> 5. <i>Alzas insospechadas de la demanda mundial o regional.</i> 6. <i>Decisiones políticas de gobiernos extranjeros.</i> 7. <i>Guerras.</i>

Gobierno	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Subsidios y subvenciones.</i> 2. <i>Políticas respecto al mercado de capitales.</i> 3. <i>Política educacional.</i> 4. <i>Influencias sobre las normas y reglamentos del consumo nacional.</i>
-----------------	---

Porter suele plantear de manera inadecuada la relación entre cooperación y competencia, entre mercado y regulación estatal, y entre región y economía nacional. Ello se debe a un enfoque teórico que percibe las estructuras sociales en que surge la competitividad tan sólo como un contexto general y como “cajas negras”.

Una evidencia de esta falencia básica puede observarse en su tentativa, en principio interesante, de reconstruir el proceso de formación de competitividad y diseñar secuencias en las que el Estado y las empresas asumen funciones diferentes. Su análisis no ofrece inferencias concluyentes, sobre todo en lo relativo al papel del Estado en cada una de las fases o secuencias. El desarrollo de la competitividad sistémica implica crear estructuras viables a largo plazo, optimizarlas continuamente y adecuarlas a las exigencias cambiantes. Es preciso trazar rumbos en el tránsito de la competitividad basada en factores básicos hacia una competitividad que se base en factores avanzados, en materia de desarrollo de sistemas de educación, capacitación e investigación, centros de medición, estandarización, prueba y control de calidad y sistemas eficientes de comunicación.

Por otro lado, Porter pasa por alto la significación que los mecanismos que hacen funcionar una sociedad (esto es, factores no económicos) tiene para la competitividad de las propias economías modernas en cada caso. En los países desarrollados, éstas constituyen importantes factores de localización, la facultad de crear cohesión social, de equilibrar la capacidad de asumir conflictos y de buscar el consenso, de establecer prioridades sociopolíticas, y de perfeccionar complejos sistemas de capacitación, investigación o comunicación.

2.1.2 Modelo del Informe Mundial de Competitividad (IMC)

Fue generado por el World Economic Forum (WEF) y el International Institute for Management Development (IMD) de Suiza, quienes publicaron una clasificación de la competitividad de los países basándose en 8 factores: (1) vigor de la economía; (2) internacionalización; (3) gobierno; (4) finanzas; (5) infraestructura; (6) gestión empresarial; (7) ciencia y tecnología; y (8) recurso humano. Los factores que permiten medir la competitividad a nivel de país se evalúan en función de 378 criterios o indicadores. Estos criterios han sido elaborados a partir de una serie de principios provenientes de la teoría económica y de otros elementos considerados importantes para la competitividad. El Cuadro 2 muestra la relación entre los factores de la

competitividad, los principios por los cuales se rige cada uno y el número de criterios que se considera para medirlos.

Cuadro 2: Factores y principios de la competitividad del IMC del WEF y el IMD⁸

Factores de Competitividad		Principios
I	Fortaleza de la economía nacional: Evaluación general de la profundidad y estabilidad de las políticas macroeconómicas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La productividad refleja el valor agregado de cada producto. 2. La competitividad a largo plazo requiere formación de capital. 3. La prosperidad de un país refleja su desarrollo económico pasado. 4. La competencia controlada por las fuerzas de mercado perfecciona el desarrollo económico de un país. 5. Mientras mayor sea la competencia en la economía local, mayor será la competitividad de las empresas que desean internacionalizarse.
II	Internacionalización. Grado en que el país participa en el comercio internacional y flujo de inversión.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El éxito de un país en el mercado internacional refleja la competitividad de su economía local (siempre que no existan barreras comerciales). 2. La apertura para el desarrollo de actividades a nivel internacional aumenta el crecimiento económico de un país. 3. La competitividad del sector exportador está asociada al crecimiento de la economía local.
III	Gobierno Grado en que las políticas de gobierno fomentan la competitividad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La intervención del gobierno en las actividades económicas debe minimizarse. 2. El gobierno debe crear condiciones de competencia macroeconómicas y sociales predecibles para minimizar los riesgos externos de la actividad económica. 3. El gobierno debe ser flexible para adaptar sus políticas económicas a un medio internacional en constante cambio.
IV	Actividad Financiera Desarrollo de mercado de capitales y calidad de los servicios financieros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La actividad financiera facilita la agregación de valor en el sector productivo. 2. Un sector financiero bien desarrollado e integrado internacionalmente aumenta la competitividad de un país.
V	Infraestructura Calidad y disponibilidad de la infraestructura existente versus el	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una infraestructura bien desarrollada, incluyendo la disponibilidad de recursos naturales y sistemas económicos funcionales, contribuye a la actividad económica.

⁸ A partir de 1997, ambas instituciones comenzaron a determinar una clasificación de la competitividad de países en forma separada. Es así como en 1999, el WEF reemplaza el Factor I, fortalecimiento de la economía, por el de desarrollo institucional, que incluye la competencia entre firmas, la calidad y la confiabilidad de las instituciones legales y sociales que fundamentan una economía de mercado. Además, toma en cuenta el nivel de corrupción y sensibilidad ante el crimen organizado.

	nivel y el ritmo de desarrollo del país.	2. El gobierno debe preocuparse de la infraestructura si no existen esquemas privados para tal efecto.
VI	Administración Grado en que las empresas son manejadas en forma innovadora, responsable y beneficiosa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una relación precio/calidad competitiva en los productos refleja existencia de habilidades empresariales en un país. 2. La orientación a largo plazo aumenta la competitividad en el tiempo. 3. La eficiencia de la actividad económica y la habilidad de adaptación de los cambios a un medio competitivo son atributos cruciales para la competitividad de la empresa. 4. La capacidad de emprender actividades empresariales es esencial para el desarrollo económico. 5. En los negocios más maduros, los administradores requieren disponer de habilidades para integrar y diferenciar las actividades que realizan.
VII	Ciencia y tecnología Capacidad científica y tecnológica unida al éxito de la investigación básica y aplicada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La ventaja competitiva puede obtenerse con la aplicación eficiente e innovadora de las tecnologías ya existentes. 2. La inversión en investigación básica y la actividad innovadora que crea nuevos conocimientos son cruciales para un país en una etapa avanzada de desarrollo económico. 3. La inversión de largo plazo en investigación y desarrollo (I&D) puede aumentar la competitividad de las empresas. 4. La inversión en I&D del sector privado en sectores diferentes a la defensa usualmente aumenta la competitividad de un país más que la inversión pública en I&D en defensa.
VIII	Personas Disponibilidad y calificación de recursos humanos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una fuerza laboral capacitada aumenta la capacidad competitiva de un país. 2. La actitud de la fuerza laboral frente al trabajo afecta a la competitividad de un país. 3. La competitividad tiende a aumentar las expectativas respecto a la calidad de vida.

Fuente: Tomado y adaptado de L.H. Paúl, 1996.

Los resultados de esta clasificación determinan una clasificación de las posiciones de los países, de acuerdo con un Índice de Competitividad. El informe señala que quienes compiten son las empresas y no las naciones; sin embargo, el IMC está orientado a clasificar a los países a partir de la evaluación de los factores que harían más competitivo el ambiente nacional para las empresas o industrias de un país determinado.

Se han planteado algunas críticas a este enfoque, en el sentido de que no ha identificado problemas de mediano o largo plazo que se han generado en las economías "más competitivas" (W. Ketelhohn, 1998). Es así como en el año

1997, el IMC publicó las posiciones de competitividad de 58 países, donde las economías de los llamados "Tigres del Asia" tuvieron altas posiciones. Sin embargo, entre mayo y diciembre de 1997, una grave crisis financiera y económica puso en jaque las economías asiáticas, la cual provocó crisis significativas en las bolsas de valores y efectos recesivos en las economías de países como Malasia (categoría n° 9 de la clasificación), Tailandia (n° 18), Filipinas (n° 34), Corea (n° 21), Hong Kong (n° 2) e Indonesia (n° 15). La pregunta que surge frente a esta situación es la siguiente: si los "tigres" presentaban una economía tan competitiva en el IMC de 1997, ¿cómo es que mostraron un desempeño tan desastroso ese mismo año?

Sin embargo, cabe destacar que estos factores e indicadores se encuentran permanentemente en revisión año tras año. Cada factor tiene un peso relativo en la construcción del Índice de Competitividad, siendo el máximo de 3/18 para cada uno de los factores de apertura, gobierno, finanzas, y mercado laboral (personas) en 1999; los factores de infraestructura, tecnología tienen un peso relativo de 2/18 cada uno; y las prácticas empresariales y desarrollo institucional tienen un peso relativo de 1/18 cada uno. La razón de esta diferencia entre los pesos relativos de cada factor se explica porque la investigación académica ha comprobado que apertura, gobierno, finanzas y mercado laboral explican mejor las diferencias de crecimiento económico entre los países. Estos factores cuentan con un 75% de indicadores de carácter cuantitativo y un 25% cualitativos. A su vez, los factores de infraestructura, tecnología, gerencia y desarrollo institucional tienen un componente cualitativo de al menos un 75% en sus indicadores.

2.1.3 Enfoque evolucionista de la OCDE⁹

Este enfoque surge a partir de una visión estructuralista de la competitividad, derivada de un cambio tecnológico acumulativo y de sistemas de innovación nacional. Esta visión fue desarrollada también por la CEPAL, quien plantea que la competitividad auténtica es alcanzable a mediano plazo sólo en el contexto de un crecimiento de la productividad del trabajo, del ingreso per cápita, los salarios reales y del nivel de capacitación, así como el aprovechamiento racional de los recursos naturales. Desde esta perspectiva, una transformación productiva exitosa presupone necesariamente una sensible mejora de la equidad social, cohesión social y sustentabilidad ambiental. Esta visión de la CEPAL ha evolucionado desde su planteamiento clásico del fomento de núcleos endógenos mediante el desarrollo prioritario de las industrias de bienes de capital.

⁹ Organisation for Economic Co-operation and Development. Este enfoque fue tomado de Thomas Hurtiene y Dirck Messner.

La CEPAL ha basado su nueva postura en el análisis y la práctica de los países de la OCDE, quienes se han remitido a generar un acelerado cambio tecnológico e institucional en el marco de una economía mundial jerarquizada, con una competencia y especialización cada vez más intensa. En este enfoque, los factores competitivos distintos al precio, pasan a tomar un primer plano, donde la interacción de los distintos factores provocan un efecto sinérgico y reflejan un carácter sistémico de la competitividad.

Al realizar una analogía de con el planteamiento de Porter (ver Cuadro 1), la competitividad de sectores económicos puede analizarse desde la perspectiva de la evolución de los factores de competitividad, esto es, el paso de la competitividad basada en los factores básicos, avanzados y especializados.

- i) Desarrollo de los factores básicos. Asociados a la dotación de recursos naturales, mano de obra no calificada y semi-especializada, pueden heredarse y requieren de una inversión social sostenida y una inversión privada modesta o poco sofisticada. Los países que basan la competitividad en este tipo de factores suelen ser sensibles a las fluctuaciones de precios en el mercado mundial y las variaciones del tipo de cambio.
- ii) Desarrollo de los factores avanzados. Comprenden la dotación y establecimiento de la infraestructura básica tanto tangible como intangible: sistemas de transporte, sistemas educacionales desarrollados, comunicaciones, instituciones de I&D, etc. El tránsito de la fase anterior a ésta implica fuertes inversiones en el ámbito estatal y empresarial. Con frecuencia estos sectores se basan en los factores básicos para desarrollar ventajas competitivas, por ejemplo la incorporación de valor agregado sobre las materias primas de exportación. En esta etapa, la formación de aglomerados (redes y vinculaciones intersectoriales entre empresas e industrias) desempeña un papel fundamental. En el ámbito internacional, los países siguen siendo vulnerables a las variaciones de los precios y las fluctuaciones del mercado mundial. Esto mientras no puedan realizar innovaciones productivas que puedan manejar las relaciones precio-producto.
- iii) Desarrollo de los factores especializados. Es la tercera secuencia en esta evolución. Es en esta fase, precisamente, en la que se encuentran los países de la OCDE. En esta etapa la importancia se encuentra en el "sesgo innovador" de los sectores. Se caracteriza por la existencia de factores altamente especializados y competitivos como los centros de investigación para áreas específicas, la existencia de fondos de capitales de riesgo para el desarrollo innovador de productos (p. ej. *software*), entre otros. A

diferencia de las etapas previas, en esta fase los factores especializados pueden alterar notablemente la posición competitiva de un sector o país a nivel mundial.

El paso de una etapa a otra viene condicionado por los siguientes elementos:

a) Innovación. El aspecto de la innovación está basado análogamente en los modelos de *eslabones encadenados (chain-linked)*. Se refiere fundamentalmente a la generación de nuevos productos y procesos de producción, mediante la inversión en I&D. La innovación se manifiesta en la atención que se pone en los distintos eslabones de la producción, distribución y comercialización de productos, centrandose su atención en los trabajadores y los consumidores. Para ello se han establecido las redes de cooperación entre centros de investigación y empresas, el constante acercamiento de los descubrimientos tecnológicos y desarrollo comercial de productos, así como las alianzas tecnológicas de punta.

Cabe señalar que estas innovaciones, a partir de los gastos en I&D, se concentran en las grandes empresas. La investigación básica se mantendría a cargo del sector público, el cual pierde cada vez más importancia, pero que desempeña un papel de complemento significativo. Las firmas pequeñas y medianas generalmente son excluidas de un proceso de innovación-producción, por lo cual se plantea la posibilidad de que éstas se concentren en los enlaces por medio de la subcontratación de grandes empresas. Las diferencias tecnológicas entre las empresas medianas y grandes y las pequeñas generan diferencias en su operación productiva. Esta diferencia en la productividad se convertirá en uno de los elementos que pueden medir la competitividad o no, tal y como se verá en la sección siguiente.

b) Los procesos de aprendizaje. Se refieren a los efectos acumulativos de las empresas en las distintas etapas de la producción y comercialización. Existe, además, un aprendizaje informal que se presenta en los procesos rutinarios de las empresas. Esto ocurre a lo largo de las trayectorias tecnológicas que afectan a la productividad, pero generan procesos diferenciados entre sectores y regiones. Cabe señalar que los procesos productivos tienen una frontera relativa a los recursos que se deben utilizar para realizar "saltos" entre una etapa y otra. Se requiere de un entorno institucional desarrollado. Esta situación genera más ventajas competitivas en los países desarrollados e industrializados que en los países en vías de desarrollo. Además, cabe señalar, como lo demuestran numerosas investigaciones, que el aprendizaje en el trabajo se ha convertido en una importante explicación de las diferencias observadas en la eficiencia de las empresas y de la economía. El aprendizaje tiene un efecto positivo en la eficiencia de las empresas, el cual se traduce en una mejora de la productividad.

c) Establecimiento de redes tecnológicas y aglomerados. Las redes tecnológicas son entendidas como un medio de cooperación entre las empresas ante el cambio tecnológico; en ellas se fomentan las relaciones entre empresas, rivales incluso, en regiones y mercados, lo que genera los conglomerados. Hay mayor interrelación entre proveedores y clientes. Porter advierte que estas redes pueden distorsionar la competencia al dejar algunas empresas fuera de los acuerdos y la cooperación. Las ventajas de las redes, sin embargo, superarían los riesgos asociados. Deben ocurrir a nivel macro para no afectar a la competitividad del país. Nacen generalmente a un nivel menor intermedio o por sectores industriales.

d) Cambio en las estructuras organizativas. Según la OCDE, las redes tecnológicas, y su vinculación con los sistemas nacionales de innovación, están ligadas a un cambio profundo de las formas de organización de las empresas grandes y pequeñas, y también con la estructura específica de sus entrelazamientos. Ese nuevo estilo de organización corporativa en forma de redes ("network form of corporate organization") se basa en el exitoso ejemplo japonés de producción flexible en masa con diversas modalidades de redes intra e interempresariales.

e) Globalización y regionalización. El proceso de globalización y la intensificación de la competencia internacional conducen en ese contexto a procesos acumulativos que avanzan en dos direcciones: hacia el fortalecimiento acumulativo de las localizaciones nacionales preferidas por las empresas multinacionales; y hacia la desintegración acumulativa de sistemas nacionales de producción e innovación menos atractivos. Ambos procesos ocasionan un creciente dualismo económico y social.

2.2. Análisis de la competitividad a nivel intermedio (meso)

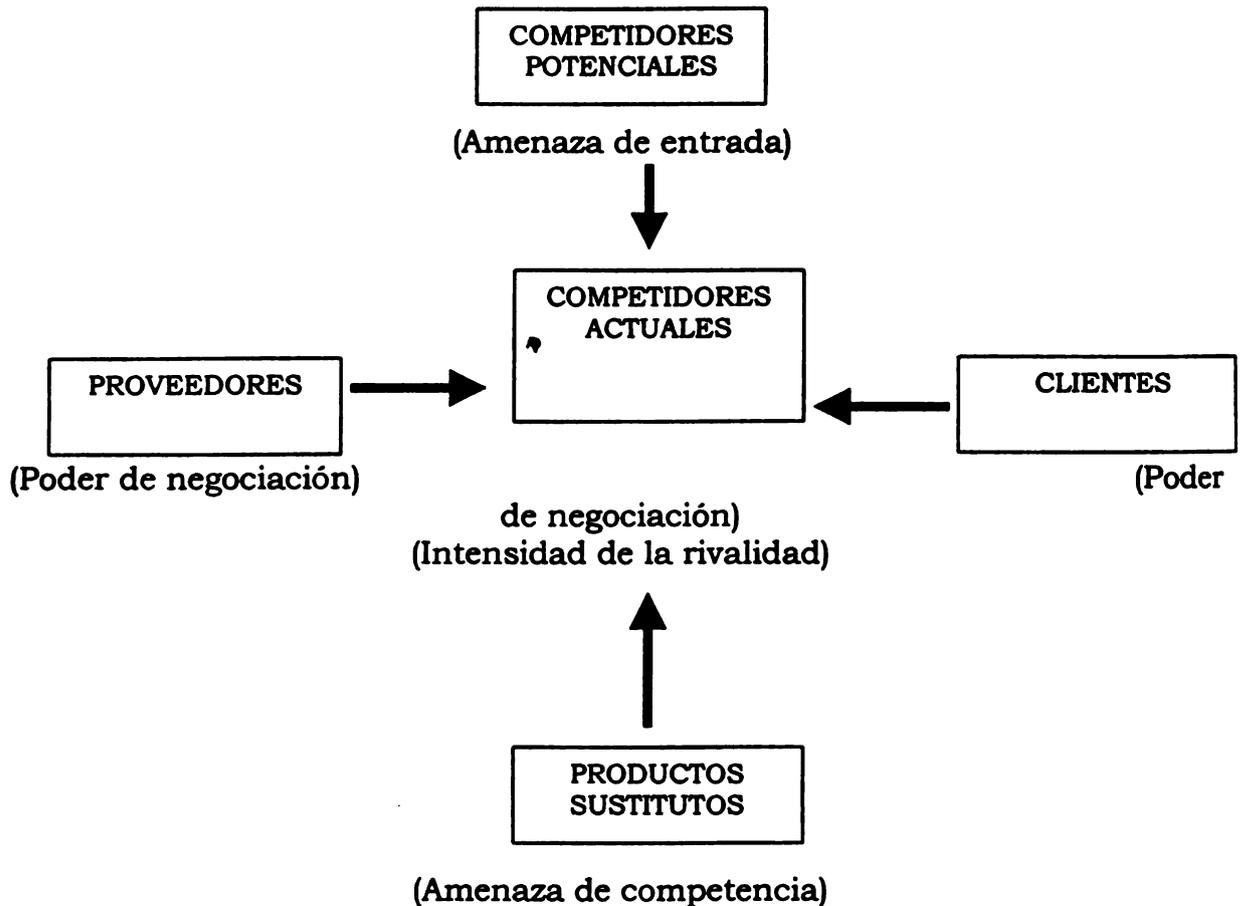
2.2.1. Modelo de las cinco fuerzas

Este es uno de los marcos conceptuales más usados y conocidos en estrategia y competitividad. Postula la existencia de cinco fuerzas que determinan el atractivo de una industria y el potencial competitivo de sus participantes. Este enfoque está orientado a determinar la delimitación del entorno y de los factores estructurales competitivos de un sector. Entre los factores que Porter considera fundamentales para calificar a un sector industrial específico están:

- Tamaño real y potencial del sector
- Composición estructural de empresas
- Estructura y costos de distribución
- Tendencias y desarrollo previsible

La propuesta tradicional de Porter (Porter, 1980) se encuentra contenida en cinco fuerzas competitivas, relevantes en función de su influencia particular o en conjunto, las cuales se describen en la Figura 2.

Figura 2: Fuerzas de competitividad a nivel sectorial industrial (Porter, 1980)



La figura involucra tanto a agentes económicos como a las relaciones intersectoriales de todo tipo que se puedan establecer entre ellos. Además, es posible realizar un análisis de cada componente por separado. La aplicación del análisis dependerá de la realidad y/o contexto de la empresa e industria donde se pretende establecer la capacidad competitiva.

a) Grado de intensidad de la rivalidad. El número y la estructura de las empresas que compiten en un sector especial representan una influencia importante para establecer ventajas competitivas. Este punto también fue planteado por Porter en la *Ventaja competitiva de las naciones*. En la mayoría de los sectores, la rivalidad ocurre porque las empresas no actúan en forma aislada y todas compiten por acaparar parte de lo que representa el mercado del sector. El grado de rivalidad que exista entre ellas va a depender de la forma particular en que las empresas interactúan en relación con: i) la concentración

de los competidores; ii) el crecimiento del sector; iii) el balance sectorial de la oferta y la demanda; iv) el origen de las estrategias competitivas genéricas (liderazgo en costos, diferenciación, enfoque); y v) otros factores identificables y que sean relevantes para la situación en particular.

b) Identificación de la amenaza de nuevos competidores. El surgimiento de empresas que pretendan incorporarse a determinados sectores industriales viene dado por diversas razones, entre ellas se encuentran las referidas a: i) el atractivo de la combinación producto, mercado y tecnología; ii) la existencia de barreras de entrada en este ámbito; y iii) la reacción que establezcan los competidores actualmente establecidos. Ante los posibles peligros de surgimiento de nuevos competidores, generalmente las empresas realizan actividades persuasivas y desarrollan fuerzas disociativas que evitan o mitigan la entrada. Como ejemplo a esto se puede citar la reputación de la agresividad, los compromisos claros y abiertos con el mercado, el desarrollo de productos, el aumento en la disponibilidad de recursos financieros, etc.

c) La amenaza de productos sustitutos. Es necesario determinar y analizar en este aspecto el papel y el grado de participación que están adquiriendo los productos sustitutos en un determinado mercado. El objetivo principal es identificar los productos que están satisfaciendo la misma necesidad genérica. Estos productos desempeñan y satisfacen en forma alternativa las misma función original del producto de la industria en cuestión para los mismos consumidores. Esta es una amenaza permanente para los integrantes del sector, lo que incrementa la competencia entre las empresas. Esta amenaza dependerá de la relación precio y calidad en la cual surjan estos nuevos productos.

d) El poder negociador de los clientes o compradores. Los cliente desempeñan un papel importante cuando ostentan un poder de negociación frente a los proveedores que puede influir en la rentabilidad potencial de una actividad, obligando a los empresarios a disminuir los precios, otorgar plazos de pagos más convenientes, mejorar los servicios de posventa, etc. Este poder de negociación está condicionado por algunos de los siguientes factores: i) el grado de concentración de los clientes o su participación en las ventas; ii) el nivel de diferenciación de los productos y número de proveedores que los sirven; iii) las cantidades compradas en relación con sus costos de aprovisionamiento; iv) el precio o el problema que implica para el cliente el cambio de proveedor; v) la amenaza de la integración hacia arriba por parte de los compradores como competidores potenciales; vi) el nivel de calidad del producto para señalar el impacto en el precio; y vii) el nivel de información sobre el mercado.

e) Poder de negociación de los proveedores. Este punto es similar al anterior, con la salvedad de que ahora la empresa se encuentra en la posición contraria. Es así como la influencia del poder de los proveedores está en el hecho de poder

influir en el aumento de los precios, de reducir la calidad de los productos de entrega o limitar las cantidades vendidas a un cliente en particular. Un proveedor poderoso puede, de esta manera, influir en la rentabilidad de un sector o una empresa, si los clientes no temen la posibilidad de reflejar en sus propios precios el alza de los costos que estos hechos implican. Entre los factores que determinan este poder, Porter señala los siguientes: i) el grado de concentración de los proveedores y la relación comparativa con los clientes; ii) el nivel de diferenciación de los productos, su carácter sustituto y el número de clientes que lo demandan; iii) la importancia del cliente para el proveedor; iv) el precio de cambio del cliente para el proveedor; v) la amenaza de integración vertical hacia atrás como competidores potenciales; vi) el impacto en el nivel de calidad; y vii) la información relativa al mercado.

2.2.2. El enfoque de los distritos industriales¹⁰

En materia de economía industrial, los trabajos sobre el éxito de los distritos industriales (*industrial districts*¹¹) han cobrado mayor importancia en los años ochenta. El interés por los conglomerados industriales dinámicos, y por las posibilidades de desarrollo de esas categorías empresariales, fue suscitado principalmente por los éxitos de crecimiento y exportación de empresas pequeñas y medianas (Pymes). Muchos investigadores indican que las pequeñas son especialmente prominentes en los distritos industriales¹².

Con respecto al dinamismo en los distritos industriales, la mayoría de los autores consideran esenciales los siguientes elementos:

- (a) la dimensión regional/local del desarrollo industrial (proximidad geográfica);
- (b) el predominio de Pymes en los distritos;
- (c) la compleja relación entre competencia y cooperación que caracteriza las relaciones interempresariales;
- (d) el carácter de red (y también de conglomerado) que existe en las zonas de conglomerados entre empresas e instituciones, y que responde a la lógica de la eficiencia colectiva
- (e) la creciente importancia que, por lo mismo, cobran las ventajas de aglomeración;

¹⁰ Hurtiene y Messner.

¹¹ El término de distrito industrial se remonta a Alfred Marshall, quien lo usó en tanto una concentración de industrias especializadas en localidades particulares.

¹² El economista italiano Beccatinni usó el concepto para capturar el éxito de las aglomeraciones en las pequeñas firmas en algunas áreas de Italia.

- (f) la significación de los factores extra-económicos para el éxito económico (la cultura, la estructura social y la comunidad), lo que facilita la confianza entre firmas, empleados y trabajadores calificados; y
- (g) el papel sustancial de los gobiernos locales, es decir, de las intervenciones estatales por debajo del nivel nacional para el desarrollo y la dinámica en los distritos. Esta intervención estatal favorece la capacidad innovadora de la industria local.

El éxito de los distritos se atribuye especialmente a las características específicas de las nuevas tecnologías y formas de organización de la producción industrial, las cuales favorecen una especialización flexible y formas flexibles de interacción entre las empresas. Esos factores conducen, en contrapartida, a la crisis de las grandes empresas tradicionales, integradas en forma vertical y organizadas de acuerdo a jerarquías que se orientan por las formas de producción "fordista". Pese a ello, no toda aglomeración de Pymes en una misma zona geográfica, sujeta a una hábil política económica regional, puede convertirse de la noche a la mañana en un distrito industrial dinámico. Para que esto ocurra, deben darse varios requisitos esenciales, entre los que se incluye la iniciativa empresarial (social y organizativa), la flexibilidad y creatividad de los actores centrales, la capacidad de innovación por parte de las empresas, el consenso social y una bolsa de personal bien capacitado.

De modo similar a lo que se afirma en los trabajos de la OCDE y de Porter, también aquí desempeñan un papel decisivo las relaciones interactivas entre las empresas y su entorno (redes, conglomerados), la dimensión regional del desarrollo industrial, así como los nuevos equilibrios entre cooperación y competencia. En contraste con los enfoques examinados más arriba, los protagonistas de los distritos industriales se remiten, primeramente, a las posibilidades particulares de éxito que tienen las Pymes y, en segundo lugar, a los factores socioculturales de las regiones como determinantes claves de la competencia. Son estos dos puntos los que confieren interés a ese enfoque para el estudio de los países en desarrollo.

a) Aglomerados de Pymes como motores del desarrollo. Muchos investigadores sostienen la siguiente tesis con respecto al desarrollo económico del capitalismo: el capitalismo posee una tendencia inherente a la centralización, las grandes empresas son las formas más eficientes de producción industrial y las pequeñas empresas, a la larga, no tienen oportunidades de supervivencia. Esa férrea ley de la economía industrial empezó a tambalear con la crisis del paradigma fordista de la producción en masa, y al imponerse nuevas tecnologías fabriles e informáticas en el curso de los años setenta y ochenta. Ante estos fenómenos las grandes empresas, de rígida organización, reaccionaron con rigidez. Fueron precisamente las Pymes involucradas en la "Tercera revolución tecnológica" las que, al apostar

por la especialización flexible, mostraron ser más adaptables frente a un entorno económico cada vez más turbulento.

Los siguientes rasgos muestran el perfil de las Pymes en los distritos industriales: i) se especializaron en una secuencia fabril inserta en la cadena de creación de valor agregado de su distrito; ii) empleando equipos computarizados que posibilitan un rápido relevo de productos y una reacción flexible, pudieron responder adecuadamente a los cambios en la demanda; iii) actuaron como oferentes junto a las empresas de la cadena de valor agregado, organizando la comercialización y completando las líneas de productos; iv) crearon para sí mismas una infraestructura mancomunada (por ejemplo, establecimientos educativos, sistemas de información, centros de servicios); y v) lograron generar, con ello, un *"trade off"* entre economías de alcance y de escala.

Existen argumentos claros y experiencias que demuestran que tanto los conceptos de producción de grandes empresas (el caso de Corea del Sur), como los *aglomerados* de Pymes (el caso de Taiwán o Italia septentrional), pueden generar competitividad. De tales argumentos y experiencias puede inferirse que hay buenas razones para suponer que en el futuro existirá un "pluralismo institucional" respecto del tamaño de las empresas. Quienes no parecen tener un porvenir alentador serán las Pymes que operen aisladamente y sin capacidad para la cooperación. Caso típico de ello se da en los países en desarrollo.

b) La dimensión sociocultural de los distritos industriales. Los autores que han estudiado el surgimiento de los distritos industriales desde los años setenta destacan la importancia de los factores socioculturales y no económicos para la dinámica en los enclaves locales. Lo que mantiene cohesionadas a las empresas que componen el distrito industrial es un tejido complejo e intrincado de economías y deseconomías externas, de costos conjuntos y asociados, de vestigios históricos y culturales, lo cual abarca tanto las relaciones interempresariales como interpersonales. Es decir, una "densificación" localizada que mantiene una estabilidad razonable a lo largo del tiempo. Estos autores consideran que, junto a un sistema colectivo de valores, hace falta un sistema de instituciones y reglas: el mercado, la familia, la iglesia y la escuela son algunas de estas instituciones; pero también incluyen a las autoridades locales, la estructura local de los partidos políticos y sindicatos y muchos otros cuerpos públicos y privados, económicos y políticos. Casi todos los análisis hacen hincapié en la gestión y la regulación ejercidas por comunidades regionales o locales (agrupados en gobiernos locales). De manera que son las especificidades regionales y los espacios socioeconómicos quienes generan competitividad y posibilitan la sobrevivencia dentro de un ámbito global capitalista.

Para los teóricos del distrito industrial, la clave del renacimiento de las regiones radica en la creciente importancia que posee la densidad de interacciones entre empresas, o entre éstas y las instituciones para la competitividad empresarial. Dentro de los aglomerados, las empresas compiten entre ellas, pero lo hacen cooperando en distintos aspectos: como proveedoras, en asociaciones para la comercialización, en organizaciones empresariales, como fundadoras de instituciones de capacitación, etc. Esta nueva competencia basada en redes, requiere “camaradería, lealtad, moral y confianza mutua”. Tales cualidades parecían superadas en el capitalismo, pero influyen en la estabilización de arreglos flexibles entre las empresas concentradas en los aglomerados.

Al compararse con los enfoques de la OCDE y de Porter, el enfoque de los distritos industriales tiene una serie de elementos a rescatar, a saber: el énfasis en las dimensiones socioeconómicas y culturales de los aglomerados (Porter también alude a las redes, pero de modo puntual y en contraste con su concepto unidimensional de la competencia); los trabajos empírico-concretos acerca de las regiones; la exposición de las oportunidades que tienen las Pymes en la competencia internacional; y la prueba de que un Estado nacional puede al menos compensar la pérdida de capacidad de regulación debida a la internacionalización de la economía movilizando los potenciales de regulación a nivel regional.

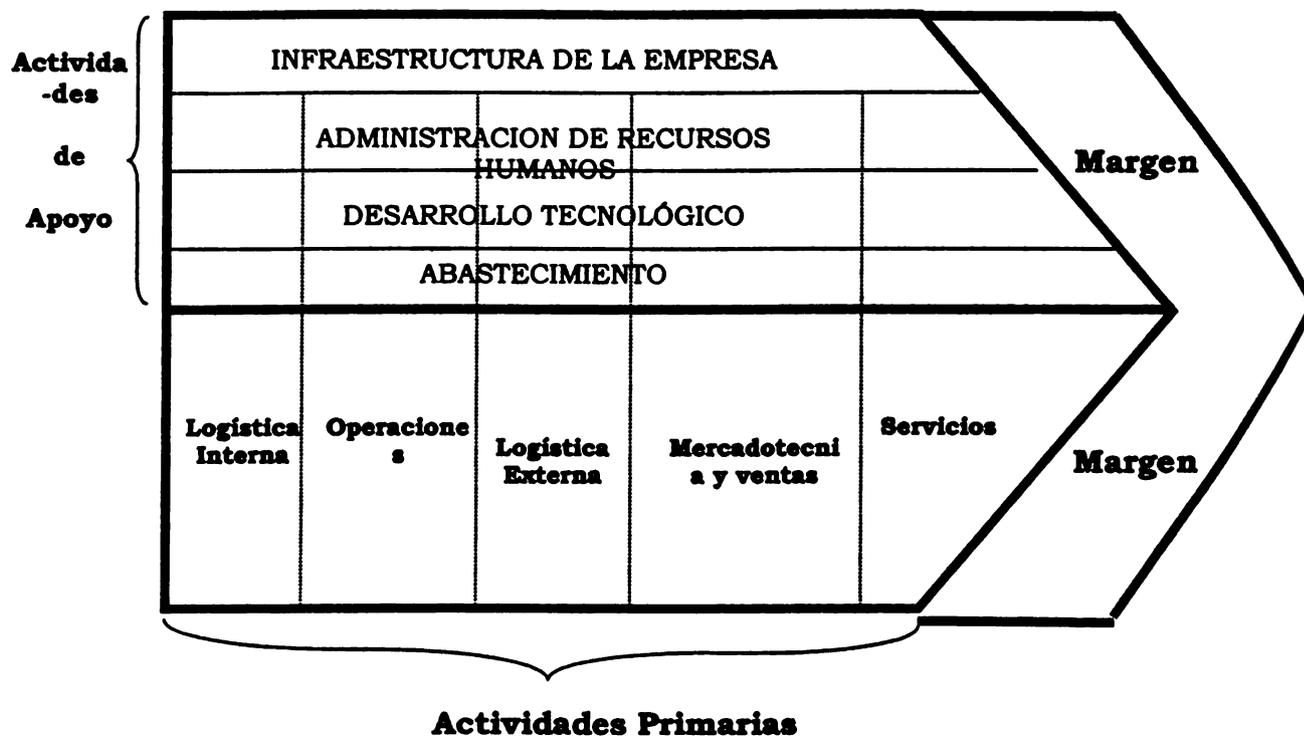
Hay, empero, evidentes debilidades. Muchos autores exageran la idea de que “lo pequeño es hermoso”, tanto en lo que se refiere al tamaño de la empresa como al espacio regional. Los distritos industriales demuestran, por cierto, las posibilidades de las Pymes y los potenciales de regulación a nivel regional o incluso local. Esto, sin embargo, no implica de ninguna manera el “ocaso” automático de las grandes empresas o de formas de cooperación; baste pensar en las alianzas estratégicas que forman las multinacionales. Además, al fijar demasiado la atención en las regiones y distritos, el enfoque tiende a descuidar la correlación que media entre las regiones y la economía nacional. Se pasa por alto la importancia de las macropolíticas económicas, sin investigar cómo influye la existencia de las regiones y distritos en la competitividad de las economías nacionales. Es muy embrionario, por otro lado, el análisis que permite ponderar hasta dónde el modelo de distritos industriales es transferible a otras regiones y a países en desarrollo. Faltan, también, distinciones específicamente sectoriales que resultan decisivas para evaluar las posibilidades y limitaciones de las Pymes.

2.3. Enfoques a nivel micro: la cadena de valor de Porter

El enfoque a nivel micro que proponemos para el análisis pretende centrarse en la búsqueda de las ventajas competitivas al interior de las empresas u organizaciones. En esta búsqueda se pretende lograr una definición de los factores que pueden estar afectando, tanto positiva, como negativamente, a la

posición competitiva de una empresa dentro de un sector en particular. con el fin de realizar un análisis disgregado del conjunto de actividades que realiza una empresa para llevar sus productos al mercado. Para este efecto, Porter utiliza el concepto de "cadena del valor"¹³. Este concepto consiste en la fragmentación de las actividades de la empresa en un conjunto de tareas diferenciadas, denominadas "actividades de agregación de valor". Estas actividades pueden dividirse en dos grandes grupos: actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias son aquellas que implican la creación física del producto o servicio y su posterior venta o traspaso al comprador. Las actividades de apoyo sustentan las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología y recursos humanos. Cada una de las actividades principales está comprendida por categorías genéricas que se muestran en la Figura 3:

Figura 3: La cadena del valor de Porter



¹³ Si bien el concepto de "cadena de valor" se le atribuye a Porter, por su difusión masiva y amplio conocimiento, fue la empresa McKinsey and Company la que originalmente desarrolló el concepto de sistemas de negocios, y capturan la idea de que una empresa se constituye a partir de una serie de funciones (p. ej. manufactura, mercadotecnia, I&D, tecnología y distribución) y que si se analizan cómo se desarrollan los competidores es posible obtener una serie de conclusiones interesantes respecto a cómo lograr ventajas competitivas. No obstante, según Porter, este concepto trata las funciones amplias en vez de actividades, y no distingue entre tipos de actividades y cómo están relacionados (Porter, 1995).

Actividades primarias. Porter plantea la existencia de cinco categorías genéricas de actividades a este nivel, tal como lo muestra la Figura 3. Cada categoría se divide en distintas actividades según sea el sector industrial y el desempeño estratégico de la empresa.

- *Logística interna.* Incluye las actividades de recibo, almacenamiento y distribución de insumos del producto o servicio.
- *Operaciones.* Actividades asociadas con la transformación de insumos en la forma final del producto.
- *Logística externa.* Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores o clientes.
- *Mercadotecnia y ventas.* Actividades asociadas con proporcionar un medio por el cual los clientes deciden comprar el producto.
- *Servicio.* Actividades asociadas con la prestación de servicios para realizar o mantener el valor del producto.

Actividades de apoyo. Las actividades de valor de apoyo implicadas en el análisis de competitividad están compuestas por cuatro categorías genéricas, tal como lo muestra la Figura 3. Al igual que las actividades primarias, cada categoría se puede dividir en una serie de actividades específicas para el sector industrial que se analice y donde actúa la empresa. Las categorías propuestas por Porter son:

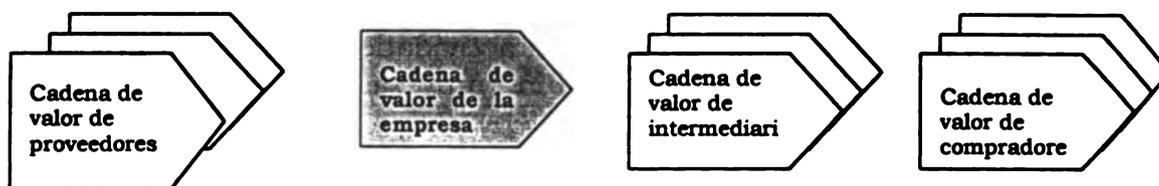
- *Abastecimiento.* Esta categoría se refiere a la función de comprar insumos usados en la cadena de valor de la empresa. Aunque los insumos se asocian comúnmente con las actividades primarias, están presentes en cada actividad de la cadena de valor, incluyendo las de apoyo.
- *Desarrollo de tecnología.* Esta categoría comprende todas aquellas actividades que se encuentran presentes en la cadena de valor y que incluyen tecnología o *know how*. El uso de tecnologías aplicadas en cada proceso puede ser muy amplio, y están presentes en cada proceso y actividad de la empresa. La noción que propone Porter en cuanto al desarrollo tecnológico es mucho más amplia, puesto que está pensada en función de todas aquellas actividades que buscan mejorar el producto y el proceso.
- *Administración de recursos humanos.* Esta categoría incluye todo tipo de actividades que estén implicadas en la búsqueda, contratación, entrenamiento, desarrollo y compensación del personal de la empresa. Esta actividad afecta a

la competitividad en la medida en que los empleados se encuentren motivados y comprometidos con las metas y objetivos de la empresa.

- *Infraestructura de la empresa.* Para Porter, esta categoría incluye varias actividades que apoyan la cadena completa de valor. Comprende las actividades de administración general, planeación, finanzas, asuntos legales, administración de la calidad, etc. Dependiendo de la complejidad y tamaño de la empresa, estas actividades pueden estar incluidas en una sola gran unidad o pueden incluir varias unidades de negocios al interior de ellas.

Uno de los aspectos interesantes de la propuesta de Porter en relación con esto es que la cadena de valor puede ser analizada desde una perspectiva más sistémica al insertar un campo más grande de los que él llama "sistema de valor" y que representa una cadena de proveedores (hacia atrás) y cadena de compradores (hacia adelante). Esto permite analizar un sector industrial en particular. Las conclusiones y consecuencias de este análisis son complementarias y homólogas a las señaladas en el punto anterior de esta reseña bibliográfica con respecto a los enfoques de competitividad a nivel meso. La Figura 4 representa esta idea:

Figura 4: La empresa de un sector industrial



Este enfoque ha sido utilizado para comprender y analizar las organizaciones económicas campesinas de la Provincia de Arauco (Caro, 1997). La dificultad principal que presenta su aplicación es la de determinar aquellos componentes dentro de la cadena de valor que sean atinentes a la organización en estudio. Generalmente se señala que su aplicación es más utilizada en organizaciones formadas y con trayectoria, dándole una menor importancia a su aplicación a la pequeña empresa o de formación reciente. Sin embargo, creemos que la dinámica interna de los componentes de la cadena puede ser una herramienta valiosa a la hora de identificar fortalezas y debilidades al interior de las organizaciones, independientemente de su tamaño.

3. Mediciones usuales de la competitividad

3.1. Indicadores agregados

Dentro de los indicadores generales de la competitividad nacional y que requieren de información de relativamente fácil acceso, está la participación relativa del producto nacional en el producto mundial. Esta noción de competitividad alude a la capacidad de un país de mantener o incrementar su participación en el producto mundial. De ser este el caso, el país estaría aumentando su eficiencia relativa y, por lo tanto, su fortaleza competitiva¹⁴. De esta manera el indicador de competitividad (IC) sería el siguiente:

$$IC = \frac{PIB_N}{PIB_M}$$

Donde el subíndice N y M hacen referencia a un país en particular y al mundo respectivamente.

Vinculado a lo anterior, también es posible evaluar la competitividad a partir de la participación de las exportaciones nacionales en las exportaciones mundiales. Si se consideran las exportaciones netas¹⁵, el superávit en la balanza comercial también se asociará a las ganancias de competitividad. Este proceso de desequilibrio comercial va acompañado de salidas de capital que si se vinculan a la adquisición de activos en el extranjero, los cuales también potencian la competitividad de la nación¹⁶.

De manera más específica, es posible evaluar la participación de las exportaciones en mercados particulares. En este caso se asocia la competitividad a la participación de mercado en determinada industria. Así, el índice relevante en este caso es el siguiente:

$$IC = \frac{X_N}{X_M} \quad (1)$$

Donde X corresponde a las exportaciones y N y M tienen igual significado que en el caso anterior, pero referidas a una industria o a un producto en particular. Las exportaciones se pueden medir en términos de valor o cantidad

¹⁴ Arjona, L., 1995: 443.

¹⁵ Las exportaciones netas se definen como la diferencia entre las exportaciones e importaciones, que corresponden al saldo en balanza comercial.

¹⁶ Arjona, L., 1995: 444.

física¹⁷. A modo de ejemplo, se pueden mencionar los resultados que se presentan en CEPAL (1992), donde "la evolución de la competitividad de los países se midió por la variación de su presencia en el mercado de la OCDE..."¹⁸.

Otra aproximación es la estimación del diferencial de inflación entre una economía y el resto del mundo. El indicador comúnmente usado es el tipo de cambio real¹⁹; de este modo, la economía será competitiva en la medida en que los precios internos crezcan menos que los externos; en otras, palabras que el poder de compra de la divisa extranjera sea mayor. Formalmente el indicador será:

$$IC = \frac{eP^*}{P} \quad (2)$$

Donde P^* corresponde a los precios externos, e al tipo de cambio nominal y P a los precios nacionales.

3.2. Competitividad precio

Una de las formas de medir el grado de competitividad es la llamada competitividad precio. El índice a que da lugar es una forma particular de medir el tipo de cambio real²⁰. En efecto, en este caso se especifica el precio de un producto (o canasta de productos) en particular en relación con otro equivalente. Así, el índice se define como el producto del tipo de cambio nominal y el precio internacional sobre el precio interno. Alternativamente, el índice se puede plantear como el precio promedio de la industria con relación al precio de una firma específica. Sea como fuere, el IC se expresará de la siguiente forma:

$$IC = \frac{eP_i^*}{P_i} \quad (3)$$

Donde los subíndices i corresponden a un producto en particular o a una canasta de productos equivalentes.

Este indicador, tal y como se presenta en (3), es superficial, pues no explicita los factores que determinan y/o influyen en los precios considerados (Martínez, 1996: 52).

¹⁷ Si se asume la existencia de la ley de un solo precio, el valor del indicador será igual en ambos casos.

¹⁸ CEPAL, 1992: 113.

¹⁹ Bueno y Morcillo, 1993: 281.

²⁰ Repetto y Meller, 1996.

La opción teórico-metodológica que resulta interesante para resolver parcialmente este problema es la formación de precios vía margen sobre los costos variables²¹, de esta manera el IC se expresará como:

$$IC = \frac{(1 + \tau_1) \cdot \left(\frac{w}{b_{11}} + P_0 a_1 \right)}{(1 + \tau_2) \cdot \left(\frac{w}{b_2} + P_0 a_2 \right)} \quad (4)$$

Donde,

w = salario nominal o monetario

b = productividad media física del trabajo²²

P₀ = precio del insumo

a = coeficiente de requerimientos de insumos por unidad de producto (inversa de productividad física de los insumos)

Si los precios de los factores son iguales y las firmas emplean técnicas distintas, el factor de competitividad de cada una deberá también ser distinto, y la diferencia estará dada por la productividad de cada firma y la tasa de margen. Si se asume que la firma 1 emplea una mejor técnica se pueden registrar tres casos de competitividad tecnológica²³:

Cuadro 5: Tipología de la competitividad basada en la tecnología

	Relación de márgenes	Factor de competitividad
Caso 1: $b_1 > b_2$ $a_1 < a_2$	$\tau_1 > \tau_2$	Productividad en trabajo e insumos
Caso 2: $b_1 = b_2$ $a_1 < a_2$	$\tau_1 > \tau_2$	Productividad en insumos
Caso 3: $b_1 > b_2$ $a_1 = a_2$	$\tau_1 > \tau_2$	Productividad en trabajo

Los casos expuestos en la tabla suponen los precios de factores dados. Si eso es así, la firma 1 siempre podrá obtener una tasa de beneficio mayor; si se flexibiliza el supuesto, la firma menos eficiente podrá obtener una tasa de

²¹ Esta perspectiva de análisis se tratará en secciones posteriores.

²² Se obtiene al dividir la cantidad de producción por la cantidad de trabajadores.

²³ Esta tipología sólo es válida en un contexto de economía cerrada, donde es plausible suponer igualdad de salarios. En un contexto de apertura y, por tanto, de competencia con firmas extranjeras, la igualdad de salarios no se cumple, dada la inmovilidad del factor trabajo.

beneficio igual o superior a la firma 1, ya sea pagando salarios menores, precio de insumos menores o ambos²⁴. Digamos que este tipo de competitividad está bastante extendida, debido a que los salarios se determinan en el mercado de trabajo, pero también, y muy importante para este efecto, por factores culturales e institucionales, los cuales son factores de vital importancia sobre todo cuando la competitividad se considera en un contexto de globalización.

Otros casos se revelan si asumimos que las firmas obtienen la misma tasa de beneficio. Así, podremos tener situaciones en las que una firma es más productiva en trabajo y la otra en insumos. Este puede ser el caso de la competencia por diferenciación.

3.3. Competitividad costo

El indicador de competitividad no se revela como un indicador muy adecuado cuando se plantea en contextos de competencia perfecta o de comercio internacional, esto debido a que los dos escenarios suponen la existencia de la ley de un solo precio, aun cuando permite analizar los factores de competitividad.

Otra posibilidad sugerida en la literatura es analizar la competitividad en función del costo unitario. En este caso, el índice relevante será la relación de costo unitario relativo, de manera tal que la industria que tenga un costo unitario menor al promedio será competitiva, obteniendo mayores ganancias y recursos para crecer, mejorar su tecnología y ganar participación de mercado (Arjona, 1995: 446).

Hay autores que desde la perspectiva de la competitividad costo se concentran en algunos de estos aspectos, tal es el caso de Tokman y Martínez (1999) quienes estudian la competitividad costo desde el punto de vista de los costos laborales. El análisis que desarrollan lo plantean en términos de tasas de crecimiento, considerando el costo laboral y los cambios en la productividad del trabajo. El índice de competitividad que estiman es el siguiente²⁵:

$$c = \frac{(1+q)}{(1+cl)} - 1 \quad (5)$$

Donde,

c = variación anual de competitividad

²⁴ Otra posibilidad que nos lleva al mismo resultado se expresa cuando la firma 2 tiene la capacidad de externalizar hacia la sociedad costos asociados a la degradación ambiental u otro similar.

²⁵ Hemos mantenido la nomenclatura utilizada por los autores.

q = variación anual de la productividad

cl = variación anual del costo laboral

Esta perspectiva adquiere mayor validez cuando los insumos involucrados en la producción son todos bienes transables y, además, no existen barreras arancelarias entre los países (o estas son iguales), de manera tal que el único "bien" no transable es el trabajo y, por lo tanto, su precio es diferente para cada país y se convierte en una ventaja competitiva potencial, siempre, eso sí, con relación a la productividad del factor.

3.4. Competitividad precio-costo

Una posibilidad que sintetiza el análisis de la competitividad en función del precio y del costo es ver la competitividad a partir de la relación precio-costo²⁶. Interesa comparar esta relación entre la industria nacional y la industria externa, de esta manera se resalta la capacidad de obtener beneficios de una y otra, y las implicaciones que ello tiene en términos de la mantención de los beneficios, producto de la inversión y el desarrollo tecnológico provenientes de tales beneficios.

Observemos que la relación de precio-costo en la industria nacional depende de los precios internacionales del producto, del tipo de cambio nominal y de los costos unitarios en moneda doméstica. La misma relación en la industria externa depende del precio internacional y de los costos unitarios en moneda extranjera. Así, el índice de competitividad será:

$$IC = \frac{\frac{eP_i^*}{C_{ui}}}{\frac{P_i^*}{C_{ui}^*}} \quad (6)$$

Se encuentra un análisis similar en Repetto y Meller (1996), sin embargo, no plantean su índice en términos relativos a la industria externa, sino que el índice está referido a la industria nacional. De este modo, el índice propuesto es el siguiente²⁷:

$$IC = \frac{eP^*}{I_p} \quad (7)$$

Donde I_p es un índice costo doméstico del sector.

²⁶ Una formalización similar se desarrolla en Martínez, 1996: 54-55 y 65-67).

²⁷ Repetto y Meller, 1996: 49.

La expresión que uno defina en la práctica dependerá de los objetivos de la investigación, en términos de los factores de la competitividad a analizar, así como también de la disponibilidad de información.

4. Hacia una síntesis: Un modelo básico de referencia.

Teniendo presente el carácter relativo del concepto de competitividad, el análisis deberá incorporar al menos dos firmas. De esta manera, una firma será competitiva en la medida que logre ofrecer su producto a un valor igual o más bajo que otra, es decir, la referencia es el precio al que otra firma ofrece el producto²⁸.

Sin embargo, la influencia de los costos es importante al igual que la consideración del capital invertido en la firma, el cual, en conjunto con los beneficios, da lugar a la tasa de ganancia o rendimiento de la inversión, variable fundamental para el desarrollo y la evaluación competitiva de las firmas, así como también para la participación de mercado. Entonces, los indicadores de competitividad relevantes son tres: (1) relación precio-costos; (2) tasa de ganancia o de beneficio; y (3) la participación de mercado.

La premisa elemental que se debe tener en claro es la anuencia de las firmas a participar en el mercado. La hipótesis que sustenta este trabajo es que las firmas participan en el mercado en búsqueda de alcanzar la mayor tasa de ganancia posible. Nada garantiza que lo logre, pero esa es su motivación fundamental. Si no espera obtener una tasa de ganancia adecuada en relación con otras alternativas, no participa.

Alternativamente a la tasa de ganancia, se puede utilizar un indicador de tasa de beneficio, definida como la diferencia entre las ventas totales y los costos totales sobre los costos totales. De esta manera, la perspectiva que se asuma con respecto a la formación de los precios y a los componentes del costo total son de fundamental importancia.

Otra forma de plantear el problema es recurriendo a la cadena de valor desarrollada en la primera parte de este documento. Así, la firma estará interesada en participar en el mercado en la medida que logre obtener un

²⁸ El precio de referencia puede ser el precio de la competencia interna del país. Sin embargo, "si bien no todas las empresas persiguen el objetivo de competir en los mercados internacionales, éstos siempre deben constituir un "referente" obligado para que exista la suficiente tensión estimuladora del incremento de la eficiencia productiva y la competitividad en los procesos productivos y mercados donde las empresas despliegan sus actividades" (Alburquerque, 1997: 23).

margen adecuado o coherente con las actividades desarrolladas en su particular cadena de valor.

Lo importante del análisis que desarrollamos es entender y visualizar, a partir de un marco teórico y conceptual coherente, los factores determinantes de la competitividad, la cual se medirá mediante los tres indicadores que mencionamos.

4.1 La formación de los precios

Comenzaremos nuestro análisis estudiando la forma en que las firmas determinan sus precios. Suponemos que las firmas forman sus precios a partir de un margen de ganancia (τ) sobre los costos variables²⁹. Estos se componen de la nómina salarial y del valor de los insumos intermedios que intervienen en la producción del bien. Formalmente el precio de producción (P) de las firmas tendrá la siguiente expresión:

$$P = (1 + \tau) \cdot \left(\frac{w}{b} + P_0 a \right) \quad (8)$$

Las firmas poseen distintas técnicas, lo que se verá reflejado en distintas estructuras de costos³⁰. Si suponemos que ambas firmas son tomadoras de precios tanto en producto como en factores³¹, nos encontraremos con dos firmas en el mercado, lo cual significa que las dos son competitivas en la medida que ambas participan en el mercado y logran vender su producto (de una calidad dada). Sin embargo, no son igualmente competitivas, si tomamos nuestra definición de competitividad, en el sentido de producir una mayor cantidad de producto por unidad de tiempo.

4.2. Los costos

Otro componente relevante son los costos totales de producción (CT), distintos a los costos básicos, en los cuales se consideran los costos fijos y de capital. Estos corresponden a la publicidad, la planta laboral fija y otros, así como al

²⁹ Para una revisión de este enfoque ver Sylos Labini (1988) y Taylor (1989).

³⁰ El reflejo último de las distintas técnicas serán distintas dotaciones de *stock* de capital.

³¹ El que las firmas sean tomadoras de precios no invalida la hipótesis de formación de precios vía margen. Dicha hipótesis plantea que las firmas tienden a buscar el máximo beneficio. Esa búsqueda puede afectar el precio final del bien (oligopolio), o bien administrar los componentes del costo básico vía productividad de factores o precios (monopsonio).

costo alternativo del capital respectivamente. Formalmente, y simplificando los costos totales³², los expresaremos de la siguiente manera:

$$CT = (1 + rT) \cdot (wL + P_0I) + rK + CF \quad (9)$$

Donde,

r = tasa de interés³³

T = tiempo de financiamiento del capital de trabajo

w = salario nominal

L = cantidad de trabajo

P_0 = precio del insumo

I = cantidad de insumos

K = valor del *stock* de capital³⁴

CF = costo fijo

Dividiendo la expresión (9) por la cantidad de producto (X), obtenemos los costos medios por unidad de producto (C_u):

$$C_u = (1 + rT) \cdot \left(\frac{w}{b} + P_0a \right) + rk + cf \quad (10)$$

Donde ' k ' es igual al valor del capital por unidad de producto y ' cf ' corresponde a los costos fijos por unidad de producto.

4.3. La competitividad precio-costo y la tasa de beneficio

De las expresiones (8) y (10) derivamos una expresión para la tasa de beneficio (ρ), definida como las ventas totales (PX) menos los costos totales (CT) sobre los costos totales (CT), mediante algunas transformaciones algebraicas llegamos a la siguiente expresión para la tasa de beneficio:

³² En rigor, los costos totales deben incluir también los costos sociales. Estos pueden ser costos ambientales, costos por depredación de recursos y otros que se consideren pertinentes en un caso particular.

³³ Para simplificar, suponemos que es igual a la tasa de interés.

³⁴ En teoría se debería usar la cantidad física de capital por el precio de él. Sin embargo, dada la existencia de capital heterogéneo resulta bastante difícil su medición en cantidad. Para efectos de análisis empírico hay que tener cuidado de no olvidar los precios de bienes de capital específicos, ya que de hecho tienen un efecto en los costos y en la tasa de beneficio que puede llegar a ser importante. El desarrollo tecnológico acelerado tiende a depreciar rápidamente, en términos de valor, al capital, afectando la baja de los costos y el alza de la tasa de beneficio, la contrapartida de aquello es la pérdida de productividad relativa a las firmas que adquieren tecnología de punta. En general, se puede decir que el efecto productividad es mayor; por lo tanto, el efecto neto es una pérdida de competitividad para las firmas atrasadas tecnológicamente, la cual se reflejará en un mayor costo por unidad y la consecuente disminución de la tasa de beneficio.

$$\rho = \frac{P}{C_u} - 1 \quad (11)$$

La evolución de la tasa de beneficio depende entonces de la evolución que tengan los precios y los costos unitarios reales³⁵. En la medida que el cociente entre ambos sea mayor, la tasa de beneficio aumentará y, por lo tanto, también lo hará su competitividad³⁶. Si la firma de referencia fuera netamente exportadora habría que agregar el efecto del tipo de cambio nominal que afectaría positivamente en la medida que aumente, aun cuando su efecto sea menor si la firma utiliza insumos importados.

Desde esta perspectiva, la competitividad se determina directamente a partir de los factores que influyen en los precios y costos unitarios. Notemos que visto de esta forma, el enfoque desarrollado entronca directamente con la teoría de la competitividad desarrollada por Porter (1995, 1991). En efecto, para este autor existen dos formas genéricas de competitividad, estas serían la competitividad por costos y por diferenciación³⁷.

El que se compita por costos o por diferenciación dependerá del tipo de mercado en que se desarrolle la competencia; en general, estos corresponderán a estructuras de competencia perfecta y oligopólicas respectivamente.

El que prevalezca una u otra estructura de mercado es fundamental para determinar los factores de la competitividad. En términos de la tasa de beneficio esto tiene relación con la capacidad de afectar a los precios o los costos. Si se compite en mercados cercanos a la competencia perfecta con productos relativamente homogéneos, la posibilidad de afectar a los precios es limitada, lo cual induce a las firmas a competir por costos. Si se trata de mercados oligopólicos, es probable que se compita en función de la diferenciación; en este caso, la posibilidad de afectar los precios es mayor³⁸.

De momento hemos desarrollado un modelo básico de referencia para el análisis de la competitividad donde se explicitan los factores de competitividad internos a las firmas. En este desarrollo partimos de la premisa de que la

³⁵ Los costos unitarios reales son iguales a los costos medios unitarios divididos por el precio de venta, que no es otra cosa que el costo expresado en términos de producción.

³⁶ Observemos que la relación precio-costo que vimos en secciones anteriores se puede plantear como una función de la tasa de beneficio.

³⁷ Porter, 1995: 29.

³⁸ Esto no quiere decir que exista una relación determinante en el sentido de que o se compite por costos o por diferenciación. Hay casos de firmas que obtienen una ventaja competitiva no por competir de una u otra forma sino "al acierto de saber combinar un poco de cada ventaja o lograr una adecuada combinación de distintos factores competitivos" (Bueno y Morcillo, 1993: 278).

competitividad radica fundamentalmente en las firmas; sin embargo, ello no quiere decir que no existan otros factores que inciden en ella.

4.4. Los factores de entorno y la tasa de beneficio

Como se demostró en la primera parte de este documento, la competitividad es sistémica, intervienen otros factores además de los internos a las firmas; Sostenemos que dichos factores afectan la competitividad, si y solo si afectan de manera positiva la relación precio-costo (o la tasa de beneficio); de lo contrario no habría vínculo entre los ámbitos externos y la firma.

Las condiciones del entorno son relevantes, pues son ellas las que potencialmente generan economías externas, las cuales son aprovechadas por las firmas. Entre éstas encontramos la infraestructura de transportes y telecomunicaciones, el sistema educacional y de la ciencia y tecnología y la burocracia estatal, por mencionar los más citados³⁹.

En general, podemos decir que los factores del entorno como los mencionados influyen en la tasa de beneficio al aumentar la velocidad de producción o de venta y disminuir los costos unitarios, particularmente el componente de costo fijo por unidad de producto.

La velocidad de producción depende no sólo de la combinación de factores productivos con una técnica determinada, sino también de las condiciones de circulación de dichos productos antes de llegar al consumidor final. En este sentido, podemos pensar casi espontáneamente en las llamadas ventajas de localización, donde lo importante es estar cerca ya sea del consumidor final⁴⁰ o de los proveedores de materias primas⁴¹, de manera que se minimicen los costos de transporte.

Esta descripción corresponde a uno de los aspectos del problema. Otro consiste en imaginar dos firmas ubicadas en distintos países en igualdad de condiciones; lo único que cambia es la infraestructura vial. De darse el caso, es claro que la firma en el país con mejor vialidad contará con una ventaja sobre su competidor, la cual le permitirá una mayor velocidad de circulación de su producción y, por lo tanto, un costo menor y una mayor tasa de beneficio.

En el caso de las comunicaciones, es indudable que su desarrollo tendrá un impacto positivo en la tasa de beneficio. El vínculo se explica por el mayor volumen de negocios al que potencialmente puede acceder. La llamada nueva

³⁹ Otros factores citados son los sistemas de salud, la administración de justicia, la capacidad de resolución de conflictos, etc. La argumentación que sigue también es aplicable a estos.

⁴⁰ También se puede asociar, en el caso de exportadores, con los puertos de embarque.

⁴¹ Idem, para el caso de materias primas importadas.

economía, ligada a internet, abre posibilidades interesantes para el desarrollo de mercados, en la medida que permite una relación fluida con los consumidores o clientes, así como también con los proveedores. Todo ello tiende a aumentar los volúmenes de producción y a disminuir los costos unitarios, redundando en aumentos en la relación precio-costos.

Los niveles y la infraestructura educativa son condición *sine qua non* para el aprovechamiento de las economías externas derivadas de una buena infraestructura de comunicaciones. Además, también es importante en la medida que ayuda a interiorizar más rápidamente el uso o la adaptación de las tecnologías. Para ser coherente, la política de desarrollo estratégico de la tecnología, impulsada desde el Estado, debe tener relación con la política educativa. De ser ese el caso, las firmas aprovechan un recurso humano sin tener que incurrir en gastos significativos para poder incorporarlo a la fuerza laboral de la firma. Nuevamente, el efecto es la disminución de los costos unitarios mediante el aumento de la productividad, lo cual no significa salarios menores, sino que, por el contrario, lo más probable es que redunde en salarios más elevados, los cuales se sustentan en una mayor productividad.

El papel que desempeña la burocracia estatal en la competitividad de las firmas no es trivial. Las regulaciones y trámites exigidos por el Estado son particularmente importantes desde la perspectiva de la firma o del inversionista. Es evidente que mientras mayor sea la burocracia, menor será la productividad, además de desincentivar la inversión en un país con relación a otro. En otras palabras, el intervencionismo excesivo por parte del Estado redundará en pérdidas de competitividad⁴², hará lenta la dinámica de negocios y, por tanto, disminuirá el volumen de comercio y aumentará el costo unitario.

Todos estos temas involucrados en las condiciones del entorno son relevantes para la competitividad de las firmas y, en muchos casos, para la calidad de vida o el bienestar de la población. Todos ellos se discuten hoy bajo la denominación de segunda generación de reformas estructurales, las cuales apuntan a desarrollar economías externas de manera tal que aumente la competitividad de las firmas y de la economía como un todo, redundando en teoría en un aumento del bienestar de la población⁴³.

4.5. Tarifas y subsidios

Las imperfecciones introducen interesantes elementos que nos acercan de mejor manera a la "realidad". De hecho, en muchos casos explican la mayor

⁴² Sin embargo, más que en la cantidad de la intervención estatal, habría que poner énfasis en la calidad (Bardham, 91).

⁴³ Para un análisis pormenorizado de las reformas estructurales de primera y segunda generación, véase Corbo, 1999.

competitividad de ciertos sectores en el mercado mundial. Los productos agrícolas son un caso paradigmático, industria en la que los llamados países desarrollados aparecen muchas veces como competitivos. Sin embargo, si se analizan desde una perspectiva "pura" no lo son. El caso anterior explica las llamadas barreras al comercio o proteccionismo.

Las tarifas aduaneras son un importante escollo a la competitividad de algunos productos. Ellas actúan encareciendo los productos para los consumidores de los países que imponen dichas tarifas. El objetivo es hacer de las importaciones un bien prohibitivo, es decir, que dada una tarifa el precio resultante sea igual o superior al precio interno. De este modo se protege a la industria del país que impone la tarifa, resguardando de paso un margen de beneficio para los productores. Formalmente, de acuerdo con el enfoque desarrollado, el IC que incorpore las tarifas se puede expresar de la siguiente manera:

$$IC = \frac{P^*}{P} = \frac{(1+t)(1+\tau^*)CB^*}{(1+\tau)CB} \quad (12)$$

Donde el asterisco simboliza los valores en el extranjero, CB es igual al costo básico (masa de salarios más valor de los insumos) y t es la tarifa (%).

Como se puede apreciar, la tarifa 't' encarece el producto que aspira a competir en el mercado interno. Si esta no existiera, la competitividad de la industria nacional sería menor, habría un mayor volumen de importaciones y, por tanto, de competencia, y los precios para los consumidores serían inferiores.

Para que este tipo de políticas tenga algún sentido, la industria del país que impone la tarifa tiene que aumentar su productividad e invertir en mejoras de sus sistemas productivos. De otra forma, las tarifas sólo mantienen industrias ineficientes, las cuales no tienen otro fin que mantener una tasa de beneficio artificialmente alta. Si no se toman estas medidas, las firmas se verán obligadas, en algún momento, a enfrentar la competencia externa, y el resultado será la disminución de sus márgenes de beneficio, asumiendo que la baja de salarios no es posible, y según ciertos factores institucionales o de poder de los sindicatos⁴⁴.

También los subsidios o 's' (%) a la exportación son un estímulo para los exportadores de muchos de los llamados países en desarrollo. Funcionan abaratando el precio de la producción para el productor de exportaciones. En otras palabras, el Estado financia una fracción de sus costos de producción,

⁴⁴ En la práctica es absolutamente posible que se realice el ajuste 'competitivo' mediante la contención salarial o disminución de los salarios reales.

haciendo competitiva a la industria en cuestión y garantizando un margen de beneficio a los exportadores. Formalmente se expresaría:

$$IC = \frac{P^*}{P} = \frac{(1 + \tau^*)CB^*}{(1 - s)(1 + \tau)CB} \quad (13)$$

A partir de las expresiones (12) y (13) podemos decir que la firma o industria será competitiva en la medida en que el IC aumente. En caso contrario, se estará perdiendo competitividad.

4.6. Recursos naturales y ambientales

La explotación de los recursos naturales potencialmente renovables y no renovables tiene un costo para la sociedad. Por lo general, las firmas no lo asumen, ya sea por la permisividad de las autoridades públicas o por el limitado poder de negociación de los Estados frente a las firmas transnacionales⁴⁵. En consecuencia, los beneficios provenientes de los recursos públicos o semi-públicos, como lo son los yacimientos mineros y los *stocks* de recursos pesqueros y forestales, son apropiados privadamente en forma de rentas de escasez, las cuales eventualmente se invertirán en el mismo sector, aumentando la productividad en el corto y mediano plazo (y por tanto su competitividad) y acelerando el agotamiento del recurso. En este caso, la competitividad se obtiene exteriorizando costos hacia la sociedad, los cuales se harán efectivos no en el presente, sino en el futuro⁴⁶.

Al considerar los bienes ambientales se advierte que en la medida en que las regulaciones sean más permisivas, así de competitivas serán las empresas. De hecho, "se conocen casos de empresas que se han trasladado al otro lado de la frontera debido a diferencias en materia de regulación ambiental. En la década de 1970 y comienzos de la de 1980 varias fundiciones de cobre, refinerías de petróleo y fábricas de amianto, ferroalaciones y cloruro de vinilo se construyeron en el extranjero y no en los Estados Unidos por consideraciones ambientales. De igual forma, diversos complejos químicos cuyo desplazamiento estaba previsto en Alemania y Holanda se trasladaron a Bélgica, Francia y España"⁴⁷.

De este modo, un país que se abstenga de fomentar políticas que protejan al medio ambiente mientras otros lo hacen, aumenta su ventaja comparativa en la producción de bienes que dañan al medio ambiente. De continuar así, el país

⁴⁵ Un caso de este tipo se discute actualmente en el sector minero del cobre en Chile.

⁴⁶ Una revisión de la literatura acerca de la valoración de recursos naturales se desarrolla en Ibáñez, 1999.

⁴⁷ Comercio Internacional, 1990 - 1991. GATT, Ginebra, citado por Antonio Rodríguez (1994:14).

tenderá a especializarse en esa producción (Baumol y Oates, 1982: 266). Claro está que la ventaja comparativa en este tipo de industrias no es sustentable puesto que alguien tiene que pagar los costos sociales. Así, la ventaja comparativa de una industria es una cara de la moneda, la otra es la pérdida de ventajas para otros agentes que pueden ser ciudadanos o firmas. Lo que suceda en definitiva dependerá del poder de presión de contaminantes y contaminados.

La permisividad de las regulaciones se refleja en permitir que las firmas determinen un precio en el mercado que no toma en cuenta los costos sociales que su producción involucra. Es decir, no considera los costos ambientales, dando lugar al *dumping* ecológico (Azqueta y Sotelsek, 1999).

4.7. Competitividad dinámica

De este modo, lo importante es definir una forma de determinación de los precios y los determinantes de su dinámica. Notemos que la relación relevante es la evolución de los precios relativos.

En la formación de un precio influyen factores tales como los costos salariales, de insumos, financieros, el tipo de cambio y el margen de beneficio. Sin embargo, el bien llega al mercado con un precio que incluye impuestos y subsidios; por lo tanto, también deben ser incluidos. El precio también se ve afectado por la productividad del trabajo y de los insumos. Otros costos que son sistemáticamente ignorados en el análisis de la competitividad son los costos ambientales y la depreciación de los recursos naturales.

La medición de la competitividad más utilizada se basa en la relación existente entre el precio internacional en moneda nacional y el precio interno. De hecho, esta es la forma habitual de medir y, por lo tanto, de concluir acerca de la evolución de la competitividad de un determinado país o sector económico (Repetto y Meller, 1996).

A continuación se desarrolla un modelo formal que permite incorporar múltiples aspectos involucrados en la conceptualización y medición de la competitividad. Asumimos que la determinación de los precios se realiza mediante el margen de beneficio (*mark-up*) sobre el costo básico (o variable). El costo básico esta compuesto por la nómina salarial y el costo de los insumos nacionales e importados. Además, se explicita el nivel de impuestos al valor agregado, el costo de capital de trabajo y los subsidios a las exportaciones.

Partimos de la definición más simple para el índice de la competitividad (IC):

$$IC = \frac{eP^*}{P} \quad (14)$$

Donde,

e = tipo de cambio nominal

P^* = nivel de precios internacionales

P = nivel de precios internos

En nuestro modelo realizamos una descomposición del precio sobre la base de los costos variables. De esta manera, el precio interno está dado por:

$$P = (1 - s)(1 + v)(1 + \tau)(1 + rT) \cdot \left(\frac{w}{b} + eP_0^* a \right) \quad (15)$$

donde,

s = tasa de subsidio (%)

v = tasa de impuesto al valor agregado (IVA) (%)

τ = margen de beneficio (*mark-up*) (%)

r = tasa de interés

T = período de tiempo de financiamiento del capital de trabajo

w = salario nominal

b = productividad física media del trabajo

P_0^* = precio internacional de los insumos importados

a = inversa de la productividad física media de los insumos (o coeficiente insumo-producto)

(*) = indica variables externas al país

Así, nuestra expresión para la cuantificación del nivel del IC sería la siguiente:

$$IC = \frac{e(1 - s^*)(1 + v^*)(1 + \tau^*)(1 + r^*T) \cdot \left(\frac{w^*}{b^*} + P_0^* a^* \right)}{(1 - s)(1 + v)(1 + \tau)(1 + rT) \cdot \left(\frac{w}{b} + eP_0^* a \right)} \quad (16)$$

En esta expresión se integran los elementos de desarrollo tecnológico a partir de los coeficientes 'b' y 'a' que miden las productividades del trabajo y los insumos respectivamente⁴⁸, además de los componentes habituales del costo. Asumimos

⁴⁸ Las variables 'b' y 'a' corresponden a los coeficientes de productividad física del trabajo e insumo-producto (inversa de la productividades medias física del insumo).

que los insumos son adquiridos por el país extranjero en su mismo país y el país de referencia tiene que importarlos⁴⁹.

En términos dinámicos, la expresión para el índice de competitividad (16) será la siguiente:

$$\hat{IC} = \hat{e}(1-\phi) + \left[\frac{\tau^*}{1+\tau^*} \cdot \hat{\tau}^* - \frac{\tau}{1+\tau} \cdot \hat{\tau} \right] + \left[\frac{r^*}{1+r^*T} \cdot \hat{r}^* T - \frac{r}{1+rT} \cdot \hat{r} T \right] + \left[\hat{w}^*(1-\phi^*) - \hat{w}(1-\phi) \right] \\ + \left[\hat{b}(1-\phi) - \hat{b}^*(1-\phi^*) \right] + \left[\phi \hat{a} - \phi^* \hat{a}' \right] + P_0^* (\phi^* - \phi) \quad (17)$$

Donde,

ϕ = participación del valor de los insumos importados en el costo básico.

$(1 - \phi)$ = participación de los salarios en el costo básico.

Las expresiones (16) y (17) permiten observar y analizar los impactos que importantes variables macroeconómicas tienen en la competitividad en términos de niveles y tasas de crecimiento respectivamente, considerando a cada uno de los componentes que influyen en los precios de cada país de referencia. A modo de síntesis se puede decir que la competitividad se explica por los siguientes factores:

- i. el efecto devaluación
- ii. diferencial del margen de beneficio
- iii. diferencial de la tasa de interés
- iv. diferencial de los salarios
- v. diferencial de la productividad del trabajo
- vi. diferencial de la productividad de insumos
- vii. precio de los insumos

Hay que tener presente, sin embargo, que dichos factores no tienen la misma importancia. El contexto en el cual se desarrolla la economía mundial hace que muchos pierdan relevancia, aun cuando en el corto plazo lleguen, efectivamente, a ejercer un impacto significativo.

En un escenario de economía globalizada, la política económica entendida en términos convencionales, vale decir, considerando como instrumento de política

⁴⁹ En la práctica, las firmas utilizan insumos importados y nacionales; sin embargo, es plausible pensar que en el contexto de los países en desarrollo, a medida que se avanza hacia bienes de mayor contenido tecnológico, los insumos serán importados. En todo caso, la inclusión de insumos nacionales no afecta a nuestro análisis.

a la tasa de interés y el tipo de cambio (en el contexto de nuestro modelo), pierde autonomía con respecto al manejo discrecional de estas variables, debido a que el costo no es sustentable en el tiempo. Es por ello que la autoridad económica tiende a manejar estas variables hacia la paridad externa. Cualquier disparidad causa importantes desequilibrios macroeconómicos difíciles de resolver posteriormente y con nefastas consecuencias internas. De hecho, la primera generación de reformas estructurales en América Latina tuvo por objetivo precisamente resolver estos graves desequilibrios a los que hacemos mención.

La implementación de políticas económicas que favorezcan la competencia de determinados sectores, tales como las devaluaciones y las tasas de interés bajas, no afectarán significativamente la competitividad del país. A modo de ejemplo extremo, por muy alto que se mantenga el tipo de cambio, ningún país en vías de desarrollo logrará competir en industrias exigentes en materia de tecnología. En otras palabras, el patrón de especialización no es sensible a este tipo de políticas (Arjona, 1995: 448).

Otra implicación de la globalización se relaciona con los precios de los insumos. En las economías que son más abiertas a los flujos de comercio internacional, los bienes transables, como los insumos, tienden a regirse por la ley de un solo precio. Básicamente, esta ley plantea que el precio de un bien determinado será el mismo en cualquier país, aun cuando esa aseveración se puede matizar si se toma en cuenta el hecho de que los niveles de protección efectiva no están nivelados entre todos los países. La tendencia pareciera ir en esa dirección, lo cual demuestra que la competitividad por esa vía no es un factor de competitividad a largo plazo.

Los párrafos anteriores nos llevan a centrar la atención en dos factores de competitividad: los salarios y la productividad. Los salarios corresponden al valor monetario de un bien que consiste en el trabajo (o la capacidad de trabajo). Este bien se puede caracterizar como semi-transable, en el sentido de que, si bien posee cierta movilidad, no la tiene en el grado que la posee el capital o un insumo. Por lo tanto, su precio se determina fundamentalmente en el mercado interno de cada país, donde serán importantes elementos como el nivel medio de los salarios y el patrón cultural. Si suponemos que existen diferencias importantes entre países en términos de salarios medios y de niveles educativos, se llega a la conclusión de que, efectivamente, los salarios bajos son un factor de la competitividad que atrae a las firmas multinacionales a los países con las características mencionadas.

El otro factor de competitividad es la productividad, que si bien está relacionado con los salarios, no se agota de ninguna manera en esa variable. Los determinantes de la productividad están en la esencia de todo lo que se ha escrito acerca de la teoría del desarrollo. En las versiones modernas, la teoría

del desarrollo intenta adentrarse en los determinantes del desarrollo tecnológico como elemento clave en la explicación de los aumentos de productividad, ya no a partir de elementos exógenos al estilo de los primeros modelos de crecimiento de Solow, sino adentrándose en el estudio de los factores endógenos⁵⁰.

El desarrollo técnico y la innovación son, a juicio de muchos autores, la fuente principal de una competitividad sustentable en el tiempo. Los elementos esenciales para su gestación y uso práctico por parte de los agentes económicos son lo que se ha dado en llamar la investigación y desarrollo, por iniciativa tanto de las firmas como de los Estados nacionales. El desarrollo tecnológico, en un sentido amplio, no sólo se refiere a la tecnología "dura" en plantas y equipos, el diseño de productos, etc., sino también a las innovaciones en procesos de trabajo, a la innovación institucional y, sobre todo, a la formación de capital humano. El conjunto de todos estos elementos son el fundamento de los aumentos sistemáticos en la productividad y, por lo tanto, de la competitividad.

Las condiciones comparativas para el desarrollo tecnológico no son las mismas entre los países, lo cual produce importantes brechas tecnológicas que impiden la participación relevante de los países subdesarrollados en la generación, difusión e incorporación de tal desarrollo, dando lugar a un atraso estructural con relación a este factor de la competitividad⁵¹.

Cuando la dinámica de la competitividad se plantea en función de la tasa de beneficio, el aumento de la competitividad de la firma o industria se verificará cuando el crecimiento porcentual de esta tasa sea superior al crecimiento de la de beneficio en la industria externa. El crecimiento de la tasa de beneficio de la firma o industria depende del crecimiento de los precios y de los costos unitarios. En forma simple se puede plantear formalmente como:

$$\hat{\rho} = \frac{P}{P - C_u} \cdot (\hat{P} - \hat{C}_u) \quad (18)$$

Como puede observarse a partir de la expresión (18), el crecimiento de los precios afectará positivamente a la tasa de beneficio, y lo contrario ocurrirá con el crecimiento de los costos unitarios. En definitiva, lo que suceda con dicha tasa será consecuencia del diferencial de crecimiento entre los precios y los costos.

En el caso de que se trate de una firma exportadora, la tasa de crecimiento de la tasa de beneficio será:

⁵⁰ Ver Roemer, 1991.

⁵¹ Una muy buena reseña y comparación de los enfoques de crecimiento, desde la perspectiva de los países subdesarrollados, se encuentra en Hounie y Porcile (1999).

$$\hat{\rho} = \frac{eP^*}{eP^* - C_u} \cdot \left(\hat{e} + \hat{P}^* - \hat{C}_u \right) \quad (18')$$

Se hace necesario especificar los determinantes de los precios y los costos unitarios de manera que se entienda en toda su dimensión la dinámica de la tasa de beneficio. Considerando la ecuación de precios (8) y la de costos unitarios (9), podemos expresar (18) de la siguiente manera:

$$\hat{\rho} = \frac{P}{P - C_u} \cdot \left[\alpha \left(\hat{b} - \hat{\omega} \right) + \beta \left(\hat{a}_N - \hat{P}_N \right) + \gamma \left(\hat{a}_M - \hat{e} - \hat{P}_M \right) + \delta \left(\hat{k} - \hat{P}_k - \hat{r} \right) + \varphi \left(\hat{c}f \right) \right]$$

(19)

Donde,

α = participación de los salarios en el costo total

β = participación del valor de los insumos nacionales en el costo total

γ = participación del valor de los insumos importados en el costo total

δ = participación del costo de capital en el costo total

φ = participación del costo fijo en el costo total

Hay que notar que la dinámica de competitividad depende de las tasas de subsidios o tarifas, la tasa de beneficio que es posible obtener en presencia de los subsidios es superior a la que existiría en ausencia de ellos. Lo contrario sucede con las tarifas. Tarifas y subsidios afectan tanto al crecimiento de la tasa de beneficio como a la tasa propiamente.

Para que tengan un impacto en la dinámica de la industria, estas políticas se deberán mantener durante un plazo significativo, de manera tal que induzcan a los empresarios a invertir para alcanzar una posición verdaderamente competitiva. En el caso de los sectores con potencial exportador, esto debe redundar en mejoras tecnológicas significativas que apunten a aumentar la productividad. Lo mismo debe suceder en el caso de los actores que sustituyen importaciones, aunque también se podría optar por conceder un plazo para la reconversión de sus actividades.

Si las tarifas se acompañan de políticas orientadas a restringir la inversión extranjera, difícilmente podrán convertirse en políticas efectivas de fomento de la competitividad nacional.

5. Competitividad en las cadenas agroindustriales⁵²

5.1. Aspectos generales

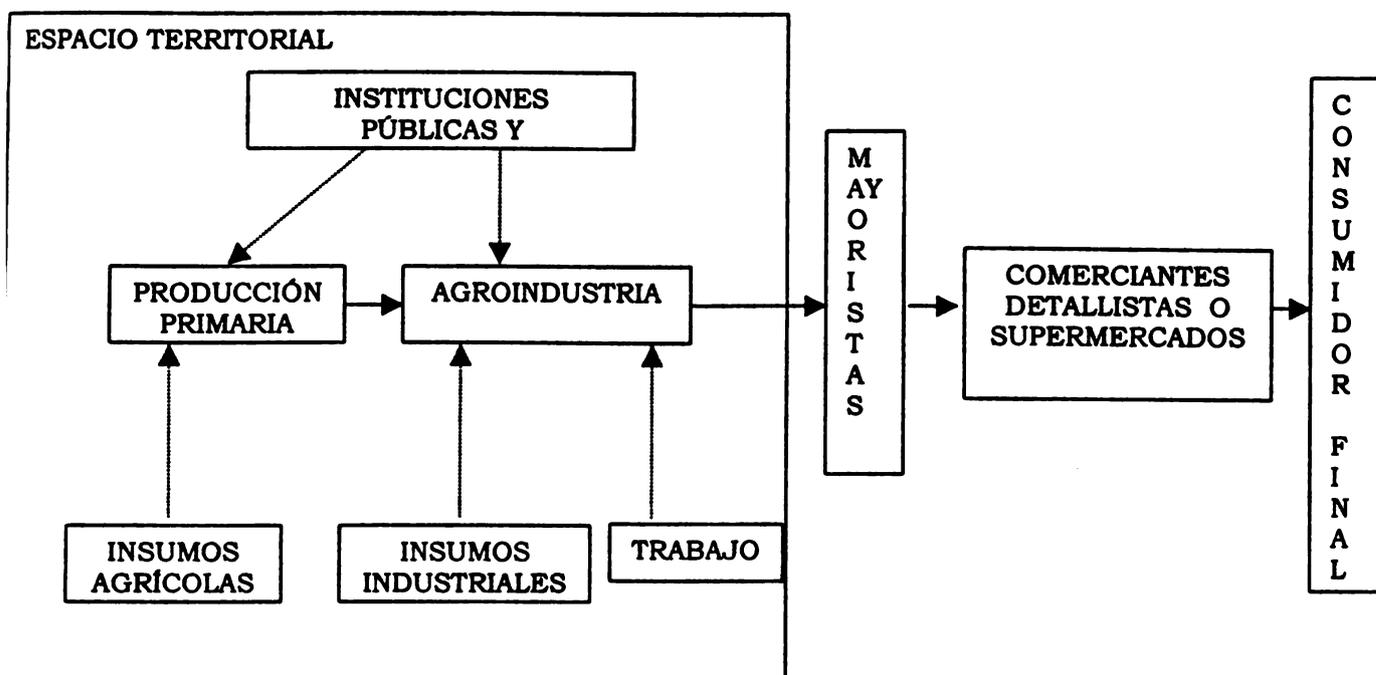
La competitividad en las cadenas agroindustriales se puede analizar mediante el modelo expuesto en secciones anteriores. La complejidad aumenta pues se consideran explícitamente las relaciones entre los agentes que intervienen en la cadena.

Una cadena agroindustrial (en adelante CA) se puede entender a partir de un sistema interrelacionado de agentes económicos e institucionales que intervienen en ella en un contexto espacial determinado. En términos muy simples, los agentes se pueden clasificar en productores primarios, que son quienes proveen de insumos primarios agrícolas a la industria de transformación o agroindustria; este segundo agente contrata trabajo y se provee de insumos para poder producir un bien agroindustrial, el cual se distribuye a los mayoristas. Estos venden el producto a comerciantes detallistas y supermercados, los cuales lo hacen llegar al consumidor final. Este sistema se esquematiza en la siguiente figura⁵³:

⁵² Utilizamos el concepto de cadena agroindustrial para llamar la atención sobre la vinculación del sector agrícola y la industria. Otros autores (IICA, 1999) utilizan el concepto de cadena agroalimentaria en un sentido más amplio que incorpora un sector artesanal en la transformación. Sin embargo, por fines didácticos y para simplificar preferimos centrarnos en las cadenas agroindustriales. No está de más recordar que el modelo que exponemos es perfectamente aplicable al análisis de las cadenas agroalimentarias.

⁵³ Un esquema similar para el caso del arroz en Panamá se desarrolla en el IICA (1999), y para el caso de la papa en la VIII región de Chile en Ibáñez (1998).

Figura 6: Cadena agroindustrial



El esquema presentado es, por supuesto, una simplificación en varios aspectos: primero, en la producción primaria existe una gran variedad de productores pequeños que corresponden a predios familiares y poseen distintas técnicas de cultivo, disponibilidad de agua, técnica de riego, calidad de tierras, etc.; segundo, la industria de transformación puede estar constituida por una o más firmas, además ellas pueden tener importantes disparidades tecnológicas dada la existencia de una industria artesanal, aun cuando ello se puede obviar en el entendido de que esas firmas artesanales participan de mercados distintos a la agroindustria propiamente; tercero, la distribución la pueden realizar firmas distintas a la firma agroindustrial; cuarto, las instituciones públicas y territoriales son todas aquellas que tienen injerencia en las relaciones económicas que se establecen en la CA, entre las cuales podemos nombrar a las instituciones de crédito agrícola, las ONG que apoyan la producción primaria, los municipios que intervienen en el mismo sentido, etc.; quinto, en la cadena no se toman en cuenta los “saltos”. Suponemos que el flujo del producto es el que está representado por la línea continua. Esto no necesariamente tiene que ser de ese modo; con todo, dependerá de los circuitos involucrados en cada CA en particular.

5.2. Competitividad y cadenas agroindustriales

En términos metodológicos, se abren dos opciones complementarias para el análisis de la competitividad de las CA. En principio, la competitividad se puede

analizar desde la perspectiva de cada agente participante. Esta opción nos lleva a estimar indicadores de competitividad para cada agente a partir de la relación precio-costo, tasa de ganancia y participación de mercado, y a analizar los factores determinantes que explicarían las disparidades de la competitividad. Sin embargo, esta opción es parcial dado que las relaciones precio-costo y tasa de ganancia están interrelacionadas. En otras palabras, la competitividad de un agente depende directamente de la competitividad de otro.

En el análisis de la competitividad de las CA, resulta de vital importancia considerar el poder relativo de cada agente. El poder que pueda ejercer un agente sobre otro(s) se reflejará en las relaciones económicas que se establezcan entre ellos, lo cual limitará las posibilidades de desarrollo de unos en beneficio de otros. El poder de los agentes se concretiza en las posibilidades de un agente de determinar precios de venta o de compra con respecto al agente involucrado en la transacción.

El problema radica en identificar el agente crítico, en el sentido de responder a la pregunta de cuál es el agente que determina la competitividad de los otros y, por tanto, de la CA. Las opciones que en teoría se pueden visualizar son varias; sin embargo, los antecedentes generales que se tengan acerca del comportamiento de los agentes en una CA en particular vienen a cerrar las opciones posibles y facilitar el estudio empírico. Un indicador que decide el poder de cada agente es su participación en el mercado relevante.

Hemos esquematizado a una CA considerando cuatro agentes principales. Sin embargo, la dinámica de comportamiento económico de ellos no es la misma. En efecto, la lógica del comportamiento de los productores primarios⁵⁴ responde a una lógica que tiene por objetivo la reproducción de las condiciones de vida y de la fuerza de trabajo. Este tipo de comportamiento se ha analizado desde la perspectiva de la economía campesina, la cual tendría especificidades que la diferenciarían del comportamiento empresarial⁵⁵. Esta característica de uno de los agentes participantes de la CA tiene implicaciones fundamentales en el modelamiento y las conclusiones sobre la competitividad de las CA. En efecto, determina a priori un estado de debilidad frente a los demás agentes, en particular en su relación con las firmas agroindustriales.

Los demás agentes se mueven con el claro objetivo de alcanzar la tasa máxima de ganancia, en el caso de la agroindustria, y el máximo margen por parte de los mayoristas y los comerciantes detallistas o supermercados. El cumplimiento de tales objetivos económicos tiene un límite externo que estaría dado por el

⁵⁴ Por productores primarios entenderemos a aquel sector de la actividad agropecuaria donde el proceso productivo lo desarrollan unidades familiares.

⁵⁵ Un desarrollo de esta idea y su comparación con la agricultura capitalista se puede ver en Schejtman (1980: 123-133; 1994: 149-153).

precio de mercado que está dispuesto a pagar el consumidor final, mediado por los precios internacionales; y un límite interno dado por la correlación de fuerzas que cada integrante de la cadena despliega con el objetivo de mantener una tasa de ganancia o margen estable y adecuado a sus expectativas.

Los agentes “externos” a la CA, como lo son las instituciones públicas y privadas de apoyo, desempeñan un papel que, en principio, parece aumentar la capacidad de negociación y de producción de los productores primarios, mediante programas de transferencia tecnológica, de crédito, etc.⁵⁶. Sin embargo, estos programas no cambian los aspectos fundamentales de la debilidad estructural de los productores primarios, aspectos como el bajo nivel educativo, la escasa disposición a la organización económica, política e incluso cultural. El resultado, en el mejor de los casos, es el aumento en el rendimiento y muchas veces la dependencia permanente en los créditos de financiamiento de capital de trabajo, todo lo cual redundará en un círculo vicioso que, en el largo plazo, tiene como único beneficiario a la agroindustria, pues persiste una situación de imposición de precios acompañada, además, por un aumento de la oferta de producto primario provocado por el aumento de los rendimientos en cada uno de los predios.

No es aventurado decir que, dada la configuración descrita, los ajustes competitivos tienden a recaer en los eslabones más débiles de la cadena, es decir, los productores primarios y los trabajadores de la agroindustria⁵⁷, dando como resultado dinámicas de competitividad de la CA caracterizadas por el desequilibrio o los conflictos, los cuales tenderán, en definitiva, a socavar la competitividad de la CA como un todo en la lucha competitiva en el mercado mundial.

5.3. Un modelo formal de análisis de las cadenas agroindustriales

A continuación desarrollamos un modelo formal de referencia para el análisis de la competitividad de las CA. Establecemos una serie de supuestos simplificadores de manera que la lectura no sea tan engorrosa y tratando de capturar las ideas más relevantes a nuestro juicio. Por supuesto, un análisis empírico tendrá que ser necesariamente más complejo. Al finalizar la sección se presenta un resumen (Cuadro 3) con los indicadores que sintetizan las relaciones entre los agentes, las cuales desarrollaremos a continuación.

⁵⁶ La obtención de créditos no sólo proviene de instituciones públicas de promoción del desarrollo agropecuario, sino también de las mismas firmas agroindustriales; lo mismo sucede con la transferencia tecnológica.

⁵⁷ El impacto de la agroindustria en las remuneraciones tiende a ser menor en relación con otros sectores económicos. Ver Schejtman (1994: 151-154).

5.3.1. Agentes de la cadena agroindustrial

5.3.1.1. Productores primarios

Los productores primarios son todos aquellos predios agrícolas, generalmente familiares, que abastecen de materia prima básica a la agroindustria. Los ingresos del predio son los obtenidos mediante la venta de los productos agrícolas a la firma agroindustrial. La producción se logra con la utilización de insumos agrícolas y mano de obra familiar. Una característica de este tipo de organización económica es el no pago de salarios⁵⁸. El beneficio económico se obtiene de la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales. El capital de los productores primarios está conformado por la tierra y los instrumentos de trabajo.

Para la formalización de las relaciones recién mencionadas, suponemos que el productor desarrolla sólo un producto y utiliza un insumo. Con esta información podemos definir las siguientes relaciones:

i) Ingresos

$$IT_P = P_x X \quad (20)$$

Donde,

IT_P = ingresos totales

P_x = precio del producto agrícola

X = cantidad de producto

ii) Costos

$$CT_P = P^m M \quad (21)$$

$$C_{uP} = a P^m \quad (22)$$

Donde,

CT_P = costo total

⁵⁸ En estricto rigor y desde un punto de vista económico, el salario se debería representar explícitamente en los costos y, por lo tanto, en los beneficios del predio, dado que su cuantía corresponde al costo alternativo del trabajo. Sin embargo, lo anterior solo será válido si existen, efectivamente opciones de empleo en el campo. Por otra parte, de acuerdo con la economía convencional, este salario debería ser igual en un estado de asignación eficiente de recursos a la productividad marginal del trabajo, el cual corresponde, en teoría, al salario sombra. De esta manera, nuestra formalización es teóricamente válida sólo si la productividad del trabajo en el predio es igual o menor a cero, situación que no es inusual en la realidad.

P^m = precio del insumo agrícola

M = cantidad de insumo

C_{uP} = costo unitario de producción

$a = \frac{M}{X}$ = coeficiente de insumo-producto

iii) Beneficio

$$BT_P = IT_P - CT_P = P_x X - P^m M \quad (23)$$

Donde,

BT_P = beneficio total

iv) Competitividad precio-costo

$$IC_P = \frac{P_x}{aP^m} \quad (24)$$

v) Competitividad tasa de ganancia

$$g_P = \frac{P_x - aP^m}{k_P} \quad (25)$$

Donde,

g_P = tasa de ganancia

$k_P = \frac{K_P}{X}$ = coeficiente de requerimientos de capital por unidad de producto

K_P = valor del capital del productor

La competitividad de los productores primarios, medida por los indicadores de competitividad precio-costo, tasa de ganancia y participación de mercado, revelan que es bastante acotada.

Desde el punto de vista de la competitividad precio-costo, observamos que depende del precio de venta del producto primario, del coeficiente de insumo-producto y del precio de los insumos.

Si la participación de un predio en el abastecimiento de una firma agroindustrial es pequeña, lo más probable es que el precio de venta de quien produce sus productos será impuesto por la agroindustria, la cual gozaría de

un poder monopsónico, dando como resultado un margen nulo de maniobra por esta vía.

Sin embargo, en teoría, ese poder será menor mientras más diferenciado sea el producto primario. Esta diferenciación se puede dar tanto por calidad como por la especificidad del mismo. La capacidad de negociación de precio en favor del productor crecerá aun más si la cantidad de los productores de dicho producto es pequeña o según la organización de los productores. En un contexto de competencia, esta situación comentada puede no ser estable en el tiempo en la medida en que incentiva a la agroindustria a la integración, hacia atrás eliminando la competitividad eventual de los pequeños productores.

Con respecto al coeficiente de insumo-producto, su rendimiento parece ser bastante limitado en términos de magnitud, es decir, existe una aplicación de insumo óptimo desde el punto de vista técnico, más allá del cual se corre el riesgo de producir efectos no deseados tanto en la calidad del producto como en el rendimiento futuro de la tierra. Si esto es así, tampoco se vislumbra un aumento de la competitividad por esta vía.

Con respecto a los precios de los insumos, es claro que el productor individual no tiene ninguna posibilidad de negociar el precio, aun cuando, desde una perspectiva asociativa, sí puede disminuir los precios mediante descuentos por cantidad, lo que vendría a aumentar la competitividad de un amplio sector de pequeños productores.

Si se aborda la competitividad desde la perspectiva de la tasa de ganancia, se observa un elemento nuevo a partir del coeficiente de requerimiento de capital por unidad de producto. Una forma de aumentar la competitividad del pequeño productor consistiría en la disminución de este coeficiente, lo cual significaría aumentar la productividad del capital. Este proceso requiere de una capacidad mínima de acumulación, de manera tal que se pueda acceder a la tecnología superior y alcanzar economías de escala. El proceso tendría un impacto directo en la competitividad precio-costo del productor, disminuyendo los costos unitarios y aumentando por tanto su competitividad. Hay que tener presente, sin embargo, que tendrá éxito solo si se solucionan las debilidades estructurales de este sector social, mediante el aumento de sus dotaciones de conocimientos generales (alfabetismo) y la gestión empresarial, proceso que es bastante lento y engorroso en la práctica⁵⁹.

⁵⁹ Con esto no se quiere dar la impresión de que los problemas de la pequeña agricultura se resuelven por la vía del progreso técnico acotado al manejo predial. Reconocemos que el problema es mucho más complejo. Baste decir solamente que el desarrollo rural no depende únicamente del desarrollo agrícola; de hecho, este sector es sólo una parte del problema, y quizás no la más importante como se ha creído tradicionalmente. Para una reflexión en torno a este tema, consultar Schejtman (1999).

5.3.1.2. Agroindustria

La agroindustria representa a la unidad económica que tiene por objetivo transformar los insumos primarios compuestos por los productos agrícolas, los cuales son suministrados por los productores primarios para ser vendidos a los distribuidores o mayoristas. En su proceso productivo, la firma utiliza insumos agrícolas, industriales y de trabajo, los cuales, al combinarse con una tecnología determinada, dan como resultado un producto agroindustrial del cual se espera obtener un rendimiento o tasa de ganancia sobre el capital invertido. Además de los costos directos de producción, la firma debe incurrir en costos de distribución. El capital de la firma esta compuesto por el valor de sus activos físicos.

Para la formalización de las relaciones mencionadas anteriormente, suponemos que el productor desarrolla sólo un producto y utiliza sólo un insumo agrícola. Con esta información podemos definir las siguientes relaciones:

i) Ingresos

$$IT_T = P_Y Y \quad (26)$$

Donde,

IT_T = ingresos totales

P_Y = precio del producto agroindustrial

Y = cantidad de producto agroindustrial

ii) Costos

$$CT_T = P_x X + wL + CD \quad (27)$$

$$C_{uT} = cP_x + \frac{w}{b} + cd \quad (28)$$

Donde,

CT_T = costo total

w = salario de trabajadores de la agroindustria

L = cantidad de trabajadores

CD = costo de distribución

C_{uT} = costo unitario de producción

$c = \frac{X}{Y}$ = coeficiente de insumo-producto

$b = \frac{X}{L}$ = productividad física del trabajo

cd = costo de distribución por unidad de producto

iii) Beneficio

$$BT_T = IT_T - CT_T = P_Y Y - P_X X - wL - CD \quad (29)$$

iv) Competitividad precio-costo

$$IC_T = \frac{P_Y}{cP_X + \frac{w}{b} + cd} \quad (30)$$

v) Competitividad tasa de ganancia

$$g_T = \frac{P_Y - cP_X - \frac{w}{b} - cd}{k_p} \quad (31)$$

Donde,

$k_T = \frac{K_T}{Y}$ = requerimientos de capital por unidad de producto

K_T = valor del capital de la agroindustria

Desde el punto de vista de la competitividad precio-costo, observamos que esta depende del precio de venta del producto agroindustrial, del coeficiente de insumo-producto, del precio de los insumos agrícolas, del salario de los trabajadores, de la productividad física del trabajo y de los costos unitarios de distribución.

Los aumentos de la competitividad vía precio de venta dependen del poder de mercado de la firma, así como también de lo específico de su producto. De esta manera, en la medida en que las dos características mencionadas se reflejen efectivamente en el mercado, la firma tendrá un poder que le permitirá determinar sus precios vía el margen sobre sus costos variables. En caso contrario, el precio se puede tomar como un dato en el sentido de la competencia perfecta convencional, dando como resultado un margen nulo de maniobra por esta vía.

Pareciera que la variabilidad del coeficiente de insumo-producto es bastante limitada en términos de magnitudes, tal y como sucede en el caso de los

productores primarios. Aun cuando es posible aumentar la competitividad precio-costo reduciendo el coeficiente 'c' ello no será neutro desde el punto de vista de la calidad del producto, depende en definitiva del tipo de mercado en que participa la firma y de que tan exigentes sean los consumidores.

Notemos que la competitividad vía administración de 'c' no es independiente de la competitividad vía precio, debido a que los aumentos en una afectan a la otra, si suponemos que los productos de mayor calidad (o mayor coeficiente 'c') están asociados a una mayor diferenciación y, por lo tanto, a mejores posibilidades de determinación de precios.

Con respecto a los precios de los insumos, la competitividad de la agroindustria depende del poder que pueda ejercer hacia los pequeños productores, lo cual, a su vez dependerá de la situación de estos en relación con la agroindustria, tal y como se describió más arriba.

En general, la firma agroindustrial pareciera administrar efectivamente los precios de insumos básicos, limitando las posibilidades de acumulación del sector de la pequeña agricultura, por lo que es un factor de competitividad. Sin embargo, también existen situaciones en las cuales la relación descrita por nuestro modelo no se corresponde totalmente con la realidad. Así encontramos que, en la realidad, muchas firmas están integradas verticalmente hacia atrás al mismo tiempo que establecen relaciones con pequeños productores. Esta situación aumenta en la medida en que la firma agroindustrial abastece la demanda externa que le exige el cumplimiento de los plazos de entrega a costa de multas en caso de falla⁶⁰ y, también, en el caso de que el producto básico tenga altas exigencias de calidad para poder entrar en el proceso de transformación industrial⁶¹.

Otra fuente de competitividad de la agroindustria son los salarios pagados a los trabajadores. El aumento de la competitividad por esta vía depende del poder relativo de los trabajadores, de sus posibilidades de organización y de la especialización de sus labores. En un contexto rural en donde abunde el trabajo, y en la medida en que se requiera de escasa calificación, los salarios pagados serán efectivamente una fuente de competitividad con relación a otros países y, en particular, si se trata de países desarrollados. Este fenómeno se explica por factores culturales y de tendencia por cuanto los salarios son,

⁶⁰ También es frecuente encontrar esta situación en la industria de celulosa, harina de pescado y otros tipos de procesos industriales en que la demanda es fundamentalmente externa. Mediante la práctica de la integración vertical, las firmas disminuyen riesgos y potenciales pérdidas de mercados.

⁶¹ En esta situación, lo relevante son los costos de la integración versus los costos de la asesoría y el seguimiento tecnológico hacia los pequeños productores. En la medida en que los costos sean muchos, así aumentarán y, por lo tanto, la alternativa de la integración se hace más atractiva desde el punto de vista de la firma.

efectivamente, superiores en estos últimos que en los subdesarrollados. En el caso de que las labores requieran de una calificación alta o que la mano de obra rural sea escasa, los límites de la competitividad en materia de salarios serían claros.

Además de lo dicho en el párrafo anterior, y desde el punto de vista de los salarios, los límites de la competitividad dependerán de la productividad física del trabajo. En efecto, una productividad alta permitirá el pago de salarios altos. La productividad del trabajo depende, a su vez, de la capacidad tecnológica y de innovación que presente la firma. Si esta es alta, la productividad también lo será, viabilizando una competitividad sustentable a largo plazo.

El último elemento presente en la competitividad precio-costos son los costos de distribución, los cuales dependerán de la ventaja de localización de la firma respecto de otras. El análisis puede ser aun más complejo por cuanto existen distintas opciones utilizadas en la industria, tales como la subcontratación de esta actividad de la cadena del valor. Esta opción será más deseable siempre y cuando exista una mayor cantidad de firmas que ofrezcan el servicio de transporte en la localidad, lo cual podría traer como consecuencia un aumento de la competitividad de la firma agroindustrial mediante la subcontratación del servicio. Aun más, una firma podría ser más competitiva que otra a pesar de no contar con ventajas de localización en el caso de existir una oferta abundante del servicio. Con esto queremos decir que dicha ventaja dependerá del papel que desempeñe en la cadena del valor particular a cada firma y de las posibilidades efectivas de sustitución de esta actividad en la cadena de valor, y esto lo determina, en última instancia, el entorno geográfico en el cual está inmersa la firma.

Al abordar la competitividad desde la perspectiva de la tasa de ganancia, se observa un elemento nuevo a partir del coeficiente de requerimiento de capital por unidad de producto. Una forma de aumentar la competitividad de la agroindustria es disminuyendo este coeficiente, lo cual significaría aumentar la productividad del capital. Este proceso requiere una mínima capacidad de acumulación, con el fin de acceder a una tecnología superior y alcanzar economías de escala. Este proceso tendría un impacto directo en la competitividad precio-costos de la firma, disminuyendo los costos unitarios y aumentando por tanto su competitividad. Sin embargo, los aumentos en la escala de producción tiene límites. De hecho, una de las tendencias actuales es la reducción del tamaño de la planta, dado que esto traería como consecuencia una mayor flexibilidad y capacidad de respuesta ante un entorno competitivo en constante cambio. En este sentido, los aumentos de la productividad del capital no se agotan en una sola variante, como sucede con los aumentos de escala de producción, sino más bien en el aumento de *stocks* de tecnología que tiendan a la flexibilización de los procesos productivos.

5.3.1.3. Mayoristas

Los mayoristas son todos aquellos agentes que tienen por finalidad trasladar el producto agroindustrial a los supermercados o comerciantes detallistas. Para cumplir con su servicio, necesitan utilizar una infraestructura mínima compuesta de bodegas y tecnologías de conservación. Sus ingresos se componen del pago realizado por comerciantes detallistas y supermercados, y sus costos están dados fundamentalmente por el costo de compra del producto y los costos correspondientes al almacenamiento y el pago de salarios a los trabajadores. El capital del distribuidor está compuesto por el valor de su infraestructura.

Suponemos que el mayorista determina el precio de venta del producto en función de un margen sobre el precio del producto. Sus costos estarán dados sólo por el pago del producto a la agroindustria, de esta manera podemos definir las siguientes relaciones:

i) Ingresos

$$IT_M = P_{YM}Y \quad (32)$$

Donde,

IT_M = ingresos totales

P_{YM} = precio del producto

Y = cantidad de producto vendido

ii) Costos

$$CT_M = P_Y Y \quad (33)$$

$$C_{uM} = P_Y \quad (34)$$

Donde,

CT_M = costo total

C_{uM} = costo unitario del producto

iii) Beneficio

$$BT_M = IT_M - CT_M = P_{YM}Y - P_Y Y \quad (35)$$

Donde,

BT_M = beneficio total

iv) Competitividad precio-costo

$$IC_M = \frac{P_{YM}}{P_Y} \quad (36)$$

v) Competitividad tasa de ganancia

$$g_M = \frac{P_{YM} - P_Y}{P_Y} \quad (37)$$

Donde,

g_M = tasa de ganancia del mayorista

La competitividad de los mayoristas depende de dos elementos. Por una parte, depende de la relación que establezca con la agroindustria y, por otra, de la optimización de la cartera de clientes. Tenemos que tener presente que en el modelo sólo hemos incorporado a la agroindustria como cliente de este agente; sin embargo, este supuesto no es plausible en la realidad, dado a que este agente será un canal por el cual pasará no sólo este tipo de productos, sino muchos otros. En este contexto simplificado, la relación que establezca con la agroindustria se reflejará en la capacidad de administración del margen por parte del mayorista. En la medida en que este agente distribuya una cantidad importante de productos agroindustriales y las alternativas de distribución para la agroindustria sean pocas, su poder relativo será mayor a la hora de negociar precios.

Desde la perspectiva del precio de venta a minoristas y supermercados, la competitividad de los mayoristas depende, nuevamente, del poder relativo de cada uno de los agentes. A priori se puede plantear que las ganancias de competitividad por parte de los mayoristas son superiores con respecto a los comerciantes minoristas que con los supermercados. Es decir, los precios que pagan efectivamente los minoristas a los mayoristas son más altos y, por tanto, son una fuente de competitividad para los últimos. En el caso de los supermercados, la situación cambia debido, fundamentalmente, a las escalas de compra, lo cual dificulta la determinación de márgenes elevados por parte de los mayoristas.

Una situación difícil para la competitividad de los mayoristas se establece cuando los supermercados forman parte de cadenas cuya propiedad está

concentrada. Esta configuración implica que los precios de compra a los mayoristas son establecidos sin contrapeso por parte de las cadenas de supermercados, llegando a definir el futuro de los mayoristas si es que no se establecen medidas de regulación por parte de la autoridad económica. Esta situación es muy similar a la que se establece entre pequeños productores y la agroindustria, con la salvedad de que el poder económico de los mayoristas es superior a la de aquellos.

5.3.1.4. Comerciantes detallistas y supermercados

Los comerciantes detallistas y supermercados son todos aquellos agentes que tienen por finalidad vender el producto a los consumidores finales. Sus ingresos provienen de la venta del producto a los consumidores y sus costos están dados por el pago realizado al distribuidor mayorista y los que se derivan de la mantención de los productos en estanterías o bodegas.

Suponemos que el comerciante o supermercado determina el precio de venta en función de un margen sobre el precio mayorista del producto, y que los costos sólo corresponden a los de compra del producto. De esta manera podemos definir las siguientes relaciones:

i) Ingresos

$$IT_s = P_{ys}Y \quad (38)$$

Donde,

IT_s = ingresos totales

P_{ys} = precio del producto

ii) Costos

$$CT_s = P_{ym}Y \quad (39)$$

$$C_{us} = P_{ym} \quad (40)$$

Donde,

CT_s = costo total

C_{us} = costo unitario de venta

iii) Beneficio

$$BT_s = IT_s - CT_s = P_{YS}Y - P_{YM}Y \quad (41)$$

Donde,

BT_s = beneficio total

iv) Competitividad precio-costo

$$IC_s = \frac{P_{YS}}{P_{YM}} \quad (42)$$

v) Competitividad tasa de ganancia

$$g_s = \frac{P_{YS} - P_{YM}}{P_{YM}} \quad (43)$$

Donde,

g_s = tasa de ganancia de supermercado

La competitividad de los comerciantes minoristas y supermercados depende de la relación que establezcan con los mayoristas, de la optimización de cartera de la clientes y de los precios de los productos. Debemos tener presente que en el modelo sólo hemos incorporado productos agroindustriales. Sin embargo, este supuesto no es plausible en la realidad, pues el agente llevará a los consumidores finales no sólo este tipo de productos, sino muchos otros. En este contexto simplificado, la relación que establezca con los mayoristas se reflejará en la capacidad de administración del margen por parte del supermercado. En la medida en que este agente venda una cantidad importante de productos agroindustriales y las opciones de venta de los productos agroindustriales sean escasas, su poder relativo será mayor a la hora de negociar precios.

Desde la perspectiva del precio de venta al consumidor final, la competitividad de los supermercados depende, nuevamente, del poder relativo de cada uno de los agentes. A priori se puede plantear que mientras mayor sea el grado de especificidad del producto, mayores serán las ganancias de competitividad por parte de los supermercados. De ser ese el caso, el precio deberá ser más alto. Por el contrario, si el producto es más bien homogéneo el precio será menor, lo cual traerá como resultado márgenes grandes y pequeños respectivamente.

Cuadro 3: Síntesis de relaciones e indicadores de competitividad

Indicadores ente	Ingreso total (IT)	Costo total (CT)	Costo unitario (C _u)	Competitividad ad Precio-costos (P/C _u)	Competitividad Tasa de ganancia (g)	Participación de mercado
Productores primarios	$P_x X$	$P^m M$	$a P^m$	$\frac{P_x}{a P^m}$	$\frac{P_x - a P^m}{k_p}$	$\frac{X_i}{X_T}$
Agroindustria	$P_y Y$	$P_x X + wL + CD$	$c P_x + \frac{w}{b} + cd$	$\frac{P_y}{c P_x + \frac{w}{b} + cd}$	$\frac{P_y - c P_x - \frac{w}{b} - cd}{k_T}$	$\frac{Y_j}{Y_T}$
Mayoristas	$(1 + \tau^M) P_y Y$	$P_y Y$	P_y	$1 + \tau^M$	τ^M	$\frac{Y_h}{Y_T}$
Detallistas supermercados	$(1 + \tau^S)(1 + \tau^M) P_y Y$	$(1 + \tau^M) P_y Y$	$(1 + \tau^M) P_y$	$1 + \tau^S$	τ^S	$\frac{Y_z}{Y_T}$

Donde,

P_x = precio del producto agrícola

X = cantidad de producto agrícola

M = cantidad de insumos agrícolas

P^m = precio del insumo agrícola

$a = M/X$ = coeficiente de requerimientos de insumos por unidad de producto agrícola

$k_p = K_p/X$ = coeficiente de requerimientos de capital por unidad de producto agrícola

P_y = precio del producto agroindustrial

Y = cantidad de producto agroindustrial

w = salario de trabajadores de la agroindustria

L = cantidad de trabajadores en agroindustria

$c = X/Y$ = coeficiente insumo-producto (producto agrícola por unidad de producto agroindustrial)

$b = Y/L$ = productividad física del trabajo

$k_T = K_T/Y$ = coeficiente de requerimientos de capital por unidad de producto agroindustrial

τ^M = margen de beneficio de mayoristas sobre el precio de compra

cd = costo de distribución por unidad de producto agroindustrial

τ^S = margen de beneficio de comerciantes sobre precio de compra a distribuidores

i = producto individual

j = agroindustria individual

h = distribuidor individual

z = detallista o supermercado individual

T = total

5.3.2. Competitividad global de las cadenas agroindustriales

En esta sección analizaremos las interrelaciones entre los agentes integrantes de una cadena agroindustrial y flexibilizaremos algunos de los supuestos del modelo expuesto anteriormente.

En la sección precedente, dejamos bien establecido que, en términos económicos, las relaciones de poder de cada uno de los agentes se refleja en la capacidad de administrar precios, ya sea de los insumos, los servicios o del producto final.

En el caso de la agroindustria, es claro que dispondrá, en general, de una importante capacidad de administración de los precios de insumos agrícolas. Esta situación se explica por el poder monopsónico de la firma y el cual crece por la lógica misma de funcionamiento de la economía campesina⁶².

Desde la perspectiva del precio de venta, la lucha competitiva se centra en las relaciones que se establecen entre la agroindustria y los mayoristas, y entre estos y los supermercados. A priori se puede plantear que mientras más homogéneo sea el producto agroindustrial, más conflictiva será esa relación⁶³, puesto que el precio será una limitante para la competitividad, por cuanto el margen de administración del mismo será nulo.

Si asumimos que el producto es homogéneo, el precio al consumidor final es un dato desde la perspectiva de la firma. Entonces, la dinámica de la competitividad se centrará completamente en las relaciones de poder entre los agentes. En primer lugar, podemos observar, a partir de la relación expresada entre paréntesis, que el precio de venta al consumidor final del producto agroindustrial tiene una relación directa con todos los agentes de la cadena. En la medida en que la agroindustria es, efectivamente, un centro de poder, cualquier variación en alguna de las variables exógenas, como lo pueden ser los precios de los insumos y los costos de distribución (p. ej. alzas en el valor del petróleo), recaerá irremediabilmente en el pequeño productor y los demás agentes de la CA.

⁶² Este último elemento explicativo, sin embargo, no es crucial para nuestro argumento, dado que si bien el predio puede funcionar con una lógica capitalista o de acumulación, ello no cambia su posición de debilidad estructural frente a la agroindustria, debilidad causada por la atonicidad de la producción y la consecuente competencia entre los mismos pequeños propietarios, quienes de todas formas presionarán a favor de la baja de los precios de sus productos.

⁶³ Es importante notar que ello es válido o más plausible en un escenario de libre competencia entre los agentes, pues, como veremos, la relación cambio si es que el escenario competitivo es del tipo competencia-cooperación.

$$P_Y^C = (1 + \tau^S) \cdot (1 + \tau^M) \cdot \left\{ \overbrace{g_T k_T + c \cdot [g_P k_P + a P^M]}^{P_Y} + \frac{w}{b} + cd \right\} \quad (44)$$

P_X

El alza del precio de los insumos agrícolas tendrá por contrapartida una disminución en la tasa de ganancia de los pequeños productores, lo que evidentemente afectará su nivel de vida. En el caso de un alza en los costos de distribución, al empresario agroindustrial se le presentan tres opciones: ajustará su competitividad mediante la disminución de los precios de compra de insumos agrícolas, ajustará los salarios, o disminuirá el margen del mayorista aumentando su precio (P_Y). Cualquiera de las tres opciones tiene por objetivo mantener una tasa de ganancia estable. Claro está que ninguna de estas situaciones se verificará en la práctica si pensamos que la agroindustria está dispuesta a absorber los ajustes externos. Lo que la lógica económica dice no ocurrirá en un escenario de libre competencia entre firmas.

Una salida distinta a la presentada es la que se establece a partir de un escenario de competencia y cooperación. Este concepto tiene su origen en las configuraciones de la competencia que se han establecido a partir de los aglomerados o distritos industriales⁶⁴. Estos espacios competitivos se explican por el acuerdo tácito de sus integrantes de competir en cuanto a la innovación productiva y técnica, lo cual, en teoría, da como resultado cierta estabilidad en la tasa de ganancia para todos los agentes participantes y también una mejor distribución de los ingresos.

Una característica de estas configuraciones es la existencia y la interrelación de agentes que no sólo tienen que ver con el ámbito productivo propiamente tal, sino también con las instituciones de carácter comunal o regional tanto privadas como gubernamentales. Entre estas se encuentran los bancos o instituciones de crédito, las ONG, los servicios de apoyo a la producción como agencias consultoras en áreas de mercado y tecnológicas. Este último aspecto es de particular importancia dado que permite diversificar los riesgos inherentes a la inversión en el cambio tecnológico y beneficia a gran cantidad de agentes.

Así, en la configuración del tipo aglomeración, los ajustes competitivos son compartidos y no afectan ni recaen en el eslabón más débil de la cadena.

⁶⁴ Esta perspectiva de análisis de la competitividad, que se esbozó en la primera sección de este trabajo, es retomada con fuerza por OCDE y CEPAL, como un medio para aumentar la competitividad de los países subdesarrollados.

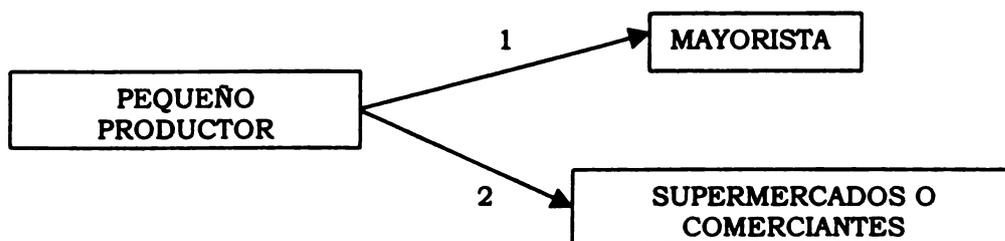
Además, se aprovechan importantes economías de aglomeración dadas por la cercanía y la confianza entre los agentes. Sin embargo, hay que tener presente que un requerimiento importante para la viabilidad de tales configuraciones es la homogeneidad relativa entre los actores en términos de poder social, económico y político.

5.3.3. Aspectos particulares de las cadenas agroalimentarias

Acuñamos el concepto de cadena agroalimentaria para llamar la atención sobre el hecho de que no toda la producción agrícola tiene como destino la agroindustria ni atraviesa un proceso de transformación industrial como el desarrollado en las secciones precedentes.

En el desarrollo del marco analítico de las CA, partimos del supuesto de que las relaciones eran las mostradas en la Figura 6, donde no existían “saltos” de los agentes. Al flexibilizar, este supuesto podemos establecer distintos tipos de configuraciones. En primer lugar, podemos establecer relaciones directas entre los productores primarios y los mayoristas, o los supermercados y comerciantes detallistas⁶⁵, tal y como se presenta en la siguiente figura:

Figura 7: Relación del pequeño productor con los mayoristas o con los supermercados y los comerciantes detallistas



En la situación (1), el pequeño productor vende su producto directamente a los mayoristas. En este escenario es importante establecer quién absorbe los costos de transporte. Una posibilidad es que sea el mismo pequeño productor el que realiza el traslado del producto al mayorista; otra posibilidad es que sea el mayorista el que va al predio a comprar el producto. En las dos situaciones, el pequeño productor parece estar en una posición de poder disminuida por las mismas razones vistas anteriormente. Eventualmente la posición puede desmejorar. Aun más debido a que, generalmente, el dinamismo de la demanda de productos básicos es menor que el de productos agroindustriales. De este

⁶⁵ Dicha situación establece de partida un cambio importante dado por la vinculación del pequeño productor a un mercado diferente, no ya de un producto agroindustrial, sino de un producto agrícola primario.

modo, cabe la posibilidad de que su potencial de venta sea menor que si le vende a las agroindustrias. Es decir, perdería competitividad vía precio y cantidad, además de que en la relación con la agroindustria es muy probable que las exigencias de calidad sean mayores, por lo que se generaría un plus en desarrollo tecnológico, imposible de lograr mediante la venta del producto a mayoristas.

Otro supuesto implícito en nuestro desarrollo es la existencia de sólo un nivel tecnológico en la agroindustria. Mientras se considere una configuración de las agroindustrias heterogéneas, la competitividad de cada una se manifestará en distintos coeficientes de insumo-producto y, por lo tanto, de productividad. Además es plausible suponer que las diferencias en tecnología se asocian, a su vez, con distintas escalas de producción, de manera que las firmas con tecnología superior al resto tendrán una capacidad de producción mayor. En ese sentido, la competitividad medida a partir del coeficiente de participación de mercado será superior para aquellas firmas. Con respecto a los indicadores de competitividad precio-costo y tasa de ganancia, no necesariamente se puede asumir a priori que ellos sean más elevados para las firmas de mayor nivel tecnológico. Un elemento crítico será el peso de los costos fijos en la estructura de costos y la utilización de las tecnologías de información por parte de cada segmento de las firmas.

Finalmente, no está de más decir que los factores del entorno son particularmente relevantes en el caso del análisis de la competitividad de las CA, en el mismo sentido en que fue analizado en secciones anteriores. Los factores del entorno son de vital importancia en cuanto al impacto que estos tienen en la competitividad de las CA y la capacidad de los agentes para aprovechar las economías externas.

6. Comentarios finales

Finalizaremos el presente trabajo con una discusión de los elementos expuestos en el documento, poniendo énfasis en las limitaciones del análisis y de los temas, que si bien son importantes, no se desarrollaron por motivos de tiempo y espacio. Algunos de ellos requieren de trabajos específicos, tal es el caso de la vasta área vinculada al desarrollo tecnológico, el nivel de bienestar y calidad de vida de la población y la valoración de los costos sociales, todos ellos íntimamente ligados al análisis de la competitividad. A continuación desarrollaremos escuetamente algunas ideas intuitivas que permitan un estudio posterior de los temas mencionados.

6.1. Competitividad nacional versus competitividad empresarial

En el mundo actual, la competitividad es un imperativo social. No es un objetivo *per se*, sólo se convierte en uno en la medida en que ello contribuya a aumentar el bienestar de la población; a mejorar la calidad de vida.

En la exposición de los temas nos hemos estado refiriendo a la competitividad enfocados en las firmas y la interacción que establecen en el marco de la lucha competitiva en los mercados. Sin embargo, detrás de las firmas están las personas, los ciudadanos. Una mirada superficial podría inducirnos a pensar que la sociedad como un todo estará mejor, alcanzará un nivel de vida superior en la medida en que las firmas o el país es más competitivo. A nuestro parecer, lo anterior no es necesariamente cierto.

Las personas que participan en las firmas son obreros, secretarias, profesionales, etc. Sin embargo, reducir a las personas a la categoría de trabajadores no puede tomarse como criterio para afirmar, mecánicamente, que a mayor competitividad, mejor estará la sociedad. Por el contrario, en algunos pasajes de este trabajo hemos tratado de demostrar que la competitividad empresarial muchas veces implica lo opuesto para los trabajadores, y más aun si ampliamos el concepto a ciudadanos. Lo anterior es particularmente cierto en los países subdesarrollados.

Los vínculos entre competitividad y bienestar o calidad de vida no han sido estudiados., En los textos y la literatura consultada no se hace ninguna referencia sobre el asunto, a no ser que sea del tipo mecánico y superficial que mencionamos. En ese sentido, existe una falta notable de rigor y análisis. En los textos revisados tampoco se menciona la relevancia social de la competitividad en términos de pobreza y desigualdad social, ni las condiciones del mercado laboral en aquellos sectores y países que técnicamente son considerados competitivos. La teoría neoclásica plantea que los frutos del crecimiento son los que permiten la reducción de la pobreza, pero tal como se planteó, es posible que países con sectores altamente competitivos estén conviviendo con sectores altamente deprimidos o con fuertes rasgos de desigualdad social. Creemos que es en este punto en donde se debería realizar una indagación respecto a la otra cara de la competitividad.

No se puede plantear que un país es competitivo porque su productividad está sobre la media mundial, si al mismo tiempo existe una tasa de desocupación sobre la media mundial. Tampoco es razonable decir que un país es competitivo porque su coeficiente de exportaciones es elevado, si sus exportaciones provienen, en gran medida, de los recursos naturales primarios; tampoco se puede decir que el país es competitivo mientras ostenta los más bajos niveles de salario medio, o la más desigual distribución del ingreso; tampoco se es competitivo cuando dicha competitividad se funda en la exteriorización de los costos que finalmente paga la sociedad, generalmente los más pobres.

La competitividad basada en algunos de los factores mencionados corresponde a las ventajas comparativas estáticas, distintas a las ventajas competitivas. En este sentido, podemos clasificar a los países en aquellos en donde existe una correlación positiva con el bienestar o la calidad de vida de sus habitantes, los cuales serían competitivos en un sentido positivo, y aquellos en donde existe una correlación débil o negativa, y los cuales "gozarían" de una competitividad espuria. Realizar un ejercicio como el propuesto no está exento de problemas teóricos y metodológicos, pero consideramos que abordar el problema representa una necesidad social para no caer presa fácil en el discurso dominante tan publicitado tanto a nivel cotidiano como académico.

6.2. Sendas posibles hacia la competitividad⁶⁶

La incorporación creciente de las economías en el mercado mundial plantea importantes retos en términos de competitividad. En la lucha competitiva se pierde o se gana, no todos los sectores de un país pueden ser competitivos. En este sentido, es importante visualizar el impacto que la globalización de las economías tiene en los distintos sectores o industrias.

En el contexto de una economía cerrada los márgenes de maniobra de las firmas son distintos a los de una economía abierta. En una economía cerrada, las posibilidades de administración de precios son mayores, dado que la rivalidad de la competencia es menor. Además, los impactos de cambios en los determinantes de la tasa de beneficio son fácilmente traspasables a precio, de manera tal que la tasa de beneficio se mantenga inalterada.

Es posible analizar la competitividad a partir de la Figura 8. Primero definimos un espacio factible para las firmas que en el límite operarán sólo si su tasa de beneficio es igual o superior a cero⁶⁷ (o una relación precio-costos igual a uno). Esto se representa por medio de la línea discontinua. Además, consideramos una tasa media de beneficio (ρ) como punto referencial, de este modo el espacio factible de operación de las firmas se divide en dos áreas. En una se ubican las firmas con una tasa de beneficio superior a la media y en la otra las que tienen una tasa entre la media y cero.

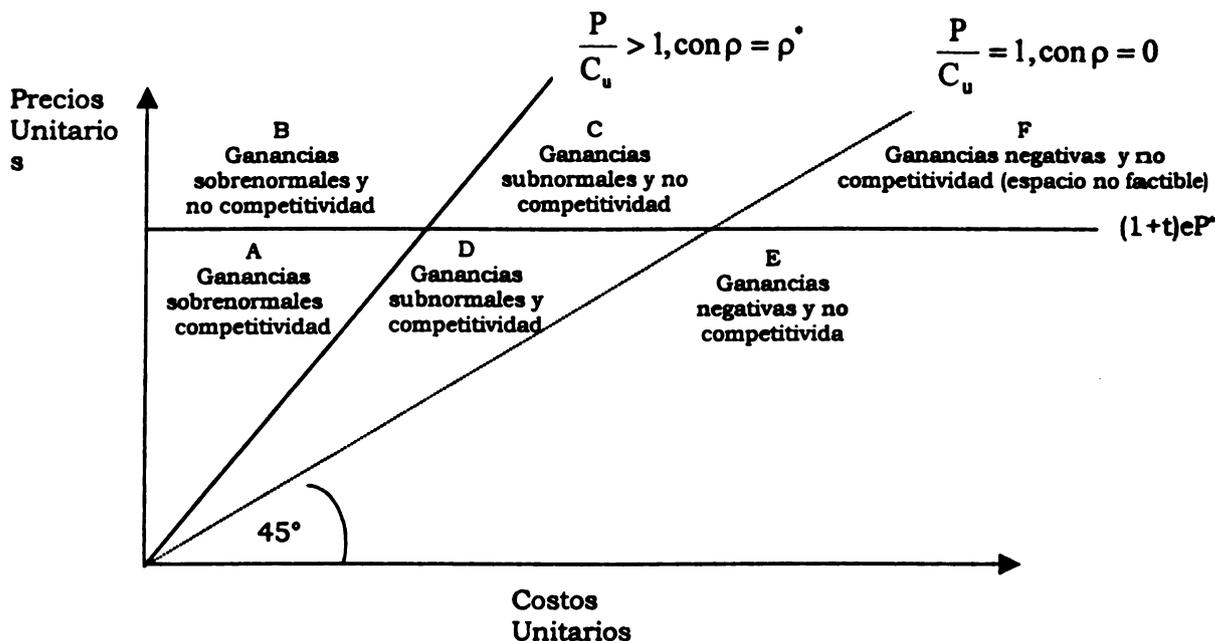
Al considerar los precios internacionales, se clasifican las firmas de acuerdo con su condición competitiva. Así, las áreas A y D representan espacios de competitividad que se diferencian por su capacidad de acumulación la cual

⁶⁶ Esta reflexión se basa en parte en el trabajo de Agacino (1996).

⁶⁷ La aseveración, como veremos, es parcialmente cierta dado que existen "firmas" que operan con tasa de beneficio negativa. Tal es el caso de las pequeñas empresas y los predios englobados en la categoría de economía campesina, donde la categoría de salario no tiene la relevancia que se observa en las firmas típicamente capitalistas. De esta manera, el "beneficio" económico se obtiene por residuo entre lo que ingresa por ventas y lo que sale por concepto de materias primas básicas; el objetivo primario de estas unidades productivas es la supervivencia.

depende de la tasa de beneficio. A su vez, las áreas B y C representan espacios de no competitividad. En el espacio E se ubican las unidades productivas que tienen por objetivo la sobrevivencia, no poseen capacidad de acumulación y muchas veces pueden caer en dinámicas de des-acumulación. Finalmente, tenemos el espacio F que consideramos no factible en un contexto de apertura externa, donde los bienes o productos potenciales enfrentan precios internacionales en moneda doméstica inferiores a los que pueden ofrecer, lo cual plantea una fuerte limitación de demanda.

Figura 8: Tasa de beneficio y competitividad



Visto de esta forma, las firmas competitivas se ubicarán en el espacio A. Son las que presentan mayores posibilidades de acumulación y, por lo tanto, de mejorar y mantener su competitividad. A partir de la Figura 8 se aprecia que no todas las firmas ganan en la lucha competitiva de un contexto de economía abierta. De hecho, la competencia configura una dinámica de selección, donde hay ganadores y perdedores, y la competitividad del país depende del equilibrio entre los que ganan y los que pierden (Arjona, 1995: 447). A pesar de esto se debe reconocer que la mantención de la condición de competitividad no es segura: así como se tiene en un momento, se puede dejar de tener en otro.

La apertura de las economías al comercio internacional plantea límites a la dinámica de la competitividad de las firmas. Existen límites externos e internos a la competitividad. Los límites externos están dados por los precios internacionales, sobre los cuales, en un escenario cercano a la competencia perfecta, las firmas nacionales no podrán ejercer control. Los límites internos están dados por la tasa de beneficio y sus determinantes, donde cobra vital

importancia el costo salarial, pues no está determinado por el mercado internacional, es decir, no se trata de un bien transable como es el caso de los insumos⁶⁸.

En una perspectiva dinámica, la única forma de entrar en una senda de competitividad que no aspire a la competencia espuria es por medio del desarrollo técnico que posibilite mayores niveles de producción. Esto permitiría aumentos salariales, mayor recaudación de impuestos que tengan como objetivo fortalecer la educación, los servicios de salud y los centros de desarrollo científico y tecnológico, y que permitan, en definitiva, disminuir el número de firmas ubicadas en las áreas D y E. Otras salidas llevan a perpetuar, con mayor o menor énfasis, consciente o inconscientemente, una competitividad espuria que tiene que ver más con la competitividad empresarial que con la competitividad del país.

Para avanzar por una senda de competitividad verdadera se requiere de arreglos sociales que permitan flexibilizar los límites internos, particularmente la expectativa de beneficio en el corto y mediano plazo por parte del empresariado. Depende, en definitiva, de las fuerzas sociales, culturales y políticas, porque la competitividad es un imperativo social y su consecución no tiene que ver con aspectos técnicos sino, fundamentalmente, con acuerdos sociales de largo plazo.

⁶⁸ Agacino, 1996: 186-194.

XI. INDICADORES

Existe en la actualidad una gran cantidad de indicadores que miden diferentes componentes de la competitividad. Tales indicadores pueden estar orientados a medir elementos correspondientes a diferentes unidades de análisis: el país, la región y la empresa.

Al nivel de país, se encuentran indicadores tales como la Participación Global del País, la Participación Global dentro de Bloques Comerciales, la Participación Global del Sector, la Participación de Mercado Relativa, así como indicadores socioeconómicos.

Para la región, los indicadores pueden dividirse en cuatro grupos, los referidos a distancia, a infraestructura de apoyo a la producción, a la base de recursos naturales y a la infraestructura social. Así por ejemplo, el indicador de tipo y estado de las vías de comunicación terrestre, se encuentra dentro del grupo de indicadores referidos a infraestructura de apoyo a la producción.

En el ámbito de la empresa, los indicadores pueden clasificarse según el objeto de su medición. De esta forma, se conforman los siguientes siete grupos: relacionados con precios, de distorsiones de precios, de costos, de beneficios, de participación de mercado, de productividad y los holísticos. A parte de los anteriores se encuentran los referidos a factores espaciales como la distancia.

Independientemente de la calificación que se le otorgue a cada indicador, la selección de los mismos para el análisis de competitividad debe valorarse de acuerdo a tres elementos¹: su contribución a las finalidades del análisis sectorial, su calidad y su disponibilidad.

- Contribución a las finalidades del análisis sectorial: este criterio hace referencia a la pertinencia y a la capacidad informativa de cada indicador.
- La calidad de los indicadores: la elección de un indicador debe estar basada en su validez, es decir, medir efectivamente lo que él se entiende que mida. Lo ideal, es que este sea específico, fiable, preciso y sensible al cambio. Debe estar basado en métodos de medida estandarizados que aseguren la comparabilidad de los valores obtenidos.
- Disponibilidad de los indicadores: Los indicadores pueden provenir de diferentes fuentes, por lo que la disponibilidad de los datos puede que no sea un problema. La dificultad reside en la detección, compilación y recolección de los datos indispensables a través de los trabajos de

¹ CIDI, 1998.

campo, búsqueda bibliográfica, experimentos, entrevistas y otros medios.

1. Indicadores relacionados con precios (IRC)

Los precios poseen información acerca de la escasez o abundancia de un bien determinado, pero también reflejan el incentivo relativo para producir, comerciar o consumir diferentes bienes². Sin embargo, los indicadores de competitividad relacionados con precios sufren de dos desventajas principales: examinan sólo una dimensión de la competitividad, la del precio del productor, y sólo criterios ad hoc han sido ofrecidos para escoger entre ellos³.

1.1. Diferencial de precios: locales – importaciones (DPLM)

Una medida específica de precios es⁴:

$$(1) P - PM,$$

donde "P" es el precio local del productor de un bien, y "PM" es el precio de las importaciones, ambos convertidos a una moneda común. Valores negativos de (1) son indicativos de no-competitividad nacional. Los precios de las importaciones pueden calcularse como un promedio ponderado de los precios de los importadores en el mercado local, convertidos a unidades de moneda local.

Este indicador tiene como desventaja que "P" no siempre se encuentra disponible para bienes agrícolas al nivel del productor.

1.2. Diferencial de precios: locales – exportaciones (DPLX)

Otra medida de precios por el lado de exportaciones es⁵:

$$(2) PX - PCX$$

donde PX es el precio de exportación de un país y PCX mide los precios ponderados de las exportaciones de oferentes competidores en los mercados a los cuales el país exporta, todos convertidos a la moneda en la cual se mide PX.

2 Barreyro, 2000.

3 Hertford y García, 1998: 3.

4 Idem.

5 *Op. Cit.*, 1998: 4.

1.3. Comparación de precios locales-internacionales (CPLI)

Se toma el precio internacional del bien⁶ (por ejemplo en U.S. dólares), se multiplica por el tipo de cambio existente, se divide por el deflator implícito del PNB, y se compara a través del tiempo con los precios locales prevalecientes (del consumidor o del productor). Este índice ha sido recomendado sobre la base del hecho de que “las condiciones que prevalecen en mercados internacionales (a través de precios internacionales) están combinadas con condiciones prevalecientes en mercados internos (a través del tipo de cambio y del nivel interno de precios)”⁷.

La preocupación⁸ de evaluar la competitividad vía precios se ilustra por la gran importancia que se otorga a la elasticidad de la demanda de exportación para productos agrícolas, la proliferación de modelos de comercio contruidos con elasticidades estimadas y sintetizados con poca o nada atención a la estructura de mercado y otros temas de competitividad, y la confianza en la transmisión de las elasticidades precio para capturar los impactos complejos del comercio y las políticas agrícolas domésticas en la estructura de mercado, crecimiento tecnológico y eficiencia técnica.

Sin embargo, muchas veces el precio⁹ es menos importante que otras características del producto, en lo referente a las decisiones de compra del consumidor. Por otra parte, en las exportaciones de bienes procesados el precio puede ser un factor importante ya que las tarifas usualmente escalan a medida que el nivel de procesamiento aumenta.

1.4. Indicador de Competitividad (IC)

El Indicador de Competitividad (Commonwealth of Australia) se concibe como una medida de la competitividad de la producción en relación con las importaciones con las cuales se compite.

Este indicador se compone de tres índices:

- Costo unitario de la mano de obra: es la razón del costo unitario de la mano de obra en el sector no-agricultor de la economía (que se calcula

⁶ Idem.

⁷ Gutterman, 1994, Citado por Hertfor y García, 1998: 5. Traducción del autor.

⁸ Abott y Bredahl, 1992: 14.

⁹ Reed, 1992: 4.

como la razón de los salarios no agrícolas y los suplementos – ganancias extras – al producto bruto no agrícola) al tipo de cambio promedio ponderado ajustado por el índice del costo unitario de la mano de obra estimado para el sector manufacturero de los principales socios comerciales.

- **Índice de Precios al Consumidor:** es la razón del índice de precios al consumidor al promedio ponderado del tipo de cambio ajustado por los índices de precios al consumidor de los principales socios comerciales.
- **Deflator de precios implícito del PNB:** es la razón del deflator del PNB al promedio ponderado del tipo de cambio ajustado por los deflatores del PNB de los principales socios comerciales.

Los índices aproximan un tipo de cambio real, que es una tasa de cambio ajustada por diferenciales de precio/costo. Un aumento (disminución) en un índice de competitividad señala un deterioro (mejora) en la competitividad.

1.5. Otros indicadores de precios

Existen otros indicadores de competitividad basados en los precios, los cuales son mucho más complicados¹⁰, ya que emplean diferentes ponderaciones y precios adicionales. Estos indicadores son análogos a (1) y (2), por ejemplo, a PCX en (2) puede incluirse no sólo los precios de exportadores competidores, sino también de los productores locales.

2. Indicadores de Distorsiones de Precios (IDP)

Los impuestos¹¹ a las exportaciones, los aranceles, subsidios al productor y al consumidor, impuestos y subsidios a los factores de producción, un tipo de cambio sobrevalorado, y otras intervenciones de política directa al comercio, producen eficiencia y beneficios en los costos, lo cual afecta la posición competitiva de los productores en un país en relación con la de sus competidores en otros países que no tienen tales distorsiones. Un punto importante es que estos indicadores no tienen como intención medir la competitividad, pero sí traen implicaciones importantes para la competitividad.

Tanto la EPR, la PSE como la ERA requieren de un esfuerzo sustancioso para ser estimados, por lo que es inusual para los analistas proveer

¹⁰ Hertford y García, 1998: 4.

¹¹ Hertford y García, 1998: 5.

estimaciones en un país para más de algunos puntos en el tiempo. Ello lleva a obtener un análisis estático de las distorsiones, lo cual le resta utilidad en sus implicaciones para la competitividad.

2.1. Tasa Nominal de Protección (TNP)

La tasa nominal de protección¹², TNP (siglas en inglés: NPR, nominal rate of protection), es el indicador de distorsión de precio más sencillo. Se define como la razón del precio doméstico de un bien a su precio borde (precio de una exportación o una importación convertida en moneda local), utilizando el tipo de cambio oficial, menos 1.0.

$$PD / PB^*$$

A menos que el tipo de cambio esté también distorsionado, un $NPR > 0$ indica que los productores están protegidos (y los consumidores tienen impuestos) y un $NPR < 0$ indica que los productores tienen impuestos y los consumidores son subsidiados.

2.2. Tasa Efectiva de Protección (TEP)

La tasa efectiva de protección¹³, TEP (siglas en inglés: EPR, Effective Protection Rate), es más comúnmente utilizada como medida de distorsión de precios, ya que éste hecho puede también afectar a los factores de producción.

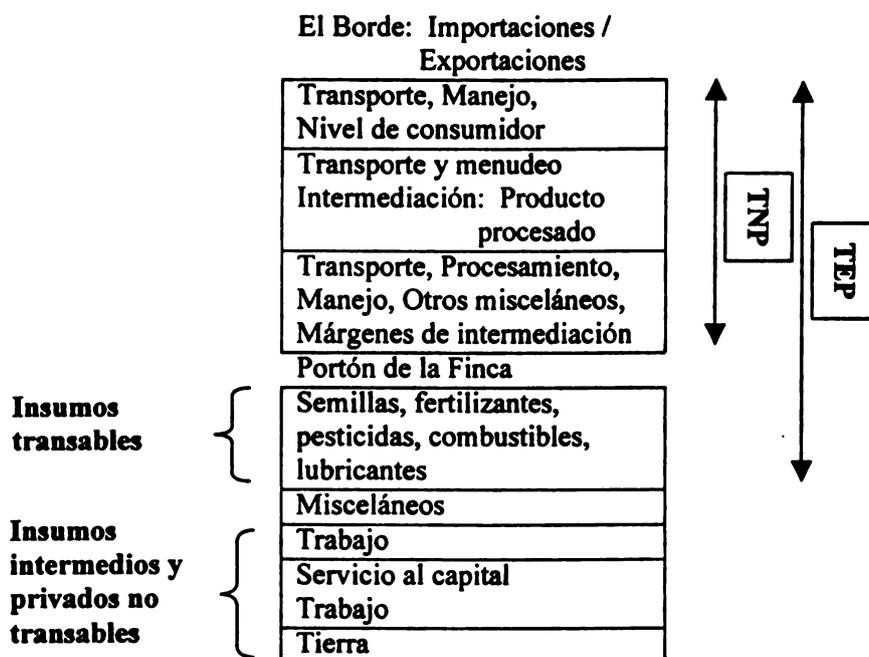
Se define como la razón del valor agregado de un bien, evaluado a precios domésticos, a su valor agregado a precios mundiales, todos convertidos a precios domésticos equivalentes menos 1.0. Si el tipo cambio oficial está desviado de la tasa de equilibrio, se necesitan hacer ajustes en la EPR, resultando en lo que ha sido determinado como EPR real. Si los factores de producción importados tienen aranceles, por ejemplo, la EPR sería inferior a la correspondientes NPR¹⁴.

El análisis de la competitividad basado en la Tasa Nominal de Protección o en la Tasa Efectiva de Protección, debe contener un estudio que incluya al menos¹⁵:

12 Idem.
* Precio Borde
13 *Op. Cit.*, 1998: 6.
14 Idem.
15 Barreyro, 2000.

- Un estudio de los costos de producción al nivel de finca, procesamiento y transporte.
- Un estudio de paridad o precios de frontera para los productos involucrados, tomando en cuenta si son de exportación o importación.
- Un análisis de las condiciones macroeconómicas referidas a la tasa de cambio, las correcciones de ajuste al valor económico de los precios internos, la situación arancelaria y tributaria de los productos en cuestión, entre otras.

Representación del Coeficiente de Protección



2.3. Subsidio Equivalente al Productor (SEP)

El Subsidio Equivalente al Productor¹⁶, SEP (siglas en inglés: PSE, Producer Subsidy Equivalents), toma en cuenta las transferencias directas del gobierno a los productores.

Evalúa las diferencias en el valor agregado nacional e internacional, agregado en los valores de transferencias a través de pagos deficientes y

¹⁶ *Op. Cit.*, 1998: 6.

mecanismos de no precio pagaderos a los productores de un bien, y dividido por el valor de la producción a precios domésticos.

2.4. Subsidio Equivalente al Consumidor (SEC)

2.5. Tasas Efectivas de Asistencia (TEA)

De la misma forma que el SEP, la Tasa Efectiva de Asistencia¹⁷, la TEA (siglas en inglés: ERA, Effective Rate of Assistance), toma en cuenta las transferencias directas del gobierno a los productores.

Evalúa las diferencias en el valor agregado nacional e internacional, agregado en los valores de transferencias a través de pagos deficientes y mecanismos de no precio pagaderos a los productores de un bien, y dividido por el valor de la producción a precios domésticos y el valor agregado a precios internacionales.

3. Indicadores de costos

El uso de costos comparativos aún se considera central al evaluar la competitividad basada en la ventaja comparativa. Sin embargo, no existen estudios que apliquen la teoría correctamente. Utilizar las diferencias en costos como un indicador de competitividad es considerado errado, ya que tales diferenciales permiten inferir poco acerca de competitividad. Inclusive, un país con una desventaja absoluta en costos en todos sus bienes homogéneos, todavía podría ser competitiva en los mercados internacionales concentrándose en los productos que tienen la menor desventaja absoluta en costos, ya que el costo de oportunidad de llevar a cabo tal actividad es menor que en otros países.

En muchos casos, inferencias sobre competitividad basadas en un análisis de costos comparativos sólo comparan las diferencias en insumos seleccionados. Diferenciales en costos de mano de obra, costos de materiales intermedios o capital, constituyen medidas parciales de costos¹⁸.

Una desventaja de las razones de costos¹⁹ es que no cuentan toda la historia. Por ejemplo, la competitividad de los ingresos netos de una empresa se ve afectada asimismo por los precios recibidos (los cuales deben ser muy diferentes entre una región y otra), por tipos de cambio que

¹⁷ Idem.

¹⁸ Anotoine y Taylor, 1993.

¹⁹ *Op. Cit.*, 1998: 7.

pueden estar no relacionados con competitividad, por la escala de la empresa, y los costos de oportunidad de hacer negocios en la agricultura preferiblemente que en el sector urbano-industrial, el cual varía ampliamente en las Américas.

Las medidas tradicionales basadas en costos evalúan únicamente la competitividad en términos absolutos²⁰.

3.1. Razón de costos: domésticos – externos (RCDE)

Este indicador²¹ hace alusión a la razón de costos domésticos por unidad de producto a los costos de un bien de un país específico. En las Américas, el país que más se ha utilizado para tales análisis, ha sido Estados Unidos, ya que regionalmente es considerado como un punto importante de referencia en materia de competitividad.

Sin embargo, el hecho de comparar los costos de producción²² entre países para obtener conclusiones sobre competitividad o sobre ventajas comparativas, es quizás la mayor violación a la teoría económica.

David Ricardo argumentó que la ventaja comparativa significa comparar los costos relativos y no los absolutos. Hechscher y Ohlin llaman la atención sobre el hecho de que los costos de producción no son fijos, que pueden variar con los niveles de producción. El análisis popular a menudo sugiere que si un país presenta altos costos en la producción de un bien, éste debería abandonar ese producto. El análisis económico moderno sugiere que la productividad de los factores y el costo marginal pueden variar con el nivel de producción. Por tanto, al disminuir la producción, un país podría aumentar su competitividad. Por otra parte, el reconocimiento de las economías de escala es otro factor importante, cuyo argumento llevaría a costos crecientes para ganar competitividad.

Tampoco el costo de la mano de obra²³ se constituye como único determinante de la ventaja comparativa. Todos los componentes del valor agregado, incluyendo las retribuciones al capital, los impuestos y habilidades gerenciales, reflejan diferencias nacionales que guían hacia la ventaja comparativa. Tanto las teorías sobre comercio como sobre el desarrollo económico regional sostienen que la producción no debe dirigirse a donde se encuentran los salarios más bajos, existen una gran cantidad de factores adicionales que también importan para la localización

²⁰ Antoine y Taylor, 1993.

²¹ *Op. Cit.*, 1998: 6.

²² Abott y Bredahl, 1992: 3.

²³ *Idem.*

de las empresas, como por ejemplo, costos de los otros factores, disponibilidad de recurso humano calificado, infraestructura, competencia local y calidad de vida.

3.2 Costo de los Recursos Domésticos (CRD)

El indicador de Costo de los Recursos Domésticos²⁴, CRD (siglas en inglés: DRC, Domestic Resource Costs) produce un único valor que refleja la ventaja competitiva, denominado razón del costo de los recursos, RCR, calculado como los costos de bienes domésticos no transables (principalmente capital físico, tierra y factor humano) dividido entre los ingresos de los productos transables menos los costos de los factores transables.

Si el RCR²⁵ se encuentra entre cero y 1.0, evidencia la existencia de “ventajas competitivas”, porque el valor de los recursos domésticos utilizados en la producción es menor que el valor de las divisas que se ganan. Si el RCR es negativo, los costos de los transables exceden los ingresos del producto y existe una desventaja en la producción. Si el RCR es mayor que 1.0, el valor de las divisas obtenido no es suficiente para cubrir los costos de los factores domésticos no transables. Por lo tanto, los RCRs constituyen indicadores de la eficiencia con la cual cada producción utiliza alternativamente los recursos domésticos para generar divisas.

CRD no sólo provee una medida consistente teóricamente de la posición competitiva de una empresa en un mercado dado, sino que permite la identificación y análisis de factores que influyen la habilidad de una empresa para mantener o mejorar su posición competitiva²⁶.

VENTAJAS DEL CRD²⁷

Al evaluar los recursos domésticos a valor sombra, y el producto y los factores importados a precio de no intervención, el CRD resulta consistente con el concepto de ventaja comparativa. De hecho, bajo el supuesto de país pequeño junto con otros supuestos referentes al mercado doméstico, el CRD pueden en teoría servir como medida válida de la ventaja comparativa. A pesar de que tales condiciones teóricas no son satisfechas en la realidad, sirven para establecer una base clara para el uso del CRD como una medida de competitividad.

²⁴ Hertford y García, 1998: 7.

²⁵ *Op. Cit.*, 1998.

²⁶ Antoine y Taylor, 1993.

²⁷ Antoine y Taylor, 1993. Volume I.

El CRD permite identificar y analizar las fuentes de no-competitividad, permite evaluar lo que se denomina verdadera y la falsa competitividad. Al calcularse en base a valores sombra domésticos y precios de no-intervención, se puede determinar si una empresa es verdaderamente competitiva (basada en valoraciones de los productos y de los insumos no distorsionados) o es falsamente competitiva (cuando varias intervenciones al mercado se combinan para permitirle a una empresa producir de forma rentable en términos de precios de mercado, pero que presentan retornos negativos cuando se evalúan a precios de no intervención).

Las estimaciones del CRD también pueden ser usada para la evaluación de la competitividad, tanto ex-ante como ex-post, y sus requerimientos de datos son moderados. Por tanto, la medida es versátil como una herramienta analítica para evaluar la competitividad y su costo efectivo.

Sin embargo, el CRD por sí solo provee una evaluación parcial de la competitividad, por tanto, debe su estimación debe ser interpretada en conjunto con otros factores de importancia.

Sin embargo, se considera que el indicador DRC²⁸ es una medida imperfecta de competitividad, principalmente por dos razones. Primero, porque es difícil de estimar, tanto en cuanto a los datos como a la mano requerida; las estimaciones de los costos unitarios de muchos factores no transables son difíciles de realizar, especialmente para los costos de tierra. Segundo, y más importante, es estático y no dinámico, ya que la ventaja competitiva (o comparativa) es generalmente definida sólo para un punto en el tiempo.

3.3 Cuasirentas (CR)

El concepto de "cuasi rentas"²⁹ se concibe como los ingresos brutos de una empresa menos sus costos variables totales. También corresponde al área sobre la curva de oferta de corto plazo de una empresa por encima del precio recibido por el productor. De tal forma el concepto de cuasi-rentas es:

$$(1) CR = PQ - CVT$$

donde:

PQ son los ingresos brutos (el precio recibido por el productor por unidad de producto, multiplicado por la cantidad vendida) y

28 Idem.

29 Idem.

CVT son los costos variables totales, costos que pueden evitarse si se decide no producir en un año particular o en un ciclo productivo.

Debido al hecho de que las estimaciones de los costos variables totales para la empresa promedio generalmente no están disponibles, excepto a través de estudios de costos de producción (los cuales son llevados a cabo de manera no frecuente en ciertos puntos en el tiempo). Por tanto, la ecuación (1) se transforma en la siguiente expresión:

$$(2) CR = PQ (1-S)$$

donde:

S representa la contribución de los costos variables totales a los ingresos brutos.

Sin embargo, los datos de "PQ" por lo general no son accesibles para un número de años para la empresa promedio. Debido a ello, la expresión (2) se describe de la siguiente forma:

$$(3) CR = PR (1-S) T,$$

donde:

R es la producción promedio estimada para todas las firmas en una industria y

T es la cantidad promedio de tierra cultivada o cosechada por las firmas incluidas en el valor promedio de "R". Para empresas de ganadería, "T" estaría expresado en términos de unidades de animal para la empresa promedio.

Finalmente, la expresión (3) es deflatada a través del tiempo, usando el promedio anual salarial ajustado por el empleo en el sector urbano-industrial (promedio salarial anual para el empleo en el sector urbano-industrial multiplicado por la tasa de empleo urbana-industrial), denotada como W:

$$(4) CR^* = P R (1 - S) T / W$$

Además de deflatar las cuasi-rentas, esta transformación permite realizar comparaciones entre países, ya que CR* es un índice.

Para una empresa en un país, el índice se compone de cuatro partes: (a) los valores capitalizados del numerador de (4) para 1984 a 1995 (en el caso del estudio realizado), (b) los valores futuros descontados del numerador de (4) para el año 2005, (c) los valores capitalizados del denominador de (4) para 1984 a 1995, y (d) los valores futuros descontados del denominador

de (4) para el año 2005. La tasa de interés utilizada es del 10%. El índice completo de competitividad corresponde entonces a:

$$(5) \frac{(a)+(b)}{(c)+(d)}$$

Si los datos acerca del futuro no son robustos, o son sólo proyecciones de tendencias pasadas, el índice debe ser simplificado y definido de la siguiente forma:

$$(6) (a)/(c)$$

Si (5) o (6) es negativo, ello indica una empresa no competitiva; si se está entre cero y 1.0, califica a una empresa marginalmente competitiva. Si es mayor que 1.0, se trata de una empresa competitiva.

Posteriormente se examina un indicador relacionado que reemplaza "W" en el denominador de (4) por el tipo de cambio del dólar norteamericano, o la moneda local del país por dólar, "X". Ello produce para un país el equivalente de sus cuasi-rentas en U.S. dólares.

4. Indicadores de beneficios

4.1 Valor Agregado (VA)

El valor agregado (VA)³⁰ constituye una medida del éxito o fracaso de una firma o producto en el comercio. El valor agregado toma en cuenta los ingresos de la mano de obra, del capital y del gobierno, quienes son los entes a quienes les concierne la competitividad directamente. Este concepto es importante porque no sólo determina si las empresas son exitosas, sino que indica sobre la distribución de los beneficios.

El VA³¹ puede asimismo proporcionar mejor información que un a medida de rentabilidad, sobre los beneficios de la localización de una empresa en su propio país o en el extranjero. Los beneficios para un país o para una región de establecer una empresa en ese determinado país, pueden verse afectados por el hecho de que su capital sea extranjero. Si las ganancias provienen de propietarios extranjeros, tienen un valor limitado desde la perspectiva nacional a pesar de los beneficios secundarios derivados de la actividad. Cuando los insumos provienen de diferentes fuentes, incluyendo las foráneas, la rentabilidad de una empresa y su contribución

30 Abott y Bredah, 1992.

31 Idem.

en el ámbito local depende no sólo de las ganancias que genera, sino también de la generación de empleo e ingreso y de su distribución.

4.2. Maximización de la Utilidad del Consumidor (MUC)

Algunas declaraciones recientes sobre competitividad³² concernientes con medidas apropiadas de beneficios, reconocen que en el análisis económico, el objetivo último es la maximización de la utilidad del consumidor. Sostienen que el objetivo de la economía es satisfacer las necesidades de la sociedad, capturado en una visión sencilla de ciertos economistas acerca del mundo, a través del nivel y patrón de consumo. La generación de ganancias por una empresa es buena en el tanto sea un medio para ese objetivo.

Sin embargo, los objetivos de los economistas³³ pueden no coincidir con quienes hacen las políticas y con grupos de interés social. Un ejemplo de ello, es la preferencia de muchos grupos de tomar como objetivo de política o medida de competitividad, la generación de oportunidades de empleo de calidad, en vez de la generación de consumo.

Este interés en la creación de empleo más que en la producción y las ganancias, es analizado en los debates políticos de muchos países en diferentes niveles de desarrollo económico. Probablemente ello refleja la perspectiva de que las personas derivan valor de lo que producen además de lo que consumen. Y el trabajo es más que un medio para generar ingreso, también es un aspecto importante de la vida y por tanto, de la consecución individual de valor propio.

5. Indicadores de participación de mercado

5.1 Penetración de mercado (PM)

Este indicador³⁴ muestra la razón de las exportaciones de un bien de un país al total de las exportaciones mundiales del bien.

5.2 Importaciones – demanda interna total (M-DIT)

Se define³⁵ como la razón del volumen de las importaciones de un país de un proveedor particular a la demanda interna total del bien en el mismo país.

32 Idem.

33 Idem.

34 Hertford y García, 1998.

5.3 Tipo de Cambio y la Balanza de Pagos (TC-BP)

Se considera³⁶ que el deterioro en el valor de la moneda y déficit sostenidos de la cuenta corriente, son consecuencias de productos que han llegado a ser inaceptables, y por tanto no competitivos, en los mercados internacionales. Sin embargo, la macroeconomía, las finanzas internacionales y teorías recientes sobre la determinación del tipo de cambio, indican que éstos son determinados tanto por flujos de capital externos como por flujos de productos o servicios. Los balances macroeconómicos (ahorro - inversión) pueden ser críticos para la cuenta corriente y por lo tanto, para los resultados del balance comercial, a pesar de la competitividad del producto individual.

Si los desbalances³⁷ de la macroeconomía del país, debido a excesos en los gastos gubernamentales y a una falta de deseos por parte de la sociedad de ahorrar para el futuro, guían a entradas de capital extranjero, entonces hacer los productos más atractivos para compradores extranjeros será un esfuerzo inútil para corregir una balanza comercial negativa, la cual debe persistir para acomodar los flujos de capital necesarios.

El deseo de la inversión extranjera³⁸ de mover el capital hacia un país A debería tomarse como un signo positivo en la competitividad de las industrias de A. Sin embargo, esta perspectiva podría oscurecerse ya que pequeños cambios en la política macroeconómica, y especialmente en los diferenciales de tipo de cambio, pueden causar desvíos en los incentivos a los movimientos de capital internacional. Esa volatilidad puede interpretarse como un cambio en la competitividad cuando son los incentivos macroeconómicos los que manejan la dirección de los flujos de capital extranjeros.

5.4 Tasa de Exposición a la Competencia Internacional (TECI)

Este índice, desarrollado por la OECD³⁹, ha sido diseñado para una industria en un país, y se mide a través de la suma del porcentaje de contribución de las exportaciones e importaciones a la producción:

$$\text{exportaciones/producción} + \text{importaciones/producción}$$

35 Idem.

36 Abott y Bredahl, 1992: 4.

37 Idem.

38 Idem.

39 Hertford y García, 1998.

Sin embargo, el uso del este indicador⁴⁰ para medir la competitividad es incorrecto. Si el mismo está aumentando a través del tiempo, debido principalmente a incrementos en el porcentaje de las exportaciones, podría concluirse que la tasa de exposición está aumentando porque pareciera que la producción es competitiva. Por otra parte, si el incremento es debido principalmente a incrementos en el porcentaje de importaciones, debería concluirse que la tasa de exposición está aumentando debido a que la producción local no está respondiendo de forma competitiva a las fuerzas externas del mercado. Este índice (al igual que el valor de la balanza comercial utilizado como indicador) puede mejorar o empeorar como resultado de factores no asociados directamente con competitividad. Por ejemplo, la balanza de pagos puede mejorarse al imponer aranceles. Asimismo, si los productores locales eligen producir en el extranjero con anteriores mercados de exportación, con lo cual las exportaciones caerán pero la competitividad del productor puede haber aumentado.

5.5 Potencial de Crecimiento del Mercado de Exportación (PCME)

Este indicador⁴¹ se refiere al peso de las importaciones actuales de cada país (en términos de volumen, si el objeto de interés es sólo bien por un país, o en U.S. dólares si lo que se va a evaluar es el total de importaciones de un país) tomando en cuenta para ello, el porcentaje de importaciones del país analizado, del total de importaciones mundiales. Luego, se realiza lo mismo utilizando una medida de importaciones futuras proyectadas para el mismo conjunto de países.

5.6 Competitividad de las Exportaciones (CE)

Para obtener este indicador⁴² se calcula un tipo de cambio en el crecimiento del mercado de exportación, tomando el porcentaje del tipo de cambio de cada país como porcentaje del total de los tipos de cambio mundiales para un determinado número de países. Los resultados reflejan los países con mayor crecimiento potencial del mercado exportador.

5.7 Efectividad de Mercadeo (EM)

La satisfacción del cliente⁴³ es considerada como una filosofía empresarial miope, la cual ha causado problemas a muchas empresas. La competitividad va mucho más lejos. Muchas empresas sobrestiman la

40 Idem.

41 Idem.

42 Idem.

43 Branham, 1997, [http](http://).

importancia de la satisfacción del cliente y desestiman la de otros factores que constituyen la fuerza competitiva.

El enfoque del “benchmarking competitivo” que Branham propone está basado en la medición del desempeño de una empresa, en relación con sus competidores, en términos de:

- Aceptación en el mercado.
- Satisfacción y lealtad.
- Efectividad de mercadeo.

La Competitive Benchmarking Associates ha desarrollado una herramienta para generar planes tácticos y estratégicos con el fin de alcanzar una dominación competitiva. Tal instrumento está compuesto por tres índices estandarizados de comparación, que miden los componentes principales de la competitividad. Estos son:

- **Índice de Fuerza Competitiva:** el IFC (siglas en inglés: CSI, Competitive Strength Index) mide la posición competitiva relativa de todas las empresas que proveen un producto o servicio determinado, a un mercado meta definido. El IFC se calcula determinando cuáles oferentes son considerados como vendedores actuales, vendedores preferidos y vendedores primarios. Se utilizan resultados de entrevistas para calcular un puntaje para cada competidor identificado por los participantes del mercado bajo estudio. Tal puntaje se encuentra entre cero y 100, y representa la fuerza competitiva en el mercado.

El IFC revela las fortalezas y debilidades de empresas que sirven el mercado meta de interés y provee una referencia para mejorar la competitividad a lo largo del tiempo.

- **Índice de Retención Empresarial:** el IRE (siglas en inglés: BRI, Business Retention Index) mide la fuerza o protección, de la relación entre cada competidor y su base existente de clientes. El IRE se calcula sobre la base de las respuestas de entrevistas enfocadas en temas relacionados con la satisfacción del cliente y su lealtad. Cada competidor recibe un puntaje entre cero y 10, el cual indica el nivel de satisfacción y lealtad los clientes. El IRE revela las fortalezas y debilidades en la relación de una empresa con su clientela y provee un estándar para medir las mejoras en la satisfacción del cliente y su lealtad a través del tiempo.
- **Índice de Medición de Desarrollo:** el IMD (siglas en inglés: AID, Account Development Index) mide el éxito de una empresa al cultivar relaciones empresariales fuertes con su clientela meta. Estima la

efectividad general de la empresa en tres aspectos: mercadeo, ventas y gestión empresarial. El puntaje del IMD representa el nivel de éxito de cada competidor en el proceso de construcción de relaciones que integra tanto el desarrollo de los tres aspectos ya mencionados como las asociaciones cada vez más fuertes entre vendedores y clientes. Los puntajes se derivan a partir de tres "Razones de Efectividad de Mercadeo" calculados para cada competidor. Cada competidor recibe un puntaje de IMD entre cero y 1, indicando la efectividad de sus esfuerzos de desarrollo empresarial y ofreciendo un instrumento de medición de la efectividad de mercadeo.

Para la recolección de información se utilizan entrevistas (se recomiendan telefónicas) de una muestra representativa aleatoria del total del mercado meta de interés.

La información más importante derivada del análisis de mercado competitivo consiste en las razones detrás del desempeño de cada competidor, sin las cuales no se obtendrá más que un panorama del ambiente competitivo. Por ello, las entrevistas siempre llevan preguntas de seguimiento sobre el porqué de las respuestas de los entrevistados. Deben incluirse preguntas abiertas acerca del porqué las fortalezas y las debilidades de la empresa y de sus competidores, cuando sea posible.

Al usar la información competitiva y cualitativa recolectada, una empresa puede posicionarse efectivamente para maximizar su competitividad, la satisfacción del cliente y la efectividad de mercadeo.

La información generada por el IFC, el IRE y el IMD, es un valioso recurso para la planeación de tácticas de corto plazo y la planeación estratégica de largo plazo.

5.7.1. Índice de Fuerza Competitiva (IFC)

La medición de la satisfacción del cliente ha sido el foco de atención de muchos programas corporativos de investigación de mercadeo en la última década, desarrollando escalas de medición, con el objetivo de señalar el nivel de complacencia de los clientes actuales de una organización. Muy pocos de esos instrumentos han medido los sentimientos de clientes anteriores, de los clientes de la competencia y clientes potenciales, asumiendo que la satisfacción de los clientes actuales se traduce en lealtad, rentabilidad y de alguna forma, la adquisición de nuevos clientes.

Un supuesto más adecuado es quizás el hecho de que las personas son más leales a un nivel de servicio, valor, conveniencia o calidad, en vez de una marca o tienda particular. Determinando los motivos que llevan a las

personas a comprar, se pueden ajustar las estrategias de mercadeo para aumentar la lealtad del cliente, adquirir nuevos e inclusive, regañar los antiguos.

El CSI es un instrumento que mide la posición relativa competitiva de una empresa para un punto en el tiempo, mientras se obtiene información acerca del comportamiento de los clientes, es decir, los hábitos de compra de los clientes actuales, de los antiguos, de los clientes de los competidores y de los clientes potenciales.

La entrevista aplicada para calcular el IFC consiste de tres preguntas abiertas:

- ¿A cuáles vendedores actualmente compra? Esa pregunta revela todos los vendedores que los consumidores usan en el presente bajo cualquier circunstancia. Además del vendedor electo, esta pregunta también revela a quienes se compra en situaciones especiales.
- En su opinión ¿cuáles son los tres mejores vendedores en el mercado? Esta pregunta revela los oferentes de producto o servicios considerados por los consumidores como los que ofrecen mayores niveles de conveniencia, calidad, servicio y/o valor. Para industrias con un gran número de competidores, se preferiría preguntar por 5 vendedores en vez de 3.
- ¿Quién considera usted como el mejor vendedor? Esta pregunta revela cuáles son los oferentes o vendedores que los consumidores con más frecuencia favorecen. Es importante notar que no siempre el vendedor considerado como el mejor es el frecuentado por el consumidor.

El listaje proveniente de cada pregunta provee los datos para calcular el IFC y determinar el rango competitivo de cada participante en el mercado.

Pero más importante que el puntaje es la acción paralela a las tres preguntas de consultar a los entrevistados las razones de sus respuestas, lo cual ayuda a identificar las influencias (corto o largo plazo) que fortalecen la posición competitiva del vendedor, sus fortalezas y debilidades. Algunos elementos que pueden afectar la toma de decisiones de los consumidores son: inconveniencia, precio, falta de autoridad en la decisión, dirección empresarial e incentivos de compra (como ofertas especiales).

El IFC puede usarse para definir el balance apropiado entre la satisfacción del cliente y la posición competitiva. Aunque un nivel mínimo de

satisfacción es obviamente necesario para mantener a los clientes, en muchos casos puede encontrarse desligado por completo de la posición competitiva. Determinar tal relación permite desarrollar una estrategia óptima.

A partir de este índice pueden aprenderse lecciones valiosas de la competencia. No sólo permite evaluar la percepción del mercado de una empresa en relación con sus competidores, pero provee conocimiento sobre los pros y los contras de estrategias de mercadeo implementadas por otros.

Al definir las razones detrás del puntaje del IFC de los competidores, la empresa puede implementar un programa de mercadeo de causa y efecto, para mejorar su puntuación, aplicando estrategias utilizadas por la competencia y que han tenido una buena acogida por los consumidores. El IFC se puede utilizar para desarrollar una serie de tácticas de mercadeo que maximizarán la posición competitiva de largo plazo.

Asimismo, este índice puede funcionar como un instrumento de benchmarking de mejora continua, al conformar un conjunto de fotografías a lo largo del tiempo, de la posición competitiva de la empresa.

El IFC debería complementar y no sustituir un programa de satisfacción al cliente. Como instrumento de investigación, es compatible con tres principios para empatar la medición de la planeación estratégica con la satisfacción del cliente:

- El conocimiento sobre el cliente es un bien estratégico.
- La medición sobre el cliente debe ser continua y proactiva.
- La satisfacción del cliente debe tener un ligamen directo con las actividades empresariales.

La medición de la satisfacción del cliente debe usarse para determinar si la empresa se desempeña adecuadamente, y el IFC debe usarse para determinar los tipos de actividades que refuerzan su posición competitiva y aumentar la participación de mercado.

6. Indicadores de productividad

De los estudios que emplean mediciones de productividad en el análisis de competitividad internacional, muy pocos lo hacen correctamente, utilizando medidas parciales en vez de la medida del factor de

productividad UFTP que es más apropiado y más consistente teóricamente⁴⁴.

Asimismo, aplicaciones empíricas de estas medidas se basan en supuestos muy restrictivos, ya que en la práctica se torna difícil satisfacer las condiciones inherentes a la teoría.

6.1. Productividad de la tierra/de la mano de obra (PL-PW)

Algunos estudios utilizan⁴⁵ las medidas de producción por unidad de tierra o mano de obra para llegar a inferencias sobre competitividad en el ámbito de empresas, sectores o nacional. Como ventajas tienen que son fáciles de medir y por lo general la información está disponible para largos períodos. Sin embargo, tienen como desventajas que no toma en cuenta de manera explícita los costos, ingresos, el empleo de otros factores, o otras dimensiones de la estructura productiva.

6.2. Factor Total de Productividad (FTP)

El Factor Total de Productividad⁴⁶, FTP (siglas en inglés: TFP, Total Factor Productivity) se define como la razón de producción a un índice de todos los factores empleados. Este indicador puede proveer una medida comprensiva del uso total del factor y resaltar la brecha existente, en una empresa o un sector, entre su eficiencia técnica y aquella asociada con la mejor técnica disponible. Un método común para estimar el FTP es el índice Divisia, el cual utiliza los factores como porcentajes ya sean de los costos o de los ingresos. Cuando se está analizando más de un producto, se utiliza por lo general los ingresos de cada producto entre el total de ingresos. Como desventaja, este indicador es difícil de calcular en términos de datos y de mano de obra, por lo que la mayoría de las veces se calcula el FTP para agregados de bienes o un conjunto de productores en una industria, lo que limita su utilidad a la hora de identificar la posición competitiva de diferentes bienes en un país.

Medidas de Competitividad Reveladas

Las medidas de competitividad reveladas basadas en la observación de flujos comerciales constituye quizás el método que actualmente se usa con mayor frecuencia a la hora de evaluar competitividad. Basadas en datos de comercio (contribución de las exportaciones y las importaciones)

⁴⁴ Antoine y Taylor, 1993.

⁴⁵ Hertford y García, 1998.

⁴⁶ Idem.

intentan hacer inferencias acerca de los cambios en competitividad revelados a través cambios en los patrones de comercio.

La variante más común de competitividad revelada utiliza el crecimiento en la participación de mercado de las exportaciones como indicador de competitividad. Otra variante enfatiza el desempeño de las exportaciones netas como medida de competitividad. Sin embargo, crecientes contribuciones de mercado de las exportaciones no siempre indican una mayor competitividad. El uso de datos actuales sobre participación de mercado de las exportaciones en conjunto con cambios en el tamaño total del mercado, provee de un mejor indicador de competitividad⁴⁷.

Por otro lado, su dependencia en datos históricos de comercio permiten solamente un análisis ex-post, por lo que impide el análisis de bienes homogéneos, para los cuales no existen datos sobre comercio adecuados.

6.3. Otros

La competitividad de algunas empresas⁴⁸ (sobretudo de sectores no agrícolas) se toma en cuenta una serie de medidas parciales de productividad (costos y productividad de la mano de obra, productividad del capital (valor agregado, o producto total, dividido entre el capital fijo), y razones de capital a mano de obra) y en forma más general medidas de productividad tales como: “ganancias operativas/producción total”, “valor agregado/total de factores” y “ganancias operativas/capital fijo”.

7. Indicadores holísticos

⁴⁷ Antoine y Taylor, 1993.

⁴⁸ Idem.

XII. ORIENTACION ESTRATEGICA

XIII. POLITICAS

La OMC define como “política de competencia” a “todas las políticas y medidas relacionadas con la competencia en el mercado, incluidas la política comercial y la política reguladora, así como la legislación sobre la competencia antimonopolio”¹.

La política de competencia “es una suerte de seguro o de garantía del buen funcionamiento del mercado en beneficio de todos”².

“¿Cuál debería ser la combinación óptima de políticas y cuál papel debería tener la política de comercio per se en esa combinación? ¿El beneficio de quién está en riesgo? ¿Cuáles distorsiones son consecuencia de políticas gubernamentales erróneas y cuáles son características de la estructura de la industria? ¿Cuáles distorsiones son sujeto de cambio y cuáles son inmutables y por tanto definen el ambiente dentro del cual las políticas deben establecerse? ¿Cuáles instrumentos de política son aceptables políticamente y cuáles no?”³.

La nueva teoría estratégica del comercio⁴ ha mostrado que la estructura industrial pone atención en preparar políticas óptimas, y que a menudo, la base para la intervención es débil, aún en un escenario de competencia imperfecta. El análisis de Porter da al estado un papel limitado para asegurar el ambiente regulatorio y la infraestructura apropiados, dentro de los cuales las empresas buscan su ventaja competitiva.

El papel del gobierno por lo general, es visto para asegurar el ambiente económico competitivo, para proveer los bienes públicos y la infraestructura que la empresa privada no ofrece, y para establecer las regulaciones que aseguran la salud y seguridad de la población y el ambiente.

Al adoptarse una política de subsidios, algunas industrias se verían favorecidas sobre otras, llevando como consecuencia que la política se base en economía política o en búsqueda de rentas, en vez de una distribución óptima de los recursos.

A pesar de que los gobierno pueden hacer que las empresas fracasen, no pueden forzar a las mismas a tener éxito.

¹ (CEPAL, Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe, 1997: 41. Citado por Tortora, 1998: 788).

² Tortora, 1998: 789.

³ Abott y Bredahl, 1992: 11.

⁴ *Op. Cit.*, 1992.

1. Políticas comerciales

En la medida en que las políticas comerciales⁵ van eliminando las intervenciones gubernamentales, se reduce la discrecionalidad y las medidas discriminatorias que favorecen sólo a algunos actores.

“Todas las políticas comerciales orientadas a proteger a la industria nacional distorsionan la competencia desde los aranceles y las barreras para-arancelarias... hasta las subvenciones a las exportaciones a las exportaciones y las medidas antidumping...”⁶.

2. Políticas restrictivas empresariales

La OMC⁷ identifica tres prácticas restrictivas empresariales que distorsionan la competencia en escala internacional:

- prácticas que restringen las importaciones, como los cárteles de importación, y los monopolios o empresas que tienen privilegios en el mercado interno, incluyendo las compras del Estado,
- la búsqueda de poder de mercado en las operaciones de exportación (cárteles de exportación) y las que tienen prácticas de fijación de precios (subsidios directos o cruzados, dumping, etc.) y
- prácticas de empresas extranjeras que pueden distorsionar la competencia de mercado donde operan.

Sin embargo, en algunos casos, las prácticas restrictivas empresariales pueden ser válidas desde el punto de vista del crecimiento industrial de un país. Por ejemplo, una fusión empresarial puede ser positiva en términos de eficiencia productiva. Correspondería a las autoridades nacionales determinar si constituye una práctica desleal y dañina o si se justifica por la eficiencia que beneficie el desarrollo económico nacional.

3. Políticas de competitividad industrial

“El resurgimiento de las políticas de competitividad industrial en los años noventa es un claro avance respecto a la situación previa en que se consideraba que la pura operación de los mecanismos de mercado, contruidos a partir de grandes y necesarios cambios estructurales de los años ochenta, serían suficientes para asegurar crecimiento económico e incluso creciente equidad”⁸.

⁵ Tortora, 1998.

⁶ *Op. Cit.*, 1998: 788.

⁷ Tortora, 1988.

⁸ Peres. <http://www.eclac.org/espanol/Proyectos/rla88039/polci.html>.

XIV. ORGANIZACION PUBLICA Y PRIVADA: RELACIONES

1. Normativa

Según la OMC¹, en la actualidad existen cerca de 70 países (entre ellos diez de América Latina y el Caribe) que han adoptado una normativa en materia de competencia; en la mayoría de las naciones en desarrollo se trata de reformas recientes en el marco de las políticas de apertura. Sin embargo, todavía hay muchos sectores económicos y prácticas empresariales o comerciales exceptuadas en las legislaciones nacionales, principalmente en los sectores y prácticas con mayor incidencia en términos de distorsión de la competencia interna e internacional, a lo cual se añade la debilidad institucional o política de las dependencias correspondientes, debido a falta de recursos humanos y financieros o a poca credibilidad e influencia en la opinión pública y en los procesos de decisión gubernamental.

La evaluación² sobre si las prácticas empresariales son negativas o positivas para el mercado y en sí para el desarrollo económico, podría sentar las bases para establecer una autoridad multilateral en materia de competencia o de crear una normativa multilateral, por ejemplo, en el marco de la OMC.

“Los acuerdos comerciales de la Ronda de Uruguay en materia de subsidios y dumping han profundizado y precisado los compromisos que existían en el marco del GATT, estableciendo normas prácticamente iguales tanto para los países en desarrollo como para los industrializados (excepto plazos de instrumentación más largos para los primeros). La eliminación de “distorsiones” que entraban en la apertura comercial se ha extendido con criterios similares al comercio de servicios en virtud del acuerdo multilateral correspondiente (GATS) y, por supuesto, los principios de competencia se incorporan en todos los demás acuerdos sobre comercio de servicios (financieros, telecomunicaciones, etc.) recientemente negociados en la OMC. En este sentido, en lo que se refiere al acceso a mercados tanto de bienes como de servicios, la competencia ha sido introducida con criterios similares para todos los países, independientemente de su grado de desarrollo. Pero siguen siendo notorias las excepciones de dos sectores económicos particularmente relevantes para las exportaciones de los países en desarrollo – agricultura y textiles – donde la apertura comercial es más lenta con respecto a los productos manufacturados”³.

¹ OMC, Informe Anual 1997: 56. Citado por Tortora, 1998: 790

² Tortora, 1998.

³ *Op. Cit.*, 1998: 788.

1.1. Corrupción

Una eventual normatividad internacional sobre competencia o compras gubernamentales, podría ser eficaz para frenar el creciente fenómeno de corrupción que afecta a muchos países, independientemente de su nivel de desarrollo⁴.

1.2. Protección de la Propiedad Intelectual

*"El Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual (TRIPS) suscrito en la Ronda de Uruguay establece normas de protección de patentes, marcas y derechos de autor a fin de evitar falsificaciones, plagios y evasión de regalías. Todos los países en desarrollo han introducido, o ya lo hacen, cambios en sus legislaciones nacionales para poder cumplir con los requisitos (muy complejos) de protección allí establecidos"*⁵.

⁴ *Op. Cit.*, 1998.

⁵ *Op. Cit.*, 1998: 790.

XV. CONDICIONES ESTRATEGICAS PARA QUE EL PROCESO SEA EXITOSO

Identificación del mercado meta¹

En esta misma línea, la competitividad de una empresa depende de la estrategia que esta utilice para hacer cumplir sus objetivos. La mercadotecnia propone una estrategia dependiendo del tipo de características particulares de cada empresa. La competitividad dependerá del cumplimiento de la misma.

Si bien es cierto, muchas de los procesos inmersos en una cadena alimenticia no se prestan para llevar a cabo el análisis del mercado meta, en otros casos la teoría cuadra con la practica y el proceso de atención a un segmento específico es una estrategia óptima.

En la mayoría de las actividades productivas, el primer paso para llevar a cabo una estrategia competitiva es comprender las necesidades y deseos de la compañía. Cada empresa cuenta con características propias que le proporcionan ventajas para atender a un segmento de mercado específico, de manera que cada compañía debe dividir el mercado total, elegir los mejores segmentos y diseñar estrategias para servir de la mejor manera a esos segmentos elegidos. Este proceso implica tres pasos específicos:

- **Segmentación del mercado:** La compañía debe determinar cuales segmentos de clientes representan las mayores oportunidades para lograr los objetivos de la compañía. En este punto, el factor espacial representa un elemento determinante para la escogencia del segmento de mercado que se va a atender.

Cada mercado se puede dividir en varios segmentos; sin embargo, no todas las formas de segmentar son igualmente útiles para las empresas. El segmento de mercado de cada una de las empresas se debe componer de consumidores que compartan una serie de necesidades, características y conductas, que permita aplicar una mezcla uniforme de mercadotecnia.

- **Orientación al mercado:** Después de que la compañía ha identificado los segmentos de mercado, puede escoger incursionar en alguno de ellos. La orientación al mercado consiste en evaluar cada uno de los segmentos y seleccionar uno o más de ellos para ingresar. La empresa debe tener como objetivo ingresar en aquellos segmentos en los cuales pueda generar mayor valor del cliente y mantenerlo a través del tiempo.

¹ Kotler, 1998.

- **Posicionamiento en el mercado:** Una vez que la empresa haya decidido sobre los segmentos en los cuales penetrará, debe decidir la posición que desea ocupar dentro del mismo. Esto se refiere al lugar que ocupará el producto dentro de la mente de los consumidores, en relación con los de los competidores. Cada empresa debe procurar marcar una diferencia en el mercado, que le otorgue una ventaja a su producto en la concepción del consumidor meta.

Al posicionar su producto, la compañía identifica primero las ventajas competitivas sobre las cuales crear la posición. Con en base estas ventajas, la compañía elegirá ofrecer un mayor valor a los segmentos elegidos por medio de dos tácticas: cobrando precios más bajos que los competidores u ofreciendo más beneficios para justificar los precios más altos.

XVI. NEGOCIACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD

**XVII. VISION PROSPECTIVA DE LA AGRICULTURA Y EL PAPEL DE LA
COMPETITIVIDAD**

XVIII. ANALISIS DE ESCENARIOS

XIX. BIENESTAR SOCIAL Y COMPETITIVIDAD

El desarrollo económico¹ tiene poco sentido si no proporciona niveles de vida más elevados. Las exigencias económicas de la globalización deben equilibrarse con la necesidad de mejorar los niveles de bienestar.

Es necesario desarrollar² modelos de bienestar compatibles con las nuevas normas de competitividad las cuales se desvían de la pura competencia basada en costos, hacia otros factores como calidad, oportunidad, adaptabilidad, capacidad de innovación, capacidad para aprender y adaptarse y en sí hacia los conocimientos que poseen los individuos, los grupos de individuos y las instituciones.

Un pilar del modelo de bienestar sostenible es “que las normas de competitividad exigen una fuerza laboral formada, articulada, ajustada y activa, así como motivada y participativa. En contraste, la concentración excesiva en la rebaja de los costes conduciría a una sociedad igualada por debajo, que tendría que soportar una creciente disminución de la competitividad, causada por el aumento de personas deficientemente formadas, desmotivadas, marginadas y enfermas. El desarrollo social no es sólo bueno, es necesario”³.

El segundo pilar de la política de competitividad es “la idea de que el bienestar social debe dirigir nuestra búsqueda de competitividad, incluso aceptando las limitaciones del desarrollo social que vienen impuestas por la necesidad de mantenernos competitivos”⁴.

“Las nuevas normas de competitividad descansan sobre las inversiones sociales en educación, en particular, pero también en atención sanitaria y otros servicios públicos. Análogamente, la evolución de las demandas sociales no debe verse únicamente como un problema, sino como una fuente de nuevos mercados y, por ende, como un motor de crecimiento”⁵.

Debido a la diversidad cultural y social⁶ y al cambio constante en los gustos de los consumidores, no puede existir un único modelo sencillo de desarrollo sostenible, no existe un “método óptimo”, la diversidad debe transformarse en una ventaja competitiva, basándose en las capacidades de los pueblos e instituciones sociales.

¹ Ducatel, Fahrenkrog y Gavigan, 1997.

² *Op. Cit.*, 1997.

³ *Op. Cit.*, 1997: 32.

⁴ *Idem.*

⁵ *Op. Cit.*, 1997: 36.

⁶ *Op. Cit.*, 1997: 37.

En la escala nacional, las autoridades de competencia⁷ deben determinar si el beneficio de la colectividad es mayor que el sacrificio de las empresas víctimas de la competencia y si es preferible dejar que las no competitivas desaparezcan del mercado o analizar si su falta de competitividad se deriva de las prácticas desleales de sus competidores.

En el ámbito internacional, sectores económicos enteros de ciertos países los cuales no logran competir en igualdad de condiciones, corren riesgos de desaparecer. Al argumentarse que la competencia se sustenta en el beneficio colectivo, el punto principal es determinar cómo y quién lo define en el sistema económico internacional.

1. Acumulación de Capital

La acumulación de capital⁸ es vista como el medio a través del cual se implementa el progreso técnico, y la fuerza motora detrás de cambios que actualizan a los sectores para mantener la competitividad. El capital debe ser visto como un activo de dimensiones múltiples, incorporando numerosas características, que pueden atarse a una localización específica, restringen algunas escogencias sobre localización, o ser completamente móvil. Las especificaciones del capital también se relacionan con la calidad del producto. El cambio técnico puede estar enfocado en reducción de costos o en la calidad. Además, el concepto de inversión necesita incorporar inversión para reposición y para mantener a la empresa a la vanguardia del sector.

El stock de capital⁹ en un país puede ser fijo, e inclusive específico para un sector en el corto plazo, pero en el largo plazo la restricción la ponen los ahorros, no el capital físico.

Además, la posibilidad de flujos de capital extranjeros debilita esa restricción ya que las posibilidades de inversiones rentables no se verán limitadas por la existencia de sólo ahorros domésticos. La forma y naturaleza de la inversión va a depender del ciclo de producción, de la magnitud de los costos hundidos y de la posibilidad de actualizar y con ello flexibilizar las inversiones.

2. Inversión Directa Extranjera (IDE)

Es necesario entender¹⁰ la relación entre la inversión directa extranjera, el proceso de valor agregado y la balanza comercial. Asimismo, se necesita

⁷ Tortora, 1998: 789.

⁸ Abott y Bredahl, 1992.

⁹ *Op. Cit.*, 1992.

entender la crítica popular acerca de que la IDE exporta empleo, reduciendo la contribución potencial a la balanza comercial.

La apertura comercial¹¹ va de la mano con flujos crecientes de inversión extranjera directa. Ello genera una carrera entre los países emergentes por atraer capitales. Los inversionistas buscan mercados que garanticen transparencia e igualdad de trato con los empresarios nacionales, para así poder competir con el capital local.

3. Atractivo vrs. Agresividad

El "Informe sobre la Competitividad Internacional"¹² publicado por el Instituto para Desarrollo Comercial en Suiza, indica que la clave de los países con mejor puntuación en competitividad, se debe a la privatización, a la desregulación, a la flexibilidad del mercado laboral y a las inversiones masivas en nuevas tecnologías. "Estos factores son especialmente importantes en el actual ambiente extraordinariamente competitivo y abierto, donde ser atractivo es más importante que ser agresivo"¹³.

Actualmente los países más competitivos atraen las inversiones extranjeras y sus propias empresas invierten localmente. Por ello, los gobiernos buscan políticas atractivas y compiten de manera feroz para crear las mejores condiciones empresariales.

El no ser un lugar atractivo para el capital significa un alto costo. Los impuestos excesivos, las monedas débiles y la interferencia en el mercado, son factores castigados por la comunidad financiera internacional. "El capital fluye hacia donde está seguro y obtiene el mejor rendimiento"¹⁴.

Así mismo, una creciente productividad por trabajador hace que caiga el costo de mano de obra por unidad producida, permitiendo competir vía productividad con países con niveles salariales muy inferiores.

¹⁰ Idem.

¹¹ Tortora, 1998.

¹² Barlett, 1998.

¹³ *Op. Cit.*, 1998: 57.

¹⁴ *Op. Cit.*, 1998: 57.

4. Competencia, Comercio Internacional Y Desarrollo

Según el Informe Anual de la OMC "las cuestiones [de comercio] entrañan diferencias de costos sectoriales entre los países que repercuten por lo tanto en el 'equilibrio general'"¹⁵.

"¿Cómo tener en cuenta la situación especial de los países en desarrollo, especialmente el hecho de que muchos de ellos no tienen todavía una legislación en materia de competencia que funcione, o las particularidades de sus circunstancias económicas?"¹⁶.

Se percibe la existencia de un vínculo virtuoso entre competencia y comercio internacional: a mayor competencia entre los actores económicos, mayores oportunidades de comercio, y a mayor apertura comercial, mayor competencia. Ello en beneficio de un adecuado funcionamiento del mercado y con ello del desarrollo, tanto de los países que introducen la competencia en sus sistemas económicos, como en la economía mundial.

5. Financiamiento de la competitividad

El análisis del acceso a fuentes de financiamiento internacional¹⁷ en igualdad de circunstancias entre empresarios de un país en desarrollo y empresas transnacionales, es de suma importancia.

En el ámbito nacional, se vuelve necesario verificar la disponibilidad de un mercado de capital y de un sistema de intermediación financiera confiable y adecuado a las necesidades de desarrollo del país.

6. Corrupción

"En lo que concierne al buen funcionamiento de una economía, en desarrollo o industrializada, competencia y transparencia suelen ser sinónimos"¹⁸.

La eliminación de políticas gubernamentales intervencionistas¹⁹ tienden a llevar igualdad entre los actores económicos de dentro y fuera de un país, por lo que el Estado ya no puede brindar "favores", relaciones especiales o incluso tráfico de influencias a determinados grupos o empresas.

¹⁵ OMC, 1997: 41, nota 4.C. Citado por Tortora, 1998: 787.

¹⁶ Informe Anual 1997: 104. Citado por Tortora, 1998: 787.

¹⁷ Op. Cit., 1998: 789.

¹⁸ Op. Cit., 1998: 790.

¹⁹ Op. Cit., 1998.

Por ello, se considera que la libre competencia tiene una importante connotación ética, insertándose en la concepción de "buen gobierno".

7. Protección de la propiedad intelectual

El acceso a innovaciones científicas y tecnológicas se encuentra protegido por una exigente normativa nacional y multilateral. La investigación en muchas ocasiones no sólo se encuentra limitada por los presupuestos gubernamentales y empresariales sino también por las debilidades de los sistemas educativos.

XX. COMENTARIOS FINALES

En el significado de competitividad ha habido un marcado cambio y “aquellos que no cambian, se van quedando atrás”¹.

La Competitividad se instaura como condición necesaria para que una unidad económica pueda insertarse y mantenerse en los mercados internacionales. Tal condición se transforma en un reto para la Agricultura, la cual debe transformar sus modelos tradicionales de producción agropecuaria protegida, hacia nuevas estructuras agrarias que incorporen el interés económico a través de precios competitivos a nivel internacional así como intereses sociales y ambientales, donde toman importancia temas tales como la equidad, distribución, acceso a desarrollo, capital humano y la sostenibilidad de los recursos naturales.

Sin embargo, la inserción a mercados globales, no debe perder de vista el papel que juega la economía rural dentro de los mercados. Por ello, la estrategia orientada hacia la inserción en el sector externo, debe darle el justo espacio a los mercados locales internos. El proceso de integración mundial, requiere la interrelación de los espacios tanto urbanos como rurales, con el fin de que el desarrollo de la economía sea parejo en todos los sectores y que los beneficios se distribuyan equitativamente entre todos los actores.

La Agricultura por tanto, tiene ante sí el desafío de alcanzar una posición más competitiva dentro del marco de acción del desarrollo sostenible.

El análisis de la Competitividad a través de las cadenas agroalimentarias ofrece una visión clara ampliada y multifuncional de la compleja realidad de la Agricultura, yendo más allá de la producción primaria o del producto de consumo final. Permite analizar los diversos procesos a través de los cuales la materia prima se transforma en bien final, así como los diferentes actores que intervienen a lo largo de todos los procesos y sus relaciones.

La competitividad de las cadenas agroalimentarias requiere nuevas alianzas, estrategias comerciales, mercados de factores productivos y oportunidades, que propicien mejores y más estables beneficios económicos, transferibles al grueso de la población rural.

¹ Barlett, 1998 : 57.

El factor de localización espacial permite incorporar elementos geográficos, como las características agroecológicas y los efectos de las actividades productivas sobre el medio ambiente, lo cual complementa el análisis económico con elementos de geografía moderna. Las acciones de las empresas complementan sus características de precio y calidad, con las ventajas o desventajas que les son impuestas por ese entorno espacial.

El objetivo de esta entrega parcial es abrir el “diálogo” entre aquellos profesionales del IICA que se internan en el tema de la competitividad.

Se espera que este documento constituya una fuente didáctica de conocimiento sobre el tema.

Agradecemos las contribuciones de los colegas del “Grupo de Competitividad” y esperamos continuar en este trabajo conjunto.

Asimismo, instamos a todos aquellos profesionales interesados en el tema a dar sugerencias sobre el documento y/o formar parte del Grupo de Competitividad, con el fin de aunar esfuerzos en pro de obtener una herramienta de análisis más real cuyo impacto sea mayor.

Para enviar sus sugerencias o para mayor información:

Sergio Sepúlveda
CODES – IICA
ssepulve@iica.ac.cr
ssepulve@infoagro.net

XXI. BIBLIOGRAFIA

LINKS X CAPÍTULOS

_____. Descripción General de las clases de capacidad de uso (de tierras) (Fotocopias).

Abott, Philip y Bredahl, Maury. 1992. Competitiveness: Definitions, Useful Concepts and Issues. Paper presented at the International Agricultural Trade Research Consortium's Symposium on "Competitiveness in International Food Markets", Annapolis, Maryland, August 7-8, 1992.

Agacino, Rafael. 1996. El sector industrial chileno: Los problemas del crecimiento y la distribución en un contexto de apertura comercial. En Chile y el NAFTA. Antecedentes, problemas y perspectivas. Patricio Rozas (Editor). Ediciones Pries. Cono Sur, Chile.

Albuquerque, Francisco. 1997. Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico: Una respuesta a las exigencias del ajuste estructural. Cuadernos del ILPES N° 43

Alfaro, Dionisio. 1989. Ajuste estructural y reestructuración espacial en Costa Rica: el caso de los granos básicos. Tesis sometida a consideración del Tribunal Examinador del Postgrado en Política Económica para Centroamérica y el Caribe para optar al grado de Magister en Política Económica con énfasis en Sector Externo y Relaciones Internacionales. Heredia, Costa Rica.

Alianza Cooperativa Internacional. 1993. Reconversión y Competitividad Cooperativa. Productos de la Conferencia Regional de El Salvador, 1993. Alianza Cooperativa Internacional. San José, Costa Rica.

Altenburg, Tilman et al. 1990. El desafío económico de Costa Rica: desarrollo agroindustrial autocentrado como alternativa. DEI. San José, Costa Rica.

Amaral, Nelson. 1992. La competitividad de la cadena de lácteos en el Mercosur, Metodología de Trabajo. IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). Montevideo, Uruguay.

Amsden, Alice. 1998. Enfoque de política estratégica para la intervención gubernamental en la industrialización tardía: En Los caminos de la

prosperidad. Ensayos del crecimiento y desarrollo El Trimestre Económico, Lecturas N° 87. Andrés Solimano (compilador).

Anderson, Kym y Blackhurst, Richard. El Comercio Mundial y el Medio Ambiente. Ediciones Mundi-Prensa. Madrid, España. Capítulo 4 (fotocopias) Snape, Richard. El medio ambiente, el comercio internacional y la competitividad.

Antoine, Patrick *et. al.* 1999. Examining Agri-Food Trade Performance in the Western Hemisphere: An Application of the Revealed Comparative Advantage Measure. CRNM (Caribbean Regional Negotiating Machinery), IICA.

Antoine, Patrick y Taylor, Timothy. 1993. Competitiveness of the Non-Traditional Agricultural Sector of the OECS: A Diagnostic Analysis. Volumes I and II. Organisation of Eastern Caribbean States (OECS), Agricultural Diversified Coordinating Unit (ADCU) e IICA.

Ardila, Jorge, 1999. El excedente económico y los beneficios del cambio técnico: una perspectiva para la evaluación de proyectos. IICA. Consorcio Técnico. San José, Costa Rica.

Ardila, Jorge. 1997. Innovación Tecnológica y Producción Competitiva. IICA. Documento preliminar. San José, Costa Rica.

Ardila, Jorge. 1999. Diagnóstico y Perspectivas Tecnológicas de la Agricultura Latinoamericana. IICA. En revisión. San José, Costa Rica.

Arias, J. 1999. Competitividad Revelada en el Comercio Agrícola (Borrador). IICA. San José, Costa Rica.

Arjona, Luis. 1995. La tecnología en la teoría del comercio: La perspectiva evolutiva. El Trimestre Económico, Vol. LXII (4), núm. 248.

Arroyo, Gonzalo. 1991. Teorías sobre el desarrollo agroindustrial. Propositiones, núm. 20. SUR Ediciones, Santiago de Chile.

Artavia, Roberto y Larraín, Felipe. Agenda Centroamericana para el siglo XXI. Análisis de Competitividad de los países centroamericanos. Basado en el Índice de Competitividad Global 1997. INCAE y el Instituto de Harvard para el Desarrollo Internacional (HIID). Alajuela, Costa Rica.

Azofeifa, Roberto *et. al.* 1998. La metodología SOLUS como herramienta de evaluación de Políticas Agrarias en Costa Rica: Un caso de estudio en la Cuenca del Río Aranjuez

Azqueta, Diego y Sotelsek, Daniel. 1999. Ventajas comparativas y explotación de recursos ambientales. Revista de la CEPAL N° 68.

Bardham, Pranab. 1998. La teoría del desarrollo: Tendencias y desafíos. Los caminos de la prosperidad. Ensayos del crecimiento y desarrollo. El Trimestre Económico, Lecturas N° 87. Andrés Solimano (compilador).

Barril, Alex. (compilador) Seminario Taller: Políticas Diferenciadas para el Desarrollo Rural en el Area Sur. 22 - 26 de octubre, 1990, Santiago, Chile.

Bartlett, Bruce. 1998. El nuevo índice de competitividad. En: Perfiles Liberales: Revista Latinoamericana para la Libertad. No. 62. Septiembre. Pp. 57. Eco eficiencia: Economía de Mercado y Medio Ambiente.

Beccaria, Luis y Galín, Pedro. 1998. Competitividad y regulaciones laborales. En: Revista de la CEPAL. Naciones Unidas. No. 65, Agosto. Pp. 71-84. Santiago, Chile.

Bejarano, Jesús Antonio. 1998. Desarrollo Sostenible: un enfoque económico con una extensión al sector agropecuario. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.4. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Bejarano, Jesús Antonio. 1998. El Desarrollo Institucional y la política agrícola. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.5. República de Colombia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Bejarano, Jesús Antonio. 1998. Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.2. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Bejarano, Jesús Antonio. 1998. Una política comercial de transición. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.1. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Boumol, W. y Oates, W.. 1982. La teoría de la política económica del medio ambiente. Antoni Bosch (editor). Barcelona, España.

Bourgeois, Robin y Herrera, Danilo. 1996. Enfoque Participativo para el Desarrollo de los Sistemas Agroalimentarios. CADIAC: Cadenas y Diálogo para la Acción. IICA. Area de Concentración I. Políticas Socioeconómicas, Comercio e Inversiones. Centro Internacional de Investigación Agrícola para el Desarrollo (CIRAD) y el Ministère des Affaires Etrangères, Cooperation Scientifique et Technique. San José, Costa Rica.

Bredahl, Maury *et. al.* (editores) 1994. Competitiveness in International Food Markets. Westview Press. Colorado, Estados Unidos.

Bueno, E. y Morcillo, P.. 1993. Fundamentos de economía y organización industrial. McGraw-Hill/Interamericana de España.

Butler, J. 1986. Geografía Económica. Aspectos espaciales y ecológicos de la actividad económica. Editorial Limusa, México.

Butler, J. 1986. Geografía Económica: Aspectos espaciales y ecológicos de la actividad económica. Editorial Limusa. México D.F., México.

Cabal, Miguel y Soto, Juan. 1998. Aspectos de la competitividad del sector de la acuicultura en Colombia. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.9. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Calderón, Fernando. 1995. Gobernabilidad, competitividad e integración social. En: Revista de la CEPAL Naciones Unidas. No. 57, Diciembre. Pp. 43-54. Santiago, Chile.

Caro T., Juan C. 1997. Diagnóstico organizacional en las cooperativas campesinas de la Provincia de Arauco. Corporación de Desarrollo Cooperativo (Cedelcoop), HIVOS, Holanda. Concepción, Chile.

Centro de Investigaciones para el Desarrollo Internacional. 1998. Guía metodológica para la recolección y el análisis de las variables de los niveles "macro" y "meso". Programa de ajuste macroeconómico: reformas del sector salud. Universidad de Montreal, Canadá.

CEPAL. 1992. Equidad y transformación productiva: un enfoque integrado.

CEPAL. 2000. Equidad, desarrollo y ciudadanía. México D.F., México.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (Río de Janeiro, Brasil, 1992). Informe de la Conferencia. Agenda 21: Programa de Acción para el Desarrollo Sostenible. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Corbo, Vittorio. 1999. Las reformas económicas en América Latina. Mimeo, trabajo preparado para el BID.

Coriat, Benjamin. 1997. Las nuevas dimensiones de la competitividad: hacia un enfoque europeo. En: The IPTS Report. Instituto de Prospectiva Tecnológica y Centro Común de Investigación de la Comisión Europea. No. 15, Junio. Pp. 7-15. Sevilla, España.

Cortes, Rosalía. 1997. Educación, competitividad y empleo. Proyecto Siempre, Secretaría de desarrollo social. Buenos Aires, Argentina. <http://master.cefir.org.uy/docs/dt23/05cortes.htm>

Department of Trade and Industry of the UK. Innovation, Marketing, Exporting, Finance, People. <http://www2.dti.gov.uk/comp/win.pdf>

Dini, Marco. 1992. Capacidad competitiva de las pequeñas empresas italianas. Análisis crítico de la teoría de los distritos industriales en un marco de economía abierta. En: Naciones Unidas. División de Desarrollo Productivo y Empresarial.. Industrialización y Desarrollo Tecnológico Informe N° 13. Santiago de Chile.

Dosi, Giovanni. 1997. La nueva socio-economía de la organización, la competitividad y el empleo. En: The IPTS Report. Instituto de Prospectiva Tecnológica y Centro Común de Investigación de la Comisión Europea. No. 15, Junio. Pp. 16-21. Sevilla, España.

Ducatel, Ken *et. al.* 1997. ¿Mejora del nivel de vida? Bienestar sostenible y competitividad. En: The IPTS Report. No. 15, Junio. Pp. 30-38. Editado por el Instituto de Prospectiva Tecnológica (IPTS) y el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea. Producido en cooperación con la red del observatorio Europeo de Ciencia y Tecnología. Comisión Europea. Centro Común de Investigación. Sevilla, España.

Echeverri, Rafael y Ribero, María del Pilar. (9, 2000*). Impacto de las políticas homogéneas en la competitividad, la equidad y la sostenibilidad en el sector rural. <http://www.rimisp.cl/publicaciones/electronicas/semex/semex4.html>

Editorial. 1998 (07, 99*). Pelear, pero para ser competitivos. Memorando. En: Revista Dinero. Agosto 15. Bogotá, Colombia. <http://dinero.com/din15ago98/memorand/editoria/editoria.htm>

Edwards, Richard y Sepúlveda, Sergio. 1995. Desarrollo rural sostenible. Metodologías para el diagnóstico microrregional. IICA/GTZ Project. San José, Costa Rica.

Edwards, Richard y Sepúlveda, Sergio. 1997. Desarrollo sostenible. Agricultura, recursos naturales y desarrollo rural. Lecturas seleccionadas. IICA/GTZ Project. San José, Costa Rica.

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. y Meyer-Stamer, J. 1996. Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Revista de la CEPAL, núm. 59.

FAO. 1994. Antecedentes para evaluar la competitividad y complementariedad de productos frutihortícolas de los países del Cono Sur: el caso de Uruguay. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). ABC Impresores. Santiago, Chile.

Fariás, Claudio. 1993. Pequeña Agricultura, Competitividad e Integración Comercial: Metodología y aplicación al caso del arroz en Chile. IICA. Programa Cooperativo de Desarrollo Rural para los Países del Area Sur (PROCORDER). Programa III. Organización y Administración para el Desarrollo Rural. 1993. Serie Documentos Metodológicos. Santiago, Chile.

Field, Peter. 1992. Free Trade Areas, Common Markets and Competitiveness in the Americas: A U.S. Perspective. Enterprise of the Americas Program, North-South Center, Miami, Estados Unidos.

Figueroa, Adolfo. 1998. Equidad, inversión extranjera competitividad internacional. En: Revista de la Cepal. Naciones Unidas. No. 65, Agosto. Pp. 45-57. Santiago, Chile.

García, José María. Globalización y Comercio Mundial de Productos Agroalimentarios. Universidad Politécnica de Valencia, España. <http://www.agroplan.com/bibliovirtual/Documentos/globcom.pdf>

García, Robertina. 1995. Metodología para elaborar perfiles de competitividad del sector agroalimentario. Documento de trabajo. IICA. Proyecto Multinacional. Apoyo al Comercio y a la Integración en el Area Andina. Caracas, Venezuela.

Gibbons, John. 1997. California and the Future of American Innovation. The Council on Competitiveness. NAS Government-University-Industry Research Roundtable. February, 24. California, Estados Unidos.

Gillen, Cristian. 1996. Hacia una alternativa de desarrollo centrada en la producción. WH Editores S.R. Ltda. Lima, Perú.

Groupe de Lisbonne. Limites à la Compétitivité: Pour un nouveau contrat mondial. Editions La Decouverte. Paris, Francia.

Guerrero, Diego. 1996. La técnica, los costos, la ventaja absoluta y la competitividad. Comercio Exterior, mayo 1996.

Herrera, Danilo *et. al.* 1999. Procedimientos computadorizados para el análisis de sistemas agroalimentarios. CADIAC: Cadenas y Diálogo para la Acción. Documento para discusión. IICA. Area de Políticas y Comercio. Centro Regional Central.

Herrera, Danilo. 1998. Metodología para la elaboración de tipologías de actores. CADIAC: Cadenas y Diálogo para la Acción. IICA. Centro Regional Central. Area de Concentración I. Políticas Socioeconómicas, Comercio e Inversiones. San José, Costa Rica.

Hertford, Reed y Espinal, Carlos. 1996. Desempeño de la agricultura durante el ajuste económico y la apertura en los Países Andinos y en Colombia: implicaciones para la competitividad. Seminario Internacional: "Política Agrícola hacia el año 2020: la búsqueda de la Competitividad, Sostenibilidad y Equidad (26, 27 y 28 de marzo, 1996). Santafé de Bogotá, Colombia.

Hertford, Reed y García, James. 1998. The Competitiveness of Agriculture in the Americas. Centro Internacional de Agricultura Tropical, Cali, Colombia. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile. (Second draft).

Hertford, Reed. 1997. Competitiveness in Agriculture in the Americas: A first approximation. Final draft of a paper prepared for the Regional Fund for Agricultural Technology. The Inter-American Development Bank (IADB),

IICA. Presented in a seminar on the Mid-Term Plan for the Regional Fund for Agricultural Technology. February 13-14, 1997, Montevideo, Uruguay.

Hoekman, Bernard. 1997. Competition Policy and the Global Trading System. A Developing-Country Perspective. Policy Research Working Paper 1735. The World Bank. International Economics Department. International Trade Division.

Holden, Paul y Sobotka, Jennifer. Corruption: An Economic Perspective. Paper presented at the XIIIth International Congress of the International Society of Social Defence, Lecce, Italy, November 28-30, 1996. <http://www.eri-la.org/Papers/corruption.pdf>

Hounie, A. y Porcile, G. 1999. La CEPAL y las nuevas teorías del crecimiento. Revista de la CEPAL, núm. 68.

Hurtienne, Thomas y Messner, Dirk. Nuevos conceptos de competitividad. Ponencia.

Ibáñez, Ciro. 1998. Economía campesina en la provincia de Arauco: antecedentes para la toma de decisiones comerciales en la producción comercial de papas. Estudio realizado para la Corporación de desarrollo cooperativo (Cedelcoop), Concepción, Chile.

Ibáñez, Ciro. 1999. Economía de la sustentabilidad: aspectos teóricos y prácticos. Documento Técnico, Fundación TERRAM, Santiago de Chile.

IICA. 1994. Análisis del Sistema Producción/Consumo (Cadena) de Carne Bovina en Guatemala. Guatemala.

IICA. 1994. Cosechas, Molino y Mercados: La Economía del Arroz en Costa Rica. La Cooperación Francesa (Delegación Regional -Cooperación Científica y Técnica para América Central (DRCST) y Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agropecuaria para el Desarrollo (CIRAD)- y la Oficina del IICA en Costa Rica. Programa I. Análisis y Planificación de la Política Agraria. San José, Costa Rica.

IICA. 1998. Acuerdo marco para la competitividad de la cadena del arroz. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.7. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

IICA. 1998. Acuerdo Sectorial de Competitividad y documento guía. Cadena productiva de maíz amarillo, sorgo, yuca, alimentos balanceados,

avicultura y porcicultura. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.6. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

IICA. 1998. Caracterización de cadenas agroalimentarias para evaluar investigación en el Cono Sur. Proyecto de Fortalecimiento y Aplicaciones para Priorizar Investigación Agropecuaria en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias (IFPRI), Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario del Cono Sur (PROCISUR), IICA. San José, Costa Rica.

IICA. 1999. Análisis del Sistema Producción Consumo de Hortalizas en Panamá. Red Colaborativa de Investigación y Desarrollo de las Hortalizas para América Central, Panamá y República Dominicana (REDCAHOR), IICA. Panamá.

IICA. 1999. Plan de Mediano Plazo. 1998-2002. La Agricultura: más allá de una visión sectorial. Serie de documentos oficiales. No. 64. IICA. San José, Costa Rica.

IICA. 1999. Notas para la discusión del diseño de la metodología para medir competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el factor de 'localización espacial. Borrador para la discusión, marzo 1999.

IICA. 2000. Nueva ruralidad. Proyecto género y desarrollo rural, Dirección de desarrollo rural. San José, Costa Rica.

INCAE. 1996. Turismo: El Reto de la Competitividad. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS). Alajuela, Costa Rica.

INCAE. 1997. El sector transporte para la competitividad e integración de Centroamérica: recomendaciones de políticas, estrategia y organización. XVII Reunión del Consejo Sectorial de Ministros de Transportes. Agenda Centroamericana para el Siglo XXI. Alajuela, Costa Rica.

INCAE. 1999. Centroamérica en el Siglo XXI: Una agenda para la competitividad y el desarrollo sostenible; bases para la discusión sobre el futuro de la región. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS) y el Harvard Institute for International Development (HIID). Conferencia: "Agenda Centroamericana para el Siglo XXI", INCAE, 18 de junio. Alajuela, Costa Rica.

INCAE. 1999 (a). Cluster (aglomerados) y competencia: Agendas nuevas para compañías, gobierno e instituciones. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS). Alajuela, Costa Rica.

INCAE. 1999 (b). Agenda centroamericana para la competitividad de los agronegocios. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS). Alajuela, Costa Rica.

Jaffé, Walter (editor). 1993. Política Tecnológica y Competitividad Agrícola en América Latina y el Caribe. IICA. Programa II. Generación y Transferencia de Tecnología. San José, Costa Rica.

Kuznets, Simon. 1954 (10, 2000*). La población, los ingresos y el capital. <http://www.unesco.org/issj/rics157/kuznetsspa.html>

Martínez, Alberto. 1996. La competitividad-precio de la industria de transformación chilena. Estadística y Economía, núm. 11, INE, Chile.

Martínez, Alberto. 1997. Balanza Comercial y Competitividad de la Industria Manufacturera. Estadística y Economía, INE.

Martínez, Corredor. 1995. La equidad como propósito. Cuadernos de Economía, Universidad Nacional de Colombia. Santafé de Bogotá, Colombia.

Mayoral, Alberto. 1998. Ventajas competitivas y riesgos en un mundo de información y comercio electrónico. En: Comercio Exterior. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. BANCOMEEXT. No. 10, Vol. 48, Octubre. Pp. 792-796. México D.F., México.

Miller, Roger y Meiners, Roger. 1990. Microeconomía. Tercera edición. McGraw – Hill. México, D. F., México.

Müller, Geraldo. The Kaleidoscope of Competitiveness

Muller, Sabine. 1996. How to measure sustainability: an approach for agriculture and natural resources. IICA/GTZ Project. San José, Costa Rica.

Mungaray, Alejandro. 1994. Paradigmas de organización Industrial y posibilidades de innovación en las pequeñas empresas. Análisis de enfoque y experiencias. En Investigación Económica, núm. 209, julio-septiembre de

1994, pp. 249-284. Revista de la Facultad de Economía de la UNAM, México

Negocios. 1999. Competitividad, el nombre del juego: Cómo podemos promover exportaciones. En: Dinero, No. 82, Año 6. Abril 23. Pp.48-51. Bogotá, Colombia.

Pacheco, Humberto. 1998. Inversión Extranjera Directa en Costa Rica. Anexo a presentación. (Fotocopias)

Parada, Rigoberto. 1992. Introducción a la economía de la innovación tecnológica. Vicerrectoría Académica, Dirección de Docencia, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Concepción, Chile.

Peres, Wilson. 1994. Políticas de competitividad. En: Revista de la CEPAL Naciones Unidas. No. 53, Agosto. Pp. 49-58. Santiago, Chile.

Pérez, Mauricio y Torres, Jorge. 1992. Diagnóstico del Comercio de Productos de la Agricultura entre ALC-EE.UU. IICA. Programa I: Análisis y Planificación de la Política Agraria.

Pierson, Thomas y Allen, John. 1992. Innovation, Entrepreneurship and Non-Price Factors: Implications for Competitiveness in International Trade. Symposium: Competitiveness in International Food Markets a symposium sponsored by the International Agricultural Trade Research Consortium, August 7-8, 1992 Annapolis, Maryland. Seccion IV: Implication of Industry Structure and Firm Strategy for International Competitiveness (Draft).

Piñero, Martín *et. al.* 1993. Innovation, Competitiveness and Agro-Industrial Development. Second version of the paper presented at the meeting of authors: Integrating Competitiveness, Sustainability and Social Development, OECD Development Center, Paris, 17 – 26 June, 1993.

Polése, Mario. 1998. Economía urbana y regional. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo. Libro Universitario Regional (EULAC/GTZ)

Porter, M. 1998. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press. Nueva York, Estados Unidos.

Porter, M. 1998. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. Nueva York, Estados Unidos.

Porter, Michael y Marshall, Lucia. 1997. Desarrollo de Clusters Sostenibles: Proceso Global. Harvard Business School. Conferencia sobre Competitividad. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible, INCAE. Alajuela, Costa Rica.

Porter, Michael. 1998. Competitive Advantage. The Free Press. Nueva York, Estados Unidos.

Pratt, Lawrence. 1999. Estrategia ambiental: nueva clave para la competitividad. En: Revista Suma. Junio.

Rajapatirana, Sarath. From the Local to the Global Market: The Challenges for Small and Medium Sized Enterprises. <http://www.eri-la.org/Papers/global.pdf>

Ramos, Joseph. 1998. Una estrategia de desarrollo a partir de complejos productivos en torno a los recursos naturales. En: Revista de la CEPAL. Naciones Unidas. No. 66. Diciembre. Pp. 105-125. Santiago, Chile.

Repetto, Andrea y Meller, Patricio. 1996. Indicadores de competitividad de las exportaciones chilenas. El modelo exportador chileno, crecimiento y equidad. Patricio Meller (editor), CIEPLAN.

Rodríguez, Antonio. 1994. El dumping ecológico: el papel de las medidas comerciales. Documento de Trabajo N° 9432, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, España.

Roebeling, Peter *et. al.* 1998. Inter-regional distribution of agricultural production and trade flows: spatial equilibrium modelling for Costa Rica. Guápiles, Costa Rica.

Roel, Santiago. 1998. La reforma administrativa como ventaja competitiva. En: Comercio Exterior. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. BANCOMEXT. No. 10., Vol 48, Octubre. Pp. 811-819. México D.F., México.

Roemer, Paul. 1991. El cambio tecnológico endógeno. En El Trimestre Económico, Vol. LVIII (3), núm. 231.

Roldan, Diego y Espinal, Carlos. 1998. Son posibles los acuerdos de competitividad en el sector agroproductivo?. Colección de documentos

IICA. Serie competitividad No.3. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Roldán, Diego. 1998. Competitividad de la cadena de oleaginosas, aceites y grasas vegetales y animales: aspectos relevantes del diagnóstico. Colección de documentos IICA. Serie competitividad No.8. República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.

Rosales, Osvaldo. 1994. Política industrial y fomento de la competitividad. En: Revista de la CEPAL Naciones Unidas. No. 53, Agosto. Pp. 59-79. Santiago, Chile.

Sachs, Jeffrey y Larrain, Felipe. 1994. Macroeconomía en la economía global. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A. México.

Schejtman, Alexander. 1980. Economía campesina: lógica interna, articulación y persistencia. Revista de la CEPAL, núm. 11.

Schejtman, Alexander. 1994. Agroindustria y transformación productiva de la pequeña agricultura. Revista de la CEPAL, núm. 53.

Schejtman, Alexander. 1999. Las dimensiones urbanas en el desarrollo rural. Revista de la CEPAL, núm. 67.

Schmitz, Hubert y Musyck, Bernard. 1994. Distritos industriales en Europa: ¿lecciones de políticas para los países en desarrollo?. Investigación Económica, núm. 209, julio-setiembre de 1994, pp. 285-312. Revista de la Facultad de Economía de la UNAM, México.

Schuurman, Hessel. 1998. Promoción de la calidad para mejorar la competitividad. En: Revista de la CEPAL. Naciones Unidas. No. 65. Agosto. Pp. 169-190. Santiago, Chile.

Seminario Competitividad y Agroempresas en el Contexto de la Apertura Comercial (Sede Central IICA, San José, C.R., 1998). 1998. Memoria del Seminario. Ed. por Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica (MAG). San José, Costa Rica.

Sepúlveda, Sergio *et. al.* 1998. Metodología para Estimar el Nivel de Desarrollo Sostenible en Espacios Territoriales. Cuadernos Técnicos 4. IICA. San José, Costa Rica.

Stiglitz, Joseph. 1998. Distribution, Efficiency and Voice: Designing the Second Generation of Reforms. Conference on Asset Distribution, Poverty, and Economic Growth, July 14, Sponsored by the Ministry of Land Reform. Brasilia, Brazil.

Superintendencia para la promoción y protección de la libre competencia. 1993 (10, 2000*). Formulación de políticas de eficiencia y equidad en el sector agropecuario.

<http://www.procompetencia.gov.ve/informesectoragropecuario.html>

Sylos Labini, Paolo. 1988. Las fuerzas del desarrollo y del declive. Oikos-Tau, Barcelona, España.

Taller Situación Actual y Perspectivas del Complejo Transferencia de Tecnología, Asistencia Técnica y Extensión Agropecuaria (Sede Central IICA, San José, C.R., 1997). 1998. Memoria del Taller. Comps. Alarcón, Enrique *et. al.* San José, Costa Rica.

Taylor, Jerry. 1997. Material presentado en el Seminario: "Competitividad y Agroempresas en el Contexto de la Apertura Comercial". División de Frutas y Hortalizas. Organizado por: Sector Agropecuario, IICA, BID, INCAE, RUTA y EARTH. IICA, Sede Central, 27 - 28 de noviembre. San José, Costa Rica.

Taylor, Lance. 1989. Macroeconomía estructuralista. Modelos aplicables en el tercer mundo. Editorial Trillas, México.

Tokman, Víctor y Martínez, Daniel. 1999. Costo laboral y competitividad en el sector manufacturero de América Latina, 1990-1998. Revista de la CEPAL, núm. 69.

Tortora, Manuela. 1998. Competencia, comercio internacional y desarrollo: del círculo virtuoso al círculo vicioso. En: Comercio Exterior. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. BANCOMEXT. No. 10, Vol. 48, Octubre. Pp. 787-791. México D.F., México.

Trejos, Rafael *et al.* 1999. Hacia una nueva institucionalidad: cambios en la forma de conducir la agricultura. IICA: BMZ/GTZ. San José, Costa Rica

Tsakok, Isabelle. 1990. Agricultural Price Policy: A Practitioner's Guide to Partial-Equilibrium Analysis. Cornell University Press. Nueva York, Estados Unidos.

Valdés, Constanza y Roe, Terry (editores). 1997. *Economic Integration in the Western Hemisphere. Proceedings of a Symposium Sponsored by the International Agricultural Trade Research Consortium (IATRC) and the Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA)*, June 7-9, 1995, San José, Costa Rica. Department of Applied Economics, University of Minnesota, Minnesota, Estados Unidos.

Von Hesse, Milton. 1994. *Políticas públicas y competitividad de las exportaciones agrícolas*. En: *Revista de la CEPAL Naciones Unidas*. No. 53, Agosto. Pp. 129-146. Santiago, Chile.

DIRECCIONES ELECTRONICAS

Alonso, Jorge Luis. (05, 99*). Agroindustria y pequeña agricultura: Experiencias y opciones de transformación: Tipos de productos y tipos de cadenas aptos para la articulación. <http://jalonso.com/tipos.html>

Alternativa. (04, 99*). Promoción de la Microempresa. Resumen del capítulo. Centro de Investigación Social y Educación Popular. <http://www.alter.org.pe/alt09103.htm>

Berry, Albert. (01, 99*). Las tareas de la pequeña y mediana empresa en América Latina. Departamento de Economía, Universidad de Toronto, Canadá. Revista de la CEPAL - Número Extraordinario. <http://www.eclac.cl/espanol/RevistaCepal/rvcincuenta/BERRY.HTM>.

Branham, Michael. Beyond Customer Satisfaction: Measuring the Components of Competitiveness. From the October 1997 issue of Quirk's Marketing Research Review. Competitive Benchmarking Associates. <http://www.competitiveanalysis.com/article2.html>

Branham, Michael. Measuring What Matters. The Competitive Strength Index Evaluates Factors that Customer Satisfaction Can't Begin to Address. Competitive Benchmarking Associates. <http://www.competitiveanalysis.com/article.html>

Buckey, D. y Berry, J. Advanced Methodologies for Modeling with GIS. Build Competitive Advantage. <Http://iisd.ca/business/createvalue.html>

Burgos, Nidia. (04, 99*). Seis hallaron la excelencia. En: La Nación electrónica. 07-12-1998. Http://www.exactus.com/enpren_nacion_seis.htm

Charles, David y Benneworth. The Competitiveness Project: North East Regional Competitiveness Report 1996. Part 1: Overview and Summary. European Regional Development Fund. CURDS: Centre for Urban and Regional Development Studies. University of Newcastle, Newcastle upon Tyne. <http://www.ncl.ac.uk/~ncurds/rrcp/index.htm>

Clarkson University. Modelo de Competitividad de Porter. <http://www.clarkson.edu/~pants/lecture2/index.htm>

Cluster Competitiveness. (01, 99*) Analysis and Change Methodology. Cluster Competitiveness: Initiatives are led by two basic concepts. <http://www.clustercom.com/cluseng2.htm>

Commonwealth of Australia. The Competitiveness Index.

Competitive Benchmarking Associates. (01, 99*). Measuring Competitiveness, Loyalty, Satisfaction, & Marketing Effectiveness. The Woodlands, Texas, Estados Unidos. <http://www.competitiveanalysis.com/applications.html>

Decision Support Systems, Environmental Models, Visualisation Systems and GIS. [Http://bamboo.mluri.sari.ac.uk/~jo/litrev/chap5.html](http://bamboo.mluri.sari.ac.uk/~jo/litrev/chap5.html)

Delgado, Edgar. 1999 (06, 99*). País avanza en logística. En: La Nación Digital. (28, 06). Economía. http://www.nacion.co.cr/ln_ee/1999/junio/28/economia3.html

Enache, M. Integrating GIS with DSS: a research agenda. [Http://www.odyssey.maine.edu/gisweb/spatdb/urisa/ur94015.html](http://www.odyssey.maine.edu/gisweb/spatdb/urisa/ur94015.html)

Esser, Klaus. 1996. (03, 99*). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. De Revista de la CEPAL No. 59, Agosto. <http://www.eclac.cl/español/RevistaCepal/vr59/compet59.html>

Geographic Information Systems and Late Blight. [Http://www.cgiar.org/CIP/pir/condesan/gis.htm](http://www.cgiar.org/CIP/pir/condesan/gis.htm)

Gray, Edmund y Smelter, Larry. (04, 99*) Análisis del Ambiente Competitivo. Management. The Competitive Edge. <http://spin.com.mx/~rjaguado/amb.html>

Hanson, Arthur. (01, 99*) Sustainability and Competitiveness. University of Waterloo. Institute for Innovation Research. <http://iir1.uwaterloo.ca/MOTW96/summer96/ArthurHanson.html>

IMD. (01, 99*). Word Competitiveness Yearbook. Stats: domestic economy, internationalization, government, finance, infrastructure, management, science & technology, people. <http://www.imd.ch/wcy/stat/>

IMD. (01, 99*). World Competitiveness Yearbook Methodology. <http://www.imd.ch/wcy/approach/methodology.html>

IMD. (01, 99*). The World Competitiveness Yearbook 1998. Itpress Verlag – Internet Book Dealer. [Http://itpress.de/wcy.htm](http://itpress.de/wcy.htm)

IMD. (01, 99*). World Competitiveness Yearbook. World Competitiveness: New Frontiers of Competitiveness. From Professor Stephane Garelli. <http://www.imd.ch/wcy/approach/fundamentals.html>

Indices of World Competitiveness. (04, 98*).
<http://www.india-times.com/business/list54.html>

Industry Canada, Strategis. (01, 99*) Steps to Competitiveness: Human Resources Planning. <http://strategis.ic.gc.ca/cgi-bin/bps/steps?file=que14e.txt>

Industry Canada, Strategis. (01, 99*) Steps to Competitiveness: Overview of the strategic planning process. <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/sv00053e.html>

Industry Canada, Strategis. (01, 99*) Steps to Competitiveness: Using Business Tools Effectively. <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/sv00060e.html>

Info-LuKasNet. (04, 99*) Empresa familiar. Lukasnet Communication. <http://lukasnet.com/pyme/in/010798.htm>.

Info-LuKasNet. (04, 99*) Microempresas. Lukasnet Communication. <http://lukasnet.com/pyme/plus3.htm>.

International Institute for Sustainable Development. (01, 99*) Build Competitive Advantage. <http://iisd.ca/business/createvalue.htm>

Keenan, P. Using a GIS as a DSS Generator. [Http://mis.ucd.ie/staff/pkeenan/gis as a dss.html](http://mis.ucd.ie/staff/pkeenan/gis%20as%20a%20dss.html)

Kettani, Saad. (07, 00*). Le maroc competitiv: A cluster development initiative in morocco. The World Bank Group. <http://www.worldbank.org/wbi/mdf1/lemaroc.htm>

Koopman, Jeanne. 1998 (02, 99*). Género y Participación en la Planificación Agrícola. <http://www.fao.org/sd/Spdirect/WPre0049.htm>

Kosgeb. (04, 99*). Small and Medium Industries in Turkey. <http://www.kosgeb.gov.tr/kosg.htm>.

La Gráfica. 1998 (07, 99*). Colombia: corrupto y sin competitividad. Memorando. En: Revista Dinero. Junio 30. Bogotá, Colombia. <http://dinero.com/din30jun98/memorand/lagrafi/lagrafi.htm>

Ladas & Parry. 1996. (01, 99*). Costa Rica - Law for the Promotion of Competitiveness and Effective Protection of Consumers. <http://www.ladas.com/BULLETINS/1996/0896Bulletin/CostaRica1.0896.html>

MANEX. (10, 98*) Case Study. Nancy's Specialty Foods. <http://www.manex.org/whatwedo/case/nancys.htm>

Matheson, L. Introduction to Operation and Competitiveness: Globalization, Risks in Globalization, Issues & Trends in Operations. <http://hyperserver.engrg.uwo.ca/es492b/Lectures/lect1/sld019.htm>

Matheson, Lance. Introduction to Operation and Competitiveness: Competitiveness, Measures of Competitiveness, Competitive Industries, Productivity Increases when firms, Measuring Competitiveness, Barriers to Entry. <http://hyperserver.engrg.uwo.ca/es492b/Lectures/lect1/sld019.htm>

McMullin, S. Location Strategies, Spatial Decision Support Systems, and Strategic Planning. <Http://www.weber.u.washington.edu/~mcmullin/SDSS.html>

NCGIA Research Initiaves. <Http://www.ncgia.ucsb.edu/research/initiatives.html>

O'Toole, Barbara. (09, 98*) Porter's Diamond and its Relevance to Irish Trade: The Applicability of Porter's Diamond' Theory to the Irish Trade experience. <http://www.economics.tcd.ie/ser/1996/btoole.htm>

Pelayo, Carmen María. (07, 99*). La Competitividad. <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>

Peres, Wilson. (02, 99*). El Resurgimiento de las Políticas de Competitividad Industrial. <http://www.eclac.org/espanol/Proyectos/rla88039/polci.html>

Portada. 1998 (07, 99*). De goleados a goleadores? En: Revista Dinero. Bogotá, Colombia.
<http://dinero.com/revista/edicion88/portada/portada.htm>

Programa de Excelencia y Superación Empresarial (PROGRESE). (04, 99*). Proyecto BID-FOMIN de apoyo a la Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa en Costa Rica. Cámara de Industrias de Costa Rica.
<http://www.cicr.or.cr/Progrese.htm>

Rivas, José Eduvigés. 1998 (07,99*). Globalización y Competitividad.
<http://www.monografias.com/trabajos/globalcom/globalcomp.shtml>

Rodríguez, A.; Grueau, C.; Neves, Nuno. Environmental Planning using Spatial Agents. <Http://helios.cnig.pt/~armanda/html/gisruk97.html>

Saldívar, Ernesto. (07, 99*).
<http://www.monografias.com/trabajos/gestioncompadmin/gestioncompadmin.shtml>

Saldívar, Ernesto. (07, 99*). La Globalización como estrategia de desarrollo.
<http://www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.shtml>

Salomon, Ilan. 1997. Urban design, telecommunication and travel forecasting conference.
<http://www.bts.gov/tmip/papers/tmip/udes/salomon.htm>

Sánchez, José Luis. 1998. (04, 99*). La empresa grande, come aparte de las demás (con meseros, comida, restaurant, y protección gubernamental de lujo). <http://www.cpware.com/colabore/venegas/colabore53.htm>.

Sánchez, José Luis. 1999. (04, 99*). Crecimiento de micro, a pequeña, a mediana, a grande.....(No es lo mismo nacer con limitaciones que vivir y morir con ellas).
<http://www.cpware.com/colabore/venegas/colabore133.htm>.

Sánchez, José Luis. 1999. (04, 99*). El crecimiento de la empresa no tiene porqué ser un problema (a menos que no sepa qué hacer).
<http://www.cpware.com/colabore/venegas/colabore123.htm>.

Sánchez, José Luis. Usuario Final: Cliente Ignorado? (Mañana, el cliente ignorará a su empresa...)
<http://www.cpware.com/colabore/venegas/colabore107.htm>

Sarsenski, J.; Davis, F. y Goodchild, M. 1996. A Spatial Modeling and Decision support system for conservation of biological diversity. [Http://www.biogeog.ucsb.edu/projects/ibm/reports/report96.html](http://www.biogeog.ucsb.edu/projects/ibm/reports/report96.html)

Spatial Decision Support System (SDSS). [Http://www.stat.washington.edu/NRCSE/prop/subsubsection3_2_5_1.html](http://www.stat.washington.edu/NRCSE/prop/subsubsection3_2_5_1.html)

Sturges, David. (03, 99*) International Competitiveness. UT-Pan American College of Business Administration. <http://www.baclass.panam.edu/courses/intb4365/lectures/sptheories.html>

Tanzi, Vito. (04, 99*) Corruption Around the World - Causes, Consequences, Scope and Cures. <http://netec.mcc.ac.uk/WoPEc/data/Papers/wopimfwpa9863.html>

Tanzi, Vito. (04, 99*) Corruption, Public Investment, and Growth. <http://netec.mcc.ac.uk/WoPec/data/Papers/wopimfwpa97139.html>

Total Quality Engineering. (10, 98*) Dedicated to improving competitiveness. <http://www.tqe.com/>

Transparency International. (01, 99*) The Corruption Perceptions Index. <http://www.transparency.de/documents/cpi/index.html>

United Nations Environment Programme. (03, 99*) Agenda 21. Sección I: Dimensiones sociales y económicas. Capítulo 2. Cooperación internacional para acelerar el desarrollo sostenible de los países en desarrollo y políticas internas conexas. <http://rolac.unep.mx/agenda21/esp/ag21es02.htm>

Universidade Federal da Bahia. (10, 98*). Novos padroes de competitividade. <http://www.ufba.br/instituicoes/ufba/facultades/fce/ops/ops2/artnov3.html>

University of Minnesota, Office of Information Technology. (04,98*). World Class Competitiveness Product and Process. <http://www.umn.edu/oit/pubs/presentations/telecom/tsld032.htm>

1

