

# REFLEXIONES EN TORNO A LAS CADENAS PRODUCTIVAS Y EL DESARROLLO LOCAL



## INTRODUCCIÓN

La investigación reciente acerca de la competitividad de las empresas –pymes– argumenta que para mejorar sus capacidades competitivas en un mundo cada vez más globalizado, tanto los gobiernos locales como regionales deben asumir el desafío de crear competitividad; preparando el territorio en la creación de entornos más competitivos a partir de una intervención activa de la política pública local y regional. Si bien es cierto que son las empresas las que compiten, su capacidad de competir puede incentivarse y facilitarse en el marco de un sistema institucional local que desarrolle el sentido de pertenencia al territorio.



## DEL ANÁLISIS SECTORIAL AL ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS Y EL TERRITORIO

### EL PAPEL DEL TERRITORIO EN LA EXPLICACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS LOCALES

En la teoría del desarrollo económico local, *el territorio*<sup>1</sup> se constituye en la unidad de análisis socio-económica y en el referente socio-geográfico que explica en gran medida la capacidad competitiva de las pequeñas y medianas empresas; relegando así la clásica división de la economía por sector económico a un lugar secundario, útil en la explicación de la competitividad macroeconómica, pero insuficiente en la explicación de las variables que determinan la competitividad local de las empresas que se ubican en diferentes ciudades, municipios, localidades o regiones con características específicas. En esta perspectiva analítica el territorio no se reduce a un simple

espacio geográfico donde se sitúan las empresas para operar, como si se tratara de un campo de maniobra, sino a un actor social decisivo para el impulsar la competitividad local.

### REDES SOCIALES LOCALES

Las redes y la cooperación local han ganado creciente atención en la comunidad académica (GONZÁLEZ y MORALEJO, 2008). La literatura sobre redes sociales aplicadas a la internacionalización de las empresas resalta la importancia de consolidar esquemas de cooperación con actores públicos y privados, que permitan a las empresas desarrollar ventajas competitivas sostenibles (LIN y CHANEY, 2007; MESQUITA y LAZZARINI, 2008). La importancia de las *redes* en el territorio no tiene, pues, nada que ver con la imagen simplista de una sociedad globalizada y homogénea donde la identidad y la geografía se diluyen. Ocurre precisamente lo contrario, la cultura y la identidad de la sociedad y su capacidad para organizarse a través de verdaderas redes sociales auto-gestionadas

---

\* Economista y magíster en Desarrollo Económico. Docente e investigadora del Observatorio de Entorno de los Negocios, adscrito a la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia. E-mail: clara.acosta@uexternado.edu.co

\*\* Economista y magíster en Economía. Especialista en Gestión y Evaluación Curricular. Director del Observatorio de Entorno de los Negocios, adscrito a la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia.

<sup>1</sup> La idea central es que el sistema productivo de las ciudades y las regiones crece y se transforma utilizando el potencial de desarrollo existente *en el territorio* mediante las inversiones de las empresas y los agentes públicos, bajo el control creciente de la comunidad local.

para competir se convierten en las variables que explican en gran medida la competitividad de las empresas locales; y la teoría del desarrollo endógeno actúa como una de las perspectivas que hace aún más interesante la confrontación con la teoría económica dominante.

## NECESIDAD DE NUEVOS PARADIGMAS PARA EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

El nuevo paradigma hace obsoleto el diseño de políticas sectoriales, cuando lo requerido es una visión más horizontal y territorial de las políticas públicas. Para los teóricos del desarrollo endógeno<sup>2</sup> la creación de ventajas competitivas tiene un carácter marcadamente local, ya que la estructura económica nacional se puede expresar en torno a cadenas productivas locales que propician el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y que tienden a buscar formas asociativas y articuladas para conseguir ventajas competitivas, ya sea bajo el impulso de aglomeraciones productivas (*clusters*) de empresas organizadas sobre el territorio o de otros tipos de asociaciones productivas, donde el logro de economías de escala se concibe como externo a las empresas pero interno a los territorios.

En efecto, la naturaleza de la competitividad empresarial en el mundo globalizado tiene un carácter sistémico y no solamente hace referencia al tema financiero. La empresa es parte de un eslabonamiento productivo con proveedores, clientes, etc., de modo que es necesario conocer el carácter de estos vínculos, las *redes* que forman esas cadenas productivas y el grado en el que el territorio facilita la incorporación, o no, de los recursos que brinden un entorno más propicio a la competitividad local.

La peculiaridad de la teoría del desarrollo endógeno es que toma como unidad analítica a un conjunto de empresas –no a una empresa aislada– situadas al interior de las fronteras de un determinado espacio económico –el territorio–, donde se encadenan, se asocian, compiten y cooperan a la vez, originando encadenamientos productivos que explican, en gran parte, las economías de especialización que conllevan a la identificación de las competencias básicas de las empresas. Estas empresas deciden desintegrar su proceso de producción y colaborar en un proceso de generación de valor descentralizado y articulado a cadenas productivas.

Pareciera ser que la gerencia actual aún no percibe en toda su magnitud el profundo cambio que ha ocurrido en la naturaleza misma de la competitividad local, y que la relaciona de una manera diferente con la competitividad global.

A esto se suma que el conocimiento se ha constituido en el principal factor de producción en la generación de valor agregado. Como se sabe, en la fase actual de la revolución científico-técnica, el conocimiento es la fuerza decisiva en la re-organización de la producción y del espacio, así como en la introducción de los mejores métodos de gestión y utilización de las mejores prácticas en las empresas, tanto públicas como privadas.

En este sentido la función del territorio consiste en posibilitar una infraestructura institucional capaz de generar un conjunto de incentivos a las empresas localizadas en su espacio, que orienten sus estrategias competitivas hacia procesos de generación de conocimiento e innovación continuos. El objetivo es generar un conocimiento propio y una novedosa identidad territorial que asocie un producto con una región, y garantice su ingreso, tanto al mercado nacional como internacional. Este tipo de

<sup>2</sup> Cuyos aportes provienen de las escuelas de la CEPAL y el ILPES en América Latina.



conocimiento específico –creado en el territorio– se hace más difícil de copiar puesto que implica una construcción colectiva, soportada en su capital humano, a través de redes sociales locales, no solo a través de la explotación de recursos naturales y humanos específicos al territorio, sino fundamentalmente con el aporte colectivo específico al territorio. Implica una destrucción creativa de la cultura, la ética y la forma de pensar, para identificar la vocación productiva de la región, que atienda a la dotación factorial y al potencial de generación de conocimiento especializado.

De acuerdo con la teoría del desarrollo endógeno, el término *organización espacial* se refiere a la *distribución de las actividades humanas* dentro del territorio con el reconocimiento implícito de que existe un cierto orden en esta distribución, generado por la interacción de los factores sistémicos que rigen las decisiones e interrelaciones de localización.

La organización espacio-económica local tiene tres rasgos fundamentales. Es un conjunto de redes sociales que operan en una determinada localidad bajo intereses económicos comunes al perfil de especialización del territorio donde operan. Es también un sistema de servicios que facilita el movimiento de bienes, personas, información y conocimiento entre dichas redes sociales. En tercer lugar, tiene que ver con la distribución y el modelo de densidad de las actividades que usan el espacio (agricultura, silvicultura, ecoturismo, ciudades, etc.).

En términos prácticos, el espacio económico –territorio– se identifica con la *red de asentamientos humanos*, los nodos de población urbana y población rural dispersa que vincula las redes de comunicación y transporte que los integra.

Justamente desde esta perspectiva espacial de la economía, es desde donde se define el

territorio como un actor social, porque le compete la creación de un entorno social nuevo.

Es en este espacio donde el concepto de competitividad sistémica adquiere gran análisis para superar viejos esquemas de competitividad (intervención del Estado, o liderazgo del mercado) y donde el gran ausente de la competitividad es el conocimiento y la inclusión social. Estos dos últimos están amenazados hoy, no solo por el proceso de globalización en curso sino por las viejas visiones que dominan la cultura y la sociedad de gran parte de los territorios de los países en desarrollo.

Los territorios se diferencian unos de otros por la forma como consideran y dimensionan el principal recurso productivo: el conocimiento. En términos de ESSER (1996), cada territorio establece la forma como se organiza socialmente para la generación de conocimiento (nivel meta), define las reglas de juego (nivel meta), logra los consensos entre los actores locales (nivel meso), y desarrolla las acciones para lograr que el conocimiento se traduzca en innovaciones en la cadena productiva (nivel micro).

Ahora bien, se estima que las mipymes representan en promedio cerca del 95% del total del tejido empresarial colombiano<sup>3</sup> (similar a la tendencia que presentan gran parte de los territorios en América Latina). En consecuencia, el desarrollo de la pyme y la supervivencia y competitividad de las cadenas productivas tendrán un papel crucial en el futuro escenario político y social de muchos de los territorios pertenecientes al país y la región.

Los vínculos entre los diferentes eslabones de las cadenas se encuentran íntimamente asociados a la capacidad que demuestre la sociedad colombiana para organizarse productiva y eficientemente, bajo lazos sociales de cooperación, asociatividad y solidaridad. Igualmente

<sup>3</sup> <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=2653 &IDCompany=1>

te, es importante la forma como se involucren las instituciones del Estado para crear valor agregado local.

Además del proceso productivo, las cadenas tienen como recursos importantes el capital humano y el capital social (COLEMAN, 1988; PORTES, 1998). El entorno social en el caso colombiano es aún desfavorable puesto que su capital social se encuentra fragmentado y no tiene experiencias ganadoras en las negociaciones sociales, lo cual limita el desarrollo de cadenas en las regiones. La tarea urgente para el país pasa por la construcción de un proyecto socio-político y económico incluyente y participativo, que tenga como visión y misión la reconstrucción del tejido social.

La experiencia colombiana en el trabajo con cadenas confirma la necesidad de avanzar en una fase de estudio que incluya el conocimiento del entorno internacional, en contraste con el entorno local para identificar las verdaderas brechas de competitividad en cada línea de producto, así como las mejores prácticas a nivel mundial (PORTER, 1991). Este análisis se debe hacer para cada uno de los eslabones que componen la cadena, ya que los problemas de competitividad del producto final pueden estar localizados en cualquiera de ellos. Los actores de la cadena deben comprender mejor su rol y su efecto en la competitividad del producto final. Esto permite, a su vez, reducir las asimetrías de información y mejorar la confianza, factor fundamental del trabajo colaborativo.

En síntesis, el incremento de la competitividad depende de la cultura de la colaboración, y la actitud que de ella se deriva en el comportamiento individual de las empresas y las instituciones. La competitividad de un país depende más de sus valores que de su riqueza natural o de la tecnología disponible. En ese escenario, alcanzar consensos sobre la importancia del trabajo articulado entre diferentes

actores del nivel nacional, regional y local se convierte en un imperativo.

## BIBLIOGRAFÍA

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. *Competitividad. Motor del crecimiento*, BID, Washington, D. C., 2001.

COLEMAN, J. S. *Social capital in the creation of human capital*, American Journal of Sociology, 94: S95-S120, 1988.

CORNELIUS, P.; WARNER, A. "The Executive Opinion Survey", capítulo en *The global competitiveness report*, World Economic Forum, 2000.

Esser, Klaus. *Competitividad sistémica: nuevo desafío a las empresas y a la política*", en *Revista CEPAL*, n.º 59, Santiago, 1996, pp. 39 a 52.

GONZÁLEZ, A. y MORALEJO, S. *Estrategias de internacionalización y procesos cooperativos en la industria alimentaria: el caso de la región valenciana española*, *Agroalimentaria*, 14 (26), 73-87, 2008.

INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT (IMD). *The World Competitiveness Yearbook*, Lausanne, 1999.

LIN, K., y CHANEY, I. *The influence of inter-firm domestic networks on the internationalization process of Taiwanese SMEs*, *Asia Pacific Business Review*, 13 (4), 565-583, 2007.

MESQUITA, L., y LAZZARINI, S. *Horizontal and vertical relationships in developing economies: Implications for SMEs' acces to global markets*, *Academy of Management Journal*, 51 (2), 359-380, 2008.

PORTES, A. "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology", en *Annual Review Sociology*, 24, 1-24, 1998.

PORTER, MICHAEL E. *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires, Vergara 1991.

WORD ECONOMIC FORUM. *The Global Competitiveness Report*, Oxford University Press, Inc., New York, 2002.

