



LAS TEORÍAS DE LA COMPETITIVIDAD: UNA SÍNTESIS *

Theories of competitiveness: a synthesis

Pedro Nel Páez**

William Guillermo Jiménez***

Jenny Danna Buitrago****

Recepción: 12 de febrero de 2021. Aceptación: 12 de julio de 2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a110>

RESUMEN

La competitividad es una preocupación para todos los agentes económicos e incluso para toda una sociedad debido a su relación con el desarrollo económico, el aumento de la producción y el empleo. El artículo ofrece una visión general de las principales teorías desde la ventaja comparativa hasta las teorías de la ventaja competitiva y las nuevas teorías de la competitividad y el comercio internacional. Se empleó el método cualitativo/cuantitativo y técnicas de análisis documental sobre fuentes secundarias de información. Se concluye que los rendimientos constantes y la competencia perfecta determinan la competitividad en las teorías tradicionales, mientras que los rendimientos crecientes y la competencia imperfecta caracterizan la competitividad en los nuevos enfoques.

Palabras clave: teorías de la competitividad, comercio internacional, ventaja competitiva, competencia imperfecta, gestión estratégica.

* Artículo producto de investigación del proyecto Observatorio Colombiano de Tratados Comerciales (OCTC), de la Fundación Universitaria Los Libertadores y del grupo de investigación Política, Derecho y Gestión Pública, Escuela Superior de Administración Pública (ESAP).

** Economista, posdoctor en Economía, Vrije Universiteit Amsterdam. PhD en Economía, Universidad Nacional de Colombia. Profesor asociado de la Fundación Universitaria Los Libertadores y la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), Bogotá. Correo electrónico: pnpaezp@libertadores.edu.co.

*** Abogado y administrador público, posdoctor en Derecho (Vrije Universiteit Amsterdam), PhD en Ciencias Políticas (Universidad de Santiago de Compostela). Profesor titular de la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), Bogotá. Correo electrónico: willjime@esap.edu.co.

**** Economista, PhD en Sciences Economics, Université de Grenoble. Magíster en Economie et Gestion, Université Pierre Mèndes France. Profesora de la Fundación Universitaria los Libertadores, Bogotá. Correo electrónico: jenny.danna@libertadores.edu.co.

ABSTRACT

Competitiveness is a concern for all economic agents and even for an entire society due to its relationship with economic development, increased production, and employment. The paper offers an overview of the main theories from the comparative advantage to the theories of competitive advantage and the new theories of competitiveness and international trade. The qualitative/quantitative method was used with a documentary analysis technique from secondary sources of information. It concludes that constant returns and perfect competition determine competitiveness in traditional theories, whereas increasing returns and imperfect competition characterize competitiveness in the new approaches.

Key words: Theories of competitiveness, international trade, comparative advantage, competitive advantage, imperfect competition, strategic management, industrial organization.

INTRODUCCIÓN

La competitividad ha transmutado desde una obsesión peligrosa, como afirmaba Krugman hace ya algunas décadas, hasta un imperativo inaplazable. Detrás de este sentido de urgencia subyace la idea algo trágica, por cierto, de que la falta de competitividad significaría la extinción paulatina de nuestras empresas, de las ciudades, del país, en síntesis, un destino incierto. Los pronunciamientos sobre esta categoría económica son recurrentes en la información emitida por los medios de comunicación, el gobierno, los académicos y las empresas. Sin embargo, no se discierne si esta publicidad responde a una preocupación genuina o es meramente un *eslogan* que se esgrime en coyunturas políticas o un discurso de los gremios económicos para obtener ventajas tributarias o reformas laborales — a modo de captura de rentas, como expone Chaudhuri (1997) — que, en último término, suplen la competitividad en su sentido genuino.

Si bien el término competitividad es de amplia utilización, su significado no es lo suficientemente preciso. Por ejemplo, Siudek & Zavojska (2014) establecen 15 definiciones de competitividad y no menos de diez teorías o conceptos relacionados con el tema, agrupados en tres grandes corrientes: la escuela clásica, la neoclásica y las teorías contemporáneas. El problema de investigación se concreta en esta pregunta: ¿Cómo se pueden identificar y clasificar los diferentes enfoques sobre la competitividad a lo largo de su evolución y desarrollo en la teoría económica? El objetivo de este documento es proporcionar un

acercamiento a algunas de las teorías más representativas de la competitividad, enfatizado en las diferencias esenciales entre ellas.

El presente artículo aborda la competitividad bajo un enfoque tanto conceptual como de administración pública, aunque ofrece también elementos para el ejercicio de la política económica. Está dividido en tres partes; la primera sobre las teorías clásicas: ventaja absoluta, ventaja comparativa y el modelo Heckscher-Ohlin; la segunda se ocupa de las teorías contemporáneas, y la última presenta las conclusiones.

1. LAS TEORÍAS TRADICIONALES DE LA COMPETITIVIDAD: VENTAJA ABSOLUTA Y VENTAJA COMPARATIVA

El interés por la competitividad se remonta a la doctrina de la economía clásica sobre el comercio internacional (Dev, 2015; Lombana, 2006). De ella surgieron dos enfoques ampliamente reconocidos: las teorías de la ventaja absoluta (Smith, 2007 [1776]) y la ventaja comparativa (Ricardo, 2001 [1817]), en un nivel de análisis macro (Cho & Moon, 2002; Anca, 2012). La escuela neoclásica yuxtapone su propia perspectiva a la tradición ricardiana, con la teoría de las dotaciones relativas de factores, pero incorporando el mecanismo de los precios al análisis de la competitividad en un nivel de análisis micro (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933; Rangasamy, 2003; Schumacher, 2012; Siudek & Zavojska, 2014; Haberler, 1936).

Estos enfoques comparten elementos teóricos comunes como la división internacional del trabajo, la especialización y la dotación de recursos naturales. La estructura de mercado es de competencia perfecta y rendimientos constantes a escala en la producción de bienes homogéneos. El único factor productivo es el trabajo homogéneo, con movilidad interna (entre sectores del mismo país) pero sin movilidad entre países (Rangasamy, 2003). La competitividad proviene de las diferencias tecnológicas entre naciones originadas en el factor trabajo y las diferencias en las dotaciones relativas de recursos naturales.

1.1. La ventaja absoluta

Según Smith (2007), el origen de la competitividad y el comercio internacional se sitúa en la predisposición de los individuos a intercambiar y obtener algún beneficio de ello (Schumacher, 2012). Los supuestos teóricos básicos son la división internacional del trabajo, la especialización, la dotación de factores productivos, la teoría del valor trabajo, la competencia perfecta y los rendimientos constantes a escala.

Por división del trabajo se entiende la especialización de la fuerza laboral obtenida con la destreza adquirida en el proceso productivo, el ahorro de tiempo y la invención de máquinas (Smith, 2014). La producción se subdivide en varias tareas y cada trabajador o un grupo de ellos se especializa en la producción de una parte específica del bien. Según Smith «*la división del trabajo, al reducir la tarea del hombre a una operación sencilla, y hacer de esta la única ocupación de su vida, aumenta considerablemente la pericia del operario*» (Smith, 2007, p. 11). La especialización implica que el trabajo sea más productivo, y además, estimula el desarrollo de las habilidades, el surgimiento de nuevos métodos de producción, técnicas más avanzadas que estimulan aún más la productividad, conllevando una especialización creciente. Otra característica es la teoría del valor trabajo: si el valor de un bien está determinado por la cantidad de trabajo incorporado y esa cantidad disminuye con la especialización, los costos de producción disminuyen.

Otro elemento central es la disponibilidad de recursos naturales (minerales, vegetación, clima) o adquiridos (técnicas de producción y el desarrollo de las habilidades de la fuerza laboral) que, junto con las diferencias en productividad, refuerzan las diferencias tecnológicas y productivas entre países, dando lugar a la ventaja absoluta (Carbaugh, 2005). El patrón de comercio se establece de acuerdo con los diferenciales de costos y las divergencias productivas del trabajo con rendimientos constantes a escala en la producción (Dev, 2015). Las bases del intercambio son la división del trabajo, la especialización, las diferencias tecnológicas y la dotación de recursos (Mitschke, 2008) o alternativamente, la mayor productividad reflejada en menores costos medios.

A modo de ejemplo, supónganse que dos países *A* y *B* producen dos bienes *x* e *y*. *A* requiere tres unidades de trabajo para producir una unidad de *x* mientras que *B* necesita dos unidades de trabajo. *A* necesita 6 unidades de trabajo para producir una unidad de *y*, pero *B* necesita 8 unidades para producir la misma unidad. Entonces *A* es más eficiente produciendo *y* mientras que *B* es más eficiente produciendo *x*. En términos de Smith, *A* tiene una ventaja absoluta produciendo *y* mientras que *B* tiene una ventaja absoluta produciendo *x*. Un país tiene una ventaja absoluta sobre otro en la producción de un bien, cuando para producirlo utiliza menos recursos. En consecuencia, *A* debería especializarse en la producción de *y*, el bien sobre el que tiene una ventaja absoluta, y *B* debería especializarse en la producción de *x*.

Se deduce que la competitividad de un país se obtiene con la ventaja absoluta, ya sea el resultado de las ventajas naturales o creadas siempre y cuando se traduzcan en diferencias productivas y de costos. Los países se especializan en la producción y la exportación de un bien que en términos absolutos producen

más barato. No solo obtiene beneficios por la especialización productiva cuando exporta un bien en el que tiene una ventaja absoluta, sino que además importa los bienes que produce a un costo más elevado.

1.2. La ventaja comparativa

Ricardo (2001) plantea la posibilidad de que un país no tenga la ventaja absoluta en la producción de ningún bien como condición para ser competitivo. Planteó la teoría de la ventaja comparativa, para la cual existe la versión original ricardiana expresada en términos de costos laborales, la versión de Haberler en términos de costos de oportunidad, y la versión neoclásica o modelo Heckscher-Ohlin.

El modelo ricardiano considera dos países, dos bienes y el trabajo como único factor productivo (Ricardo, 2001); presenta lo que, en parecer de Mitschke (2008), es la esencia de la teoría de la ventaja comparativa. En un ejemplo preliminar enuncia que hay dos hombres, uno que produce zapatos y otro que produce sombreros; uno de ellos tiene una productividad mayor (absoluta) en la producción de ambos bienes, pero es *relativamente* más productivo haciendo zapatos que sombreros (Schumacher, 2012). En ese orden de ideas, debería especializarse en la producción de zapatos y comprar sombreros, mientras que el otro debería producir sombreros y comprar zapatos. Al trasladar este razonamiento al comercio internacional, un país no debe intentar producir todos los bienes que necesita, sino más bien especializarse en la producción de *algunos* bienes y exportarlos.

El ejemplo numérico que aparece en Ricardo, y que Samuelson consideró una ley económica verdadera y no trivial, está representado en los cuatro números «mágicos» (tabla 1). Ricardo los empleó para explicar la ley de la ventaja comparativa en el capítulo 7 de los *Principios* (Rangasamy, 2003). A pesar de su sencillez, según Krugman (1999) los historiadores de la ventaja comparativa transformaron una ley relativamente simple en una maraña confusa de afirmaciones, errores e incompletitudes.

Tabla 1. Los cuatro números «mágicos» de Ricardo

	<i>a</i> unidades de vino	<i>b</i> unidades de tela
Portugal	80	90
Inglaterra	120	100

Fuente: Ricardo (2001)

El modelo supone dos países, Inglaterra y Portugal, que producen telas y vino, respectivamente, utilizando solamente el trabajo. Los números se refieren a las unidades de trabajo necesarias para producir a unidades de vino y b unidades de tela. Por lo tanto, Portugal emplea 80 unidades de trabajo para producir a unidades de vino; 90 unidades de trabajo para producir b unidades de tela. Inglaterra utiliza 120 unidades de trabajo para producir a unidades de vino y 100 unidades de trabajo para producir b unidades de tela. Portugal tiene una ventaja absoluta en la producción de los dos bienes; si emplea menos trabajo, produce a menores costos. Desde la perspectiva de la ventaja absoluta no habría intercambio comercial entre ellos. Inglaterra no tiene una ventaja absoluta en la producción de ninguno de los dos bienes. Aun así, Ricardo ve posible el intercambio comercial entre los dos países.

La dirección y la especialización del comercio están determinados por los costos de producción relativos en los dos países y se expresan como proporciones o *ratios*. Esta forma de presentar el problema se atribuye a J. S. Mill (Schumacher, 2012). Los cálculos de los costos relativos para Portugal son los siguientes:

$$\frac{80}{90} = 0,88 \quad \text{unidades de vino en términos de tela}$$

$$\frac{90}{80} = 1,125 \quad \text{unidades de tela en términos de vino}$$

Para Inglaterra:

$$\frac{120}{100} = 1,2 \quad \text{unidades de vino en términos de tela}$$

$$\frac{100}{120} = 0,83 \quad \text{unidades de tela en términos de vino.}$$

Comparando los costos relativos, el costo relativo de producir vino en términos de tela es menor para Portugal comparado con Inglaterra, porque $0,83 < 1,2$. De la misma manera, para Inglaterra, los costos relativos de producir tela en términos de vino son $0,83 < 1,125$.

En consecuencia, Portugal debería especializarse en la producción y exportación de vino por los menores costos relativos, e Inglaterra en la producción y exportación de tela por la misma razón. La competitividad se explica con el principio de la ventaja comparativa y la especialización derivada del trabajo,

fundamentada en los costos relativos vinculados con la disponibilidad de factores, el precio y la calidad de los productos, el tamaño, el crecimiento y la accesibilidad de los mercados (Siudek & Zavojska, 2014; Anca, 2012).

1.3. Modelo Heckscher-Ohlin

El modelo Heckscher-Ohlin (HO) o teoría de la proporción relativa de factores, se inscribe en el marco de la teoría de la ventaja comparativa. Sin embargo, presenta unas diferencias marcadas frente a sus predecesores. De una parte, utiliza el análisis microeconómico para examinar la competitividad y el comercio internacional, pero además de países y dos bienes también *con dos factores productivos*, capital y trabajo. La ventaja comparativa está determinada por las diferencias en las dotaciones de factores, no por las diferencias tecnológicas.

Los supuestos del modelo son la competencia perfecta con pleno empleo para los factores y los bienes y la libertad de comercio. Las funciones de producción son linealmente homogéneas con rendimientos constantes a escala e iguales en ambos países. Difieren en las intensidades de los factores. Un país X es intensivo en trabajo, mientras que otro país Y es intensivo en capital; no hay reversión en la intensidad de los factores dentro de cada país. Existe además una dotación fija de trabajo y capital, factores que son homogéneos y perfectamente móviles entre industrias de cada país, pero los factores no son móviles entre países, y estos últimos difieren en sus dotaciones relativas de factores.

Uno de los países produce bienes utilizando preferentemente el trabajo, ya que es el factor abundante y produce un bien intensivo en trabajo. El otro país, en contraste, es intensivo en capital. Además, la tecnología es constante y las preferencias de los consumidores son equivalentes entre países.

Así entonces, el punto central para explicar la diferencia entre los costos comparativos procede de dos nociones: la dotación de factores y la intensidad de los factores. La abundancia relativa de un factor se define o bien en términos físicos o bien en términos de precios. Por el primer criterio, un país es relativamente abundante en capital si y solo si está dotado con una mayor cantidad de capital frente a la cantidad de trabajo con respecto a otro país. El país X es relativamente abundante en capital si se satisface la condición:

$$1) \quad \frac{\bar{K}_X}{\bar{L}_X} > \frac{\bar{K}_Y}{\bar{L}_Y}$$

siendo K el capital y L el trabajo. Las barras indican que los factores productivos tienen cantidades fijas, mientras que los subíndices indican los países.

La escasez relativa de trabajo en términos físicos en el país X está expresada por la condición:

$$2) \quad \frac{\bar{L}_X}{\bar{K}_X} < \frac{\bar{L}_Y}{\bar{K}_Y}$$

A su turno, para el país Y la abundancia relativa de trabajo significa que:

$$3) \quad \frac{\bar{L}_Y}{\bar{K}_Y} > \frac{\bar{L}_X}{\bar{K}_X}$$

y la escasez relativa de capital corresponde a la condición:

$$4) \quad \frac{\bar{K}_Y}{\bar{L}_Y} < \frac{\bar{K}_X}{\bar{L}_X}$$

Dadas las condiciones anteriores, la teoría HO establece que el país X producirá bienes intensivos en capital (por ejemplo, automóviles) y el país Y tendrá un sesgo hacia la producción de productos intensivos en mano de obra (por ejemplo, prendas de vestir).

El criterio alternativo para definir la abundancia relativa del factor es el precio. En este enfoque, un país con un capital relativamente barato y un trabajo relativamente costoso es abundante en capital, y para el otro país se presenta la situación contraria, independientemente de las cantidades físicas de capital y trabajo que tengan.

El país X puede considerarse relativamente abundante en capital si:

$$5) \quad \frac{PK_X}{PL_X} < \frac{PK_Y}{PL_Y}$$

Donde P representa los precios y K y L son los factores productivos, capital y trabajo respectivamente. Del mismo modo, si:

$$6) \quad \frac{PL_X}{PK_X} < \frac{PL_Y}{PK_Y}$$

el país X es relativamente abundante en trabajo y escaso en capital.

Como anota Dev (2015), el teorema HO se ha convertido en el fundamento de varios modelos de comercio internacional, lo que equivale a decir que la estructura de la teoría moderna del comercio internacional se basa fundamentalmente en los supuestos del modelo HO. La ventaja comparativa se fundamenta en las diferencias productivas (o de costos) generadas en la abundancia de factores, lo que estimula la especialización productiva y la exportación del bien que requiere el uso intensivo de los factores abundantes localmente. Si un país es relativamente abundante en el factor trabajo, exporta bienes intensivos en la utilización de ese factor. En cambio, importa bienes intensivos en capital, que es el factor abundante en el resto del mundo (véanse, entre otros, Anca, 2012; Chaudhuri & Ray, 1997; Siudek & Zavojska, 2014; Vernon, 1966; Ambastha & Momaya, 2004).

1.4. Críticas

Las teorías clásicas de la competitividad no han estado exentas de cuestionamientos. Autores como Lombana (2006), Anca (2012), Siudek & Zavojska (2014), Cho & Moon (2002), Dev (2015) y Reinert (1994) discrepan sobre la capacidad de estas teorías para explicar la competitividad y las complejidades del comercio internacional en las circunstancias actuales. En efecto, el trabajo no es el único determinante de los costos y el precio; además, este factor está diferenciado en términos de escolaridad, calidad de la educación, experiencia, y en general, el desarrollo de las habilidades de la fuerza de trabajo. Adicionalmente, mientras los modelos clásicos de intercambio son estáticos, la competitividad es dinámica (Ghironi, 2005). Las empresas establecen una estrategia competitiva creadora de valor sostenible en el largo plazo, considerando productos diferenciados, el diseño y la tecnología (Mitschke, 2008). Si la competitividad estriba en la posesión de recursos naturales, esta por sí misma no garantiza la competitividad de un país. Además, en la práctica se observa la movilidad de los factores entre países, como en la inversión extranjera directa y el desplazamiento de trabajadores con base en sus habilidades (Cope, 2012; Schwartz, 2010; Webster, Lambert & Bezuidenhout, 2008).

Sin embargo, la crítica más aguda proviene de Helpman & Krugman (1985) en dos frentes concretos: la observación empírica y los fundamentos teóricos. Hay por lo menos cuatro formas por las que las teorías tradicionales de la competitividad son falibles a la observación empírica: el volumen del comercio, la composición del comercio, el comercio intrafirma y la inversión extranjera directa.

La insatisfacción con las teorías clásicas de la competitividad dio paso al surgimiento de nuevos marcos de referencia para determinar el éxito de las naciones y sus empresas en los mercados internacionales. Estos marcos se han

desarrollado en el seno de la competitividad estratégica o las teorías de la ventaja competitiva, presentada bajo los supuestos de competencia imperfecta y rendimientos crecientes a escala.

2. LAS TEORÍAS CONTEMPORÁNEAS DE LA COMPETITIVIDAD: LA VENTAJA COMPETITIVA

Porter inicia su artículo titulado *The Competitive Advantage of Nations* con una frase poderosa: «*National prosperity is created, not inherited*» (Porter, 1990, párr. 1). Esta perspectiva deja entrever que las teorías contemporáneas de la competitividad se corresponden con una dinámica diferente a la doctrina clásica. En ellas se incorpora la idea de estrategia empresarial, de modo que el objetivo central del agente productor de bienes o servicios es la obtención de la ventaja competitiva, VC (Wang, 2014). Las contribuciones más significativas al desarrollo de este campo provienen de la Organización Industrial, OI (Smith, 2014), pero particularmente de Michael Porter.

Las causas por las cuales algunas empresas tienen más éxito que otras para lograr la VC, sostenible en el tiempo, y un desempeño superior al promedio de la industria, se recogen en la formulación de una estrategia empresarial, concebida como un plan de largo plazo con el cual la empresa maximiza los beneficios y confronta a la competencia (Porter, 1997). El análisis de la competitividad recae sobre las características específicas de la empresa o la industria, pero no de algún país específico (Grossman & Helpman, 1990).

La VC se define como el conjunto de decisiones y acciones con las que una organización formula e implementa una estrategia para lograr sus objetivos (Wang, 2014, p. 33; Carbaugh, 2005). Así, la VC se constituye en elemento central de la gestión estratégica (*strategic management*) y la organización industrial con un origen multidisciplinar (Bain, 1959; Porter, 1990). Sus antecedentes se encuentran en la economía (microeconomía, costos de transacción, teoría de la agencia, economía evolucionista), la sociología (teoría de la contingencia, dependencia de los recursos y ecología organizacional) y la psicología (comportamiento organizacional y patrones estructurales) (Wang, 2014, p. 33). Los fundamentos potenciadores de la competitividad y el comercio internacional se refieren a la diferenciación del producto y la especialización del trabajo, pero esencialmente, y lo que marca un contraste con las teorías clásicas, radica en la estructura de mercado de competencia imperfecta y las economías a escala en un nivel de análisis micro.

En la gestión estratégica surgieron dos teorías principales para explicar la competitividad: a) la visión de la estrategia basada en el mercado (VBM) y b)

la visión de la estrategia basada en los recursos (VBR). En la primera vertiente, la empresa diseña su estrategia de acuerdo con el entorno industrial externo. La segunda se originó con los trabajos de Penrose (1959) a finales de los años 50 (Porter, 1983) y se incorporó a la gestión estratégica en los años 80 (Hitt, 2011). Para esta visión, la empresa diseña una estrategia con los elementos de su entorno interno (Wang, 2014; Mitschke, 2008), donde resulta esencial la noción de competencias básicas.

2.1. La visión de la estrategia basada en el mercado (VBM)

Según este enfoque, una empresa obtiene un desempeño superior al promedio de la industria cuando formula una estrategia evaluando el entorno y los recursos externos a la empresa en un nivel de análisis micro. Proviene del paradigma de la OI y las deficiencias atribuidas a los modelos de competencia perfecta, particularmente el grado de concentración de las industrias, los bienes diferenciados, las barreras a la entrada y la escala de producción (Bain, 1959; Porter, 1979; Peteraf & Bergen, 2003 ; Porter, 1980, 1985, 1996). La VBM se desagrega en dos vertientes: el paradigma estructura-conducta-desempeño (ECD) o paradigma de la OI, y el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

2.1.1. En el paradigma de la OI (Mason, 1939; Bain, 1959; Porter, 1983), las características estructurales de un mercado determinan la conducta de una empresa en ese mercado y a su vez, la conducta de las empresas determina el desempeño (Bain, 1959). La principal característica estructural en el paradigma ECD para predecir la competencia es el grado de concentración en una industria. Metodológicamente la concentración y el desempeño están relacionados positivamente, de manera que en industrias altamente concentradas el nivel de rendimientos es mayor que en industrias menos concentradas (Haberler, 1936). La estructura se entiende como el conjunto de aquellas características de un mercado que influyen en el comportamiento y los resultados de las empresas que operan en ese mercado. La estructura está definida por cuatro elementos (Barthwal, 2004): el grado de concentración de los vendedores, el grado de concentración de los compradores, la diferenciación de los productos y las barreras a la entrada.

- a) El grado de concentración de los vendedores. Se refiere al número de empresas que ofrecen un bien en una industria: un número reducido de vendedores indica una concentración alta, mientras que un número grande de vendedores indica una concentración menor. Bajo los supuestos neoclásicos, hay una relación positiva entre el grado de concentración y la rentabilidad. A mayor concentración, los beneficios son mayores (Shepherd, 1972; Raible, 2013). En ese sentido, coexisten diversos grados de concentración.

El primer grado supone que no hay concentración porque el número de ofertantes es relativamente grande. Se asocia con la competencia perfecta. La pauta conductual ante esta estructura consiste en que cada una de las empresas ofrece una fracción modesta de la producción total y, por tanto, no tiene incentivos para influir sobre el precio y las cantidades ofrecidas.

Un segundo grado de concentración es el oligopolio, en el que coexiste un número reducido de empresas que comparten el mercado. El duopolio es un caso particular de oligopolio con solo dos empresas. Con un mayor grado de concentración, la competencia se ve limitada y las empresas adquieren un cierto grado de poder sobre los precios (son más elevados que en la competencia perfecta) y las cantidades ofrecidas (son menores).

El mayor grado de concentración se expresa en el monopolio. En esta estructura, la empresa obtiene un alto poder de mercado y fija el precio de venta y las cantidades producidas. Ofrece una cantidad del bien considerablemente menor a la generada en competencia perfecta y el oligopolio, y la vende a un precio mayor (el precio de venta es mayor al costo marginal), por lo que se encuentra una relación positiva entre la participación de mercado y el desempeño en términos de rentabilidad.

- b) El grado de concentración de los compradores. A este tenor puede haber muchos o pocos compradores de un bien; en el caso extremo, existe un solo comprador (monopsonio). El tamaño y la distribución de los compradores están relacionados con el poder de negociación. Entre menor sea el número de compradores (o mayor sea su concentración) el poder de negociación se desplaza de los productores a los compradores. El poder de negociación de los compradores tiene efectos sobre la conducta, cuando obtienen ventajas sobre los precios en detrimento de los beneficios de las empresas. En el caso del monopsonio, un solo comprador inclina los precios a su favor y eventualmente puede contrarrestar el poder del oligopolio o el monopolio.
- c) El grado de diferenciación del producto. Es una oposición al supuesto de bienes homogéneos. No ocurre lo mismo con bienes diferenciados a partir de la calidad y el diseño. Por sus características particulares son únicos, se venden a precios diferentes, pero superiores, en todo caso, al costo marginal.
- d) Las barreras a la entrada son una característica de las industrias altamente concentradas. Miden el grado de dificultad para que una empresa nueva entre a un mercado existente. Las empresas levantan barreras justamente para evitar la competencia y preservar su posición y rentabilidad. Se reconocen varios tipos de barreras a la entrada: legales, financieras, tecnológicas y según el grado de diferenciación de producto. Además, las empresas

establecidas (y concentradas) alcanzan una escala de producción eficiente que resulta difícil de superar para una empresa que apenas entra al mercado. Los costos unitarios (medios) son menores a mayor escala de producción; como consecuencia, un nuevo entrante al mercado, para obtener rentabilidad, debe alcanzar un determinado volumen de producción mínimo. Otra forma de barrera a la entrada es la integración vertical, en la que la empresa es dueña total o parcialmente de la cadena de suministros y dificulta la entrada de nuevas empresas a la industria (Caves y Porter, 1977; Caves, 1980).

Finalmente, el comportamiento estratégico se define en términos de políticas de costos y precios, la investigación y el desarrollo, la publicidad, la colusión, las fusiones y las estrategias legales (Boru & Mohammed, 2018; p. 82). El desempeño, según Bain (1956), es el resultado económico obtenido del sistema en términos de la eficiencia de la política de precios y la flexibilidad para adaptarse a situaciones variables. Representa los resultados económicos de la estructura y la conducta, y se mide en términos de los beneficios netos, la tasa de retorno al capital, la eficiencia en la utilización de la planta, el equipo y otros recursos de la empresa (Nymoer, 2009).

2.1.2. La segunda vertiente de la VBM se atribuye a Porter (1985). El objetivo es desarrollar una teoría por la cual una empresa pueda crear y sostener la ventaja competitiva en la industria en la que opera. Es la respuesta de la empresa al entorno externo para adaptarlo a su favor. Los elementos centrales de la teoría de la ventaja competitiva son el atractivo de la industria para obtener la rentabilidad en el largo plazo y la determinación de la posición competitiva relativa de la empresa en una industria. Su idea base es desarrollar un marco analítico que permita entender la industria y la competencia para luego formular una estrategia competitiva.

Para ese fin propone el modelo de las cinco fuerzas que reflejan el atractivo de una industria. La competencia se clasifica en grupos estratégicos para evaluar las posiciones más atractivas en un mercado. Estos grupos resultantes son una variedad de tipos importantes de entornos industriales, entre los que se cuentan las industrias emergentes, las industrias declinantes, industrias que transitan a la madurez, las industrias fragmentadas y las industrias globales. La competitividad al nivel de la empresa se concibe a partir del modelo de las cinco fuerzas, cuyo objetivo es formular una estrategia corporativa para mejorar la posición competitiva de la empresa, como se presenta a continuación.

- a) Amenaza de entrada a la industria de competidores potenciales: la amenaza de que nuevas empresas entren a una industria limita el potencial de beneficios (Porter, 2008), pero la entrada depende de las barreras al acceso.

Esta es una de las características inherentes a industrias con elevados niveles de concentración, como el monopolio y el oligopolio (Porter, 1997). Las barreras a la entrada protegen a una industria ya establecida de los recién llegados que buscarían ampliar la capacidad productiva y obtener participación en los beneficios. Entre las barreras a la entrada se cuentan: las economías de escala, la diferenciación de producto, el capital necesario, las desventajas de costos, el acceso a los canales de distribución y las políticas estatales (Magretta, 2012).

Las *economías de escala* se refieren a un término económico que describe la ventaja competitiva que las empresas grandes tienen sobre las pequeñas. Si una empresa aumenta de tamaño, es decir su escala, alcanza un volumen de producción considerable y los costos fijos se reparten en un número cada vez mayor de unidades, de modo que el costo medio decrece; esto representa una dificultad para entrar a una industria, porque entre mayor sea la escala, más difícil es la entrada de una empresa nueva. Los bienes diferenciados representan otra barrera por la calidad y las cualidades particulares del producto, su estructura de costos y los precios; es dispendioso quebrantar la fidelidad de los consumidores a marcas y productos reconocidos, que de alguna manera resultan ser únicos. En cuanto al capital necesario, conseguir los recursos financieros no resulta fácil cuando se trata de sumas considerables; el acceso a los recursos también depende de las características particulares del sector financiero y el desarrollo del mercado de capitales. Como barreras a la entrada se cuentan también las desventajas de precios no imputables a la escala de producción; estos se originan en la localización, el acceso a los recursos naturales o los subsidios, y el acceso a los canales o redes de distribución y los proveedores.

- b) El poder de negociación de los compradores (clientes). Sucede cuando un número reducido de compradores logra un poder de negociación significativo frente a la industria. Cuando hay compras de altos volúmenes el número de compradores es reducido, al igual que si los bienes tienen sustitutos cercanos. Con bienes sustitutos el cliente (comprador) adquiere productos alternativos si los precios de otra empresa son más bajos. En esas circunstancias los compradores utilizan el poder de negociación para presionar los precios a la baja, mejorar la calidad de los bienes o exigir características adicionales al producto o servicio, lo que implica mayores costos y, en consecuencia, menores beneficios. En cualquier caso, la rentabilidad de la industria resulta ser menor cuando los clientes obtienen precios y condiciones más favorables utilizando su poder de negociación.
- c) El poder de los proveedores. Implica un análisis similar, pero desde el punto de vista de los vendedores de bienes y servicios a la industria. Un

proveedor es una organización que proporciona los insumos, la información o el conocimiento para que una empresa pueda, eventualmente, producir y ofrecer bienes y servicios (Martin & Patterson, 2009). Con un número reducido de proveedores, los precios de los insumos son mayores a los que registrarían si hubiese un número grande de ellos. Igualmente, pueden obtener términos más favorables a sus intereses, lo cual actúa en detrimento de los beneficios de la industria. Otra fuente de poder de los proveedores surge cuando los insumos no tienen sustitutos cercanos, las empresas están fragmentadas y tienen una capacidad de negociación inferior a la de los proveedores. Si los proveedores concentran el poder, lo utilizan para obtener precios más altos, lo cual reduce la rentabilidad de la industria.

- d) La amenaza de sustitutos. Los bienes sustitutos son bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades básicas, pero de una manera diferente. Aparecen en el mercado por los cambios tecnológicos y la innovación, para reemplazar productos más tradicionales. La relación calidad-precio de las empresas de vanguardia supera al mismo indicador en las demás empresas existentes, en especial las que no innovan frecuentemente. Los bienes sustitutos se convierten en una amenaza, y las empresas deben anticipar las respuestas para enfrentarlas.
- e) La intensidad de la rivalidad. Este puede ser el mayor determinante de la competitividad en una industria, dado que una o más empresas sienten la presión o ven la oportunidad de mejorar su posición en ella. Si las acciones de una empresa se perciben como una amenaza por otras empresas, puede haber retaliaciones e intensificación de la competencia mediante cambios de precios, publicidad, mejora en los canales de distribución, etc.

En síntesis, el estado de la competencia en una industria depende de estas fuerzas básicas, y su efecto conjunto determina el máximo potencial de beneficios y la intensidad competitiva en esa industria. El planteamiento teórico se basa entonces en la visión estrategia corporativa frente a las oportunidades y las amenazas que se ofrecen en el entorno externo a ella.

2.2. La visión de la estrategia basada en los recursos (VBR)

La anterior VBM no estuvo exenta de críticas. Las barreras a la entrada suponen un incremento de los costos que puede terminar beneficiando a la competencia, aparte que las empresas pequeñas no tienen acceso a las estrategias. Además, los recursos de las empresas no son homogéneos. La estructura de mercado excluye los recursos internos y las características de la empresa cuando se decanta por las empresas grandes. Por último, no existe

un marco que integre la estrategia de la empresa con la competitividad (Ambastha & Momaya, 2004). Esto vino a significar un desplazamiento en la determinación de la estrategia competitiva basada en los factores externos del paradigma ECD y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, hacia la estructura interna de la empresa, o la visión de la estrategia basada en los factores internos de la empresa (VBR). Tuvo sus orígenes en Penrose (1959), quien subraya la importancia de los recursos internos de la empresa como los determinantes de la ventaja competitiva. Esta visión de la estrategia articula los recursos internos de las empresas con las capacidades para conseguir la ventaja competitiva (Wernerfelt, 1984; Prahalad & Hamel, 1990; D., 1999; Barney, 1991).

Los recursos de las empresas se clasifican entre activos tangibles e intangibles. Los activos tangibles incluyen la infraestructura, la maquinaria, el equipo o los factores productivos. Además, como se consiguen en el mercado, es posible que no sean una fuente de ventajas a largo plazo porque las empresas rivales están en la capacidad de conseguir activos semejantes. De otro lado, todo aquello que no tiene una naturaleza física entra bajo la denominación de activos intangibles, como la reputación de la marca, las marcas registradas y la propiedad intelectual. Son la principal fuente de ventaja competitiva sostenible. La VBR adopta dos condiciones necesarias para analizar las fuentes de la ventaja competitiva: la heterogeneidad de los recursos (o singularidad) y la inmovilidad de los recursos.

Según el supuesto de heterogeneidad, las empresas no dominan el mismo conjunto de recursos, pero a partir de estas diferencias formulan una estrategia competitiva para enfrentar a la competencia. Los recursos son heterogéneos en por lo menos tres aspectos: la calidad, la cantidad y la asignación. La calidad se refiere a la heterogeneidad de las habilidades, las capacidades y otros recursos que tienen las empresas. Si fueran iguales en cantidad, calidad y asignación y fácilmente replicables, no habría ventaja competitiva. El mundo real no es un escenario de competencia perfecta con empresas y productos iguales. Aun cuando estén expuestas a las mismas condiciones externas, pueden implementar diferentes estrategias para competir entre sí y superarse a partir de diferentes dotaciones de recursos. El segundo supuesto de la VBR afirma que no hay movilidad de recursos entre empresas en el corto plazo. En la medida en que no puedan replicar los recursos de los rivales, no implementan las mismas estrategias. Los supuestos de heterogeneidad e inmovilidad de los recursos no son, empero, condiciones suficientes para conseguir la ventaja competitiva sostenida. Aparte de ello, los recursos deben ser valiosos, raros, difíciles de imitar e insustituibles para ser una fuente de una ventaja competitiva sostenida (Barney, 1991).

2.2.1 El impacto de las TIC, digitalización y pandemia

Durante las últimas décadas, empero, el mundo ha observado progresos sin precedentes en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), la transformación digital y la conectividad. Un número inconcebible de dispositivos electrónicos conectados en red ha dado lugar a la cuarta revolución industrial 4.0 (I4.0). Este conjunto de procedimientos innovadores ha transformado los procesos industriales mediante la digitalización y la automatización de la producción y donde se integran la automatización, el intercambio y el procesamiento de datos, utilizando tecnologías como el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), el internet industrial de las cosas (IIoT por sus siglas en inglés) y los sistemas ciber físicos (CPS por sus siglas en inglés), big data, la computación en la nube y la analítica de datos, el aprendizaje automático (machine learning) y la fabricación aditiva, 3D printing (Mohanta, et al., 2020). La cuarta revolución industrial ha reconfigurado el panorama competitivo y transformado los modelos de negocio, la forma en que las organizaciones mejoran sus operaciones empresariales y la ventaja competitiva.

Las tecnologías digitales transformaron los modelos empresariales existentes, marcando un contraste con los modelos estratégicos tradicionales de ventaja competitiva — como la visión de la estructura de la industria, la visión basada en los recursos o el enfoque de las capacidades dinámicas —. Los supuestos de aquellos modelos van perdiendo validez en los entornos digitales actuales en la medida en que los entornos digitales están cambiando radicalmente la naturaleza de los productos, el proceso de creación de valor y, sobre todo, el entorno competitivo de las empresas. Esto tiene implicaciones en la forma en que las empresas pueden alcanzar y mantener una ventaja competitiva (véase Koch y Windsperger, 2017, y Nwankpa y Roumani, 2016).

La perturbación causada por la pandemia COVID-19 ha significado también una contracción significativa de la actividad económica en todo el mundo, con la destrucción del tejido económico; básicamente la destrucción de empresas y comercios. No cabe duda de que la crisis sanitaria representa una pérdida de competitividad por las razones aludidas. La forma en que los países, las empresas, reconstruyan el tejido empresarial perdido dependerá de muchos factores, entre ellos la acción de los gobiernos, pero así mismo la respuesta de las empresas en un entorno global cambiante y que debido a la pandemia y la revolución digital termina por reconfigurar el panorama competitivo internacional.

2.3. Las nuevas teorías del comercio y la competitividad

Las teorías clásicas de la competitividad se desarrollaron bajo los supuestos de competencia perfecta y rendimientos constantes. Los determinantes de la

competitividad y el comercio internacional fueron o bien las diferencias tecnológicas o las dotaciones de recursos naturales (Porter, 1997), además del comercio interindustrial entre países desiguales. En contraste, las nuevas teorías de la competitividad y el comercio internacional se fundamentan en supuestos diametralmente opuestos, como las economías a escala, la competencia imperfecta, los bienes diferenciados y el comercio intrafirma (Krugman, 1991; Mason, 1939; Caves, 1980; Helpman & Krugman, 1985). Cobra igualmente una importancia excepcional la localización espacial de las actividades productivas.

Las nuevas teorías del comercio y la competitividad subrayan la interacción entre las economías de escala y la competencia imperfecta (Bain, 1959) entre países similares en el desarrollo tecnológico y la dotación de recursos. La relación entre rendimientos constantes y competencia perfecta es comprensible, ya que cuando aumenta la escala de producción, el costo medio permanece constante y la estructura de mercado no se modifica. Pero una vez admitida la presencia de economías de escala, no se sostiene el supuesto de competencia perfecta. Una escala de producción mayor permite obtener más unidades de un bien empleando menos factores productivos. Los costos fijos se dividen en un número mayor de unidades y el costo medio de largo plazo se reduce (Buchanan & Yoon, 2002). Producir unidades adicionales bajo esas circunstancias es más barato y el costo marginal también decrece.

En condiciones de competencia perfecta y rendimientos constantes,

$$7) \quad P = IMg = CMg = CMe$$

Con rendimientos crecientes,

$$8) \quad P = IMe = CMe < CMg$$

El precio que cobra una empresa competitiva resulta ser menor al costo medio. Naturalmente, esto se traduce en pérdidas, ya que no se recuperan los costos de producción. Cuando el precio (ingreso marginal) es inferior al costo medio ($P < CMe$), no solo significa que las empresas tienen pérdidas, sino que además se ven obligadas a abandonar la industria. El número se reduce a unas pocas empresas (oligopolio) y en el caso extremo a una sola: un monopolio natural. A causa de ello, según Krugman (1999) y Caves (1980), con rendimientos crecientes una industria va a estar dominada por unas pocas empresas grandes con poder para fijar los precios y acordar alianzas estratégicas sobre la producción de bienes diferenciados y las políticas de precios. Este marco analítico explica el comercio intrafirma entre países similares en estructuras de mercado altamente concentradas (Choi & Yu, 2002).

La nueva geografía económica bajo los supuestos de economías de escala y competencia imperfecta se entiende como una transición desde las nuevas teorías del comercio internacional hacia una explicación teórica de la localización (Ehnts & Trautwein, 2012). Allí se integran elementos de la geografía con la racionalidad económica en una estructura de mercado concentrada y de rendimientos crecientes (Krugman, 1995).

La concentración geográfica procede de la interacción entre las economías a escala (externas e internas) con los rendimientos crecientes, la reducción de los costos de transporte y la movilidad de los factores productivos (Krugman, 1991). Para Ehnts & Trautwein (2012) la principal aplicación de la nueva teoría del comercio internacional a la geografía económica es la combinación del efecto del mercado interno con la movilidad parcial de los factores y los modelos de divergencia regional, que muestran las disparidades espaciales extremas entre núcleos altamente industrializados y periferias agrícolas, representados en los modelos centro-periferia (Krugman, 1991).

Una primera causa invocada para decidir sobre la localización de una empresa es la aglomeración alrededor de una ubicación específica para aprovechar así las ventajas que brindan las economías a escala externas. Con ellas, la reducción del costo medio es una función del tamaño de la industria. Aun cuando las empresas sean pequeñas, las economías externas promueven el aumento de la escala de producción y a consecuencia de ello una productividad mayor y una mayor competitividad. Según Marshall (1890) y Potter & Watts (2012), en una aglomeración industrial las empresas obtienen economías externas y rendimientos crecientes cuando empresas afines de una industria se agrupan geográficamente y la proximidad reduce los costos de transporte. En consecuencia, la difusión de los bienes, las personas y las ideas ocurre a costos más bajos (Ellison, Glaeser & Kerr, 2010; Porter, 1990; Romer, 1986).

Con economías a escala externas, las empresas alcanzan rendimientos crecientes a partir de tres elementos característicos de las economías de aglomeración: i) la reducción de los costos de transporte, como se dijo, ii) la confluencia de la fuerza de trabajo calificada y iii) la concentración de proveedores especializados. En cuanto al trabajo especializado, es bien sabido que las empresas desarrollan vínculos entre ellas e interactúan con industrias relacionadas, pero todas tienen bases de conocimientos superpuestas que no solo comparten, sino que utilizan en la mejora del desempeño de la industria. El trabajo especializado con un alto grado de movilidad, que transforma gradualmente sus capacidades productivas, innovativas y creativas, genera un conocimiento especializado que se desborda a las industrias relacionadas (Rumelt, 1977).

El segundo elemento de las economías externas enfatiza los vínculos de las empresas de la agrupación con los proveedores locales, las cadenas de abastecimiento y los servicios de apoyo. La aglomeración económica localizada descansa en la existencia de proveedores especializados que coadyuvan en el proceso de aprovechamiento de las capacidades tecnológicas, la elección de la escala de producción apropiada en diferentes etapas del proceso productivo, la elección de tecnologías e incluso la implementación de sistemas productivos mediante procesos de subcontratación. En resumen, la localización de empresas con destrezas complementarias ayuda en el proceso de incrementar la productividad de la industria. Marshall observa que la proximidad favorece la especialización debido a la transmisión del conocimiento entre industrias. Cuando las empresas se localizan y comparten la misma base tecnológica, habrá un efecto sobre el proceso de innovación en el clúster, se propicia el contacto directo con la competencia y los clientes, contacto que es una fuente de ideas para la innovación y, por lo tanto, crecen a un ritmo más rápido. Para Kemp (1955), con rendimientos crecientes prevalece la competencia perfecta si las economías a escala son externas a las empresas individuales, pero internas a una industria.

Las relaciones entre las economías a escala interna y la localización suponen que cuando una empresa localiza su producción en un área particular y a causa de ello el costo medio disminuye, la empresa está alcanzando economías a escala internas; de este modo, la empresa obtiene una ventaja competitiva en el mercado. Existen las economías a escala técnicas, las economías de mercadeo, y las economías administrativas y financieras. Las economías técnicas se relacionan con las ganancias en productividad del aumento en la escala de producción; las economías a escala de mercadeo son acciones de publicidad y mercadeo que desarrollan las grandes empresas para obtener condiciones favorables en sus actividades de compra y venta; las economías a escala financieras se alcanzan cuando las empresas de un gran tamaño acceden a los recursos del crédito en condiciones favorables (como mejores tasas de interés), comparadas con las empresas pequeñas. Cuando las empresas promueven la división del trabajo en su nivel directivo e invierten en la formación de recursos humanos especializados para supervisar el proceso productivo, alcanzan las economías a escala gerenciales o administrativas.

Para terminar, está el modelo de *competitividad sistémica*, el cual permite incluir de manera expresa el papel del gobierno y de la gestión pública. Esta se ubica dentro de modelos de desarrollo endógeno que surgen en un contexto globalizado marcado por unas políticas de ajuste; centra su visión en el rol principal de las instituciones y en los actores presentes y partícipes en el territorio (Jiménez, 2012). En respuesta a los planteamientos de Porter surgieron propuestas desde el Instituto Alemán de Desarrollo, en las cuales se enfatiza que la competitividad no ocurre solo a nivel de empresas y sectores, sino tam-

bién en redes intra e interempresariales, dependiendo del encadenamiento mercantil global específico. La competitividad sistémica se caracteriza por dos grandes componentes: a) cuatro niveles analíticos que explican las posibilidades de competir (niveles meta, macro, meso y micro), y b) la inclusión de elementos provenientes de la economía y la sociología industrial, la teoría de la innovación y los policy-networks (Esser, et al., 1996). En cuanto a los cuatro niveles, en el nivel meta se define la integración y la estrategia; en el nivel macro, corresponde a la regulación jurídico-política que procure estabilidad macroeconómica; el nivel meso se compone tanto del entorno empresarial como del fomento industrial, el emprendimiento y la innovación tecnológico-científica; y el nivel micro hace referencia a las actividades dentro de las empresas para crear ventajas competitivas.

3. CONCLUSIONES

Las teorías clásicas de la competitividad se definen como un conjunto de teorías clásicas y neoclásicas fundamentadas en el principio de ventaja comparativa, según las cuales los países obtienen ganancias del comercio internacional cuando existen diferencias entre los costos relativos de producir bienes homogéneos. Para Ricardo las discrepancias en los costos relativos surgen por las diferencias tecnológicas, mientras que en el modelo HO la ventaja comparativa se debe a las diferencias en las dotaciones de factores. Los supuestos teóricos incorporados son rendimientos constantes a escala y competencia perfecta, los que dan lugar al comercio internacional en bienes y países diferentes, o al comercio interindustrial. En contraste, las teorías contemporáneas de la competitividad y los patrones del comercio internacional no se sustentan en las ganancias de las ventajas comparativas; enfatizan en el comercio intraindustrial, el comercio entre países que no difieren en términos de condiciones tecnológicas o dotaciones de factores, las economías a escala y la competencia imperfecta. Finalmente, el modelo de competitividad sistémica involucra de manera más dinámica y en sus diferentes niveles, el papel del Estado y de las políticas públicas, lo que se torna más relevante en escenarios de crisis económica y sanitaria producidas por el COVID-19.

REFERENCIAS

- Ambastha, A. & Momaya, K. (2004). Competitiveness of the Firms: Review of Theory, Frameworks, and Models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45-61.
- Anca, H. (2012). Literature Review of the Evolution of Competitiveness Concept. *The Journal of Faculty Economics*, 1(1), 41-46.

- Bain, J. (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bain, J. (1959). *Industrial Organization*. New York: John Wiley and Sons.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barthwal, R. (2004). *Industrial Economics* (2nd ed.). New Delhi: New Age International Publishers.
- Boru, T. & Mohammed, A. (2018). The Structure Conduct Performance Model and Competing Hypothesis-A Review of Literature. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(1), 76-89.
- Buchanan J. & Yoon, Y. (2002). Globalization as Framed by the Two Logics of Trade. *The Independent Review*, VI(3), 399-405.
- Carbaugh, R. (2005). *International Economics* (10 ed.). Mason: Thomson South-Western.
- Caves, R. (1980). Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure. *Journal of Economic Literature*, 18(1), 64-92. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7138-8_16
- Caves, R. & Porter M. (1977). From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 91(2), 241-261. <https://doi.org/10.2307/1885416>
- Chaudhuri, S. & Ray, S. (1997). The Competitiveness Conundrum: Literature Review and Reflections. *Economic and Political Weekly*, 32(48), M83-M91.
- Cho, D. & Moon, H. (2002). From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory. Singapore: World Scientific. <https://doi.org/10.5860/choice.38-5668>
- Choi, J. & Yu, E. (2002). Externalities in the International Trade Theory: A Survey. *Review of International Economics*, 10(4), 708-728. <https://doi.org/10.1002/9780470756461.ch7>
- Cope, Z. (2012). *Divided World Divided Class: Global Political Economy and the Stratification of Labour Under Capitalism*. Montreal: Kersplebedeb.
- Dev, D. (2015). Comparative Advantage and Competitive Advantage: An Economic Perspective and a Synthesis. *Athens Journal of Business and Economics*, 1(1), 9-22. <https://doi.org/10.30958/ajbe.1-1-1>

- Ehnts, D. & Trautwein H. (2012). From New Trade Theory to New Economic Geography: A Space Odyssey. *Oeconomía*, 2(1), 35-65. <https://doi.org/10.4074/s2113520712011036>
- Ellison, G., Glaeser, E. & Kerr, W. (2010). What Causes Agglomeration? Evidence from Coagglomeration Patterns. *American Economic Review*, 100, 1195-1213. <https://doi.org/10.3386/w13068>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad Sistémica. *Revista de la CEPAL*, (59), 39-52.
- Ghironi, F. & Melits, M. (2005). International Trade and Macroeconomic Dynamics with Heterogeneous Firms. *The Quarterly Journal of Economics*, 120(3), 865-915.
- Grossman, M. & Helpman, E. (1990). Trade, Knowledge Spillovers, and Growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 23-44. <https://doi.org/10.3386/w10540>
- Haberler, G. (1936). *The Theory of International Trade*. Edimburgh: William Hodge.
- Heckscher, E. (1919). The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income. *Ekonomisk Tidskrift*, 21, 497-512.
- Helpman, E. & Krugman, P. (1985). *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. London, The MIT Press.
- Hitt, M. (2011). Relevance of Strategic Management Theory and Research for Supply Chain Management, *Journal of Supply Chain Management*, 47(1), 9-13. <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.2010.03210.x>.
- Hoskisson, R., Hitt, M., Wan, W., & Yiu, D. (1999). Theory and Research in Strategic Management: Swings of a Pendulum. *Journal of Management*, 25(3), 417-456. <https://doi.org/10.1177/014920639902500307>
- Jiménez, W.G. (2012). *Gestión Pública e Internacionalización como Estrategia para el Desarrollo de los Gobiernos Subnacionales en Colombia*. México: INAP.
- Kemp, M. (1955). The Efficiency of Competition as an Allocator of Resources: I. External Economies of Production. *Canadian Journal of Economics and Political Science*, (30-42).
- Koch, T. & Windsperger, J. (2017). Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy. *Journal of Organizational Design*, 6, 6. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0016-z>.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *The Journal of Political Economy*, 99(3), 483-499.

- Krugman, P. (1995). *Development, Geography, and Economic Theory*. Cambridge: MIT Press.
- Krugman, P. (1999). Increasing Returns in a Comparative Advantage World. *World Scientific Studies in International Economics, Comparative Advantage, Growth, and the Gains from Trade and Globalization*, pp. 43-51. https://doi.org/10.1142/9789814340373_0007
- Lombana, J. (2006). *Competitiveness and Trade Policy Problems in Agricultural Exports: A Perspective of Producing/Exporting Countries in the Case of Banana Trade to the European Union* (Doctorgrades), Universität Gottingen, Göttingen.
- Magretta, J. (2012). Understanding Michales Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy. Boston: Harvard Bussines Review Press. <https://doi.org/10.5860/choice.49-5775>
- Marshall A. (1890). *The Pure Theory of Foreign Trade*. London: Macmillan.
- Martin P. & Patterson J. (2009). On Measuring Company Performance Within a Supply Chain. *International Journal of Production Research*, 47(9), 2449-2460. <https://doi.org/10.1080/00207540701725604>
- Mason, E. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), 61-74.
- Mitschke, A. (2008). The Influence of National Competition Policy on the International Competitiveness of Nations: A Contribution to the Debate on International Competition Rules. Nuremberg: Physica Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2036-2>
- Mohanta B., Nanda P. & Patnaik S. (2020). Management of V.U.C.A. (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity) Using Machine Learning Techniques in Industry 4.0 Paradigm. In *New Paradigm of Industry 4.0 Internet of Things, Big Data & Cyber Physical Systems*. Editor Srikanta Patnaik. Cham, Springer Nature Switzerland.
- Nwankpa J. & Roumani Y. (2016). IT Capability and Digital Transformation: A Firm Performance Perspective. Thirty Seventh International Conference on Information Systems, Dublin 2016.
- Nymoer, R. (2009). *Introductory Dynamic Macroeconomics*. Oslo.
- Ohlin, B. (1933). *Interregional and International Trade*. Cambridge: Harvard University Press.

- Penrose, E. (1959). *The Theory of Growth of the Firm*. New York: Oxford University Press.
- Peteraf M. & Bergen, M. (2003). Scanning Dynamic Competitive Landscapes: A Market-Based and Resource-based Framework. *Strategic Management Journal*, 24(10), 1027-1041. <https://doi.org/10.2139/ssrn.386602>
- Porter, M. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-146. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_10
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*, Free Press, New York. [https://doi.org/10.1016/0019-8501\(82\)90025-6](https://doi.org/10.1016/0019-8501(82)90025-6)
- Porter, M. (1983). Industrial Organization and the Evolution of Concepts for Strategic Planning: The New Learning. *Managerial and Decision Economics*, 4(3), 172-180.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, March-April Issue. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>
- Porter, M. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Porter, M. (1997). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_10
- Porter, M. (2008). Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan Forma a la Estrategia. *Harvard Business Review América Latina*. Reimpresión R0801E-E.
- Potter A. & Watts D. (2012). Revisiting Marshall's Agglomeration Economies: Technological Relatedness and the Evolution of the Sheffield metal Cluster. *Regional Studies*, 48(4), 603-623. <https://doi.org/10.1080/00343404.2012.667560>
- Prahalad, C. & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Raible, M. (2013). *Industrial Organization Theory and its Contribution to Decision-Making in Purchasing*. Paper presented at the 2nd IBA Bachelor Thesis Conference, Enschede.
- Rangasamy, J. (2003). *Trade Theory and its Implications for Competitiveness*. University of Pretoria.

- Reinert, E. (1994). *Competitiveness and its Predecessors -A 500-Year Cross-National Perspective*. Paper presented at the Business History Conference, Williamsburg.
- Ricardo, D. (2001). *On the Principles of Political Economy and taxation*. Ontario: Batoche Books.
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economic*, 94(5), 1002-1037.
- Rumelt, R. (1991). How Much Does Industry Matter? *Strategic Management Journal*, 12(3), 167-185. <https://doi.org/10.1002/smj.4250120302>
- Schumacher, R. (2012). Adam Smith's Theory of Absolute Advantage and the Use of Doxography in the History of Economics. *Erasmus Journal for Philosophy and Economics*, 5(2), 58-80. <https://doi.org/10.23941/ejpe.v5i2.105>
- Schwartz, D. (2010). *The Future of Finance: How Private Equity and Venture Capital Will Shape the Global Economy*. Singapore: John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118390375>
- Shepherd, W. (1972). The Elements of Market Structure. *The Review of Economics and Statistics*, 54(1), 25-37.
- Siudek, T. & Zavojska, A. (2014). Competitiveness in the Economic Concepts: Theories and Empirical Research. *Oeconomía*, 13(1), 91-108.
- Smith, A. (2007). *An Inquiry in to the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: MetaLibri.
- Smith, P. (2014). *Global Trade Policy: Questions and Answers*. Malden: Wiley, Blackwell. <https://doi.org/10.5860/choice.51-5141>
- Vernon, R. (1966). International Investments and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Wang, H. (2014). Theories for competitive advantage. In H. Hasan (Eds.), *Being Practical with Theory: A Window into Business Research* (pp. 33-43). Wollongong, Australia: THEORI. http://eurekaconnection.files.wordpress.com/2014/02/p-33-43-theories-of-competitive-advantage-theori-ebook_finaljan2014-v3.pdf
- Webster, E.; Lambert, R. & Bezuidenhout A. (2008). *Grounding Globalization: Labour in the Age of Insecurity*. Malden: Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444303018.ch9>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.