

Teoría económica y estrategia de empresa: conflictos y aportaciones

CARLOS FONG REYNOSO¹

De la competencia perfecta a la competencia con imitabilidad incierta

Entender cómo actúan los factores que intervienen en el éxito o fracaso de las empresas es una cuestión fundamental para la sociedad en su conjunto, debido a que la empresa es la unidad básica del sistema productivo vigente.

El éxito o fracaso de cada empresa en particular, influye en los resultados del conjunto empresarial, que visto así, de manera agregada, tiene un efecto relevante en variables como el nivel de empleo, en la tasa de crecimiento económico, en los flujos financieros internacionales, en el comportamiento de exportaciones e importaciones y su impacto en las balanzas comerciales y de pagos y, en última instancia, el nivel de bienestar de las personas.

En el ámbito individual, el éxito o fracaso de la empresa significa su supervivencia. Una empresa exitosa puede permanecer en la actividad a la que se dedica, y también puede satisfacer de mejor manera las necesidades de sus miembros, tanto generando valor para los accionistas de la empresa, como al estar en mejores condiciones para crecer, invertir en investigación, en proteger el medio ambiente, en motivar a sus recursos humanos, en pagar mejores salarios, etcétera.

Debido a su importancia y complejidad, el fenómeno del éxito o fracaso de las empresas ha sido abordado por distintas disciplinas, entre las que se encuentra la economía y la estrategia de empresa.

Hasta tiempos recientes, en el ámbito de la empresa la aportación de la economía resultaba irrelevante debido a lo inútil de sus prescripciones para la gestión de la empresa, sin embargo esto tiende a cambiar gracias al mestizaje teórico que a continuación se desarrollará.

1. Profesor Investigador del Departamento de Estudios Regionales-Ineser; CUCEA; Universidad de Guadalajara. El presente trabajo ganó el Primer premio, en la categoría de Profesores y estudiantes de Posgrado, del 2º Premio de Ensayo Económico 2000, Expresión Económica, Análisis Económico.

Mestizaje entre estrategia de empresa y teoría económica

La estrategia de empresa ha integrado como propios una considerable cantidad de desarrollos teóricos que en su origen fueron concebidos por otras disciplinas. Estos “constructos”, que suelen ser de gran utilidad, evidencian que los límites entre campos científicos son difusos, y que un mismo problema puede ser abordado desde distintas perspectivas.

Algunas categorías que actualmente se encuentran en el corazón de la estrategia, como las rentas de los recursos, fueron desarrolladas por la teoría económica. Sería difícil pensar en estrategia prescindiendo de este tipo de nociones.

Compartir estos conceptos es enriquecedor para ambas disciplinas, ya que, por una parte, los investigadores de la teoría económica se benefician de la perspectiva pragmática de la estrategia de empresa, mientras que, por la otra, la investigación en estrategia de empresa puede utilizar el soporte instrumental de la teoría económica para generalizar y modelar su análisis de las situaciones que enfrentan las empresas.

Sin embargo, para que esta relación sea útil, primero es necesario que se tengan claras las implicaciones conceptuales del marco en que se actúa; y, después, se debe traducir la teoría económica a variables asumibles en la estrategia de empresa.

Lo primero evita prejuicios y confusiones, lo segundo evidencia los vínculos entre ambas teorías y la utilidad que pueden tener los desarrollos teóricos de una tradición para la otra. Una evidencia de la confusión que generara el uso descontextualizado de conceptos y categorías de la teoría económica, está en que en la estrategia se suele rechazar la validez de los modelos tomados de la economía (al no observarse que éstos describan la realidad de forma útil para la gestión de las empresas) y, simultáneamente, algunas de las principales corrientes de pensamiento en estrategia² se sirven de sus explicaciones.

Es evidente que ambos campos teóricos se encuentran entrelazados y que esta relación debe ser analizada a profundidad, ya que los vínculos establecidos aún resultan conflictivos.

Barney (1990) expone que el conflicto se establece porque para algunos teóricos³ no se pueden construir modelos conjuntos mientras no sean resueltas las diferencias entre ambas disciplinas respecto a ciertos supuestos científicos y metodológicos.

Estos supuestos difíciles de aceptar por la gestión estratégica, se refieren a que, en economía, se asume que la conducta de los individuos es racional, aunque

2. Por ejemplo, la teoría de recursos y capacidades y la teoría estructuralista, o basada en la estructura industrial.

3. Barney menciona entre otros a Donaldson, L., *The Ethereal Hand: Organizational Economics and Management Theory*, Academy of Management (1990).

su comportamiento pueda ser oportunista; el nivel de análisis de esta disciplina es a escala individual; y la motivación de las acciones de los individuos se establece únicamente en términos de remuneraciones e incentivos económicos.

En opinión de Barney (1990) estas diferencias de supuestos son salvables, y de hecho ya existen modelos en la teoría económica que las superan, al asumir, por ejemplo, la existencia de límites a la racionalidad e incertidumbre. Eso no significa que ambos campos sean iguales, pero pone de manifiesto que es posible establecer una relación fructífera entre ellos.

Un aspecto diferente, según Barney (1990), es el temor que produce el llamado imperialismo de la teoría económica sobre otras ciencias. Sin embargo, este segundo aspecto no tiene una base real de discusión, ya que la competencia entre modelos explicativos resulta beneficiosa para el desarrollo de mejores explicaciones de los fenómenos, con lo que se contribuye al avance científico.

Para otros teóricos, el enfrentamiento aparente entre ambos marcos teóricos se debe a que han sido construidos con objetivos diferentes.⁴ Nelson (1994, p. 247.) indica que:

Se debe tener en consideración que el punto de vista del economista tiende a ver a las empresas como jugadores en el juego económico multiactor. Su interés es el juego y sus resultados, no los actores particulares ni sus resultados individuales. Esto es, los economistas están interesados en cómo trabaja la industria del automóvil, y sus resultados en varias dimensiones, y no en General Motors o Toyota *per se*, excepto en qué particularidades de estas empresas influyen a la industria de manera más amplia. Esta perspectiva es bastante diferente de la de los estudiantes de gestión, a quienes concierne el comportamiento y resultados de empresa individuales en su propio derecho.

Estas perspectivas diferentes significaron que durante mucho tiempo no hubiera contacto entre ambas disciplinas. Al respecto Rumelt (1984) indica que:

Para los no iniciados parece obvio que el estudio de la estrategia de empresa debiera descansar sobre el lecho sólido de los modelos de la economía neoclásica (teoría de la producción de la empresa) y de la organización industrial, sin embargo sólo hasta recientemente no había habido una intersección entre la estrategia de empresa y la teoría económica [...] Sin embargo esta situación tiende a cambiar. Los trabajos pioneros de Coase, Simon y Stigler, y los recientes trabajos de Williamson, Porter,

4. Recordemos que mientras que la economía es una ciencia social que trata de cómo recursos escasos se asignan para satisfacer fines competitivos, la estrategia de empresa se puede definir como la disciplina científica que estudia los aspectos que conciernen a la dirección de las organizaciones y la forma en que son gestionadas y coordinadas las áreas funcionales de la empresa, así como de la manera que tiene la empresa de concebirse a sí misma, de establecer sus objetivos y valores y de interrelacionarse con su entorno.

Spencer y otros demuestran que los conceptos tomados de la teoría económica pueden describir el fenómeno estratégico.

Los modelos de competencia en la teoría económica

Para un lector que cuente con un nivel de formación medio en teoría económica, la revisión de la literatura de la gestión estratégica que concierne al comportamiento competitivo de las empresas, en especial a la construcción de ventaja competitiva sustentable, resulta una experiencia compleja.

Se encuentra con que los viejos modelos de la teoría económica resucitan, que se pueden releer desde una perspectiva que propicia su uso en la resolución de problemas empresariales específicos.

En el análisis estratégico, los modelos económicos dejan de ser distantes y abstractos instrumentos formales, donde la elegancia matemática es más importante que el realismo de sus planteamientos, para transformarse en herramientas de uso en la práctica empresarial.

Además, la utilización parcial y *ad hoc* de esos modelos para apoyar la explicación de cómo puede actuar una empresa para conseguir beneficios extraordinarios de manera sostenida, resulta al menos sorprendente, en tanto que no se haga explícito bajo qué condiciones lo que se dice es válido.

Esta situación probablemente obedece a que la estrategia y la economía se han creado siguiendo estilos de investigación diferentes.

Mientras que en gestión estratégica la construcción de nuevas explicaciones partía del análisis inductivo de situaciones empresariales, mediante estudio de casos, en la teoría económica la metodología imperante es de carácter deductivo,⁵ mediante la utilización de modelos lógicos.⁶

5. No obstante, en la teoría económica, como en todas las ciencias, el inicio de toda explicación es de carácter inductivo, partiendo de la observación de un fenómeno. Un claro ejemplo de ello es la construcción de la noción de especialización del trabajo, hecha por Smith a partir de la observación de la fabricación de alfileres.

6. Ferguson y Gould (1984, pp.11-12) indican que "En la construcción de un modelo, el mundo real es de ordinario el punto de partida. Un problema particular o simplemente un deseo de entender, nos mueve a trasladarnos del complicado mundo de la realidad al dominio de la sencillez lógica. Por medio de una abstracción teórica reducimos las complejidades del mundo real a proporciones manejables. El resultado es un modelo lógico que presumiblemente sirve para explicar el fenómeno que se observa. Por medio de un argumento también lógico (o sea la deducción), llegamos a conclusiones lógicas del modelo. Pero éstas deben transformarse por medio de una interpretación teórica, en conclusiones relativas al mundo real [...] El economista llega a sus conclusiones acerca del mundo por medio de instrumentos absolutamente teóricos. Su primer paso implica una abstracción del mundo real hacia un modelo lógico simplificado. El segundo requiere el empleo de un argumento lógico para llegar a una conclusión en abstracto. En el último paso se vuelve al mundo real por medio de una interpretación que plasma conclusiones en términos del mundo concreto, sensible, de la realidad física".

El problema que tiene el uso de los modelos lógicos de la economía para quien no esté familiarizado con esa tradición, es que, debido a su nivel de abstracción, es difícil ubicar su anclaje en la realidad histórica que describen.

Adicionalmente, como modelos de comportamiento asumen una serie de premisas, necesarias para la modelación matemática, que usualmente no son explícitos, pero que se da por hecho que son del dominio de quien utiliza dichos instrumentos de la economía.⁷

Esto puede generar mucha confusión en el campo de la estrategia, ya que la validez de las conclusiones de dichos modelos está supeditada a la aceptación de dichos supuestos, que no son los mismos en todos los casos, ya que la teoría económica ha debido reformular sus explicaciones a lo largo del tiempo.

Los modelos usados por esa disciplina han debido evolucionar también para poder explicar fenómenos que no se conocían en los tiempos de Smith y Ricardo. Además, la teoría económica ha sufrido a lo largo de su historia diversos momentos de crisis, que han exigido su replanteamiento. La teoría económica se divide en, al menos, dos periodos:

La teoría clásica, en cuyo núcleo axiomático se encuentra la teoría del valor-trabajo y que cuenta entre sus autores más representativos a Adam Smith, David Ricardo y Karl Marx.

Esta disciplina debió ser reformulada para superar la crítica hecha por Marx. Entre los principales cambios que se introducen, está la sustitución de la teoría del valor trabajo por la teoría subjetiva del valor.

Este cambio implicó, entre otras cosas, que se reelaborara la estructura de la teoría, utilizando cálculo diferencial, lo que facilitó su formalización matemática. Los resultados de este cambio se conocen como teoría económica neoclásica.⁸

Ferguson y Gould (1984)⁹ indican que las teorías de la competencia perfecta y el monopolio constituyen la teoría microeconómica "clásica" con autores que van desde Marshall hasta Knight. La teoría de la competencia perfecta sólo acabó de elaborarse con la publicación de la obra de Knight, *Risk, Uncertainty, and Profit*.¹⁰

Estos autores señalan que

-
7. Un ejemplo de ello es considerar que las preferencias de los consumidores son monótonas, es decir, que no existe saciedad, y que se prefieren bienes sobre males, con lo que es inexplicable el consumo de heroína y el potente mercado asociado a su producción y consumo.
 8. También conocida como microeconomía, para diferenciarle de la macroeconomía o parte de la teoría económica que estudia el comportamiento agregado de variables como el consumo o la inversión.
 9. Hemos seleccionado este manual como punto de referencia, tanto porque incide de una manera más clara en el punto que se trata, que otros libros como los Varian intermedio y avanzado, y porque representa un clásico en la enseñanza de la microeconomía en la que fue la Facultad de Economía de la Universidad de Guadalajara.
 10. London School Reprints of Scarce Works, 16 (1933).

Stigler¹¹ llega a sostener que el meticuloso examen que hace Knight de la competencia perfecta, remarcando claramente la exigente naturaleza del concepto, definido rigurosamente, desató una reacción generalizada contra su empleo como modelo de conducta económica.

Tal vez esto sea cierto; pero cualquiera que sea la causa, a fines de la década de 1920 y a principios de la siguiente, se produjo una clara reacción en contra del empleo de la competencia perfecta y del monopolio puro como modelos analíticos del comportamiento de empresa y mercados.

El periodo de reflexión sobre los límites axiomáticos de la Teoría Económica Neoclásica antes descrito, tuvo como resultado múltiples corrientes dentro de la tradición. Baste mencionar autores de la talla de Keynes y Coase quienes originan importantes líneas de investigación dentro de la economía.

Autores como Chamberlin¹² y Robinson¹³ modelaron la competencia imperfecta (como se expondrá posteriormente), que rompe con supuestos importantes del modelo de competencia perfecta, y proporcionan interesantes conclusiones a nivel del comportamiento de las empresas.

Más recientemente, el uso de la teoría de juegos en la teoría económica ha permitido el desarrollo de modelos que potencialmente pueden usarse en la estrategia de empresa, al introducir consideraciones de incertidumbre, información asimétrica, etcétera.

Para las necesidades de la empresa, es probable que las teorías de la competencia perfecta y del monopolio puro no tengan gran utilidad, mientras que otros modelos, como los de Cournot y Stokelbergh, tengan una clara utilidad en las situaciones concretas que enfrentan las empresas.

Esta situación no es igual para la teoría económica donde, como señalan Ferguson y Gould (1984, pp. 333):

Los economistas han conocido el modelo de competencia monopolística desde principios de los años treinta, pero dicho modelo no ha desempeñado un papel muy importante en el análisis económico. Esto se debe en parte a que muchas de las situaciones que los economistas quieren analizar se explican muy bien con los modelos de competencia perfecta o el monopolio puro. Las situaciones que no parecen ajustarse bien a estos modelos caen, a menudo, en la amplia variedad de modelos de oligopolio.

Sin embargo, por motivos incomprensibles, esta especificidad en las necesidades analíticas de la teoría económica se extiende a otros ámbitos, donde

-
11. Stigler, George J., *Perfect Competition, Historically Contemplated*, Journal of Political Economy vol. LXV (1957)
 12. Chamberlin, E. H., *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press, 1933
 13. Robinson, Joan *The economics of Imperfect Competition*, Macmillan Co. London, 1933.

pareciera percibirse que en dicha disciplina sólo existe el modelo de competencia perfecta, y que los economistas utilizan las conclusiones que de este modelo se deducen, sin ningún ajuste a la realidad y sin restricciones.

El modelo de competencia perfecta

Antes se ha mencionado que el modelo de competencia perfecta es el más famoso de los usados por los economistas, y que se caracteriza por su alto nivel de abstracción y por permitir, a partir de su uso, el establecimiento de criterios de optimalidad social en el uso de los recursos, del equilibrio general de la economía, etcétera.

Este modelo no resulta atractivo en sí mismo para el análisis estratégico. Sin embargo, las violaciones a sus supuestos, que impiden que se llegue a niveles de optimalidad social, permiten que algunas empresas disfruten de beneficios extraordinarios de manera sostenida.

Aceptado en el ámbito empírico que los beneficios extraordinarios suelen mantenerse durante periodos largos, resulta entonces que este modelo explica un fenómeno relevante para la estrategia. Si lo importante para la estrategia son las violaciones al modelo, la pregunta es: ¿Cuáles son las restricciones que se deberían acatar para que existiera competencia perfecta y no existieran beneficios extraordinarios?

La identificación del rol que juega el incumplimiento de cada una de dichas restricciones, se transforma en líneas de investigación respecto a fuentes de ventaja competitiva en la empresa.

Lo importante aquí es admitir que si el comportamiento de la realidad no corresponde con lo descrito en el modelo de competencia perfecta, eso no significa que se rechace la validez del modelo.

La teoría de la estrategia de empresa acepta la validez de este modelo, en tanto se base en restricciones a características de su funcionamiento que no se cumplen: homogeneidad de los recursos (no hay especialización ni calidades diferentes), homogeneidad del producto (los consumidores no tienen preferencias sobre el producto de ningún fabricante) e información y conocimiento perfecto.

Antes de continuar con este comportamiento, conviene recordar las restricciones al funcionamiento del modelo de competencia perfecta. La teoría económica tiene dos supuestos básicos, que se pueden aplicar a prácticamente todos sus modelos. El primero de ellos es que los mercados son libres y funcionan libremente, en el sentido de que no existe un control externo a sus fuerzas. La intervención gubernamental es un factor de control externo que distorsiona el comportamiento de los mercados y les resta eficiencia. La importancia de considerar a los mercados como si fueran libres, radica en que esto permite evaluar la

pérdida de eficiencia vinculada a la intervención en el mercado. El segundo supuesto es que los empresarios tratan de maximizar su beneficio, de la misma forma en que los consumidores maximizan su satisfacción.

El modelo de competencia perfecta asume como condición necesaria para su existencia el cumplimiento de ciertas condiciones, de carácter axiomático. Estas restricciones formales son necesarias para su funcionamiento como modelo matemático.

Ferguson y Gould (1984, p. 228.) indican que:

La competencia perfecta es un concepto muy estricto que sirve de base al modelo más importante de la conducta empresarial. La esencia del concepto [...] reside en que el mercado es completamente impersonal. No existe una rivalidad entre los productores en el mercado, y los compradores no reconocen su competencia recíproca. Es por esto por lo que, en cierto sentido, la competencia perfecta describe un mercado en el que hay una completa ausencia de competencia directa entre los agentes económicos. Como concepto teórico de la economía, se aparta mucho de la idea que el empresario tiene de la competencia.

Los economistas utilizan cuatro condiciones importantes para definir la competencia perfecta:¹⁴

1. Demandantes y proveedores toman el precio como dado. Debido a que cada uno de los agentes económicos es tan pequeño, con relación al mercado total, que no puede ejercer una influencia perceptible sobre el precio.

2. Producto Homogéneo. En competencia perfecta, el producto de cualquier proveedor es igual al de los demás, por lo que los consumidores no establecen diferencias entre los proveedores.

3. Libre movilidad de los recursos. Todos los recursos son perfectamente móviles. Es decir, cada recurso puede entrar y salir del mercado en respuesta a las señales pecuniarias. Esto implica que los recursos no están especializados.

4. Conocimiento perfecto. Si los agentes económicos no tienen información perfecta y completa, presente y futura sobre todos los precios y costes de la economía, no pueden realizar decisiones que optimicen sus objetivos de beneficio y satisfacción.

Ferguson y Gould (1984, p. 231.) consideran que a pesar de que el modelo de competencia perfecta es evidentemente poco realista, se debe tener en consideración que la generalidad sólo puede alcanzarse mediante abstracción.

Si se cumplen las restricciones establecidas, en mercados de competencia perfecta, en el equilibrio de largo plazo no existirán beneficios empresariales extraordinarios. Si existen beneficios empresariales de largo plazo, luego enton-

14. Este punto se puede ampliar en cualquier manual de microeconomía, en mi exposición me baso en Ferguson y Gould (1984).

ces no se han cumplido alguna o varias de las condiciones necesarias para la existencia de mercados de competencia perfecta.

El cumplimiento completo de todas las restricciones del modelo de competencia perfecta, permite eliminar del análisis económico variables fundamentales para la gestión estratégica. Esto hace que resulte chocante en el ámbito de la estrategia el uso de un modelo donde se considera que la empresa es una unidad técnica que produce bienes, y que la función del empresario —que, en extremo, podría ser considerado un autómata perfectamente racional— es decidir cómo y cuánto producirá del bien homogéneo del mercado en que se encuentra. En función de su eficiencia, la empresa obtiene beneficios o pérdidas por sus decisiones.

Es realmente complicado admitir como cierto un modelo semejante al que se describirá a continuación. Sin embargo, si se admite la posibilidad de que en algún mercado se cumplan sus restricciones, es posible que tendencialmente, con retrasos y con casos de excepción, el comportamiento de los empresarios sea como el que se describirá.

Así resulta más coherente admitir que las violaciones a este comportamiento son las fuentes de ventaja competitiva que permiten que algunas empresas disfruten de beneficios extraordinarios.

En el modelo de competencia perfecta¹⁵ se percibe a las empresas como cajas negras que de alguna manera transforman *inputs* en *outputs*, sujetas a reglas técnicas especificadas por su función de producción, que usualmente es una variable exógena al modelo. Es decir, la tecnología es una variable dada, óptima y conocida por todos los agentes y a su disposición, sin restricciones financieras.

La función de producción típica tiene la forma $q=f(x_1, x_2)$ y esto implica la existencia de una serie de combinaciones posibles de *inputs* que maximizan la cantidad producida de *outputs*, que sujeta a la restricción presupuestal definida por los costos de los *inputs*, se puede establecer el punto de maximización de la producción y minimización de costos.

Es en esta combinación específica de factores de producción donde se ubicará la producción de la empresa y se maximizará el beneficio esperado, si la función de producción es estrictamente cóncava, es decir, que sólo admita un punto de optimización.

Cabe destacar que estos *inputs* son perfectamente móviles, disponibles y conocidos, y usualmente están asumidos como trabajo y capital. El modelo asume la posibilidad de una combinación infinita de *inputs*, y por tanto la existencia de resoluciones tecnológicas infinitas para dichas combinaciones de *inputs*, ya que esto es un problema técnico, no económico.

15. En la descripción del modelo de competencia perfecta seguí a Henderson, J.M., Quandt, R.T., 1985, y a Ferguson y Gould, 1984. He omitido la formalización matemática, ya que la intención de esta descripción es resaltar el nivel de generalidad y abstracción del modelo.

La selección de la mejor combinación de *inputs* para la producción de un nivel de *output* concreto, depende de los precios de *inputs* y *outputs* y es el único objetivo del análisis económico.

Por lo general, se considera que el criterio de optimización en la utilización de los recursos de la empresa es la maximización de los beneficios, expresados en términos monetarios.

Axiomáticamente se presupone que se pueden ordenar las decisiones de producción, pero no se presupone los criterios con base en los cuales se lleva a cabo la ordenación.

Los clásicos ingleses de la economía política, a partir de Adam Smith, asumieron el hecho de que los productores ordenan las alternativas en términos de las ganancias monetarias resultantes de su adopción.

Al respecto, Henderson y Quandt (1985) escriben:

Generalmente el empresario tiene libertad para variar los niveles de coste y *output*, y su último objetivo es la maximización del beneficio, no la solución de máximos y mínimos condicionados. Entendiéndose esto como la maximización de la producción sujeta a una restricción de costes en los *inputs*, ya que los costos fijos no influyen en las decisiones, al menos de corto plazo.

Sin embargo, la teoría asume que las empresas pueden escoger su propia tecnología, que existen habilidades organizativas diferentes y pueden haberse construido empresas de diferentes tamaños en respuesta a las distintas expectativas que se tengan sobre el futuro. Algunas empresas pueden poseer factores escasos, que no están disponibles para el resto. Bajo cualquiera de estas condiciones, las funciones de costes de todas las empresas no serán idénticas. Esto permite la existencia de niveles de beneficio distintos entre las empresas, también en el largo plazo.

El ingreso del empresario que vende su *output* en un mercado de competencia perfecta es igual al número de unidades que vende, multiplicado por el precio (p) fijo unitario que percibe. Su beneficio (b) es la diferencia entre ingreso total y su coste total.

En la teoría económica se han desarrollado modelos más cercanos a la realidad que enfrentan las empresas, y que son menos estrictas respecto de algunos de los supuestos antes descritos. No podemos considerar que estos modelos sean sustitutos perfectos de la competencia perfecta, más bien responden a situaciones específicas de mercados específicos. Es decir, son respuestas más realistas y menos generales que extienden la explicación de cómo se asignan los recursos de la sociedad, con fines competitivos.

Estos otros modelos son cada vez más cercanos al comportamiento de empresas reales y su uso estratégico es más claro. Sin embargo, en ciertos casos, la irrealidad de algunos supuestos es igual o mayor a los revisados en este inciso.

Modelos de competencia de la teoría económica vinculados a la estrategia de empresa

La teoría económica no sólo cuenta con el modelo de competencia perfecta, existen otras alternativas en la disciplina que modelan la competencia desde una perspectiva más inmediata a las necesidades de las empresa.

Estas formas diferentes de entender la competencia se han vinculado a la estrategia de empresa de una forma muy evidente. El tema es estudiado por Barney (1986c), y expuesto de manera más amplia en la compilación realizada por Barney y Ouchi (1986).

Estos autores indican que la investigación en estrategia, usualmente, tiene el objetivo de desarrollar teorías normativas que los gestores puedan aplicar en la selección de estrategias que generen un alto nivel de retornos sobre la inversión.¹⁶ Muchas de estas investigaciones descansan sobre la consideración de que la naturaleza y las condiciones de la competencia respecto a la empresa determinan sus oportunidades estratégicas, de la misma manera que determinan su capacidad potencial de explotar dichas oportunidades. Este énfasis en las implicaciones estratégicas de la competencia sugiere un estrecho vínculo entre el desarrollo de teorías normativas de la estrategia y la economía. De todas las ciencias sociales, la microeconomía es la que tiene un vínculo más estrecho con el estudio de la competencia y el comportamiento competitivo entre empresas (Hirshleifer, 1980).

Barney (1986) señala que el concepto de competencia es usado por un gran número de teóricos de la microeconomía en muchos trabajos diferentes. Estos usos se podrían agrupar dentro de tres amplias corrientes: la organización industrial, la tradición de Chamberlin y la tradición de Schumpeter. Estos enfoques no son contradictorios y tomados juntos ofrecen una mejor perspectiva del comportamiento competitivo de las empresas.¹⁷

De las tres tradiciones, la más conocida es la de la organización industrial, dada la difusión que ha tenido a partir de los trabajos de Porter (1980, 1985); sin embargo, los otros enfoques ofrecen aspectos importantes para la estrategia.

Barney (1986) señala que el concepto básico de competencia usado por la organización industrial, fue creado por Mason (1939) y Bain (1956 y 1968). Este enfoque establece que la rentabilidad de la empresa está determinada por la estructura de la industria dentro de la cual realiza sus actividades. Los aspectos claves de la estructura de la industria que afectan a la empresa son: barreras de

16. Un nivel alto de retornos sobre la inversión no necesariamente significa beneficios extraordinarios, pero podría decirse así.

17. Obsérvese que refiere a corrientes de pensamiento económico posteriores a la crisis de la teoría económica neoclásica, y que en la tradición de la organización industrial se utiliza el modelo de Chamberlin.

entrada, número y tamaño de las empresas presentes, el nivel de diferenciación, y la elasticidad de la demanda.

Industrias con grandes barreras de entrada, un número reducido de empresas y un alto nivel de diferenciación de los productos o alta elasticidad de la demanda, son condiciones que, de manera característica, permiten a las empresas niveles de retornos mayores que cuando las industrias no poseen estos atributos.

Este modelo, indica Barney (1986), se ha popularizado como paradigma estructura-conducta-resultados, donde se asume que los resultados de la empresa siguen directamente a los atributos estructurales de la industria

Barney (1986) hace notar que el modelo de la organización industrial fue desarrollado a fin de establecer criterios para la formulación de política económica; por tanto, se hizo énfasis en la estructura de la industria, con el fin de que los encargados de la política económica pudieran detectar aquellas en que los retornos fueran mayores a los socialmente óptimos, de un nivel perfectamente competitivo, para establecer mecanismos de corrección.

Dada la fuerte orientación hacia la política económica, continúa este autor, no es de extrañar que la investigación dentro de la organización industrial se haya centrado en evaluar empíricamente el paradigma de estructura-conducta-resultados, y en entender las implicaciones para la política económica de este enfoque teórico.

Mientras que el objetivo original de la organización industrial estaba dirigido a evitar que las empresas tuvieran beneficios superiores a los de competencia perfecta, ya que esto implicaba una situación de no optimización social, esta tradición fue utilizada para lo contrario por los teóricos de la estrategia de empresa.

Barney (1986c) indica que la teoría normativa de la estrategia de empresa basada en la organización industrial, ha desarrollado modelos que auxilian a las empresas en su objetivo de obtener beneficios extraordinarios, mediante la modificación de la estructura de la industria. Porter (1980, 1985) es el principal exponente de esta tradición.

La organización industrial, como rama de la teoría, ha continuado refinando sus explicaciones. Es de especial interés mencionar la contribución que ha significado la incorporación de la teoría de juegos. El modelo de estructura-conducta-resultados ha sido considerablemente superado en esta nueva organización industrial, el cual presenta entre sus líneas de investigación algunas que tienen especial interés en la gestión estratégica, como es la cuestión de la cultura organizacional.

De acuerdo con Barney (1986c), mientras que la organización industrial asume que las empresas son homogéneas dentro de la industria, en el modelo de la tradición de la competencia imperfecta se parte de la asunción de que las empresas son heterogéneas. Chamberlin y su contemporánea Robinson (1933)

desarrollan sus modelos en reacción a la fuerte asunción de homogeneidad en las unidades productivas característica de la teoría económica neoclásica.

Ferguson y Gould (1984) señalan que Chamberlin basó su teoría de la competencia monopolística en un hecho sólido: hay muy pocos monopolistas porque existen muy pocos bienes que no tengan sustitutos cercanos; igualmente, hay muy pocos productos que sean enteramente homogéneos entre los productores. Si los productos son heterogéneos pero sólo se diferencian ligeramente, cada uno de ellos es un sustituto cercano de los otros, por lo que en lugar de competencia perfecta e impersonal existe una competencia personal entre rivales.

Este tipo general de mercado, remarcan Ferguson y Gould (1984), se caracteriza por la diferenciación del producto; a su vez, la diferenciación del producto caracteriza a la mayoría de los mercados. Cuando los productos están diferenciados, cada uno de ellos es único y su productor tiene cierto nivel de poder monopólico que puede explotar. Pero, habitualmente, este poder está muy limitado, porque otros productores pueden vender un bien parecido.¹⁸

En el modelo de competencia monopolística se mantienen algunos supuestos muy restrictivos, como el nivel de racionalidad de los agentes, si bien el relajamiento de otros supuestos hace que sea considerablemente más realista que el modelo de competencia perfecta.

Para Chamberlin, señala Barney (1986c), la competencia en las industrias se establece entre empresas con recursos y características diferentes, aunque superpuestos. Algunos de estos recursos y activos pueden capacitar a la empresa para que implemente estrategias que la conduzcan a obtener beneficios extraordinarios, que no pueden ser reproducidos por otras empresas. Por esta razón, la heterogeneidad entre empresas representa una fuente de ventaja competitiva.

Chamberlin, indica Barney (1986c), cita algunas de las diferencias claves entre empresas, mismas que pueden servir para obtener beneficios extraordinarios: Diferencias en tecnología, reputación, y la habilidad de los gestores para trabajar juntos, así como patentes y marcas.

Este autor mostró, señala Barney (1986c), que las industrias en competencia monopolística también se pueden caracterizar por la existencia de un equilibrio competitivo, en el cual es posible una distribución de los beneficios extraordinarios entre empresas. En otras palabras, que al menos algunas empresas pueden obtener beneficios extraordinarios de largo plazo explotando sus recursos y activos idiosincrásicos.

Barney (1986c) indica que el resultado de los trabajos de Chamberlin sugiere una importante conexión entre la competencia monopolística y la estrategia de empresa, dado que el objetivo de las teorías normativas de la estrategia es

18. Resulta recomendable revisar la construcción de equilibrios de corto y largo plazo del modelo de Chamberlin, así como de los conceptos de capacidad excedente, y de políticas de precios. Sugiero la versión de Ferguson y Gould (1984).

especificar las vías por las cuales las empresas puedan obtener un nivel alto de beneficios económicos.

Las implicaciones estratégicas del modelo de competencia monopolístico no son menos importantes que las tomadas de la organización industrial. Esto es, dado que las diferencias en las habilidades y activos controlados por la empresa pueden tener como resultado la obtención de beneficios extraordinarios, las empresas debieran seleccionar estrategias que busquen explotar sus fortalezas únicas e individuales.

Barney (1986c) especifica que el concepto de competencia desarrollado por Chamberlin no contradice la perspectiva de la organización industrial, sino que la complementa. La estructura de la industria tiene un fuerte efecto en la determinación de cuáles son los activos idiosincrásicos de la firma capaces de fundamentar la ventaja competitiva. Dentro de la organización industrial, también se reconoce que las empresas pueden diferir en términos de sus activos, habilidades y capacidades estratégicas bajo su control; y que esas diferencias parcialmente determinan el comportamiento de la firma.

De hecho, Barney (1986c) remarca que la discusión de Bain (1968) sobre la competencia atomizada por diferenciación de productos, es paralela a la discusión de Chamberlin de la competencia entre firmas heterogéneas; la implicación de ambos trabajos es la misma: que las empresas pueden implementar estrategias que no pueden ser imitadas por sus competidores.

Como en la organización industrial, la economía de Chamberlin busca desarrollar explicaciones del comportamiento de la empresa y sus resultados. Mientras que la organización industrial centra su atención en la estructura de la industria, Chamberlin centra su atención en los activos y capacidades exclusivos de una empresa individual, luego establece el impacto de esos rasgos idiosincrásicos organizacionales en la estrategia que la firma sigue y sus resultados.

Barney (1986c) señala que los esfuerzos previos de traslación de la organización industrial a la estrategia (Porter 1980) fallan al sólo reconocer la estructura del mercado, y dejar fuera los atributos idiosincrásicos de las organizaciones (Bain, 1968).

Mientras que los modelos de competencia descritos anteriormente han sido aplicados, al menos en parte, al desarrollo de teorías normativas de la estrategia, el concepto de competencia desarrollado por Schumpeter ha tenido menos integración en modelos estratégicos.

El principal problema que ha tenido la teoría de Schumpeter, señala Barney (1986c), para ser trasladada a la estrategia es que no supone los niveles de estabilidad en la dinámica competitiva suficiente como para permitir a la empresa utilizarla para prever riesgos y oportunidades estratégicos y responder en mejores términos a ello. Para Schumpeter la competencia no es estable ni predecible.

El objetivo de Schumpeter (1934, 1950), indica Barney (1986c), en su trabajo fue describir el proceso de desarrollo de las economías occidentales. Para ello, basó su atención en la revolución tecnológica y los cambios en los mercados, y estos cambios sólo pueden ser imperfectamente anticipados.

Algunas veces, indica Barney (1986c), una empresa en una industria realiza una inversión que supone una revolución tecnológica que le da una gran ventaja, al no poder ser imitada rápidamente por la competencia. El énfasis schumpeteriano en la competencia revolucionaria, ha generado mucha investigación, pero no ha podido ser completamente aplicado a la gestión estratégica.

La suerte, remarca Barney (1986c), es un elemento importante en esta teoría, y como es irreductible a la manipulación por parte de la gestión, implica graves problemas. Sin embargo, es necesario integrar esta teoría junto a las descritas anteriormente, al desarrollar una teoría normativa de la estrategia; ya que, por ejemplo, el desarrollo de activos idiosincrásicos responde a esa revolución tecnológica, a la innovación creadora.

No obstante, indica Barney (1986c), es imposible reducir la incertidumbre ya que las firmas son incapaces de prever qué cambios generaran una revolución, qué empresas son la fuente del cambio, y qué recursos se debe poseer para afrontar el cambio.

A pesar de la importancia de las aportaciones señaladas por Barney (1986), resulta sorprendente constatar que en el análisis de las fuentes de beneficios extraordinarios, la gestión estratégica no ha hecho uso generalizado de los modelos de la teoría económica que expresan de forma más realista el comportamiento empresarial.

La relación entre estrategia y economía en la explicación del éxito de la empresa es reciente; y aún tiene un campo vasto que explorar, en relación a los múltiples modelos de comportamiento empresarial desarrollados por la teoría del oligopolio. Modelos como los de Cournot y Stokelbergh reinterpretados mediante teoría de juegos, y nociones como los efectos de la guerra de precios y la colusión que se estudian en ambos campos, son ejemplos de una posible cooperación futura.

Modelización económica desde la perspectiva estratégica

En los incisos anteriores se expuso que la estructura axiomática de la teoría económica ha supuesto que los resultados del análisis económico tuvieran un uso limitado en la gestión de las empresas, a pesar de señalar algunos caminos adecuados para la maximización de beneficios empresariales de manera sostenida.

Para que en la estrategia de empresa fuera útil el pensamiento económico, fue necesario que los modelos de la economía fueran reinterpretados en la

estrategia de empresa; y, especialmente, que se introdujera la relajación de ciertos supuestos, para dotar de realidad a los modelos.

Un ejemplo clásico de esta tarea es el modelo de competencia bajo imitabilidad incierta desarrollado por Rumelt y Lippman (1982), que ha tenido una gran repercusión en el contexto estratégico, pero que ha sido casi ignorado en el económico.

Esta falta de flexibilidad por parte de los economistas refleja la falta de tradición, en la teoría económica, de ver más allá de sus límites para buscar mejores explicaciones de la realidad, sobre todo si su origen está en disciplinas consideradas, prejuiciosamente, como poco científicas.

El modelo de Rumelt responde a la necesidad de entender por qué el mercado no induce a que se homogeneicen los recursos y capacidades entre empresas, fenómeno que implica que en el largo plazo se mantengan beneficios extraordinarios, incluso en industrias con comportamiento competitivo.

La hipótesis para explicar ese fenómeno señala la existencia de cierta incertidumbre, que impide la identificación de esos factores que permiten a la empresa obter beneficios extraordinarios.

A este fenómeno que impide la imitación competitiva, Rumelt¹⁹ lo llama "mecanismos de aislamiento de la competencia" y lo define como "el fenómeno que protege a las empresas de la imitación y preserva su flujo de rentas". Este concepto es resultado del análisis que hace del comportamiento competitivo de las empresas, cuando la rivalidad se establece bajo condiciones de imitabilidad incierta.²⁰

Rumelt (1984) llega a este resultado mediante la relajación de algunos supuestos del modelo de competencia perfecta de la teoría económica, y su sustitución por dos elementos de importancia capital en la estrategia de empresa: La heterogeneidad en las dotaciones de recursos de las empresas y la actividad del empresario.

En su trabajo, Rumelt (1984) modela la tarea del empresario como la creación de nuevas funciones de producción. En este modelo, se asume que las dotaciones de recursos de las empresas son heterógeneas como resultado del establecimiento de estas distintas funciones de producción por parte de los empresarios. En otras palabras, la heterogeneidad en las dotaciones de recursos de la empresa es resultado de la secuencia de decisiones estratégicas seguidas por la empresa, y no una variable externa al modelo.

19. Rumelt estableció el concepto junto con S.A. Lippman, en S.A. Lippman y R.P. Rumelt, "Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency under Competition", *Bell Journal of Economics*, 13, (1982), pp. 418-38. Pero en este trabajo se ha seguido lo expuesto en Rumelt (1984).

20. El modelo completo de lo que se expone aquí se encuentra en S.A. Lippman y R.P. Rumelt, "Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency under Competition", *Bell Journal of Economics*, 13, (1982), pp. 418-38.

En el sentido de modelización, la competencia bajo condiciones de incertidumbre, Rumelt (1984), asume un mercado de productos homogéneos, donde existe una función de demanda, y cada nuevo participante en la industria obtiene una función de costo $C(q, b)$ la cual tiene forma de u sobre q , la cantidad producida. El parámetro b es una medida de la eficiencia relativa, y medidas grandes de b implican costos unitarios bajos. Cada firma, una vez que está en la industria, actúa como tomador de precio y maximizador de beneficios. Para ajustar su producción al costo marginal igual al precio de mercado p , una firma con el nivel de eficiencia b obtiene el nivel de beneficios $y(b, p)$.

Si $C(b, q)$ presenta costos fijos, las empresas pueden obtener beneficios negativos cuando los precios de mercado caen por debajo de cierto nivel. Definido $h(p)$ como el valor de b que permite a la firma igualar el precio de mercado p , así $y(h(p), p) = 0$ y si $b < h(p)$, la empresa no puede obtener beneficios positivos y es obligada a salir de la industria.

Si asumimos que cada nuevo participante en la industria debe pagar un derecho de entrada irrecuperable K y que recibe una función de costos $C(b, q)$, en el cual b es un resultado de una variable aleatoria X con distribución acumulativa F y una densidad f , intuitivamente sería claro qué empresas entrarán en la industria y tendrán un nivel de eficiencia diferente; si las entradas continúan, los precios caerán, forzando a algunas firmas que hallan recibido funciones de costos pobres (b pequeñas) a quedar fuera de la industria. Finalmente, la industria encontrará un estado que desanime futuras entradas en ella. El equilibrio de libre entrada es conseguido a través de este proceso de variación y selección, más que por el flujo de recursos neoclásico. En este proceso, las firmas despliegan un rango de eficiencias y la más eficiente obtiene rentas permanentes.

Rumelt (1984), por simplicidad, asume que cada entrante tiene un efecto independiente insignificante sobre el precio de mercado. Definido $V(p)$ como el valor de entrada esperado, cuando el candidato a nuevo participante en la industria enfrenta un precio fijo p . Tomando la tasa de descuento a ser r tenemos que:

$$(1) V(p) = \frac{-K + (1/r) \int v(x, p) dF(x)}{h(p)}$$

para p suficientemente bajos $V(p) < 0$ y la entrada está bloqueada. Aun con la garantía de un precio fijo, es insuficiente para hacer atractiva la entrada. Debido a que V aumenta en p , hay un único precio p^* que soluciona $V(p) = 0$ y el atomismo asegura que el precio de equilibrio final que bloquea la entrada puede ser sólo infinitesimalmente menor que p^* . Cada prospecto para entrar puede esperar recibir al menos $V(p^*)$, por lo que nuevas entradas se darán mientras $p > p^*$.

Cuando el precio es p^* , la b mínima necesaria para sobrevivir es $b^* = h(p^*)$. Las empresas en el equilibrio final serán esas que recibieron valores de b mayores

que b^* , así la probabilidad P_s de que un nuevo participante sobreviva al proceso de selección y sea miembro del equilibrio final es:

$$(2) P_s = 1 - F(b^*)$$

La distribución F , de supervivientes de b es $F(x)/P_s$ para $x > b^*$ y 0 de otra manera. Los sobrevivientes del proceso de selección obtendrán beneficios $y_s(b, p^*)$ de largo plazo y el nivel de beneficio esperado para los sobrevivientes es:

$$(3) E_{y_s} = 1/p_s \int_{b^*}^{\infty} b^* y(x, p) dF(x)$$

Combinando (1) con (3) y la condición $V(p^*) = 0$ resulta:

$$(4) E_{y_s} = rK/P_s$$

y definiendo las rentas de los supervivientes como $R_s = E_{y_s} - rK$ revela que :

$$(5) R_s = rK(1 - P_s)/P_s$$

A partir de (5), es claro que el sobreviviente promedio (y la industria en su totalidad) presenta beneficios económicos positivos en el equilibrio, a pesar del comportamiento tomador de precio y de la entrada libre. Esas rentas son creadas por los fallos de otras empresas en sobrevivir: si $P_s = 1$, entonces $R_s = 0$. Más precisamente: por cada sobreviviente hay $(1 - P_s)/P_s$. Las empresas que fallan en la sobrevivencia sufren una pérdida de K . Consecuentemente, el beneficio neto esperado de una entrada es 0 y las rentas de los sobrevivientes equilibran las rentas de los sobrevivientes.

Otra forma de ver (5) es que la presión de la selección asegura que el promedio de los empresarios conseguirá beneficios por debajo del promedio. Inclusive si P_s es suficientemente bajo, la media de X caerá debajo de b^* y los nuevos participantes promedio no sólo obtendrán beneficios bajos, sino que fallarán en su sobrevivencia.

El puente establecido por Rumelt (1984) entre gestión estratégica y teoría económica no sólo da fortaleza a la base axiomática a la estrategia de empresa, también establece precedentes del uso fructífero del instrumental y los modelos económicos en la construcción de elementos de apoyo a la gestión estratégica.

Volviendo al modelo de competencia bajo condiciones de imitación incierta, la diferencia fundamental del modelo de Rumelt respecto del modelo de competencia perfecta de la teoría neoclásica, se encuentra en que, en este último modelo, las empresas presentes o entrantes en una industria seleccionan sus funciones de producción a partir de un conjunto conocido de posibilidades tecnológicas, donde no interviene la actividad de la gestión empresarial más que en el establecimiento del punto de optimización de la producción; lo que es posible dado que el comportamiento de las variables independientes es perfectamente conocido.

El comportamiento imitativo de las empresas es considerado positivo dentro de las conclusiones derivadas del modelo de competencia perfecta, porque tiende a equilibrar la eficiencia de la economía en su conjunto. Las diferencias de largo plazo en los rendimientos de las empresas, indican fallos del mercado, tanto de factores como de productos, en la asignación de los recursos de la sociedad.

Rumelt (1984) indica que, asumiendo la existencia de incertidumbre relacionada con la creación de nuevas funciones de producción, la eficiencia conseguida por nuevos entrantes en la actividad o por programas de ampliación de actividad de las empresas ya establecidas en el mercado, puede variar.

Esta variación en la eficiencia conseguida por el uso de distintas funciones de producción, aun siendo observable, no necesariamente tiene una explicación visible para el resto de los competidores, ya que la función de producción de cada competidor es diferente.

Adicionalmente, si existen costos hundidos asociados con cada actividad empresarial, los agentes racionales cesarían pronto en su intención de imitar a la empresa más exitosa, ya que cada intento tendría un costo asociado irrecuperable, potencialmente igual o mayor al beneficio esperado mediante la imitación de la función de producción de la empresa exitosa. Así, la ambigüedad que crea la heterogeneidad inicial también bloqueará la homogeneización a través de la imitación.

Rumelt (1984) indica que la ambigüedad e incertidumbre asociada a las funciones de producción diferenciadas para cada competidor fue ignorada por la teoría neoclásica, ya que ésta asume que existe un conjunto finito de factores de la producción conocidos y que su productividad puede ser discernida, por lo que empresarios racionales optarían por seleccionar la función de producción que maximizar el beneficio, dado que los precios son fijos y perfectamente conocidos.

Sin embargo, las razones del éxito o el fracaso de una empresa no pueden ser determinadas ni siquiera después de que el evento ha sucedido, debido a la ambigüedad causal de este fenómeno, ya que es imposible producir una lista sin ambigüedades de factores de producción, y mucho menos medir sus contribuciones marginales.

Rumelt (1984) demuestra, con su modelo, que puede existir un equilibrio en el mercado donde se mantiene una tasa de beneficios superior a la de competencia perfecta y que se llega a este equilibrio a través de un proceso de variación y selección, fundamentado en la eficiencia de la empresa. La empresa que ha creado la función de producción más eficiente del mercado, obtiene beneficios extraordinarios de forma permanente (o hasta que, a pesar de los mecanismos de aislamiento, otra empresa pueda crear una mejor función de producción).

Rumelt (1984) señala que este resultado no depende de economías de escala ni de costos hundidos, es la consecuencia de un equilibrio basado en una selección no neoclásica. En el lenguaje de la gestión estratégica, indica, las empresas más eficiente han creado o descubierto instrumentos únicos y fortalezas, y

maximizarán su valor buscando otras áreas de actividad en las que estos instrumentos especiales puedan ser también valiosos.

Dado una imitación incierta, remarca Rumelt (1984), en el equilibrio del modelo que utiliza, la empresa promedio obtiene beneficios económicos positivos y es más eficiente en lo que hace que lo que un nuevo participante esperaría ser. Si este supuesto no fuera cierto, habría entradas de nuevas empresas en la actividad hasta que se cumpliera el supuesto.

Rumelt (1984) señala que, si el modelo cumple todas sus restricciones y se consigue un equilibrio entre empresas heterogéneas que involucran ventajas locales, existen algunas implicaciones que se pueden extraer para su uso estratégico, entre las más significativas están las siguientes:

1. Las nuevas entradas en la actividad se producirán esencialmente por el crecimiento del mercado, más que por la rentabilidad de la industria. Niveles altos de rentas pueden ser señal de presencia de habilidades difíciles de imitar, y limitar nuevas entradas en la industria.

2. Empresas exitosas en un ámbito tenderán a buscar actividades relacionadas en otros, en los cuales sus competencias sean adecuadas (funciones de producción similares).

3. Si la base del éxito, en un mercado que cambia, es la obtención de una nueva función de producción más eficiente, empresas que han sido exitosas en el pasado pueden tener una desventaja relativa respecto a firmas externas que demuestren poseer habilidades sobre la nueva forma de competir.

Como se ha señalado anteriormente, Rumelt (1984) llama mecanismos de aislamiento al fenómeno que limita ex-post la igualación entre rentas de empresas particulares.

En la teoría pura de la imitación incierta,²¹ indica Rumelt (1984), el mecanismo de aislamiento es la ambigüedad causal. La incapacidad de los agentes económicos de entender completamente las causas de la eficiencia, establece los límites en la competencia, tanto en las entradas como en las imitaciones. Sin embargo, existen otros mecanismos de aislamiento, como la utilización de activos especializados, los costos de investigar y cambiar, el aprendizaje de los consumidores y productores, actividades que requieren del uso de varias habilidades relacionadas e integradas en los equipos de trabajo, los recursos únicos e idiosincrásicos, la información especial, las marcas y patentes, la reputación e imagen, y las restricciones legales a la entrada.

La importancia de estos mecanismos de aislamiento en la gestión estratégica es que ellos son el fenómeno que permite establecer posiciones competitivas estables y defendibles, muchos de ellos aparecen como ventajas, consecuencia de ser el primero en la actividad.

21. S.A. Lippman y R.P. Rumelt, *Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency under Competition*, Bell Journal of Economics, 13, (1982), pp. 418-38.

Aunque los mecanismos de aislamiento de la competencia proporcionan ex post una fuente estable de beneficios, esto no significa que no se produzcan retrocesos o que otros puedan aprovechar más eficientemente los cambios inesperados.

La incertidumbre marca la relación entre el precio de un activo o posición en el mercado —ex ante— y su valor —ex post—. Rumelt (1984) remarca que es la yuxtaposición de mecanismos de aislamiento a la competencia e incertidumbre lo que permite modelar la heterogeneidad en un modelo de equilibrio. Las fuentes de rentas potenciales están asociadas a cambios en el entorno.

Para Rumelt (1984) la estrategia de la empresa puede ser explicada en términos de eventos inesperados que pueden o crearán rentas potenciales junto con mecanismos de aislamiento que pueden preservarlas. Si alguno de los elementos se pierde, el análisis es inadecuado.

Rumelt (1984) indica que existen implicaciones normativas de esta visión de la estrategia en donde existe ambigüedad causal y mecanismos de aislamiento a la competencia, en que se pueden basar muchas prescripciones. Primero, es claro que la estabilidad y rentabilidad de la empresa depende de la actividad empresarial, esto no puede ser un simple algoritmo para creación de riqueza. Así, diferentes formas de abordar la estrategia pueden diferir en sus resultados, por lo que se debe enfatizar lo siguiente:

1. Las oportunidades de cambios estratégicos son infrecuentes y su duración esta más allá del control de la gestión.

2. Eventos inesperados pueden cambiar la distribución de ventas y de beneficios dentro de la industria, produciendo perdedores y ganadores. Es vital para la gestión reconocer y tomar ventaja de los cambios. Los componentes de rutina de la formulación de la estrategia son la constante investigación de formas mediante las cuales los recursos únicos de la firma puedan ser ajustados en circunstancias cambiantes.

3. La mayor parte de los grandes cambios en la industria alteran los mecanismos de aislamiento y su magnitud.

4. Una pregunta estratégica, crítica en una industria que crece, es la forma del equilibrio final, cuando el crecimiento es rápido, las tasas de beneficio son altas, pero los montos de inversión necesarios pueden implicar flujos de caja negativos.

5. Si las oportunidades de cambios importantes en la posición competitiva son infrecuentes, y los mecanismos de aislamiento crean posiciones defendibles, muchas empresas pueden olvidar la estrategia por largos periodos y mantener beneficios. Altos niveles de rentabilidad no significan necesariamente buena gestión.

6. Las oportunidades estratégicas son por definición inciertas y relacionadas con la posesión de información única o recursos específicos, el análisis estratégico debe ser situacional. Justo porque no son un algoritmo para la formación de

riqueza, las prescripciones estratégicas que se aplican a un tipo específico de empresas sólo pueden ayudar a evitar errores, no a obtener ventajas.

7. Como los mecanismos de aislamiento actúan protegiendo al primer movimiento exitoso, la velocidad es crítica, a pesar de altos niveles de ambigüedad. Una buena estrategia no es necesariamente conseguida con altos niveles de confidencialidad. Si las empresas esperan hasta conseguir un método propio o producir un producto completamente entendido con normalidad, será demasiado tarde para tomar ventaja de la información.

Conclusiones

En este trabajo se busca establecer que existe una relación fructífera entre la teoría económica y la gestión de empresa, siempre y cuando se realicen los esfuerzos necesarios de traducción entre una y otra disciplina.

El modelo de Rumelt es una clara muestra de que el instrumental de la teoría económica excede los límites de la disciplina como tal, y, lo que es más importante, resulta útil en la explicación de fenómenos reales.

La economía aparece frecuentemente como una disciplina ensimismada e incapaz de establecer criterios de apoyo para el desempeño de los agentes económicos. Sin embargo, cuando se excede el gusto por el análisis matemático en sí mismo, donde la mayor preocupación es la elegancia formal, nos encontramos con que la teoría económica puede fusionarse con otros enfoques para desarrollar mejores explicaciones de la realidad.

Bibliografía

- Bain J.S., "Economics of Scale, Concentration, and de Conditions of Entry in Twenty Manufacturing Industries", en *American Economic Review*, No. 44, pp. 15-34, 1954.
- Barney, Jay B., "Types of Competition and the Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework", en *Academy of Management Review*, vol. 11, No. 4, pp. 791-800, 1986c.
- Barney, Jay B; Ouchi, William G. (ed.) *Toward a New Paradigm for Understanding and Studying Organization*, Jossey Boss Publishers, San Francisco, London, 1986.
- Barney, Jay B., "The Debate Between Traditional Management Theory and Organizational Economics: Substantive Differences or Intergroup Conflict?", en *Academy of Management Review*, vol. 15, No.3, pp. 382-393, 1990.
- Ferguson, C. E., y J.P. Gould, *Teoría Microeconómica*, FCE, México, 1984.
- Mason, E.S., *Economic Concentration and the Monopoly Problem*, Cambridge, Harvard University Press, 1957.

- Nelson, Richard R., "Why Firms Differ, And How Does It Matter", en *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp. 61-74, 1991.
- Rumelt, Richard P., "Toward a Strategic Theory of the Firm", en *Competitive Strategic Management*, R. Lamb De. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1984.
- Rumelt; Richard P., Schendel; Dan y Teece: David J., *Fundamental Issues in Strategy, A Research Agenda*, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts, 1994.