

Opinión

Competir aumentando potencialidades

César R. Cladera, Universidad NUR

Las empresas que desarrollan productos innovadores que requieren tecnologías de punta reconocen rápidamente lo que es competir y aceptan que deberán hacerlo muy bien si quieren sobrevivir. En ese tipo de empresas la necesidad de competir opera precisamente como un incentivo para aquellos dirigentes que confían en su propia capacidad para crear nuevos productos y ponerlos en el mercado rápidamente.

Para ese tipo particular de empresas, competir con otras empresas en similares condiciones, forma parte de las reglas de juego que los emprendedores no sólo no rechazan, sino que hasta a veces buscan para mostrar que las capacidades de la organización y fundamentalmente de su propia gente constituyen un valor que no teme ser puesto a prueba aún cuando los competidores también conozcan muy bien el negocio y sean fuertes competidores.

Hay condiciones estructurales más duras para poder competir, en un mundo claramente globalizado. Ciertamente las condiciones pueden no ser todo lo equitativas que sería conveniente cuando por ejemplo una de las empresas del primer mundo y la otra del tercero. La primera cuenta con circuitos de innovación bien aceitados, posibilidades reales de acceso a capital de riesgo y mercados más abiertos para poder colocar sus productos.

Todos aquellos empresarios que a pesar de las dificultades iniciales apuestan a la innovación desde el tercer mundo saben lo difícil que es generar condiciones en las que el mundo académico y el empresario actúen con sinergia, lo complicado que es conseguir un crédito cuando el valor agregado es conocimiento y las dudas que se generan respecto de la calidad de un producto de alta tecnología por su procedencia.

Todo parece indicar que dos empresas de alta tecnología una del primer mundo y otra del tercer mundo si por una de esas hermosas casualidades ambas son capaces de producir un bien técnicamente superior a las demás, o hasta si queremos con precios suficientemente bajos,

lamentablemente no estarían en similares condiciones para competir. Y todo está a la vista.

Porque por causas que conocemos o por lo menos intuimos, las dos empresas operan realmente en dimensiones comerciales diferentes.

Competir desde el sur con el norte para colocar productos de alta tecnología de los que hasta nosotros en el sur culturalmente desconfiamos a veces con razón se transforma en un espejismo aparentemente inalcanzable hasta para los emprendedores más tesoneros. Algo parece estar más allá de las posibilidades individuales de cada una de las empresas del sur que insisten e insisten y cuenta con el atrevimiento de decirle a las del norte, estamos aquí golpeando la puerta y queremos entrar.

Desde el norte se insiste que no hay nada que políticamente impida a una empresa del sur vender en mercados del norte. El proteccionismo es algo del pasado con lo que se justifica la ineficiencia presente. Agregan: "Simplemente deben demostrar que son tan buenas innovando como las nuestras." Por supuesto: "Deben disponer de la capacidad instalada para manejar los volúmenes que requerimos." Finamente acotan: "Tienen que contar con respaldo financiero para seguir creciendo con nuestra eventual demanda."

Algunas empresas innovadoras del tercer mundo han logrado llegar a "El dorado" del siglo XXI y son usadas repetidas veces como ejemplos de que si se puede.