

Cluster

1. Definición de Cluster

Según las definiciones más tradicionales, un clúster es un grupo de empresas y asociaciones interconectadas, que tienen ventajas comparativas a partir de su localización geográfica, desarrollan actividades industriales asociadas y obtienen beneficios a partir de sus características comunes y complementarias.

El análisis de las ventajas competitivas de las empresas se puede sistematizar evaluando un conjunto de factores, que Porter ha clasificado en cuatro grupos y les ha llamado el "diamante". Estos grupos de factores de competitividad se refuerzan unos a otros y constituyen un "sistema" competitivo. Este carácter sistémico hace que las empresas beneficiadas constituyan un "cluster", en el cual las empresas se relacionan a través de vínculos verticales (comprador-vendedor), horizontales (clientes, tecnologías, servicios) y tienden a estar agrupadas regionalmente. Las industrias participantes se apoyan recíprocamente, porque las ventajas competitivas que desarrollan unas se transmiten a las otras.

La competitividad de un Cluster supera el promedio regional, por lo cual su orientación es a la exportación. Su localización geográfica puede incluir desde una región o ciudad, hasta una red de países vecinos. Asimismo, dentro de los clusters se pueden encontrar firmas de todos los tamaños, compañías de productos finales o servicios, proveedores de insumos especializados, componentes, maquinaria y servicios, instituciones financieras, firmas en industrias relacionadas, instituciones de educación, centros de investigación, instituciones gubernamentales y en general, toda organización que de alguna manera influya en el desempeño del cluster.

Elementos esenciales para la creación de un Cluster:

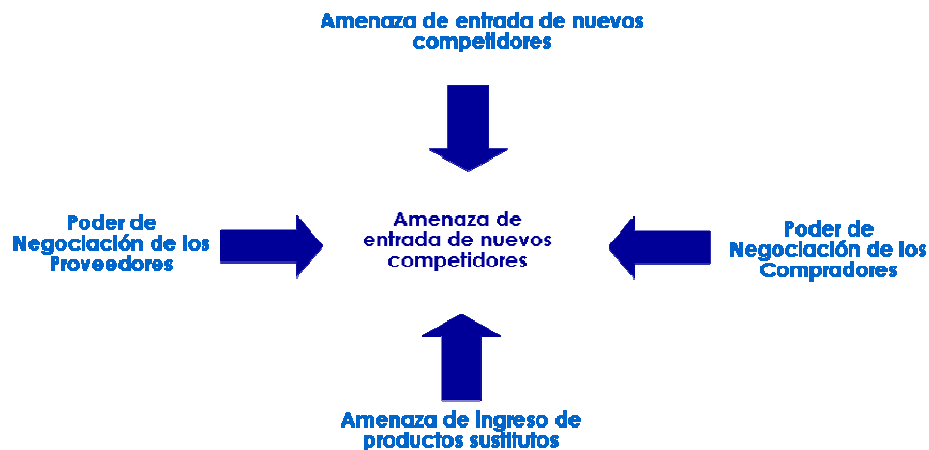
- Empresas y asociaciones relacionadas,
- Localización geográfica que genera ventajas comparativas,
- Desarrollo de actividades industriales asociadas,
- Beneficios se obtienen de la colaboración ,
- Competitividad superior.

2. Características de un Cluster

Las ventajas competitivas se pueden analizar sobre la base de un conjunto de factores, llamado el "diamante de Porter". Los cuatro factores son:

1. Condiciones de los factores (productivos)
2. Condiciones de la demanda
3. Sectores afines y de apoyo
4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

El diagrama se estructura como se muestra en la siguiente figura:



Condiciones de los factores

Cada región posee diversos factores de producción que determinan en gran medida las ventajas competitivas del sector. De este modo, la cantidad y condiciones de los factores desempeñan un papel fundamental en la contribución al éxito competitivo continuado de una empresa.

Los factores de producción pueden agruparse en las siguientes categorías:

- **Recursos humanos:** basada principalmente en la cantidad, calificación y coste del personal. Incluye además aspectos como desarrollo de destrezas, trabajo en equipo y cursos de capacitación.
- **Recursos físicos:** agua, tierra, yacimientos minerales, reservas madereras, zonas pesqueras y fuentes de energía hidroeléctrica constituyen los recursos materiales de mayor importancia. La accesibilidad, calidad, abundancia y coste de las mismas son factores fundamentales a considerar.
- **Recursos de conocimiento:** está dado por la dotación de conocimientos científicos, técnicos y de mercado, los cuales son adquiridos en universidades, organismos de investigación e investigaciones de mercado, entre otros.
- **Recursos de capital:** capital disponible para inversión y financiamiento de la empresa. Dicho capital se ve afectado por factores como la tasa nacional de ahorro y la estructura de los mercados nacionales de capital.
- **Infraestructura:** incluye tipo, calidad y costo para los usuarios de la infraestructura disponible, considerando sistema de transporte, modalidad de pago, asistencia técnica y sanitaria, etc. De gran importancia se considera también el aporte a la calidad de vida de las personas y al atractivo de un país como lugar para vivir y trabajar.

Cabe destacar que para alcanzar una ventaja competitiva no es suficiente el mero acceso a los factores mencionados, sino el desplegarlos productivamente mediante un alto grado de eficiencia y efectividad, una adecuada administración y la aplicación de procesos certificados.

Condiciones de la demanda

El segundo determinante de la ventaja competitiva está dado por las condiciones de demanda interior para el producto o servicio del sector. Los atributos principales que componen la demanda interior se describen a continuación.

- **Cliente local informado y exigente:** las características de la demanda local deben presionar a las empresas del cluster para mejorar sus niveles de calidad y competitividad.
- **Perfil del consumidor:** la empresa debe percibir, interpretar y dar respuesta a las necesidades de los clientes. Estas últimas son reflejos de las preferencias, nuevas tendencias, gustos, edad, frecuencia de consumo, status social y cultural, etc.
- **Participación en el mercado:** qué porcentaje del mercado es ocupado por la empresa y cuál por la competencia. El tamaño del mercado interior y exterior es una pauta importante para considerar el volumen de producción.
- **Distribución:** la cobertura de los puntos de venta.
- **Promoción y publicidad:** las actividades para lograr elevar las ventas y/o ganar la preferencia de los clientes.

Sectores afines y de apoyo

El tercer determinante de la ventaja competitiva de una región comprende la presencia de sectores proveedores o sectores conexos que sean internacionalmente competitivos. Los clusters, en reemplazo de industrias aisladas, permiten dicha agrupación de sectores afines que incrementan la competitividad.

Sin embargo, más significativo que el acceso a maquinarias e insumos que otorguen los proveedores, es la forma en que los enlaces entre las cadenas del valor de las empresas y sus proveedores son facilitados mediante actividades que faciliten la proximidad entre ambas partes. La ubicación geográfica es de vital importancia al permitir:

- Intercambio de información.
- Bajos costos de transporte.
- Capacidad de innovación.

Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

Este determinante de la ventaja competitiva integra los tres grupos anteriores, analiza la estructura del mercado y la influencia de las empresas rivales. La intensidad de la rivalidad entre industrias locales es fuente de motivación mayor que la competencia por parte de industrias extranjeras. Asimismo, la cultura de la comunidad local representa una influencia considerable a la industria a innovar.

Este es quizás, uno de los factores distintivos de un Cluster, donde se destaca la importancia de la colaboración y la asociatividad para competir en un mundo globalizado.

Fuente:

ALFARO, Rodrigo

“COMPONENTE 3. APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN LOS ACUERDOS COMERCIALES” ACTIVIDAD 1. DESARROLLO DEL PROGRAMA “CHILE PIENSA SU INSERCIÓN INTERNACIONAL DESDE LAS REGIONES” MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN DE CLUSTERS EXPORTADORES REGIONALES

Prochile

Septiembre de 2006