

La teoría de la ventaja competitiva de las naciones y la competitividad en México (IMCO 2019)

The Theory of Competitive Advantage of Nations and Competitiveness in Mexico (IMCO 2019)



Dr. Ignacio Casas Fraire





Dr. Ignacio Casas Fraire

SEMBLANZA

Doctor en Ciencias de la Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Es Maestro en Administración por la Universidad del Valle de México (UVM) y Licenciado en Relaciones Internacionales por la UNAM. Cuenta con el Diplomado en Negociaciones Comerciales Internacionales del Colegio de México y el Diplomado en Comercio y Negocios Internacionales por el Tecnológico de Monterrey (ITESM); Diplomado en International Economics en Lee University of Cleveland Tennessee (USA). Es Profesor Investigador en el Centro de Enseñanza Técnica y Superior (CETYS Universidad). Es miembro del padrón de jóvenes investigadores del CONACYT. Ha sido catedrático de asignatura en la Universidad Autónoma Chapingo, la Universidad del Valle de México y de la Universidad Tecnológica de México (UNITEC). Además, ha sido profesor de asignatura en la Maestría en Negocios Internacionales en la Universidad de las Américas (UDLA. D.F.) Ha sido Gerente de Comercio Exterior de la Agencia Aduanal Kalisch Alonso Agencias Aduanales S.C. y Director General del despacho de consultores en comercio internacional MexiWorld and Logistics S.A. de CV. Asimismo, ha laborado para distintas empresas transnacionales en departamentos de comercio exterior.

RESUME

Doctor in Administrative Sciences from the National Autonomous University of Mexico (UNAM). He has a Master's degree in Administration from the University of the Valley of Mexico (UVM) and a Bachelor's degree in International Relations from the UNAM. He holds a Certificate in International Trade Negotiations from Colegio de México and a Certificate in Trade and International Business from the Technological Institute of Monterrey (ITESM); as well as a Certificate in International Economics from Lee University of Cleveland Tennessee (USA). He is a member of the CONACYT register of junior researchers. He has been a professor at the Autonomous University of Chapingo, the University of the Valley of Mexico and the Technological University of Mexico (UNITEC). In addition, he has been a lecturer in the Master in International Business at the Universidad de las Américas (UDLA. D.F.) He was the Foreign Trade Manager of the Customs Agency Kalisch Alonso Agencias Aduanales S.C. and General Director of the international trade consultant's office MexiWorld and Logistics S.A. de CV. He has also worked for different transnational companies in foreign trade departments.

RESUMEN

En este artículo, el autor hace un recorrido por las aportaciones hechas en el estudio de Michael Porter al comercio internacional y de cómo los gobiernos de cada país deben realizar las acciones necesarias para que las empresas tengan los recursos para competir entre ellas, lo que desencadena su consolidación dentro del país y, con ello, tengan las bases para comenzar a exportar y competir con otras naciones a través de productos y estrategias mundiales que los posicionarán con éxito en el contexto internacional.

SUMMARY

In this article, the author reviews the contributions made in Michael Porter's study of international trade and how the governments of each country must take the necessary actions so that companies have the resources to compete among themselves, which triggers their consolidation within the country and, with this, they have the basis to begin exporting and competing with other nations through global products and strategies that will position them successfully in the international context.

Uno de los grandes méritos atribuidos a Michael Porter (1991) es su aportación al estudio del comercio internacional a través de lo que el autor denominó la teoría de la ventaja competitiva de las naciones, en la cual Porter se planteó una serie de preguntas que respondieran a una serie de inquietudes del autor: *¿Por qué algunas naciones tienen éxito y otros fracasan en la competencia internacional? ¿Por qué se hace una nación la sede de los competidores internacionales triunfadores en un sector? ¿Por qué las empresas asentadas en determinada nación pueden crear y mantener una ventaja competitiva contra los mejores competidores del mundo en un campo en particular? y ¿Por qué una nación es frecuentemente la sede de tantos líderes mundiales en un sector?*

One of the great merits attributed to Michael Porter (1991) is his contribution to the study of international trade through what the author called the theory of the competitive advantage of nations, in which Porter posed a series of questions that responded to a number of the author's concerns: *Why do some nations succeed and others fail in international competition; why does a nation become the home of successful international competitors in an industry; why are companies based in a particular nation able to create and maintain a competitive advantage against the world's best competitors in a particular field; and why is a nation often the home of so many world leaders in an industry?*



Al plantearse tales cuestionamientos, Porter pretendió responder y con ello plantear una nueva teoría que satisficiera las inquietudes y además proporcionara una explicación actualizada sin demeritar las aportaciones de los clásicos de las teorías que explicaban, hasta el momento, el comportamiento del comercio internacional (Porter, 1991:22).

Para Porter, los países no generan ventajas competitivas per se, sino más bien, son las empresas las que, al competir entre ellas, generan tales ventajas en el interior y aquellos que logren sobresalir y consolidarse en el mercado local, son capaces de exportar y salir a competir al terreno internacional a través de productos y estrategias mundiales que los posicionarán con éxito en el contexto internacional. Por esta razón, Porter no encontraba sustento en el amplio historial de las viejas teorías del comercio.

Porter sugirió que debía haber una teoría que reflejara un "rico" concepto de la competencia, que comprendiera los mercados segmentados, los productos diferenciados, las diferencias en las tecnologías y las economías de escala. Para Porter, la calidad, las características y la innovación en los nuevos productos son determinantes en los sectores y segmentos avanzados (Porter, 1991:46). El autor propone que el rol que debe jugar el gobierno debe estar encaminado a brindar un entorno en el que las empresas sean capaces de mejorar e innovar más de prisa que sus rivales extranjeros en un determinado sector. Esta nueva teoría debe dar a las empresas, más que a los gobiernos, una visión profunda de cómo perfilar su estrategia para llegar a ser competidores internacionalmente más eficientes (Porter, 1991:47).

Cuatro factores son determinantes por los cuales alcanza una nación el éxito en un sector en particular (Porter, 1991:110-111).

1. Condiciones de los factores.
2. Condiciones de la demanda.
3. Sectores conexos y de apoyo.
4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa.

Los cuatro se explican en una figura que el autor ha denominado "el diamante" por la forma como los agrupa en forma de rombo.



By posing these questions, Porter sought to answer them and thereby propose a new theory that would satisfy these concerns and also provide an updated explanation without detracting from the contributions of the classic theories that explained, up to that time, the behavior of international trade (Porter, 1991:22).

For Porter, countries do not generate competitive advantages per se, but rather, it is the companies that, by competing among themselves, generate such advantages internally and those that manage to stand out and consolidate themselves in the local market, are capable of exporting and competing internationally through products and global strategies that will position them successfully in the international context. For this reason, Porter found no support in the long history of the old trade theories.

Porter suggested that there should be a theory that reflected a "rich" concept of competition, including segmented markets, differentiated products, differences in technologies and economies of scale. For Porter, quality, characteristics and innovation in new products are determinants in advanced

sectors and segments (Porter, 1991:46). The author proposes that the role that government should play should be aimed at providing an environment in which companies are able to improve and innovate faster than their foreign rivals in a given sector. This new theory should give companies, rather than governments, a deep insight into how to shape their strategy to become more efficient international competitors (Porter, 1991:47).

Four factors determine how a nation achieves success in a particular sector (Porter, 1991:110-111).

1. Factor conditions.
2. Demand conditions.
3. Related and supporting sectors.
4. Company strategy, structure and rivalry.

The four are explained in a figure that the author has called "the diamond" because of the way they are grouped in the shape of a rhombus.

1. Condiciones de los factores

Aquí se hace referencia a los recursos disponibles en el área, distinguiéndose fundamentalmente los recursos físicos, los de capital, los humanos, y de conocimiento, las infraestructuras y los equipamientos. Los factores no son cosa que pueda heredarse, sino que se crean dentro de una nación, mediante procesos que difieren considerablemente de unas a otras naciones y entre los sectores de estas (Porter, 1991:113). Para Michael Porter, los países alcanzan el éxito en aquellos sectores donde son eficientes en la creación y desarrollo de factores y más aún en su perfeccionamiento. Así pues, las naciones serán competitivas cuando cuenten con mecanismos institucionales de calidad excepcionalmente alta para la creación de factores especializados.

2. Condiciones de la demanda

La composición, tamaño, y nivel de la demanda interior es determinante para la ventaja competitiva nacional para el producto o servicio del sector, es decir, cómo las empresas perciben, interpreten y den respuesta a las necesidades de los compradores locales.

Las empresas de una nación consiguen ventaja competitiva internacional si los compradores domésticos son o están entre los compradores más exigentes de todo el mundo. Esto se puede transmitir a los mercados extranjeros (Porter, 1991:129).

3. Sectores conexos y de apoyo

A los sectores conexos los define el autor como “aquellos en los que las empresas pueden coordinar o compartir actividades de la cadena de valor cuando compiten, o aquellos que comprenden productos que son complementarios”. Un sector proveedor localizado en el propio país y además competitivo es preferible que tener que depender de proveedores localizados en el exterior. Las empresas de una nación obtienen el máximo beneficio cuando sus proveedores son, a su vez, competidores a escala mundial (Porter, 1991:147).



4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

Otro determinante genérico de la ventaja competitiva nacional en un sector es el contexto en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad interior.

Los enfoques de gestión en áreas como la formación, la capacitación, los medios para la toma de decisiones, la naturaleza de las relaciones con los clientes, entre otros, tienen efecto directo en el éxito de las empresas.

1. Factor conditions

This refers to the resources available in the area, distinguishing fundamentally between physical, capital, human, knowledge, infrastructure and equipment resources. Factors are not something that can be inherited, but are created within a nation, through processes that differ considerably from one nation to another and between sectors of these (Porter, 1991:113). For Michael Porter, countries achieve success in those sectors where they are efficient in the creation and development of factors and even more so in their improvement. Thus, nations will be competitive when they have institutional mechanisms of exceptionally high quality for the creation of specialized factors.

2. Demand conditions

The composition, size, and level of domestic demand is a determinant of national competitive advantage for the sector's product or service, i.e., how firms perceive, interpret, and respond to the needs of local buyers.

A nation's firms gain international competitive advantage if domestic buyers are or are among the most demanding buyers worldwide. This can be transmitted to foreign markets (Porter, 1991:129).

3. Related and Supporting Sectors

Related sectors are defined by the author as "those in which firms may coordinate or share value chain activities when competing, or those comprising products that are complementary". A competitive domestic supply sector is preferable to having to rely on suppliers located abroad. A nation's companies obtain the maximum benefit when their suppliers are, in turn, competitors on a global scale (Porter, 1991:147).

4. Company strategy, structure and rivalry

Another generic determinant of national competitive advantage in an industry is the context in which firms are created, organized and managed, as well as the nature of internal rivalry.

Management approaches in areas such as education, training, means of decision making, the nature of customer relationships, among others, have a direct effect on the success of firms.

Porter considera que la configuración empresarial, tanto en cuanto a unas determinadas configuraciones de la estrategia y estructura de las empresas de un área, como al grado de rivalidad existente entre las empresas, eleva el nivel competitivo de las mismas pudiendo competir exitosamente en el entorno internacional (Porter, 1991:157).

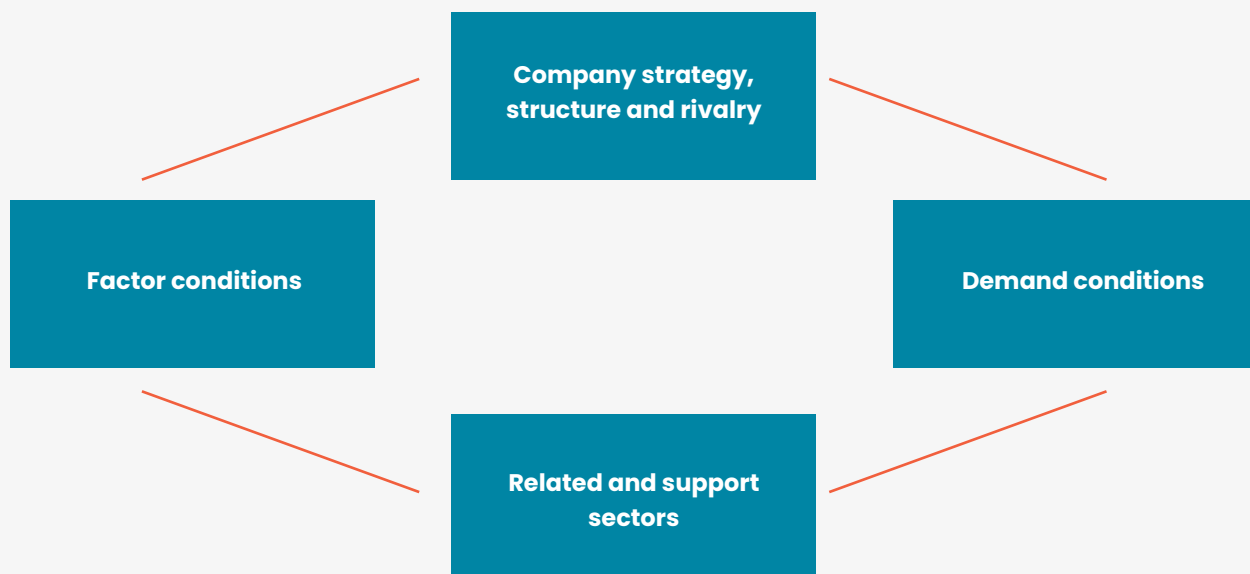


Figura 1
El diamante de Porter



Porter considers that the business configuration, both in terms of certain configurations of the strategy and structure of the companies in an area, as well as the degree of rivalry existing between companies, raises the competitive level of these companies and enables them to compete successfully in the international environment (Porter, 1991:157).

Image 1
Porter's Diamond



Rol del gobierno en el desempeño empresarial (Porter, 1991:181)

Para Porter, el gobierno influye invariablemente en los cuatro determinantes del diamante pues las condiciones de los factores se ven afectadas por las subvenciones, la política respecto a los mercados de capitales, la política educativa y otras intervenciones similares. Las normas locales concernientes a regular el producto o servicio delimitan las necesidades de los compradores o influyen sobre ellas. También pueden moldear las circunstancias de los sectores conexos por medio del control de medios publicitarios o el establecimiento de normativas para los servicios de apoyo. Las decisiones del gobierno pueden influir también en la estructura y rivalidad de la empresa a través de la regulación de los mercados de capitales, la política fiscal y la política antimonopólica, así como a través de las decisiones respecto al destino de las inversiones en educación o la implementación de normas oficiales comerciales y de seguridad.

La función del gobierno entonces debe estar dirigida a estimular el dinamismo y la mejora en la industria, creando un entorno en el que las empresas puedan mejorar sus ventajas competitivas mediante la introducción de tecnologías y métodos de producción más avanzados, así como mediante la penetración en segmentos más



exigentes con la finalidad de fomentar la capacidad de las empresas para llegar a sectores nuevos en los que se pueda conseguir una productividad mayor.

La actuación del gobierno no es importante por sí misma, sino en virtud de su influencia en los elementos del diamante. La decisión de las políticas impuestas por el gobierno tiene un efecto con la ventaja competitiva nacional. La política educativa, la política fiscal, la política sanitaria, la política antimonopolística, la política reguladora, medioambiental, económica y monetaria y muchas otras, son todas ellas importantes para la creación de ventaja competitiva nacional.

Para conseguir una alta productividad, las empresas deben tener acceso

a una dotación, en constante perfeccionamiento, de recursos humanos avanzados y especializados, de conocimientos científicos, de información económica, de infraestructura y de otros factores de producción. Las condiciones de los factores también deben animar a las empresas a mejorar su ventaja competitiva con el paso del tiempo. La política gubernamental desempeña un papel nada despreciable en cada una de estas áreas.

Entre los papeles más importantes que desempeña el gobierno está el crear y mejorar los factores de recursos humanos cualificados, de conocimientos científicos básicos, de información económica o infraestructura. Sin él los factores creados son insuficientes, inadecuados, tardíos o demasiado generales.

Role of government in business performance (Porter, 1991:181).

For Porter, government invariably influences the four determinants of the diamond as factor conditions are affected by subsidies, capital market policy, education policy and similar interventions. Local rules concerning the regulation of the product or service delimit or influence the needs of buyers. They can also shape the circumstances of related sectors by controlling advertising media or setting regulations for support services. Government decisions can also influence the structure and rivalry of business through the regulation of capital markets, tax policy and antitrust policy, as well as through decisions regarding the destination of investments in education or the implementation of official trade and safety standards.

The role of the government should then be directed at stimulating dynamism and improvement in industry, creating an environment in which companies can improve their competitive advantages through the introduction of more advanced technologies and production methods, as well as through penetration into more demanding segments with the aim of fostering the ability of companies to reach new sectors in which higher productivity can be achieved.

Government action is not important in its own right, but by virtue of its influence on the elements of the diamond. The policy decision imposed by government has an effect on national competitive advantage. Education policy, tax policy, health policy, anti-trust policy, regulatory, environmental, economic and monetary policy and many others are all important for the creation of national competitive advantage.

To achieve high productivity, enterprises must have access to a constantly improving endowment of advanced and specialized human resources, scientific knowledge, economic information, infrastructure and other factors of production. Factor conditions must also encourage companies to improve their competitive advantage over time. Government policy plays a not insignificant role in each of these areas.

Among the most important roles of government is to create and improve the factors of qualified human resources, basic scientific knowledge, economic information or infrastructure. Without it, the factors created are insufficient, inadequate, late or too general.



La política gubernamental influye mucho en las formas en que se crean, se organizan y se gestionan las empresas, en sus metas y en la forma en que compiten, es por ello que la política a seguir por el gobierno desempeña un papel importante en la estrategia de internacionalización de las empresas a través de mecanismos de reglamentación a la inversión extranjera directa, los controles de cambios y de las importaciones. La política del gobierno deberá fomentar activamente una perspectiva internacional, así como las exportaciones.

Para Porter (1991), el papel del gobierno es crear un entorno en el que cualquier empresa de cualquier sector tenga oportunidad de prosperar. El papel del gobierno consiste en establecer políticas que puedan crear la base de recursos humanos, científicos y tecnológicos y la infraestructura que posibiliten el perfeccionamiento. Igualmente, importante es que el Gobierno anime, incite e incluso presione a las empresas para que progresen (Porter, 1991:848). Cada nación puede mejorar su prosperidad económica si logra librarse de las trabas que dificultan el perfeccionamiento de su industria (Porter, 1991: 850).

Government policy greatly influences the ways in which enterprises are created, organized and managed, their goals and the way they compete, which is why government policy plays an important role in the internationalization strategy of enterprises through regulatory mechanisms for foreign direct investment, exchange and import controls. Government policy should actively encourage an international perspective as well as exports.

For Porter (1991), the role of government is to create an environment in which any firm in any industry has an opportunity to prosper. The role of government is to establish policies that can create the human, scientific and technological resource base and infrastructure that will enable upgrading. Equally important is for the government to encourage, incite and even pressure firms to progress (Porter, 1991:848). Every nation can improve its economic prosperity if it manages to get rid of the obstacles that hinder the improvement of its industry (Porter, 1991: 850).

Consideraciones finales

Primeramente, se hace la aclaración que el presente texto es un resumen muy somero de una magna obra de más de mil cuartillas en la que el autor describe con mucha claridad cómo diez países han conseguido ventaja competitiva (o sus empresas) a través del diseño e innovación de productos, servicios, estructura de organización, estructura y comportamiento de la demanda, competencia interna, entre otros, para lograr diferenciarse de sus competidores y tener éxito en el entorno internacional.

En este desempeño, los gobiernos han jugado un rol de gran relevancia encargándose de proveer las condiciones suficientes para que las empresas dispongan de factores diferenciados, normas exigentes y una efectiva promoción internacional, lo que, de acuerdo con Porter, hace que las empresas sean competitivas y exitosas en los mercados globalizados y así se genere ventaja competitiva mundial.

El papel del gobierno es crear un entorno en el que cualquier empresa de cualquier sector tenga oportunidad de prosperar. El gobierno debe establecer políticas públicas que puedan crear la base de recursos humanos, científicos y tecnológicos, así como la infraestructura que posibiliten el perfeccionamiento. Es papel del Gobierno también animar, incitar e incluso presionar a las empresas para que progresen.

Empresas fuertes y competitivas hacen a un país competitivo a nivel mundial. Un país competitivo "es aquel que, consistentemente y más allá de las posibilidades intrínsecas que ofrezcan sus propios recursos y capacidades, resulta atractivo para el talento y la inversión" (IMCO, 2019).



El Índice de Competitividad Internacional (ICI) 2019 es un instrumento del IMCO que mide la competitividad de las economías más importantes del mundo a través de 126 indicadores, categorizados en 10 subíndices que miden la capacidad para generar, atraer y retener talento e inversión (ICI, 2019). México ocupó el lugar número 34 de 43 países evaluados, el cual es consistente con los hallazgos que señalan que aún existen pendientes por atender como el acceso a los servicios básicos como educación, salud, sistemas de justicia, seguridad pública, etcétera, que influyen invariablemente en el desarrollo del país.

Final considerations

First of all, it should be pointed out that this text is a very brief summary of a great work of more than a thousand pages in which the author describes very clearly how ten countries have achieved competitive advantage (or their companies) through the design and innovation of products, services, organizational structure, structure and behavior of demand, internal competition, among others, in order to differentiate themselves from their competitors and succeed in the international environment.

In this performance, governments have played a very important role in providing sufficient conditions for companies to have differentiated factors, demanding standards and effective international promotion, which, according to Porter, makes companies competitive and successful in globalized markets and thus generates a worldwide competitive advantage.

The role of government is to create an environment in which any company in any sector has the opportunity to prosper. The government must establish public policies that can

create the human, scientific and technological resource base, as well as the infrastructure to enable improvement. It is also the government's role to encourage, incite and even pressure companies to progress.

Strong and competitive companies make a country globally competitive. A competitive country "is one that, consistently and beyond the intrinsic possibilities offered by its own resources and capabilities, is attractive for talent and investment" (IMCO, 2019).

The International Competitiveness Index (ICI) 2019 is an IMCO instrument that measures the competitiveness of the world's most important economies through 126 indicators, categorized into 10 sub-indices that measure the capacity to generate, attract and retain talent and investment (ICI, 2019). Mexico ranked 34th out of 43 countries evaluated, which is consistent with the findings that point out that there are still pending issues to be addressed such as access to basic services such as education, health, justice systems, public safety, etc., which invariably influence the country's development.



Las recomendaciones sugeridas por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) recalcan que para que México sea más competitivo es necesario cerrar las brechas de desigualdad mediante políticas públicas que le permitan avanzar hacia un esquema de seguridad social universal que cuente con los recursos necesarios para asegurar una mejor infraestructura, personal e insumos suficientes; invertir en educación para garantizar la calidad y la cobertura; invertir en generar capacidades de procuración de justicia mediante el fortalecimiento de las policías locales; evaluar las políticas públicas orientadas a reducir la pobreza; definir reglas de operación para los programas de transferencias y subsidios, al seguir criterios de eficiencia, eficacia, y transparencia; diseñar mecanismos de evaluación y retroalimentación para transparentar los resultados.

De no hacerlo, en el corto plazo podría alejar las inversiones ante un contexto de mayor inseguridad e incertidumbre (IMCO, 2019), lo que podría limitar las oportunidades de los habitantes para acceder a mejores empleos (IMCO, 2019) y con ello, industrias menos competitivas internacionalmente en el mediano y largo plazo.

The recommendations suggested by the Mexican Institute for Competitiveness (IMCO) emphasize that for Mexico to become more competitive it is necessary to close inequality gaps through public policies that allow it to move towards a universal social security scheme that has the necessary resources to ensure better infrastructure, personnel and sufficient inputs; invest in education to guarantee quality and coverage; invest in the generation of law enforcement capabilities by strengthening local police forces; evaluate public policies aimed at reducing poverty; define operating rules for transfer and subsidy programs, following criteria of efficiency, effectiveness and transparency; design evaluation and feedback mechanisms to make results transparent.

Failure to do so, in the short term, could drive away investments in a context of greater insecurity and uncertainty (IMCO, 2019), which could limit the opportunities for inhabitants to access better jobs (IMCO, 2019) and with it, less internationally competitive industries in the medium and long term.

Fuentes

1. Porter, Michael E. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. México. Tr. Por Aparicio Martin Rafael. Ed. Plaza y Janes Editores. P.P. 1025.
2. Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) (2019). México: Sueños sin oportunidad. México. 1ª Edición. En línea. Disponible en: < <https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2019/11/ICI2019IMCO.pdf>> Accesado el 14 de mayo 2021. PP. 214.

Sources

1. Porter, Michael E. (1991). The competitive advantage of nations. Mexico. Tr. By Aparicio Martin Rafael. Plaza y Janes Editores. P.P. 1025.
2. Mexican Institute for Competitiveness (IMCO) (2019). Mexico: Dreams without opportunity. Mexico. 1st Edition. Online. Available at: < <https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2019/11/ICI2019IMCO.pdf>> Accessed May 14, 2021. PP. 214.

