



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Área del conocimiento: Competitividad Global

Temática:

Analogía de los modelos de competitividad de la agroindustria Mexicana.

Dr. Javier Chávez Ferreiro, chavezferreiro@yahoo.com, Instituto Tecnológico de Morelia,
Michoacán, México

M.C. Ignacio Moreno Higareda, ceconadm@itjiquilpan.edu.mx. Instituto Tecnológico de
Jiquilpan, Michoacán, México

M.A. Osvaldo Cruz Padilla, oswaldocruz@yahoo.com, Instituto Tecnológico de Morelia,
Michoacán, México

Teléfono de casa 01 443 3173417

Teléfono de Tecnológico 01 443 3121570 ext.255

Correo electrónico :

chavezferreiro@yahoo.com

Chavezferreiro@hotmail.com

Chavezferreiro@msn.com

Analogía de los modelos de competitividad de la agroindustria Mexicana.

Resumen

La competitividad es una herramienta de las naciones, empresas y las agroindustrias, es por esto que las empresas en México se encuentran en la necesidad de ser competitivas para poder permanecer en el mercado. El objetivo de este trabajo es dar a conocer el concepto de competitividad desde sus inicios y la transformación de su concepto de acuerdo a las necesidades del mundo globalizado, tomando en cuenta los cuatro modelos de competitividad en cada uno describir las variables de cada modelo, sus dimensiones e indicadores para poderlos evaluar.

La necesidad de ser más eficiente, tener mejor rentabilidad, dar un mejor servicio, ha hecho que las empresas de México, busquen ser más competitivas e identifiquen las herramientas para un mejor desempeño es por esto que buscan ser competitivas y mantenerse en el mercado con mejores precios de venta, una mejor calidad, una tecnología adecuada a las necesidades del mercado nacional o internacional e identificar claramente el funcionamiento de la variable, canales de distribución que incide fuertemente en la competitividad.

El desarrollo de diferentes modelos da a las empresas una prospectiva de lo que desea hacer en el futuro y ¿Cómo debe de comportarse? De acuerdo a las necesidades de exigencia de competitividad de su mercado.

Palabras clave: México, agroindustria, modelos de competitividad.

Abstract

The competitiveness it is a tool of the nations, companies and the agroindustries, is for this that the companies in Mexico are in the need to be competitive to be able to remain on the market. The aim of this work is to announce the concept of competitiveness from his beginnings and the transformation of his concept of agreement to the needs of the included world, taking in it counts four models of competitiveness in each one to describe the variables of every model, his dimensions and indicators to be able to evaluate them.

The need to be more efficient, to have better profitability, to give a better service, has done that the companies of Mexico, they seek to be more competitive and to identify the tools for a better performance(discharge) is for this that they seek to be competitive and to be kept on the market with better prices of sale, a better quality, a technology adapted to the needs of the domestic or international market and to identify clearly the functioning of the variable, distribution channels that affects strongly in the competitiveness.

The development of different models gives to the companies a futurology of what it wants to do in the future and how has it to of behaving? In agreement to the needs of exigency of competitiveness of his market.

Keywords: Mexico, agribusiness, models of competitiveness.

Introducción

Para poder describir los modelos de competitividad, se tiene que definir cuales son los diferentes conceptos de competitividad y la evolución de los mismos a través del tiempo, y de las necesidades de las naciones o empresas.

Concepto de Competitividad

Las definiciones que los investigadores han propuesto para determinar qué se entienden por competitividad han evolucionado durante los últimos veinte años y su utilización se ha referido a tres ámbitos diferentes: regional, sectorial y de una firma. El ámbito regional es el que ha concentrado el mayor interés de estudio.

La competitividad está en tres diferentes niveles, país, sector y empresa. No obstante se tiene que la competitividad es un concepto altamente relativo, no todas las naciones ni todos los sectores o empresas pueden ser igualmente competitivas en los mercados mundiales. Las definiciones que los investigadores han propuesto para determinar qué entienden por competitividad han evolucionado desde aquellas que se refieren a la productividad y habilidad económica, donde se suponen modificaciones al producto para incrementar la productividad para mejorar niveles de salarios (Cohen) donde se empieza a hablar de calidad, menor precio y competidores domésticos e internacionales (Porter) y pasando por necesidades de mayor participación de mercado, utilidades y satisfacción de los clientes (Álvarez). La siguiente tabla nos muestra la cronología de la definición de competitividad.

En esta tabla se pueden apreciar las distintas definiciones de competitividad. La mayoría de ellas hace referencia al producto, al precio la calidad, distribución de mercancías, participación de mercado, y en la cual vemos la evolución que tiene el concepto de competitividad hasta llegar al último proceso de evolución del mismo.

Tabla N° 1. Cronología de la definición de competitividad.

Maidique y Patch (1978)

Habilidad de diseñar, producir y vender bienes y servicios que reúnan las cualidades de precio y otros atributos que dan como resultado un producto más atractivo que el elaborado por los competidores.

Cohen et al (1984)

Competitividad internacional de una nación está basada en un mejor desempeño de la productividad y en la habilidad de la economía para modificar su producto hacia actividades de mayor productividad lo cual genera altos niveles de salario.

Scott (1985)

La competitividad nacional se refiere a la habilidad de un estado para producir y distribuir mercancías en la economía internacional compitiendo contra bienes y servicios de otros países.

CEPAL-ONUDI (1989)

Es 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 un aumento de la productividad y por ende, en la incorporación de progreso técnico.

Porter (1990)

La producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

Ortiz Flores (1991)

Conjunto de determinadas acciones que permiten a una determinada empresa operar rentablemente en una economía de mercado.

Carcoba (1991)

Es la capacidad para colocar productos en un mercado, con oportunidad, al mejor precio, con calidad y con el mejor diseño, para ganar la preferencia de los consumidores.

Muller (1992)

Es la capacidad de una organización socioeconómica de conquistar, mantener o ampliar la participación en un mercado de una manera lucrativa que permita su crecimiento.

OCDE (1996)

La habilidad de las compañías, industria (sectores) naciones o regiones supranacionales para generar, mientras se encuentran expuestas a competencia internacional altos factores de ingresos relativos y niveles de empleo sustentable.

Alvarez (1997)

Es la capacidad que tiene una empresa para dominar su mercado (mayor participación) obtener utilidades y satisfacer a sus clientes.

Gutierrez Pulido(1999)

La competitividad de una empresa esta determinada por la calidad, el precio y el tiempo de entrega de sus productos o servicios.

Azua Jon (2000)

Es el resultado de hacer mejor las cosas que los demás en forma permanente, en función de redes o alianzas cooperativas (competencia y cooperación) a través de complejas interacciones entre empresas, gobiernos, industrias y nuevos espacios activos conocidos como regiones innovadoras.

Fuente: Realización propia.

En los primeros trabajos sobre el concepto de competitividad, Cohen y coautores establecen en 1984 que la competitividad internacional de una nación está basada en un mejor desempeño de la productividad y en la habilidad de la economía para modificar su producto hacia actividades de mayor productividad, lo cual genera altos niveles de salario. (Cohen, 1984)

Un año después, Scott presenta un estudio sobre la competitividad de los Estados Unidos de América, y establece que... la competitividad nacional se refiere a la habilidad de un país para producir y distribuir mercancías en la economía internacional compitiendo contra bienes y servicios producidos en otros países, y hacer esto de tal manera que obtenga incrementos en los estándares de vida. (Scott B, Lodge G., 1985)

En 1989 la CEPAL-ONUDI nos dice que la competitividad es sostener e incrementar la participación del mercado para un mejor nivel de vida, y que esto formará un camino sólido basado en el aumento de la productividad, que por consecuencia incorporará al progreso técnico. (CEPAL- ONUDI, 1989) . Esta es una definición que aún no incorpora problemas como mano de obra barata y altamente tecnificada, además del proceso de internacionalización de muchas empresas, y del flujo de inversiones a donde más convenga, en función de los bloques económicos.

En 1992, Porter define la competitividad como, la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en

crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales (Porter, 1990).

Esta definición mantiene las dos bases teóricas mencionadas por Scott; es decir, la internacionalización y el desarrollo manifestado por un incremento de los ingresos reales de los habitantes. Además Porter identifica la calidad y el precio como los factores fundamentales para lograr la realización de las mercancías producidas en el mercado internacional. Ya no es solamente la productividad la que define la competitividad como lo señalan Cohen y coautores seis años antes, sino también es relevante la calidad de los productos obtenidos, además de que al tener un producto competitivo en el mercado, los salarios de los trabajadores se ven incrementados esto hace que la empresa tenga mano de obra, cada vez más calificada y nos da como resultado la mejor eficiencia en el uso de tecnología.

Para Ortiz Flores en 1991 da una evolución al concepto de competitividad... el cual se basa en el conjunto de acciones que permiten a una determinada empresa operar rentablemente en una economía de mercado (Flores, 1995).

Lo importante para las empresas latinoamericanas es precisamente la rentabilidad del negocio, algunas están pensando en las utilidades, pero las empresas competitivas están pensando en ¿Cómo permanecer en el mercado? Y que posicionamiento tendrán en el futuro, cuáles son las necesidades y deseos de los consumidores.

Para Geraldo Muller en 1992 nos refiere que el concepto de competitividad... es la capacidad de una organización socioeconómica de conquistar mantener o ampliar la participación de mercado de una manera lucrativa que permita su crecimiento (Muller, 1992).

Seis años más tarde, la OCDE - Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico - presenta una nueva definición del concepto. Para este organismo, la competitividad es... *la habilidad de compañías, industrias (sectores), naciones o regiones supranacionales para generar, mientras se encuentran expuestas a la competencia internacional, altos factores de ingresos (relativos) y niveles de empleo con una base sustentable* (Hatzichronoglou, 1996).

Esta definición, propuesta por la OCDE se mantiene las ideas Básicas de internacionalización y diferenciación entre crecimiento y desarrollo. En este último caso, el desarrollo se expresa a través de los ingresos y niveles de empleo, además del problema que acarrea la alta capacitación, en los países industrializados y el grave problema que es el desempleo, el cual es alto en Europa y Japón.

En 1997 Alvarez Torres nos da su concepto de competitividad lo cual implica en primer lugar decidirse a tomar control de la organización, ser responsable de su presente y de su futuro, y en segundo lugar incorporar prácticas y procedimientos de alto valor que incrementen drásticamente la competitividad y los resultados del negocio (Alvarez, 1998).

En 1999 Gutierrez Pulido, nos ofrece su concepto de competitividad de una empresa está determinada por la calidad, el precio y el tiempo de entrega de sus productos o servicios. Aquí

nos dice que se es más competitivo si se puede ofrecer mejor calidad a bajo precio y en un menor tiempo de entrega, además enfatiza los servicios los cuales cada día vienen siendo más y más importantes en el comercio mundial.

En el año 2000 Jon Azua nos ilustra con un concepto desarrollado sobre la base del concepto de Porter y nos dice que la competitividad es resultado de hacer mejor las cosas que los demás de una forma permanente, se refiere a la mejora continua, se explica en función de nuevas redes y/o alianzas coopectivas (inmersas en el difícil equilibrio entre la competencia y la cooperación) a través de complejas interacciones entre empresas, gobiernos, industrias y nuevos espacios activos conocidos como regiones innovadoras.

Modelo de competitividad de las empresas ubicadas en Uruapan, Michoacán, que exportan Aguacate a los Estados Unidos de América.

La competitividad de las empresas exportadoras de aguacate a los Estados Unidos de América, ubicadas en Uruapan, Michoacán. Está determinada: según el estudio doctoral de Bonales Valencia por:

- A. Calidad de la fruta.
- B. Precio de exportación.
- C. tecnología utilizada
- D. la capacitación de sus integrantes
- E. Canales de distribución.

La variable dependiente es aquella que predice, mientras que la variable independiente es aquella a partir de la cual se predice de acuerdo al marco teórico, tomando en cuenta los modelos para los países, para las regiones y para las empresas, se encontró que las variables independientes que infirieron con mayor frecuencia de acuerdo a los investigadores, Porter, Mckinsey, Ghemawat, Anzua, Bonales e instituciones como, OCDE, MIT, International Institute Of Management Develoment, Foro Económico Mundial, BANCOMEXT. Así mismo el orden jerárquico se basó en la técnica de jerarquización de Saaty, quedando la jerarquía de variables en el orden siguiente: Precio, Tecnología, Calidad, Canales de Distribución, y Servicios.

Modelo de Competitividad de las empresas ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán, que exportan fresa a los Estados Unidos de América.

Este modelo toma como base el modelo de Azua y sus empresas cooperativas que desde los años ochentas se ha puesto en marcha en el país Vasco, España, en donde los resultados están a la vista desde el desarrollo de la región un ejemplo de ello es la construcción del museo Guggenheim, el cual a sido un polo turístico en Bilbao. Tomando como base este modelo tenemos en función al desarrollo del estado de Michoacán en el programa Michoacán exporta I, y II, de la región del valle Zamora, del cluster de empresas freseras, y del desarrollo local en busca del mantenimiento y generación de empleos en esta época de globalización, tenemos en forma muy particular que la competitividad de las empresas ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán, que exportan fresa a los Estados Unidos de América está determinada por:

- A. calidad de su producto,
- B. de una buena elección de los canales de distribución,
- C. del buen manejo del precio, del otorgar buenos servicios
- D. de la tecnología utilizada.

En términos de que se confirma que la competitividad en algún grado esta determinada por los canales de distribución, la calidad, la tecnología, en menor grado la tecnología, y sin ninguna inferencia con los servicios, cual indica que existe una vinculación entre las variables.

Tabla N° 2. Modelos de Competitividad aplicado a la Naciones.

MODELO	AUTOR
Diamante competitivo de Porter	Michael Porter
World Economic Forum	International Institute of Management Development
Gobierno de México	Gobierno de México
Instituto de Geografía e Informática	Instituto de Geografía e Informática
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
Instituto Tecnológico de Georgia	Instituto Tecnológico de Georgia

Tabla N° 3. Modelo de Competitividad aplicado a las Empresas.

MODELO	AUTOR
--------	-------

Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT)	Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT)
Arthur Andersen	Jon Azua
Porter	Porter
Modelo de competitividad basado en calidad Total	Wilensky Alberto
Modelo de competitividad basado en la calidad	Fea ugo
Basado de competitividad basado en calidad	Gutiérrez Humberto
Modelo de competitividad basado en la Planeación	Álvarez Torres
Monterde	Monterde Agustín
Kirkland	Richard Kirkland
Estrategias competitivas	Ramírez David
García	García Salinas Gorki
Empresas Competitivas	Hernández y Rodríguez Sergio
Empresas de Uruapan, Mich. Exportadoras de aguacate	Bonales Valencia Joel
Empresas exportadoras de fresa ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán.	Chávez Ferreiro Javier

Tabla N° 4. Modelos de Competitividad Mexicanos.

MODELO	AUTOR
Gobierno de México	Gobierno de México
Instituto de Geografía e Informática	Instituto de Geografía e Informática
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
Modelo de competitividad basado en la calidad	Fea ugo
Basado de competitividad basado en calidad	Gutiérrez Humberto
Modelo de competitividad basado en la Planeación	Álvarez Torres
Estrategias Competitivas	Ramírez David
García Salinas	García Salinas Gorki
Empresas Competitivas	Hernández y Rodríguez Sergio

Tabla N° 5. Modelos de competitividad mexicanos en las agroindustrias

Modelo	Autor
Competitividad de las empresas de Uruapan, Michoacán, exportadoras de aguacate.	Bonales Valencia Joel
Competitividad de las empresas exportadoras de fresa ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán.	Chávez Ferreiro Javier
Competitividad de los productores de naranja de Álamo, Veracruz.	Lilia Margarita Bada Carbajal
Competitividad de los productores de piña de Loma Bonita, Oaxaca.	Miriam Cado

Conclusiones

El tener una visión clara de los diferentes modelos de competitividad nos puede llevar conocer como poder medir la competitividad, en el caso de los modelos aplicados a las agroindustrias las variables que siempre se presenta para su medición son calidad, tecnología, canales de distribución y capacitación, esto es que las agroindustrias en México en este momento necesitan medirse con las variables antes mencionadas, para conocer el grado de competitividad en que se encuentran, además de reforzar su infraestructura, buscar organizarse para enfrentar la competitividad doméstica e internacional, aunque esto no signifique una certidumbre, es necesario tener cierta conocimiento de cuál es la competitividad actual y cuál es el camino que se debe seguir, para que las empresas de México no se queden a la zaga en los mercados nacionales o internacionales.

Bibliografía

- Alvarez, T. (1998). *Manual de Competitividad*. México: Panorama.
- CEPAL- ONUDI. (1989). *industrialización y desarrollo informe N° 6*. Santiago de Chile: CEPAL - ONUDI.
- Cohen. (1984). *Center for Research in Business. University of California at Berkley*. University of California.
- Cohen. (1984). *Competitiveness*. Center for Research in Business. University of California At Berkerly.
- Competitiveness*. (1984). Center for Research in Business. University of de California at Berkerly.
- Flores, J. O. (1995). *Metodología para el análisis de la competitividad internacional de la empresa*. México: Centro de estudios de comercio exterior Bancomext.
- Hatzichronoglou. (1996). *Globalization and Competitiveness: Relevant Indicators*. París, Francia: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.
- Michael, P. (1990). *The competitive Advantage of Nations*. Londres: The MacMillan Press Ltd.
- Muller, G. (1992). *Transformaciones productivas y competitivas*. San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura.
- Porter, M. (1990). *The competitiveness Advantage of nations*. Londres: The MacMillan Press Ltd.
- Scott B, Lodge G. (1985). *Competitiveness in the World Economy*. Boston: Harvard Business School Press.