



INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD

Luz Dary Botero Pinzón*
luzdary.botero@upb.edu.co

La competitividad y la internacionalización son dos conceptos que aparecen frecuentemente interrelacionados, especialmente cuando se plantea el interrogante de si las empresas se internacionalizan para ser competitivas o si buscan ser competitivas para poderse internacionalizar. También es frecuente la reflexión respecto al papel que le cabe a los Estados y a las empresas como actores principales de ambos procesos. ¿Qué tan profundamente interrelacionados se encuentran estos dos actores para que los países y las empresas puedan realizar una dinámica exitosa de actuación en el escenario internacional?

Recordaremos a continuación algunos planteamientos teóricos de base que han sido sugeridos por diversos autores, con el ánimo de aportar conceptualmente a la reflexión sobre los distintos puntos de proximidad que existen entre empresas y Estados para consolidar un entorno favorable a la competitividad y a la internacionalización.

Partiremos entonces de diversas *conceptualizaciones* respecto a la competitividad y posteriormente señalaremos algunos de los *enfoques de competitividad*, entre ellos: La teoría del "Diamante de Competitividad" de Porter, la teoría de recursos y capacidades, la teoría de la ventaja comparativa vs. concepción moderna de creación de factores, la comparación entre el enfoque de modelo antiguo vs. modelo nuevo, el enfoque macro y micro de la competitividad y otros elementos asociados a los enfoques de competitividad estructural y competitividad sistémica.

* Directora de la Revista Ciencias Estratégicas Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia. Candidata a Doctora en Administración por la Universidad San Pablo-CEU de Madrid. Correo electrónico: luzdary.botero@upb.edu.co

Posteriormente nos centraremos en recordar algunos de los *modelos para la evaluación de la competitividad, entre ellos*: Modelo de indicadores, Modelo de cadena de valor, Modelo de matriz de portafolio, Modelo de pirámide de competencia, Modelo de empresa.

Finalmente plantearemos algunas reflexiones en torno a los procesos de *Competitividad e internacionalización asociados a la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa*

I. La competitividad como concepto polisémico

El punto de partida para realizar un análisis de la internacionalización en relación con la competitividad es la comprensión de esta última como un concepto que encierra múltiples significados y alcances. Puede ser mirada desde un enfoque macroeconómico y también desde uno microeconómico, pudiéndose hablar tanto de la "*competitividad del país*", referida a las condiciones de competitividad del entorno-región en el que opera una organización, como de "*competitividad de la empresa*" para denotar todas las condiciones de orden interno a la organización que le permiten competir en un determinado entorno.

A continuación se presentan algunas definiciones desde ambas concepciones, tanto la macroeconómica como la microeconómica que permiten una aproximación a la complejidad de este fenómeno y al amplio rango de perspectivas desde donde puede ser considerada:

"Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. La ventaja de una organización estaría en la habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone, mismos de los que sus competidores carecen o

tienen en menor medida, lo cual hace posible la obtención de rendimientos superiores a los de ellos." Vega, A.; Flores M.; Solís M. (2011).

"La competitividad es una variable multifactorial que se compone de formación empresarial, prácticas administrativas, laborales y productivas, la innovación (interna o externa) y el progreso tecnológico" Corona, L. (2002), Escandón, D. Arias A. (2011).

"En realidad no hay consenso sobre el concepto de competitividad. Competitividad es una traducción libre de lo que en inglés es "*Competitiveness*", que quiere decir: "justa, rivalidad", y que deriva de la competencia. Económicamente, es la creación y mantenimiento de un mercado en el que participan numerosas empresas y donde se determina el precio conforme a la ley de la oferta y la demanda". (Vega, A.; Flores M.; Solís M. 2011).

"No resulta difícil, a partir de aquí, comprender por qué la competitividad ha estado vinculada, según épocas, a diferentes aspectos. La calidad ha constituido durante largo tiempo el paradigma de la competitividad y, al igual que ella, el foco de atención para obtener la competitividad se ha desplazado desde la gestión de la producción, al marketing, la dirección estratégica, la gestión de los recursos humanos, la gestión del conocimiento, la gestión de las nuevas tecnologías, etc. Todas y cada una de las parcelas mencionadas han ido ocupando su espacio como las claves, en diferentes épocas, para llegar a ser competitivos." (García E.; Coll, V.; Blasco, O. M^a. 2005).

"Resulta obvio que no hay problema de competitividad cuando no hay competidores, de ahí que la diferenciación constituya una estrategia clave para la consecución de la competitividad. [...] Un producto diferenciado se encuentra rodeado de una barrera intangible que le proporciona un espacio de protección ante los productos que pueden presentarle una competencia potencial.

Se debe ser consciente de la dificultad que supone el que todos los productos de una empresa sean competitivos, o que todas las empresas del sector lo sean, y mucho más si se piensa en términos de país o región. Por otra parte, las medidas para instaurar aquellos factores o cualidades que conduzcan al logro del objetivo - ser competitivos - , son diferentes, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad.

En cualquier caso, no es fácil acometer el concepto de competitividad. Sin embargo, puede afirmarse que ser competitivo es un resultado, que se obtiene cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede de forma rentable y duradera para quien lo ofrece. De ahí que pueda afirmarse que la empresa que tenga las habilidades suficientes y sea capaz de gestionarlas de manera adecuada para la colocación de sus productos o servicios en el mercado será una empresa competitiva." (García E.; Coll, V.; Blasco, O.M^a, 2005).

Hasta aquí aparece la competitividad, vista desde muchos autores, como un proceso que involucra variables internas de la empresa, pero también variables externas a ella y que pueden obedecer a situaciones de responsabilidad fundamentalmente estatal como la infraestructura, el ambiente para los negocios o incluso otras externalidades como las circunstancias particulares de coyuntura económica, ante las cuales los gobiernos pueden y deben tomar medidas de ajuste y las empresas de adaptación estratégica.

2. Enfoques de competitividad

Aún en cada una de las dos grandes vertientes: la macro-económica y la microeconómica, existen todavía variedad de enfoques sobre la competitividad, presentados por distintos autores, que derivan en multiplicidad de mecanismos posibles de medición de su estado actual o de su

potencial evolución. A continuación señalaremos algunos de los enfoques más difundidos.

Diamante de competitividad de Porter

"La investigación de los clusters fue ampliada por Michael Porter en su análisis de las "ventajas competitivas nacionales" (PORTER 1990), que configuran un "diamante" cuyas aristas son las estrategias y estructuras empresariales, la competencia, las condiciones de la demanda, las condiciones factoriales, así como las industrias afines o de apoyo; la competitividad industrial proviene en medida determinante de la calidad locacional. Porter se centra en los clusters de empresas y en las empresas subcontratistas y de servicios que apoyan a las primeras." (Esser, K.; Hillebrand, W.; Messner, D. Y Meyer-Stamer, J., 1996).

En palabras de Porter, "la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas mediante innovaciones". Por tanto, hay que competir en innovación, hay que invertir en I+D; pero esto debe asumirse en la empresa como una actividad más a realizar y no como una actividad aislada. La I+D+i debe ser gestionada, debe formar parte de la cultura de la empresa. García E.; Coll, V.; Blasco, O.M^a. (2005).

El marco del "diamante" competitividad introducido por Porter (1990) es ampliamente adoptado para el análisis de la competitividad a nivel nacional e industrial. Zhang, X; Shen, L; Wu, y; Fan, L. (2009)

Teoría de recursos y capacidades

"Esta teoría explica cómo y por qué las empresas alcanzan una ventaja competitiva sostenible y son capaces de mantenerla. La idea subyacente es la consideración de la empresa como un cúmulo de recursos únicos de naturaleza diversa, alejándose de la perspectiva económica tradicional

de analizarla en función de sus actividades en el mercado” (Ordóñez De Pablos P., 2004).

“Esta perspectiva se caracteriza por considerar que son los recursos y capacidades distintivas de las empresas, las que permiten generar condiciones para enfrentar una competencia y así lograr un exitoso desempeño económico. Esta perspectiva explica la competitividad desde el punto de vista de los recursos de las empresas que permiten generarla, dado que estas desarrollan mecanismos para hacer un uso eficiente de sus recursos para poder enfrentar la competencia en el sector en el cual se encuentran insertas.” Escandón, D. Arias A. (2011).

Bajo este enfoque, uno de los recursos más valiosos que poseería la empresa está centrado en el “Capital Intelectual”, que como se verá está constituido por múltiples componentes que en la época actual son claves para la generación de una posición competitiva para la empresa. A continuación se presenta una descripción de este activo invaluable para la empresa desde la perspectiva de Ordóñez De Pablos P. (2004):

Capital intelectual

“En el entorno competitivo actual, los recursos organizativos intangibles basados en el conocimiento se han convertido en la fuente de ventaja competitiva más importante para la empresa. El concepto de capital intelectual recoge todos aquellos recursos organizativos de tipo intangible que a pesar de contribuir a la creación de valor organizativo no lucen en los estados contables.

En términos amplios, el capital intelectual se refiere a la posesión de conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizativa, relaciones con clientes, proveedores, etc., así como habilidades profesionales que proporcionan una ventaja competitiva en el mercado.” Edvinsson, L. y Malone, M. (1997).

“El capital intelectual representa «el conjunto de competencias básicas distintivas: unas, de origen tecnológico, en donde se incluyen también todos los elementos del saber y de la experiencia acumulados por la empresa; otras de origen organizativo o propias de los “procesos de acción” de la organización, y otras, de carácter personal, concernientes a las actitudes, aptitudes y habilidades de los miembros de la organización» Bueno, E. (1998).

Componentes del capital intelectual: capital humano, capital relacional y capital estructural.

El capital humano se define como el stock de conocimiento individual de una organización, representado por sus empleados. Los empleados contribuyen a la generación de capital intelectual a través de su competencia, su actitud y su agilidad mental.

La competencia incluye las habilidades y educación, mientras que la actitud representa el comportamiento de los empleados hacia el trabajo. Por último, la agilidad mental es la característica que permite a los empleados modificar las prácticas organizativas y desarrollar soluciones innovadoras para los problemas.

El segundo componente del capital intelectual es el capital relacional. En sentido estricto, el capital relacional recoge el conocimiento presente en las relaciones establecidas con el entorno. Su base es el conocimiento acumulado por las partes en los intercambios con terceros. Por tanto, su alcance es externo a la empresa y también externo al capital humano existente en el interior de la misma. Por otro lado, el capital relacional se puede medir como una función de la longevidad, de modo que este recurso adquiere mayor valor conforme aumenta la duración de las relaciones con clientes, proveedores, accionistas, etc.

Por último, el capital estructural es «aquel conocimiento que permanece en la empresa cuando los empleados se marchan a sus casas», y por lo tanto es propiedad de la empresa. Así,

el capital estructural incluye todas las formas de depositar conocimientos no sustentados en el ser humano, entre los que se encuentran las rutinas organizativas, las estrategias, los manuales de procesos y bases de datos, entre otros.

Por otro lado, el capital estructural se subdivide en capital organizativo y capital tecnológico. El capital organizativo integra todos los aspectos relacionados con la organización de la empresa y su proceso de toma de decisiones, como la cultura organizativa, el diseño estructural, los mecanismos de coordinación, las rutinas organizativas, los sistemas de planificación y control, entre otros. Por su parte, el capital tecnológico incluye todos aquellos conocimientos de carácter técnico e industrial, como los resultados de la investigación y desarrollo y de la ingeniería de procesos." Ordóñez de Pablos P.(2004).

Teoría de la ventaja comparativa Vs. concepción moderna de creación de factores

Teoría de la ventaja comparativa: Los clásicos de la economía fueron los creadores de esta teoría, Smith y Ricardo, con la cual recomendaban a las naciones, y especialmente a Inglaterra, que un país debería especializarse en la producción y exportación de un bien en el cual tuviese ventaja comparativa. El elemento clave de este modelo es la dotación de recursos o factores productivos (Factores Heredados). Bajo este esquema, el empresario comparará los diferentes bienes que puede producir y seleccionará aquel o aquellos en los que exista un rendimiento o eficiencia muy elevada que le permita menores costos de producción.

La concepción moderna consiste en que el empresario debe crear los factores para que estos permitan altos niveles de eficiencia o competitividad.

Estos factores modernos son: la tecnología, la información, la infraestructura, el conocimiento y la estrategia." Llinás, F (1997).

Enfoque de modelo antiguo Vs. modelo nuevo

"¿Cuál es la diferencia entre el antiguo y el nuevo modelo en lo referente al concepto de competitividad?"

En el modelo antiguo, la competitividad era una tasa subvaluada, muchos recursos naturales, mano de obra barata y localización geográfica privilegiada.

El nuevo modelo, se refiere más bien a la ciencia de la dirección, a la productividad laboral y a los recursos avanzados, como el conocimiento, entre otros.

En el antiguo modelo se habla de la ventaja de los factores básicos, y en el nuevo, de la ventaja de los factores de avanzada, pero el papel del gobierno, en este último caso, es entender las necesidades de las empresas para que estas alcancen la competitividad; no es legislar para favorecerlas en el mercado doméstico." Llinás, F (1997).

Enfoque macro y micro de la competitividad

"Es usual confundir el nivel del alcance de la competitividad. Nos acostumbramos a creer que esta es de las naciones, y por lo tanto la responsabilidad estratégica es del gobierno, lo cual se logra con medidas de política económica.

Es muy importante señalar que el análisis o enfoque de la competitividad se hace desde el punto de vista macro, pero también, y el más importante, micro, porque las empresas, y no las naciones, son las que compiten en los mercados internacionales. Hay que comprender de qué forma las empresas «crean y mantienen» la ventaja competitiva para poder entender qué papel desempeña el gobierno en este proceso.

A nivel microeconómico la empresa requiere realizar cambios, sobre todo en la mentalidad de los directivos, como

también tener en cuenta la velocidad de cambio del entorno internacional, valorar el Ciclo de vigencia de las cosas, que son cada vez más rápidos y causan la obsolescencia tanto en la tecnología dura como en la blanda (formas de pensar, de hacer negocios, de administrar, etc.). El gran reto de las organizaciones y de las personas es desarrollar una capacidad de aprendizaje y capacitación." Linás, F (1997).

Competitividad estructural y competitividad sistémica

El concepto de "competitividad sistémica" constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo. Hay dos elementos que lo distinguen de otros conceptos dirigidos a determinar los factores de la competitividad industrial:

- Diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa.
- Vinculación de elementos pertenecientes a la economía industrial, a la teoría de la innovación y a la sociología industrial con los argumentos del debate sobre gestión económica desarrollado en el plano de las ciencias políticas en torno a las políticas de redes empresariales. Esser, K. ; Hillebrand, W.; Messner, D.; Meyer-Stamer, J. (1996).

Niveles de competitividad sistémica

Un país no puede elaborar cualquier cantidad de políticas o elementos de competitividad a partir del conjunto dado de determinantes de la "competitividad sistémica (subsistemas e instrumentos de gestión). Los países más competitivos poseen:

- Estructuras en el nivel meta que promueven la competitividad.
- Un contexto macro que ejerce una presión de desempeño sobre las empresas, y un nivel meso estructurado donde el Estado y los actores sociales desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad.
- Un gran número de empresas situadas en el nivel micro que buscan simultáneamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua.

Los esfuerzos más importantes para elevar la competitividad deben efectuarse a nivel de empresa. Ahora bien, la competitividad internacional no se explica exclusivamente a nivel empresarial. Las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político-administrativo) y en el nivel meso. Esser, K.; Hillebrand, W.; Messner, D.; Meyer-Stamer, J. (1996).

3. Modelos para la evaluación de la competitividad

La evaluación es siempre un proceso complejo que contempla múltiples dificultades.

Estas dificultades se acrecientan a medida que el fenómeno a considerar esté afectado en sí mismo por múltiples variables internas y externas. Por tanto, intentar medir la competitividad de las empresas es un reto que no está superado aún por los planteamientos, propuestas y modelos tanto en el orden macroeconómico como microeconómico, en tal sentido, hay que tener en cuenta que "Como las empresas individualmente están estructuradas y enfocadas de manera diferente, existe un reto para la elección de las medidas adecuadas para detectar la competitividad para diferentes tipos de empresas." Zhang, X; Shen, L; Wu, Y; Fan, L. (2009)

A continuación se sintetizan algunos de los modelos de evaluación de la competitividad, con base en el trabajo realizado por Zhang, X; Shen, L; Wu, Y; Fan, L. (2009)

Modelo de indicadores

El método del indicador analiza la competitividad organizacional cualitativamente. De acuerdo con los atributos considerados, el enfoque de indicador puede dividirse ampliamente en dos grupos, a saber, una medida única de atributo de índice y múltiples atributos de medida.

Existen muchos atributos aplicados para evaluar la competitividad de las organizaciones en un solo aspecto, por ejemplo, estructura de la firma, los activos financieros, y los activos de conocimiento. La práctica de examinar los aspectos de la competitividad organizacional puede ser llamada como "Enfoque de indicadores individuales".

Sin embargo, la limitación de un solo atributo del método de índice puede ser apreciado. Por ejemplo, no se puede indicar la competitividad general de una organización. Esto conduce al desarrollo de múltiples indicadores de enfoque del índice para medir la competitividad de una organización.

Algunos de los Indicadores para la medición de la competitividad de la organización serían: los activos de marca,

calidad empresarial, información, tecnología, eficiencia de producción, activos financieros, activos de conocimiento, productividad, ventaja en costes, estructura firme, capacidad de fabricación, rentabilidad, patrimonio cultural, recursos humanos, proceso de mercado, control de calidad, satisfacción del cliente, participación en el mercado, singularidad del producto, estrategia competitiva, innovación, aprendizaje organizacional, creación de valor .

Modelo de cadena de valor

El proceso productivo de la organización se define como una cadena de valor con el fin de examinar la competitividad de la organización. Porter, M. (1985).

Esta cadena de valor incluye el procesamiento de cinco actividades primarias: logística de entrada, operaciones, logística de salida, marketing y servicios, y cuatro actividades de apoyo: infraestructura, gestión de recursos humanos, el desarrollo tecnológico y la adquisición. El modelo de la cadena de valor sugiere que la competitividad de una empresa viene de todas estas actividades, la cadena de valor.

Así, cada actividad de la cadena necesita ser analizada con el fin de capturar la competitividad de la organización.

Modelo de matriz de portafolio

Se desarrolló durante la década de 1970 y principios de 1980 por un número de empresas de consultoría líderes, con el fin de ayudar a los gerentes a entender mejor la cartera competitiva de las empresas.

Las dos dimensiones en el modelo de matriz incluyen el atractivo de la industria y la fuerza empresarial. El atractivo de la industria es medido por factores externos tales como el tamaño del mercado y la tasa de crecimiento del mercado, y la fortaleza del negocio por factores internos, tales como la cuota de mercado, rentabilidad y servicio al cliente.

Modelo de pirámide de competencia

Fue presentado por WALSH y LINTON (2001) para el análisis de la competitividad de una organización en la industria manufacturera. El modelo considera la competencia organizacional en cuatro categorías: materiales, fabricación y montaje, los servicios basados en el conocimiento, y servicios de conocimiento embebido. Cada categoría representa una de las caras de una "pirámide". Cada cara de la pirámide consta de dos componentes: la capacidad de gestión en la cúspide de la pirámide, y el segmento de la competencia técnica en la base de la pirámide Hulshoff et. al., (1998).

Modelo de empresa

Hatten Y Rosenthal (1999). Presenta un modelo de empresa para exponer las funciones y procesos de negocio para la comprensión de la competitividad de la organización. El modelo presenta una red esquemática de las funciones y procesos de negocio donde la competitividad empresarial descansa. En la red esquemática del modelo se utilizaron flechas verticales y horizontales, las flechas verticales representan las funciones de negocio, por ejemplo, la comercialización, la investigación y desarrollo (I + D), las operaciones y las finanzas, y las flechas horizontales representan los procesos de negocio, tales como desarrollo de productos, la adquisición de pedidos y servicio post-venta. Este modelo constituye una plataforma para la evaluación de la alineación en toda la empresa y la identificación de oportunidades de mejora del rendimiento.

4. Competitividad, internacionalización, sostenibilidad y rentabilidad de la empresa

Como acaba de verse en los apartados anteriores, la competitividad es un fenómeno multifacético que contempla una enorme variedad de perspectivas. Es importante considerar que la variedad de posibles indicadores de medición de los aspectos involucrados en la competitividad generan necesariamente un fuerte impacto en otras dinámicas de la empresas, por ejemplo, es innegable la relación directa que puede existir entre competitividad e internacionalización ya que los indicadores de medición para ambos fenómenos se atraviesan mutuamente produciendo un efecto de reforzamiento que hace imposible definir si una empresa es competitiva porque está altamente internacionalizada o si se internacionaliza para ser competitiva, no es posible establecer un orden exacto, más bien habría que considerarlos como fenómenos de la empresa (y de su entorno de operación) que marchan de manera simultánea y que por tanto producen un efecto final en el que se refuerzan entre sí.

Algunos autores han podido plantear ideas que sustentan la afirmación anterior, entre ellos podemos citar:

"En resumen, los recursos y capacidades de una empresa, como su capacidad de innovación reflejada en los nuevos productos y la diferencia de estos con la competencia, la nueva tecnología que incorpora, la oportunidad identificada por el emprendedor y la educación de este, pueden ser parte de la competitividad de la empresa y la explicación de sus resultados, de su internacionalización y su dinámica de crecimiento o expansión en su mercado local." Vega, A.; Flores M.; Solís M. (2011).

“La competitividad de las empresas se evalúa desde tres puntos de vista diferentes. En primer lugar, las áreas de negocio y la escala media de las grandes empresas de un país se comparan con las de los líderes mundiales. En segundo lugar rentabilidad y habilidad de innovar. En tercer lugar la competitividad, se ve desde la perspectiva de la internacionalización” Qiu Gang, Xu Liyan, Sun Xiaofei (2009).

“La competitividad de las empresas se puede evaluar mediante dos indicadores de rendimiento: el primero es la rentabilidad de la empresa en comparación con la de las principales compañías globales. El segundo es el número de patentes adquiridas por empresas de un país en comparación con las de los líderes mundiales, como indicador de la capacidad de innovación de las empresas de ese país.” Qiu Gang, Xu Liyan, Sun Xiaofei (2009).

La competitividad y la internacionalización se convierten entonces en dos condiciones aliadas de la rentabilidad y de la sostenibilidad de las empresas en el tiempo. Al considerar que una empresa puede estar atenta a las situaciones de entorno que un proceso de internacionalización exige y que está dispuesta a generar internamente las dinámicas de transformación y adaptación permanentes para poder actuar exitosamente en diversos contextos, es posible comprender que aunque la empresa pueda afrontar periodos variados de rentabilidad, tendrá mayores oportunidades de desarrollo que le permitan garantizar su supervivencia y su crecimiento en el tiempo.

5. Conclusiones

La competitividad y la internacionalización son dos procesos que ligan estratégicamente las actuaciones de los Estados y las empresas, cada uno de ellos tiene unas responsabilidades estructurales y funcionales para generar condiciones propicias de desarrollo local y expansión fuera de fronteras territoriales. Ninguno de estos dos procesos es de respon-

sabilidad exclusiva de uno de los actores, ambos tienen compromisos que desde su ámbito pueden potenciar la generación de posibilidades de desarrollo para las empresas y los entornos en los que operan.

La dinámica de relación Empresa – Estado tiene un profundo impacto para el desarrollo de organizaciones fuertes, capaces de ser rentables en el tiempo y por lo tanto sostenibles en el corto, mediano y largo plazo.

6. Referencias

- Bueno, E. (1998): «El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual», Boletín de Estudios Económicos, vol. LIII, agosto, pp. 207-229.
- Corona, L. (2002). “*Innovación y competitividad empresarial.*” Aportes. Revista de la Facultad de Economía, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, año 2 (20).
- Edvinsson, L. & Malone, M. (1997): *Intellectual capital. Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*, Harper Collins Publishers, Inc., 1.^a ed.
- Escandón, D. Arias A. (2011). “*Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos.*”. Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá (Colombia), 24 (42): 165-181, enero-junio de 2011
- Esser, K. ; Hillebrand, W.; Messner, D.; Meyer-Stamer, J. (1996). “*Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política.*”. Revista de la CEPAL, Santiago 1996, No. 59, pág. 39 – 52
- García E.; Coll, V.; Blasco, O.M. (2005). “*¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? Retos previos a superar.*”. Estudios de Economía Aplicada Vol. 23 - 3, 2005. Pags. 559-581
- Llinás, F (1997). “*Competitividad internacional y estratégica de las empresas colombianas.*” Gestión. Universidad del Norte. 3: 1-23, 1997
- Ordóñez de Pablos P. (2004). “*El capital estructural organizativo como fuente de competitividad empresarial: Un estudio de indicadores.*” Economía

- industrial, ISSN 0422-2784, N° 357, 2004 (Ejemplar dedicado a: Dirección y gestión del conocimiento organizativo y capital intelectual) págs. 131-140
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Qiu Gang, Xu Liyan, Sun Xiaofei (2009). "Assessment of Chinese Companies' Competitiveness". July 2009 | SERI Quarterly | Pag 40-51
- Vega, A.; Flores M.; Solís M. (2011). "Factores de contingencia que inciden en la profesionalización y competitividad de las empresas familiares del sector industrial de Tijuana, b.c., México". Global Conference on Business and Finance Proceedings - Volume 6 - Number 2 2011
- Walsh, S. Y Linton, J., (2001): "The Competence Pyramid: A Framework for Identifying and Analyzing Firm and Industry Competence", *Technology Analysis & Strategic Management* Volume 13 No. 2, June (pp. 165-177)
- Zhang, X; Shen, L; Wu, Y; Fan, L. (2009). "Competitiveness assessment for real estate enterprises in china: a model-procedure". *International Journal of Strategic Property Management* ISSN 1648-715X print / ISSN 1648-9179 online © 2009 Vilnius Gediminas Technical University <http://www.ijspm.vgtu.lt>.