AMÉRICA LATINA: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LA ECONOMÍA GLOBAL

Manuel Santiago López Domínguez[1]

RESUMEN

El proceso de globalización económica supone una alteración importante de los ejes de actividad económica internacional, proceso en el cual América Latina encuentra graves dificultades para lograr un posicionamiento estratégico sólido para hacer frente a los retos de este nuevo escenario. El artículo analiza una serie de variables claves para la conformación de las ventajas competitivas nacionales (comercio internacional, mercado laboral, Estado, configuración regional), al tiempo que se señalan las posibles estrategias latinoamericanas para mejorar la situación en cada apartado El análisis de esta realidad va a tener en cuenta tanto las teorías económicas clásicas provenientes de los países más desarrollados como los nuevos modelos de organización económica que surgen en las economías emergentes (Asia) más innovadoras.

Palabras claves: América Latina. Globalización, Estrategia, Competitividad, Comercio internacional, Mercado Laboral, Estado. Empresa.

ABSTRACT

The process of economic globalization brought about an important change of the international economic axis, in this process Latin America find many difficulties to achieve a firm strategic position in order to face all the challenges related to this new scenario. This article analyzes a group of key points in the competitive advantages of the nations (international trade, labour force, State, regional network), at the same time we underline the possible Latin American strategies to improve all these subjects. The analysis of this reality would take into account not only the classical economics theories taken from developed countries but also the new organization models that are put into effect in some promising emergent economies (Asia).

Key Words: Latin America, Globalization, Strategy, Competitiveness, International Trade, Labour Market, State, Company.

[1] Licenciado en Business International Administration, Licenciado en Geografía e Historia de América. Candidato a Doctor en International Management e Investigador en temas de Dirección Estratégica y Estrategias Competitivas de la Universidad de Comillas, España.

INTRODUCCIÓN

La globalización económica es un fenómeno cuya reciente aparición provoca múltiples cambios en la realidad económica, social, política y cultural de los países presentes en la esfera internacional actual.

La desaparición de las distancias geográficas y la nueva redefinición del estado-nación trae consigo un nuevo panorama económico cuyas características están muy lejos de los tradicionales esquemas de organización económica clásica, a través de los procesos de integración económica de grandes áreas regionales, el aumento intensivo de los intercambios económicos y flujos comerciales y la deslocalización geográfica de los centros de producción en base a una nueva división internacional del trabajo apoyada en los bajos costes laborales de ciertos países.

En este contexto general descrito en el párrafo anterior, los estudios más al uso suelen tender hacia un análisis unilateral de dicha realidad partiendo de los planteamientos y esquemas estratégicos y empresariales de los países desarrollados (norte-sur) propugnado una especie de homogeneización analítica que no responde a las características particulares de un gran número de países afectados por esa corriente económica globalizadora, entre los que se encuentra América Latina.

El "tsunami" de la globalización tiene como rasgo definitorio la apertura comercial de un gran mercado global, lo cual implica un aumento de las fricciones competitivas entre todos los países participantes en ese nuevo marco comercial internacional, ya que al producirse la sustitución del anterior concepto de economía nacional y mercado domestico por una economía global, ello hace que cada país deba afrontar en su conjunto las nuevas amenazas y posibilidades que se presentan en este escenario novedoso y desconocido, surgiendo así la necesidad de estudiar las nuevas estrategias competitivas de las naciones en este periodo de transición económica, analizando la ventaja competitiva nacional para poder ver cuales son las fortalezas y debilidades de cada país, no solo frente a sus socios comerciales del mundo industrializado sino también frente a su potenciales competidores en el grupo de los países de economías emergentes[2].

Este artículo tiene como objetivo realizar una descripción general de las estrategias competitivas de las naciones en el ámbito de la globalización económica, pero partiendo de una perspectiva de reflexión latinoamericana, con el objeto de tener una visión más acertada de cual es el posicionamiento estratégico de América Latina, desde la base de sus rasgos personales y su forma de inserción en la sociedad internacional contemporánea.

1. GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA E IDENTIDAD NACIONAL

América Latina es una de las zonas geográficas a escala planetaria que ha mostrado una mayor dificultad para lograr encontrar su lugar particular en el movimiento de la globalización económica internacional, pudiendo afirmarse que dicho proceso se encuentra todavía en una fase embrionaria y sus resultados finales podrán verse en los próximos años; este desfase del área latinoamericana tiene una gran incidencia ya que por un lado el fenómeno de la globalización se caracteriza por tratarse de un movimiento de gran aceleración temporal por lo cualquier tipo de retraso puede suponer el desplazamiento por otras regiones del mundo o la perdida de ventajas competitivas que más tarde sean muy difíciles de recuperar; por otra parte la globalización económica aparece vinculada en sus orígenes al surgimiento de grandes bloques económicos o grupos regionales de convergencia de intereses[3], lo cual hace que la fragmentación

[2] He encuadrado América Latina en el grupo de países emergentes ya que, al margen de los caracteres particulares de cada país, se trata de una zona con un potencial económico y una importancia geoestratégica que merece tal calificativo, que por otra parte se aplica de forma bastante difusa e incierta.

[3] Véase la mención que hace Natalia Ribas acerca de la definición del concepto de globalización y todos sus matices, y muy específicamente a la fragmentación de la comunidad económica internacional en grandes grupos de intereses económicos (triadización).

de una determinada zona significa una extremada vulnerabilidad ya que es bastante difícil elaborar estrategias efectivas desde una perspectiva aislada de carácter nacional.

Las causas principales de este fenómeno de indefinición de América Latina frente al proceso globalizador tienen orígenes económicos pero también de carácter político, histórico y cultural, nosotros vamos a mencionar dos grupos de causas principales que son muy interesantes para el desarrollo de este estudio.

Tensión Regional: El proceso de globalización ha traído consigo un efecto de regionalización y creación de grandes estructuras políticas y económicas compuestas por varios países que han logrado un mayor o menor grado de convergencia de objetivos, todo ello ha aumentado su protagonismo y capacidad de decisión en la esfera internacional, este sería el caso de Europa y Asia, en donde dichos movimientos de integración, aun siendo muy diferentes entre ellos, han evolucionado lentamente pero consiguiendo logros evidentes y prometedores. El retraso en el posicionamiento de América Latina en el conjunto de la globalización de la realidad económica internacional tiene como punto de partida las propias tensiones internas, a nivel continental, que se dan en el orden económico, político histórico, etc., lo cual ha impedido la conformación de una verdadera identidad latinoamericana.

En el caso de América Latina la globalización económica no ha dado lugar a la creación de estructuras de acuerdos regionales suficientemente avanzadas como para servir de elemento aglutinador y reforzar la presencia de la zona frente al resto del mundo; los resultados obtenidos hasta el momento distan de tener la solidez necesaria para impulsar al conjunto de la región, así vemos el ejemplo del Mercosur, y todo ello se ve explicitado por las reticencias mostradas por parte del "oasis" económico chileno, país cuyos éxitos económicos se han visto acompañados por una apertura económica bilateral hacia mercados e instituciones ajenas al ámbito latinoamericano.

El otro factor que distorsiona la realidad latinoamericana como conjunto regional en el mundo es la presencia de Estados Unidos como elemento determinante del futuro del continente; el abismo que separa al norte y sur del continente en el aspecto económico (dimensión de las economías, diferencias tecnológicas, renta per capita, estructura sectorial), todo ello hace muy difícil el logro de un esquema de integración continental de cualquier tipo en el que haya un mínimo de garantías de equilibrio de intereses y poderes; por otra parte la combinación doctrinal estadounidense de liberalismo y librecambismo económico unido a cierto proteccionismo interno provoca múltiples recelos en los países latinoamericanos ante el temor de una dependencia o invasión económica del poderoso vecino del norte; se puede afirmar que el continente de una fuerza de impulso económico que ayude a la transformación económica, social y política de la zona tal como ocurre en Europa a través de Alemania, o en Asia a través de Japón y China.

Ventajas competitivas: La descripción de las ventajas competitivas nacionales de los países latinoamericanos nos muestra como esta área geográfica representa un caso paradigmático en la distribución de las ventajas competitivas nacionales asociadas a la teoría económica clásica y a los estudios de Porter[4].

América Latina es la zona del mundo que encarna por excelencia la posesión de grandes recursos naturales y factores de producción originarios (tierra, agua, recursos mineros, producción agrícola), lo cual la diferencia de otros países, aportando una ventaja competitiva regional evidente no sólo frente a los países industrializados sino también frente a aquellos otros países o regiones que puede resultar competidores potenciales en este nuevo reposicionamiento es-

[4] El capítulo de Porter sobre ventajas competitivas es esencial para comprender el proceso de creación de una verdadera ventaja competitiva nacional y apreciar la gran cantidad de variables espaciales, temporales, humanas y materiales que convergen para lograr el resultado final.

tratégico (África, Asia); por otra parte América Latina también posee el otro elemento clave en la actual división económica internacional, la disponibilidad de mano de obra de bajo coste de producción, lo cual le permitiría competir con Asia, el gran bloque emergente que sirve de referencia en las tendencias actuales del proceso de globalización económica.

Este apartado de las ventajas competitivas nos permite llegar a una primera conclusión que sería la idea de que las ventajas competitivas no se heredan sino que se crean, por lo que el estudio de la realidad latinoamericana desde un punto de vista comparativo con otras regiones del mundo debe de estar aislado de la autocomplacencia basada en las ventajas competitivas primarias con las que cuenta la zona, a fin de evitar caer en una descripción o enumeración de las innombrables potencialidades de la zona (Brasil, Argentina, Venezuela), debiendo de ir un poco más allá para buscar las ventajas competitivas reales que permiten a otras zonas del mundo (Asia) adquirir un papel de liderazgo económico a pesar de las numerosas e importantes desventajas competitivas que tienen sus economías nacionales (presión demográfica, falta de recursos energéticos, escasez de producción agrícola, limitación territorial).

Estrategias latinoamericanas para una economía global

1) Acuerdos económicos de carácter bilateral: Estos acuerdos ayudan a superar la incapacidad de articulación regional por grupos de países, al tiempo que este tipo de acuerdos ayuda a lograr procesos negociadores mejor adaptados a las necesidades particulares de cada país, hecho éste muy importante para países que están a veces en una situación de cierta vulnerabilidad negociadora.

2) Diversificación de los procesos de negociación externos: La globalización económica internacional ha traído consigo nuevos centros de decisión económica internacional que permiten a los países o regiones menos favorecidas poder encontrar múltiples interlocutores que respondan a sus necesidades, al mismo tiempo esa diversificación externa ayuda a mejorar la estructura competitiva del país ya que aporta diversos modelos de gestión empresarial lo que incide en una mayor flexibilidad económica interna. La búsqueda de socios comerciales en el exterior debe de regirse por aspectos geoestratégicos que tiene gran importancia en todas las latitudes pero también por factores prácticos que puedan ofrecer mayores posibilidades de negocios (disponibilidad de divisas y necesidades importadoras del socio comercial).

3) Reelaboración de las ventajas competitivas: América Latina debe aprovecharse de las ventajas competitivas heredadas en esos países, pero siendo consciente que es necesario impulsar la creación de nuevas ventajas competitivas que puedan dar lugar a una estrategia competitiva nacional con posibilidades en el marco de la globalización económica internacional, dichas nuevas ventajas competitivas se caracterizan por ser ventajas más intangibles, que necesitan un periodo temporal más amplio para poder consolidarse y que responden a aspectos a veces muy relacionados con el factor humano (educación, formación empresarial, nuevas tecnologías. reformas administrativas, criterios de inversión).

2. GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional se ha erigido en uno de los factores críticos para explicar y comprender la globalización económica internacional; los modelos de integración económica, deslocalización geográfica, mercados laborales de bajos costes, nuevas reglas de libertad en el comercio internacional, etc., han originado un aumento considerable del comercio internacional, el cual se ha convertido en el motor fundamental de creación de riqueza de las naciones, al tiempo que redefine los nuevos equilibrios de poder en un mundo globalizado. En esta dinámica de expansión del comercio internacional aparece el índice de apertura comer-

cial como una medida cuantitativa que indica la ventaja competitiva de los países para poder impulsar sus relaciones comerciales y al mismo tiempo afrontar sus proyectos de integración económica con otros países, ya que los mercados nacionales excesivamente cerrados pueden reducir las potencialidades de unos agentes empresariales nacionales que al estar al margen de las normas de competencia foránea no desarrollan mecanismos de innovación y eficacia productiva acordes con los nuevos tiempos.

Los datos referidos al índice de apertura comercial en el panorama internacional van a mostrar una serie de tendencias, a veces contradictorias, que prueban la diversidad de los enfoques nacionales en cuanto su política de comercio exterior, y que reflejan la flexibilidad en la elección de estrategias para conseguir ventajas competitivas nacionales y modelos económicos eficientes en una economía globalizada. El índice de apertura comercial va a estar determinado tanto por las reglas de juego en el escenario internacional como por las características internas de cada país (renta per capita, estructura sectorial de la economía, grado de diversificación de la producción interna, ventajas competitivas sectoriales).

	Ranking Mundial	Valoración
ALEMANIA	7	8,6
ESPAÑA	16	8,1
CHINA	22	7,9
MÉXICO	22	7,9
ESTADOS UNIDOS	31	7,7
ARGENTINA	37	7,3
CHILE	57	6,8
VENEZUELA	59	6,6
COLOMBIA	75	6
BRASIL	94	4,7

Cuadro 1. Índice de apertura comercial[5].
Fuente: La libertad económica en el mundo (2001). Pág. 77.

La primera conclusión, al margen de la realidad latinoamericana, es la existencia de un grupo de países con un mayor índice de apertura comercial dentro de los grandes bloques económicos presentes, la Unión Europea, lo cual se explicaría por la propia dinámica interna del funcionamiento comercial entre los países comunitarios, por ser la primera potencia comercial a nivel internacional y por un mayor respeto de los acuerdos comerciales internacionales, al margen de la pervivencia de políticas claramente proteccionistas como puede ser el sector agrícola.

Estados Unidos es un país con un índice de apertura comercial medio, lo cual estaría basado en su proteccionismo sectorial puesto en evidencias en varias ocasiones por los organismos internacionales encargados de regular las buenas practicas en este apartado, esta puntuación media estaría en clara contraposición con las demandas de apertura comercial exigidas a sus socios comerciales; el resultado obtenido por Estados Unidos no hace más que reflejar el carácter tradicionalmente deficitario de la balanza comercial estadounidense y sus necesidades de proteger ciertos intereses nacionales y de buscar nuevos mercados para sus productos.

El otro gran gigante comercial del mundo globalizado, China, obtiene una calificación de apertura comercial por encima de la presentada por los Estados Unidos y más cercana a las ratios europeas, lo que se puede explicar por la clara ventaja competitiva actual de los productos chinos en los flujos de comercio internacional.

La situación de América Latina en su conjunto presenta índices de apertura comercial mucho más bajos que la media, salvo el caso de México apoyado en su apertura comercial hacia el mercado del norte el continente, lo cual implica un mayor camino a

[5] La elección de los países de los cuadros se basa por un lado en las economías latinoamericanas más representativas, por otro lado el gran socio externo del continente –Estados Unidos-, la inclusión de Alemania es para incluir otro referente del mundo desarrollado y potencia comercial por excelencia; el caso de España sirve como referente por el proceso de apertura comercial y reestructuración económica que tuvo que sufrir el país en su proceso de adhesión a la Unión Europea y por su cercanía a los países latinoamericanos en ciertos aspectos significativos en épocas pasadas; por último el ejemplo de China sirve para comparar las economías latinoamericanas con la fuerza comercial más pujante de la actualidad y competidor natural de América Latina en una economía global.

recorrer para lograr acuerdos comerciales con el exterior, al tiempo que se priva al aparato productivo nacional de ciertos estímulos de competencia que pudieran resultar beneficiosos para el aumento de la productividad nacional.

Estrategias latinoamericanas para una economía global

1) Negociación sectorial de los acuerdos: La negociación de acuerdos bilaterales o multilaterales debiera de tener un carácter sectorial que ayudara a definir de una forma clara los intereses del país, y tratar de obtener compensaciones en función de los intereses de cada sector (proceso de negociación de España a la Unión Europea).

2) Graduación temporal: Los acuerdos comerciales con el exterior deben de incluir un calendario interno que regulen de forma escalonada el acceso a los mercados, es primordial que el aparato productivo nacional goce de unos márgenes temporales para adaptarse y comprender las nuevas reglas de juego.

3) Agentes de comercio nacionales: Al margen de las grandes negociaciones de tipo macroeconómico entre los gobiernos de los países, es importante la creación de una red de cámaras de comercios sectoriales y regionales que puedan actuar con sus homónimos en el exterior, y cuyo conocimiento de la realidad diaria de la actividad económica facilita la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales.

4) Nuevas tecnologías: El acceso a nuevas tecnologías informáticas multiplica los contactos con el exterior y las ocasiones de establecer relaciones comerciales, es por ello que se debe de fomentar el uso de estas herramientas a nivel privado, municipal o empresarial.

5) Fortalezas competitivas: En un mercado global el tamaño del sector económico y de los agentes productivos es importante por lo que se hace imprescindible implantar organismos de fomento a la exportación que consigan coordinar la actividad de las empresas, centros de producción, particulares, etc., con el objeto de fortalecer la posición exportadora-importadora del país frente al exterior.

6) Logística internacional: El gran avance impuesto por el proceso de globalización económica internacional es la ruptura de las fronteras económicas y la creación de un mercado global, este hecho se ha basado en las nuevas posibilidades logísticas, es por ello que es muy importante el estudio del posicionamiento logístico del país en el conjunto del comercio internacional para así poder ver cuales son las posibilidades reales y los orígenes-destinos en los cuales ese país puede resultar más competitivo.

3. GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y MERCADO LABORAL

La configuración del mercado laboral de un país o de una organización regional de países es uno de los elementos claves para entender la ventaja competitiva de dichos países en el contexto internacional, y ello es así debido a lo que viene ser denominado como “división internacional del trabajo” en un mundo global; en este nuevo orden competitivo internacional el coste de la mano de obra se ha convertido en la ventaja competitiva por excelencia para lograr una mejora del posicionamiento en las corrientes de comercio internacional y en la localización de los centros de producción a través de un proceso de deslocalización geográfica que traslada la industria hacia mercados laborales en donde haya una reducción sustancial de los costes de producción.

Los resultados obtenidos en la clasificación de la ordenación de los mercados laborales de la economía global muestra resultados en cierta manera sorprendentes.

	Ranking Mundial	Valoración
ESTADOS UNIDOS	7	6,8
MÉXICO	11	6,4
ARGENTINA	13	6,2
VENEZUELA	28	5,2
BRASIL	31	5,0
CHILE	32	4,9
COLOMBIA	37	4,5
CHINA	40	4,4
ESPAÑA	46	3,8
ALEMANIA	58	1,8

Cuadro 2. Libertad en el mercado laboral.
Fuente: La libertad económica en el mundo (2001). Pág. 37.

En este apartado podemos observar como Estados Unidos y América Latina muestran unos sistemas de organización muy parecidos, caracterizados por la ausencia de regulación (modelo liberal anglosajón), lo cual se ve atemperado en ciertos países con mercados laborales más estructurados (Colombia, Chile).

En el otro extremo se encuentran los países pertenecientes a la Unión Europea los cuales se caracterizan por un mercado laboral mucho más rígido y regulado, cuya búsqueda de la competitividad está más basada en la formación y capacitación profesional que en una flexibilidad extrema.

El tercer actor importante en este apartado sería el caso de China, país que, al margen de su conocida competitividad en cuanto a costes laborales, muestra también un alto grado de regulación estatal lo cual nos induce a creer que la ventaja competitiva nacional de este país en cuanto a fuerza de trabajo consta de otros valores añadidos que refuerzan el proceso de producción.

Estrategias latinoamericanas para una economía global

1) Regulación laboral: La flexibilidad laboral basada en una ausencia de regulación del mercado laboral no es garantía de consecución de ventajas competitivas nacionales (déficit comercial estadounidense, desplazamiento de América Latina por el mercado asiático), ello nos aconseja establecer mecanismos de regulación que incidan en la orientación de la fuerza laboral del país hacia aquellos sectores potencialmente competitivos (reconversión laboral de los sectores productivos ineficientes del país).

2) Inversión estatal: El Estado puede erigirse en un elemento dinamizador del mercado laboral mediante el apoyo de la creación de condiciones óptimas para el desarrollo de la actividad empresarial (infraestructuras, polos de desarrollo, políticas de fomento regional), todo ello incide en una articulación más equilibrada del territorio, la contención de los movimientos migratorios internos y la reducción de la creación de grandes bolsas de pobreza y subempleo.

3) Nuevas profesiones: El mercado laboral de los países menos desarrollados se caracterizan por una rigidez excesiva en cuanto a la distribución sectorial de la actividad económica, es por ello que se debe de promocionar la aparición de nuevas salidas profesionales, las cuales son múltiples en economías con un gran potencial de desarrollo en gran número de campos.

4) Formación: La formación y educación de la fuerza laboral, así como el acceso a las nuevas tecnologías de información son herramientas básicas para conseguir un mercado laboral eficiente en el interior y atrayente de cara al exterior.

4. GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y SECTOR EMPRESARIAL

La libertad de empresa y competencia y la creación de un marco favorable para la actividad empresarial son los elementos en los que se plasman la búsqueda de una estrategia eficiente para conseguir una ventaja competitiva nacional; el objetivo último de cualquier sistema económico es crear un entorno empresarial que favorezca el crecimiento económico y la riqueza nacional, esto es especialmente importante en una economía globalizada, ya que aparte de los factores estrictamente económicos vemos como la ubicación geográfica adquiere un protagonismo inesperado en la consecución de una ventaja competitiva nacional en la esfera internacional.

El primer elemento que define el posicionamiento de un país en el ámbito empresarial es la ordenación del mercado interno de ese país en cuanto a la libertad de empresa y competencia, ello actúa como un factor de impulso de la actividad económica nacional, pero al mismo tiempo se convierte en un elemento de atracción de los agentes económicos externos (inversiones extranjeras) lo cual es determinante para los países emergentes inmersos en la competitividad despiadada de una economía global. Las condiciones administrativas para la gestión empresarial, la burocracia administrativa, la facilidad de creación de nuevas empresas, el grado de competencia local, etc., todo ello son ingredientes básicos para reforzar el posicionamiento de cualquier país en el entorno internacional y poder ganar ventajas adicionales frente a los competidores de otras zonas.

El análisis de los resultados obtenidos por los distintos países nos permiten ver ciertas orientaciones que explican la situación de América Latina en la actualidad y sus posibilidades futuras en este campo.

	Ranking Mundial	Valoración
ESTADOS UNIDOS	1	8,2
ALEMANIA	18	7,2
CHILE	20	7,0
ESPAÑA	20	7,0
CHINA	43	5,2
BRASIL	47	5,1
COLOMBIA	49	4,8
ARGENTINA	50	4,7
MÉXICO	53	4,4
VENEZUELA	57	4,2

Cuadro 3. Sector empresarial. Libertad de empresa y competencia[6].
Fuente: La libertad económica en el mundo (2001). Pág. 40.

La conclusión lógica en este apartado es el desfase que se produce en el ámbito latinoamericano en cuanto a la consecución de un mercado local eficiente y propicio para la actividad empresarial, exceptuando los avances innegables conseguidos por la economía chilena, esta situación es un factor claro de desventaja competitiva de la zona frente al resto del mundo siendo necesaria una actuación rápida que mejore estos parámetros, ya que nos encontramos en la base misma de cualquier proyecto de estrategia competitiva nacional y si se ignora esta realidad todos aquellos esfuerzos de inversión o de apertura internacional tendrán pocas posibilidades de prosperar.

La segunda parte de este capítulo nos llevaría a describir la estrategia competitiva de las empresas nacionales frente a los procesos de apertura económica y la globalización de la economía, este hecho es muy importante ya que los modelos seguidos inciden de manera directa en el tipo de ventaja competitiva nacional que se trata de conseguir al tiempo que marca las relaciones de las empresas nacionales con el resto de empresas extranjeras.

En el contexto de este proceso de globalización económica el factor territorial y geográfico ha adquirido una relevancia que a veces escapa a los estudiosos de las ventajas competitivas nacionales, y esta importancia se manifiesta en dos niveles diferentes, a escala nacional en la distribución regional de los centros de producción y de los sectores económicos, y en el nivel internacional a través de las relaciones transfronterizas de los vecinos comerciales, estos dos puntos van a marcar las estrategias de las empresas nacionales y definir su posición competitiva dentro del país y de cara al resto de la competencia internacional.

En lo que atañe a la distribución interna del aparato productivo nacional es importante hacer mención al concepto de cúmulos económicos (cluster) que son una agrupación que concentra toda una serie de actividades empresariales en un determinado territorio que da lugar a toda una serie de ventajas competitivas basadas en la interrelación, intercambio de actividades y de información, todo lo cual origina un efecto de impulso económico, innovación empresarial, refuerzo de las ventajas competitivas sectoriales, aparición de variados sectores auxiliares etc., ello genera una potencial ventaja competitiva nacional circunscrita a un ámbito geográfico muy determinado. Esta dimensión regional o local de los cúmulos de producción ayuda a superar ciertas limitaciones existentes en los países emergentes (infraestructuras, tecnologías, centros administrativos, distancia territorial), al tiempo que se produce una utilización más eficiente de los medios de producción.

La situación internacional en el apartado de la aparición de los cúmulos de producción nos describe una realidad en la que se aprecia la existencia de los tradicionales cúmulos productivos de Europa y Estados Unidos, pero al mismo tiempo se ve como aparecen nuevos macro-cúmulos en la zona asiática, los cuales han conseguido un verdadero proceso de interacción económica que explica en gran manera el enorme crecimiento de estos sectores y la atracción de centros productivos extranjeros; en el caso de América Latina[7] nos hallamos en una fase de menor desarrollo de este modelo de organización territorial de la producción, el cual ofrece muchas posibilidades en esta zona debido a la mejora de la articulación de la economía y del territorio, y la formación de empresas más integradas mejor preparadas para la competencia externa.

[6] Muy importante ver los datos recopilados para la elaboración de este índice que muestran la complejidad inherente a la formación de una estrategia competitiva nacional.
[7] Véase estudios de Monitor Company (Cámara de Comercio de Bogotá) sobre la creación de la ventaja competitiva para Colombia y la estrategia competitiva para Bogotá.

La segunda idea que mencionábamos en la importancia del territorio como ventaja competitiva nacional en la actividad empresarial era la importancia de las relaciones transfronterizas regionales. La globalización económica internacional presenta un gran dilema para las empresas nacionales de los países emergentes, su menor tamaño y presencia internacional hace que sean mucho más vulnerables frente a los ataques de los competidores extranjeros lo cual hace que en muchas ocasiones se opte por políticas de alianzas con las empresas extranjeras o intento de mantener una relación equilibrada con socios comerciales mucho más poderosos.

La debilidad o desventaja competitiva de las empresas de los países emergentes puede ser subsanada a través del establecimiento de alianzas o expansión exterior dentro del marco regional en el que se halla inmerso dicha empresa o país, no se trata de imitar la escala de los competidores extranjeros o de competir en los mercados extranjeros, sino de crear una ventaja competitiva nacional basada en el dominio del entorno territorial en el que se encuentra (proximidad geográfica, conocimiento de usos empresariales, identidad histórica y cultural, inversiones asequibles) todo ello crea una cadena de valor y un posicionamiento estratégico regional que será el que defina realmente las ventajas competitivas del país y de las empresas en una economía global.

El caso de los países asiáticos[8] muestra como este ha sido uno de los elementos definitorios de su pujanza económica de los últimos años, esta visión regional de las empresas asiáticas les ha permitido competir en la esfera internacional, aumentar su tamaño empresarial y crear ventajas competitivas diferenciadoras que actúan como barrera de entrada frente a los ataques competitivos foráneos. La situación de América Latina en este terreno es más desfavorecedora debido a las desavenencias de los estados latinoamericanos en sus variados procesos de integración o cooperación económica nacional, si bien es cierto que la gran ventaja del proceso de globalización económica es que ofrece una libertad de actividad empresarial intra-regional que supera las limitaciones de las gestiones gubernamentales.

Estrategias latinoamericanas para una economía global

1) Mercados competitivos: El índice de libertad empresarial y de competencia nos muestra el amplio margen de mejora en la ordenación de las economías latinoamericanas en cuanto a las facilidades administrativas para la iniciativa privada, reducción de burocracia[9] y aumento de la competencia local. Uno de los elementos claves en este apartado sería la simplificación, estandarización de los procesos administrativos y reducción de plazos.

2) Modelos de estudio: La mejora del punto anterior nos lleva a la búsqueda de modelos de estudio de otras realidades empresariales foráneas para solucionar estos problemas; en el caso latinoamericano existe una tendencia a copiar sistemas de organización extraños (sobre todo del mundo anglosajón), que tienen poco que ver con la nueva realidad en la que han de ser implantados. En este apartado vemos como existe en América Latina un modelo propio de gran efectividad organizativa, como es el caso chileno, el cual va a mostrar muchas mayores semejanzas y fácil adaptación al resto de los países de la zona; por lo tanto se deben realzar los ejemplos positivos latinoamericanos como referentes a seguir.

3) Cúmulos de producción: Fomento de una mayor articulación de los sectores productivos en el territorio mediante la creación de áreas de desarrollo. Concentración de la inversión en centros localizados que apoyen el surgimiento de sectores auxiliares para las actividades básicas de cada zona.

4) Expansión regional: La expansión empresarial de las empresas latinoamericanas y la mejora de su posición competitiva en una economía global se encuentra en los países cercanos; no se trata de renunciar al comercio con los grandes centros de desarrollo internacional (Europa, Estados Unidos), pero sin olvidar un cami-

[8] Muy interesantes los capítulos 2,3 y 6 de la obra de Jeffrey Garten, en la cual explica con ejemplos prácticos la importancia de la regionalización empresarial para el éxito del sistema asiático de producción en una economía global, de lo cual se pueden sacar conclusiones interesantes para América Latina.

[9] El problema de la burocracia y organización administrativa podría ser analizado teniendo en cuenta la evolución del caso español de los últimos años, siendo este un país que se caracterizaba por una burocracia anquilosada y añeja que se tuvo que adaptar a las nuevas reglas de juego de la Unión Europea.

no paralelo de construcción de las ventajas competitivas globales apoyadas en un aumento de los contactos regionales, las cuales serán la verdadera garantía de futuro en un entorno internacional cada vez más globalizado.

5. GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y ESTADO

Hemos dejado para el último capítulo el análisis de la función a desempeñar por el Estado[10] en la configuración de economías competitivas y estrategias empresariales eficientes en la nueva era de la globalización. Una de las consecuencias básicas del proceso de globalización económica es el cambio de las características tradicionales del Estado como ente activo en el desarrollo económico de cualquier país; la globalización económica origina fuerzas contradictorias que demandan por un lado un marco de mayor libertad para la actividad empresarial privada, con la consiguiente reducción del peso especifico del aparato estatal dentro del sistema productivo nacional, pero por otra parte la magnitud de los retos asociados a una economía globalizada exige una presencia cualitativa del Estado como elemento dinamizador de la economía y orientador de las tendencias de los agentes empresariales nacionales; así pues, en este campo de fuerzas opuestas se define el papel del nuevo modelo de Estado necesario para encauzar las necesidades de un mundo globalizado, suponiendo un mayor o menor grado de "modernidad" estatal una herramienta imprescindible para la definición de una estrategia competitiva nacional acertada y eficiente.

El primer aspecto que define la importancia del Estado en cualquier país es el tamaño de ese Estado, lo cual va a incidir en el grado de control que dicho Estado ejerce sobre otra serie de variables que tienen gran relevancia para el diseño del sistema nacional de producción (empresas estatales, producción estatal, niveles de inversión), eso va a redundar en una reducción del margen de actividad para la iniciativa empresarial y para el normal desempeño de las reglas de competencia en el mercado.

	Ranking Mundial	Valoración
ARGENTINA	5	7,6
MÉXICO	6	7,5
CHILE	7	7,4
ESTADOS UNIDOS	7	7,4
COLOMBIA	21	61
BRASIL	28	5,4
ALEMANIA	31	4,9
VENEZUELA	35	4,8
ESPAÑA	39	4,5
CHINA	55	2,9

Cuadro 4. Tamaño del Estado.
Fuente: La libertad económica en el mundo (2001). Pág. 30.

Los resultados señalados en los estudios internacionales al efecto muestran un hecho definitorio de los países latinoamericanos, esto es su gran peso especifico en el conjunto de las economías nacionales, esto puede resultar un importante elemento limitador de la consecución de un sistema de ventajas competitivas nacionales, por lo que sería necesario un replanteamiento de las funciones verdaderamente necesarias e imprescindibles del Estado en este nuevo momento histórico.

La otra característica del Estado en tiempos de globalización económica está relacionada con la actitud del Estado en la búsqueda de las estrategias competitivas nacionales; existen países que tienden hacia un abandono o dejadez por parte del Estado del conjunto de la actividad económica, al sumir que las reglas internas del mercado son el mejor agente autorregulador que consigue una mayor eficiencia en la asignación de los recursos económicos; en el otro extremo estarían los modelos estatales que se caracterizan por un control excesivo del aparato productivo al creer que el Estado como tal puede ser generador por si mismo de las ventajas competitivas nacionales, al margen de los agentes empresariales y de las leyes del mercado.

La búsqueda del equilibrio en la relación Estado-economía global nos lleva a señalar en primer lugar que los "tiempos competitivos" de los estados y los tiempos competitivos de las empresas care-

[10] Imprescindible el capítulo 6 de Porter sobre la ventaja competitiva de las naciones y el nuevo papel del Estado, y el capítulo 6 de la obra de Jeffrey Garten acerca del nuevo juego competitivo de Asia en donde se ven ejemplos claros de cual es la posición que debe de ocupar el Estado en una economía global.

cen de cualquier tipo de coordinación, siendo los procesos de búsqueda de una ventaja competitiva nacional mucho más largos que los planes elaborados por los gobiernos de los países, es por ello que el Estado debe de ser un líder que apoye la competitividad nacional a través de alentar el cambio, promover la rivalidad interior del país y estimular la innovación, centrándose en aquellos factores especializados (infraestructura, educación, enseñanza especializada, asociaciones comerciales) que pueden sustentar el desempeño de las empresas privadas.

El análisis regional de la configuración del Estado, al margen de su tamaño económico que hemos mencionado en párrafos anteriores, nos aporta algunas experiencias de países asiáticos en las que se aprecia como los gobiernos combinan una política de libre competencia para estimular la productividad nacional, junto con un mayor control de ciertos sectores o actividades estratégicas que coinciden con los objetivos nacionales; se trata de un equilibrio entre la iniciativa privada y la coordinación y orientación de tendencias por parte del aparato estatal, esta situación exige una definición clara de cuales son las estrategias competitivas nacionales para así poder lograr un resultado más eficiente en la ordenación del sistema y al mismo tiempo poder proteger y vigilar aquellas áreas claves para los intereses del país, es lo que Jeffrey Garten denomina “hacer del gobierno un socio silencioso”.

Estrategias latinoamericanas para una economía global

1) Reordenación del Estado: Los modelos de Estado latinoamericanos se encuentran desfasados en ciertos aspectos y no responden a las necesidades de una economía global que requiere una mayor agilidad y libertad para el desempeño de la iniciativa empresarial privada.

2) Reducción del tamaño: El bajo volumen de las economías latinoamericanas requiere una reducción del tamaño del aparato estatal para poder crear un mercado privado más amplio que pueda estar en condiciones de competir en escala en el nuevo contexto de la economía global.

3) Reestructuración de prioridades: El estado debe de convertirse en ese “socio silencioso” que apoye la actividad privada a través de políticas de estabilidad de larga duración que creen el clima adecuado para la empresa privada. Las prioridades se deben de centrar en campos específicos (educación, infraestructuras, tecnologías) y abandonar otros proyectos que pueden resultar más populares pero que resultan poco competitivos (ejercito, políticas populistas).

4) Actualización: El Estado latinoamericano debe de actualizar su funcionamiento a través de la creación de una administración más eficiente, ágil, con un marco jurídico estable y avanzado que estimule las actividades empresariales.

5) Descentralización: La puesta en practica de modelos descentralizados de administración, sobre todo en países con un amplio territorio, redunda en un aumento de la eficiencia, una mayor cercanía de los agentes empresariales y el Estado y una mejor respuesta a las necesidades de cada territorio.

CONCLUSIONES

El proceso de globalización económica supone un reto añadido para la reconfiguración de América Latina en el conjunto de la economía internacional actual, al aparecer nuevas áreas de influencia a escala global que agravan el riesgo de un paulatino desplazamiento de esta región en los flujos internacionales de comercio, inversiones extranjeras y localización de centros de producción.

Las ventajas competitivas nacionales de América Latina en los factores primarios (recursos mineros, agrícolas, espacio, naturaleza, bajo coste de mano de obra) son evidentes en comparación con cualquier competidor internacional, sin embargo la desventaja se muestra en aquellos elementos competitivos que necesitan un proceso de organización y elaboración espacial y temporal más complejo.

La apertura comercial hacia el exterior de las empresas latinoamericanas debe de ir acompañada por una mayor atención al mercado regional más cercano; la consolidación de ventajas competitivas empresariales en un mundo global pasa por una apertura a los países del entorno para poder lograr dimensiones de escala regional muy difíciles de alcanzar en otras partes del mundo.

Los modelos de referencia de América Latina en un mundo global deben de abandonar la atención exclusiva a los tradicionales puntos de inspiración

económica foránea (Estados Unidos y Europa), valorando ejemplos más cercanos en el espacio (Chile) o en los planteamientos (Asia), que pueden resultar de mayor utilidad y fácil aplicación y comprensión en el ámbito latinoamericano. Al mismo tiempo el proceso de globalización económica ha variado el equilibrio de competidores a escala internacional por lo que es importante focalizar de forma correcta la competencia exterior y las ventajas competitivas generales.

El territorio se ha convertido en una herramienta competitiva de primer orden por lo que se debe de hacer una ordenación económica orientada a explotar las ventajas competitivas asociadas a la creación de cúmulos de producción, auténticos motores generadores de ventajas competitivas, los cuales son muy necesarios en América Latina para poner en practica una articulación del territorio nacional e invertir de una manera eficiente los recursos disponibles.

Las estrategias competitivas nacionales son un proyecto "nacional" en el que deben de estar implicados todos los agentes afectados (empresarios, Estado, universidades, cámaras de comercio, sindicatos) para conseguir el estímulo adecuado en la consecución de una posición estratégica fuerte en una economía global.

BIBLIOGRAFÍA

GARTEN, J. *Estrategias para la economía global*. México: Pearson Educación, 2001.

GWARTNEY, J y LAWSON, R. *La libertad económica en el mundo. Informe Anual 2001.* Madrid: Circulo de Empresarios, 2001.

PORTER, M. *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones.* Barcelona: Ediciones Deusto, 2003.

MONITOR Company. *Creación de la ventaja competitiva para Colombia*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 1994.

- La estrategia competitiva para Bogotá. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 1995.

RIBAS, N. El *debate sobre la globalización*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, 2002.

YIP, G. *Globalización: Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional*. Grupo Editorial Norma, 1993.

www.manyworlds.com