

## GE-48. LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS SECTORES ECONÓMICOS: UN ESTUDIO EN EL ÁMBITO ANDALUZ.

Diego López Herrera (dlherrera@us.es)  
Francisco Serrano Domínguez (fserrano@us.es)  
Universidad de Sevilla.

Departamento de Contabilidad y Economía Financiera.  
Escuela Universitaria de Estudios Empresariales.

### RESUMEN:

Tradicionalmente la literatura referente a estudios sobre la competitividad empresarial se ha centrado en tres aspectos básicos: el análisis del entorno económico, del sector industrial y de los factores inherentes a la propia empresa. En los últimos tiempos, la investigación se ha centrado en las características de propia empresa como fuente de ventaja competitiva.

Este trabajo persigue tres objetivos: demostrar que el sector económico incide decisivamente en la competitividad de las compañías.

Tras demostrar que la estructura financiera del sector muestra variaciones similares a las de la competitividad, pretendemos estudiar dicha estructura para cada sector.

Finalmente, buscaremos correlaciones entre distintas estrategias financieras y la competitividad empresarial.

**PALABRAS CLAVE:** Competitividad empresarial, Sector económico, Estructura empresarial.

### I. INTRODUCCIÓN.

Tradicionalmente el análisis de la competitividad empresarial se ha realizado otorgando igual importancia a tres aspectos fundamentales:

- El análisis del entorno económico.
- El análisis del sector industrial.
- El análisis de la propia empresa.

En los años 80 la investigación en dirección estratégica puso especial énfasis en la importancia del entorno económico y del sector industrial como fuentes de ventajas competitivas, dejando a la capacidad de actuación de la propia empresa como fuente secundaria de estas ventajas. Los trabajos de Porter, publicados en esta década se encuadran dentro de esta tendencia, y destacan la especial relevancia del entorno competitivo en la determinación de los resultados empresariales.

Las tendencias actuales de la investigación en dirección estratégica han invertido el orden de la importancia de las fuentes de ventajas competitivas, destacando en primer lugar las características propias de la empresa, poniendo especial énfasis en la importancia de intangibles como la capacidad de la gerencia para la gestión, la formación del personal, su experiencia, etc. (Dertouzos y otros, 1989; Prahalad y Hamel, 1990; Amit y Schoemaker, 1993; Cuervo, 1993; Camisón, 1996).

Es indudable que la posición competitiva de una empresa depende en gran medida de la gestión realizada por el equipo de dirección. Es este equipo el que debe decidir sobre aspectos fundamentales, como por ejemplo: (Cuervo, 1993, pág.363)

- Los negocios a desarrollar por la empresa.
- La forma de competir en los mercados, poniendo el acento en los costes o en la diferenciación.
- La organización del proceso para maximizar el valor de la empresa y crear riqueza para los accionistas.

Sin embargo el equipo de dirección de la empresa no tiene plena autonomía para decidir sobre estos aspectos fundamentales, ya que se encuentra mediatizado por la situación del entorno económico (coyuntura) y por la estructura del sector en el que se pretende competir. Por ejemplo, en la decisión sobre los negocios a desarrollar por la empresa deben pesar factores como barreras de entrada, barreras de salida, poder de negociación de proveedores y clientes, infraestructuras existentes en todos los ámbitos (tecnológico, comunicaciones, sistema legal, etc.), etc.

Del mismo modo, factores coyunturales y estructurales influirán en la estrategia competitiva adoptada por el equipo de dirección, liderazgo en costes o diferenciación. Así, si se opta por una estrategia de liderazgo en costes, habrá que considerar, entre otros factores, el coste de los inputs, sobre el que tiene especial influencia el poder negociador de los proveedores, la facilidad y libertad de abastecimiento, libertad de localización en la búsqueda de recursos productivos a un coste más bajo, etc.; otro factor importante sería el diseño del producto, es decir la posibilidad de diseñar un producto estándar que reduzca el coste unitario, y para ello es necesario disponer de una tecnología adecuada existente o fácil de conseguir; otro factor a destacar en la búsqueda del liderazgo en costes es el efecto aprendizaje, sobre el que tiene especial influencia la cualificación del personal de la empresa. Esta cualificación depende en gran medida de las políticas educativas implementadas por el gobierno; etc.

La estrategia de diferenciación pone el acento en la calidad del producto o servicio ofrecido, en el diseño, en el servicio posventa, etc., apoyándose especialmente en la imagen de marca y la publicidad. Esta estrategia depende de factores como la cualificación de los recursos humanos, el nivel de tecnológico, etc., pero también debe destacarse el importante esfuerzo inversor que requiere. El mantenimiento de la imagen de marca no se consigue sólo con grandes inversiones en publicidad, sino que se necesitan también grandes inversiones para mantener un adecuado servicio posventa. Para realizar estas inversiones la empresa debe tener acceso al capital. En este acceso, la estructura y coyuntura del entorno es determinante.

Por último, si se analiza el proceso de generación de valor en la empresa, y por lo tanto, riqueza para los accionistas, también observamos la influencia de factores coyunturales y estructurales. La cadena de valor de Porter esquematiza todo el proceso de generación de valor de la empresa, consistente en una división de toda la actividad empresarial en un conjunto de actividades o funciones que persiguen la creación de valor:

[Ilustración I: CADENA DE VALOR DE PORTER] – (Figura Omissa)

El análisis de esta cadena permite observar que la maximización del valor, en cada una de las actividades o funciones de la empresa, no depende exclusivamente del buen hacer del equipo de dirección. Ya hemos mencionado que las funciones de aprovisionamiento y producción están muy influenciadas por factores como el poder negociador de los proveedores, la facilidad y libertad de abastecimiento, libertad de localización en la búsqueda de recursos productivos a un coste más bajo, el nivel tecnológico, la cualificación del personal, el acceso al capital, etc. La función de comercialización y servicio posventa también se ve influenciada por algunos de estos factores, especialmente la cualificación de los recursos humanos y el acceso al capital, pero deben añadirse otros como el poder negociador de los clientes, la existencia de productos sustitutivos, el nivel de renta del cliente potencial (que dependerá de la situación económica general), etc..

La función de almacenamiento y distribución no se sustrae a la influencia de estos factores exógenos.

En resumen, la demanda de los productos de la empresa depende del atractivo del producto para el cliente, pero también de su situación económica, de su renta disponible, de los precios de los bienes más o menos necesarios, de las expectativas sobre la marcha de la economía, etc., en definitiva del entorno económico. Por otra parte, la empresa tendrá que adaptar sus estrategias a las condiciones del entorno para hacer más eficaces sus sistemas de aprovisionamiento (Recio, 1987, pág.11).

A continuación representamos de forma gráfica la interrelación de la empresa con su entorno:

[ILUSTRACIÓN Nº 2. INTERRELACIÓN DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO] – (Figura Omissa)

Fuente: Recio Figueiras, Eugenio M. (1987): Análisis del entorno económico de la empresa. Editorial Hispano Europea S.A.. Barcelona, pág.18.

## 2.- LA INFLUENCIA DEL SECTOR EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.

El gráfico que cierra el apartado anterior es una representación de cómo las decisiones empresariales se ven afectadas por una serie de variables externas que conforman todo su entorno. Las decisiones adoptadas, relativas a cualquiera de las funciones fundamentales en las que se divide la empresa (aprovisionamiento, producción, almacenamiento y distribución, comercialización y servicio posventa), estarán condicionadas por la situación de variables como el nivel de consumo de la población (demanda), influenciado por la actividad de marketing de la empresa; la disponibilidad de recursos productivos, es decir, materias primas o semielaboradas, capital y mano de obra (oferta de factores); la tendencia de los precios; la estructura del sector (competencia); la situación coyuntural, es decir, la situación de variables como el nivel de los salarios, el precio del dinero, los tipos de interés, la legislación en materia laboral, mercantil, fiscal, etc.. Estos factores coyunturales se constituyen en objetivo primordial de la Política Económica. El fin de la misma no es otro que mantener estas variables en unos márgenes aceptables para el buen funcionamiento del sistema económico (Recio, 1987, pág.20).

Con el presente trabajo no pretendemos negar algo tan evidente como la influencia de factores internos en la posición competitiva de la empresa, existen trabajos empíricos que lo demuestran (Dertouzos y otros 1989; Camisón, 1996; Acosta y otros, 2000). Nuestro objetivo es demostrar que existen diferencias estructurales entre los distintos sectores económicos que determinan diferencias en la competitividad de las empresas que integran cada sector.

Las diferencias estructurales analizadas son de tipo económico-financiero. El motivo no es otro que la imposibilidad de disponer de datos de otra naturaleza. Todas las bases de datos que han estado a nuestro alcance han sido elaboradas sobre la base de información contable externa. Somos conscientes de que esto supone introducir una limitación a las conclusiones que podamos obtener de nuestra investigación, que serían más sólidas si además se apoyaran en datos cualitativos sobre las fuerzas determinantes de la competitividad de un sector: poder negociador de clientes y proveedores, rivalidad existente entre competidores, amenaza de productos sustitutivos, etc.. Sin embargo, la disponibilidad de esos datos sólo sería posible mediante la realización de encuestas a una muestra de empresas integrantes de cada sector empresarial. Esto no siempre es posible.

Por otra parte, el objetivo de nuestro trabajo no es establecer el grado de influencia de cada uno de los factores determinantes de la competitividad, ni siquiera determinar los factores de la competitividad empresarial, sino llamar la atención sobre la gerencia empresarial para que no abandone la vigilancia del entorno, coyuntural y estructural, porque es éste el que establece las bases de la competitividad de las entidades que integran los distintos sectores empresariales. Con este objetivo, las limitaciones introducidas por las bases de datos económico-financieras no suponen una distorsión significativa de las conclusiones obtenidas. A esta consideración debemos añadir la existencia de trabajos empíricos que demuestran la validez de la información contable externa para determinar la posición competitiva de una empresa (Carmona y otros, 1996).

## 3.- METODOLOGÍA.

Dado que el objetivo de nuestro trabajo consiste en demostrar que las diferencias estructurales existentes entre los distintos sectores económicos exigen gestiones económicas y financieras diferenciadas que determinan diferencias en la competitividad de las empresas que integran cada sector, hemos desarrollado la siguiente metodología:

- 1.- Concepto de competitividad: definimos el concepto de competitividad y proponemos variables de medida.
- 2.- Variables que definen la estructura sectorial: proponemos una serie de variables que definen tanto la estructura económica como la estructura financiera de las empresas que integran cada sector.
- 3.- Análisis de las diferencias existentes en la estructura sectorial así como de sus variaciones.
- 4.- Análisis de las diferencias existentes en la competitividad de las empresas integrantes de cada sector así como de sus variaciones.

5.- Análisis de la correlación entre las variaciones de la estructura sectorial y las variaciones de la competitividad.

6.- Análisis de la homogeneidad existente en las variaciones experimentadas por la competitividad empresarial y por las estructuras sectoriales.

7.- Conclusiones.

Para implementar la metodología propuesta hemos dispuesto de la base de datos elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía, construida sobre la información suministrada por las empresas andaluzas a los distintos Registros Mercantiles de Andalucía (Cuentas Anuales) durante un horizonte temporal de cuatro años (1995-1998).

El hecho de limitar nuestro ámbito de análisis a la Comunidad Autónoma Andaluza no supone la introducción de una restricción en la investigación, sino todo lo contrario, ya que es una forma de eliminar las posibles diferencias existentes entre las empresas debidas a las diferencias estructurales existentes entre distintas regiones (diferencias tecnológicas, en comunicaciones, formación de los recursos humanos, incentivos fiscales, etc.). De esta forma, las disparidades que se puedan observar en las estructuras sectoriales se deberán fundamentalmente a las exigencias de cada sector. Naturalmente, un cambio en la coyuntura económica afectará a los distintos sectores empresariales, pero al encontrarse todos en el mismo ámbito geográfico, esta influencia no se verá potenciada o mermada por las divergencias geográficas estructurales que puedan existir.

## 4.- BASE DE DATOS.

La base de datos utilizada ha sido elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía con la colaboración de los Registros Mercantiles de Andalucía. Está disponible en la siguiente página Web: <http://www.iea.junta-andalucia.es>. El contenido de la misma es el siguiente (1995-1998):

- Balances de situación (promedio).
- Cuentas de Pérdidas y Ganancias (promedio).
- Cuentas de Pérdidas y Ganancias Análítica (promedio).
- Ratios (mediana).

Los valores medios recogidos en estos estados contables contienen información agregada para una muestra de empresas que han presentado sus Cuentas Anuales en los Registros Mercantiles de Andalucía. Los criterios de selección para agregar la información son: el ámbito geográfico, la actividad económica y el tamaño de la empresa.

Los criterios utilizados para identificar el tamaño de las empresas han sido los propuestos por la Unión Europea en la Recomendación 96/280/CE, de la Comisión de las Comunidades Europeas, sobre la definición normalizada de pequeñas y medianas empresas: entre otros, el volumen de negocio y el balance:

- Por la cifra de negocios.

Pequeñas empresas: hasta 7 millones de ecus.  
Medianas empresas: hasta 40 millones de ecus.  
Grandes empresas: más de 40 millones de ecus.

- Por el balance.

Pequeñas empresas: hasta 5 millones de ecus.  
Medianas empresas: hasta 27 millones de ecus.  
Grandes empresas: más de 27 millones de ecus.

Nuestro ámbito de análisis se ha reducido a las empresas medianas y grandes. Son dos las razones que nos han llevado a tomar esta decisión. En primer lugar, hemos querido eliminar el efecto del tamaño en la competitividad

empresarial. Creemos que este fenómeno debe ser objeto de una investigación específica. En segundo lugar, al tomar esa decisión hemos conseguido garantizar la fiabilidad de la información analizada, ya que las Cuantías Anuales que presentan las empresas de ese tamaño deben ser auditadas.

A continuación indicamos los sectores que integran la base de datos utilizada:

ABREVIATURA	SECTOR
REC	Actividades recreativas, culturales y deportivas
AVI	Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes
AGR	Agricultura, ganadería, caza y selvicultura; pesca y acuicultura
CMA	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio <sup>(1)</sup>
CME	Comercio al por menor <sup>(2)</sup>
CON	Construcción
HOS	Hostelería
IND	Industria, incluida la energía
INM	Actividades inmobiliarias
SAN	Actividades de saneamiento público
SAT	Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales
TPT	Transporte terrestre, marítimo, aéreo y espacial
VTA	Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor <sup>(3)</sup>

## 5. LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LAS VARIABLES QUE DEFINEN LA ESTRUCTURA SECTORIAL.

### Competitividad empresarial.

Utilizaremos la definición propuesta por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: "la capacidad de una empresa u organización para desarrollar y mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, obtener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en el que actúa" (AECA, 1992, págs.11-12).

Una forma de medir este éxito competitivo puede ser en función de los resultados económicos obtenidos por las empresas. Entre otros indicadores se pueden utilizar: la rentabilidad, la productividad, la solvencia financiera y los ingresos de explotación (Camisón, 1996, pág.126).

Con la intención de evitar posibles contradicciones derivadas de la utilización simultánea de distintos indicadores de la competitividad, hemos seleccionado uno solo: la rentabilidad. Las razones que nos han llevado a esta selección se sustentan en nuestra creencia de que la rentabilidad es el fin último de toda empresa mercantil. Naturalmente, esta afirmación puede tener distintas matizaciones, pero creemos incuestionable que la búsqueda de incrementos de productividad y de ingresos de explotación, así como la búsqueda de una mejora de la solvencia financiera no son más que objetivos intermedios que, a la postre, redunden en el objetivo final de la mejora de la rentabilidad. Quizás sea por esto por lo que éste sea uno de los indicadores que más se ha utilizado en los estudios de la competitividad empresarial.

Como medida de la rentabilidad utilizamos:

- Rentabilidad económica = Margen de beneficio x Rotación de los activos totales.

<sup>1</sup> Excepto de vehículos de motor y motocicletas

<sup>2</sup> Excepto el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos

<sup>3</sup> Incluye motocicletas y ciclomotores, así como la venta al por menor de combustible para vehículos de motor

Donde: Margen de beneficio =  $\frac{\text{Resultado de las actividades ordinarias}}{\text{Ingresos de Explotación}}$

Rotación activos totales =  $\frac{\text{Ingresos de explotación}}{\text{Activos}}$

- Rentabilidad financiera =  $\frac{\text{Resultado de las actividades ordinarias}}{\text{Recursos propios}}$

*Variables que definen la estructura sectorial.*

La estructura sectorial se define en una doble vertiente: las inversiones o vertiente económica y la vertiente financiera o fuentes de financiación.

Entre las variables utilizadas habitualmente por la literatura especializada para analizar la estructura económica y la estructura financiera de las empresas, hemos seleccionado aquellas que consideramos más representativas (Acosta y otros, 2000, pág. 196):

Estructura económica.

- Estructura del activo =  $\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Activo fijo}}$

Estructura financiera.

-  $\frac{\text{Recursos propios}}{\text{Pasivo total}}$

## 6. ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES DE LA ESTRUCTURA SECTORIAL Y DE LAS VARIACIONES DE LA COMPETITIVIDAD.

El análisis de las variaciones experimentadas por las estructuras sectoriales así como por la competitividad empresarial consistirá en un estudio descriptivo de las gráficas dibujadas por estas variaciones. Para ello calculamos la variación de cada año del horizonte temporal con respecto al anterior y para cada indicador representativo de la estructura económica, de la estructura financiera y de la competitividad empresarial.

Los valores obtenidos por las ratios y las gráficas que dibujan se representan en el anexo número 1.

Las variaciones representadas en las gráficas anteriores pueden resumirse en el siguiente cuadro:

SECTORES	E. ECONÓMICA	E. FINANCIERA	COMPETITIVIDAD
E. Recreativas.	No varía.	Dibuja una curva convexa creciente.	Las variaciones de la rentabilidad económica (RE) dibujan una gráfica similar a dibujada por las variaciones de la estructura financiera (EF).
E. Agrícolas.	Dibuja una curva cóncava.	Dibuja una curva cóncava.	Tanto la RE como la rentabilidad financiera (RF) dibujan la misma gráfica que la dibujada por la estructura económica (EE) y la EF.
E. Minoristas.	No varía.	Dibuja una pronunciada curva convexa.	Las variaciones de la RF dibujan una suave curva convexa.
E. Mayoristas.	No varía.	Dibuja una curva cóncava.	RE y RF dibujan una curva convexa. Las variaciones de la competitividad dibujan la misma gráfica que la dibujada por las variaciones de la EF pero en sentido inverso.
Sector construcción.	Dibuja una curva convexa creciente.	Dibuja una curva cóncava.	La RF dibuja una curva similar a la dibujada por la EF, y similar pero en sentido inverso a la dibujada por la EE.
Sector hostelería.	No varía.	Dibuja una curva convexa.	Las variaciones de la competitividad medida por la RF muestran una gráfica que se aproxima a la dibujada por las variaciones de la EF.
S. Ventas y reparac.	No varía.	Dibuja una curva convexa creciente.	RE y RF dibujan la misma gráfica que la EF pero en sentido inverso.
S.E. sanitarias.	No varía.	Dibuja una curva convexa decreciente.	La RF varía del mismo modo que la EF. La RE dibuja la curva inversa a la dibujada por las variaciones de la EF.
Sector transporte.	Dibuja una suave curva convexa.	Dibuja una curva convexa.	Tanto la RE como la RF varían del mismo modo que las EE y EF.
Sector industria.	Dibuja una suave curva cóncava.	Dibuja una curva cóncava.	Las variaciones de la competitividad medida por la RE dibujan una suave curva cóncava.
Sector saneamiento.	No varía.	Dibuja una curva convexa decreciente.	RE y RF dibujan una curva cóncava decreciente, es decir, inversa a la gráfica dibujada por las variaciones de la EF.

Puede observarse que la estructura del activo permanece prácticamente invariable en todos los sectores, mientras que las estructuras financieras de las empresas sí varían de un ejercicio a otro, con la particularidad de que las gráficas dibujadas por esas variaciones son similares, ya sean en el mismo sentido o en sentido inverso, a las gráficas dibujadas por las variaciones de la competitividad en cada sector empresarial.

#### 7. ANÁLISIS DE LA HOMOGENEIDAD EXISTENTE EN LAS VARIACIONES EXPERIMENTADAS POR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y POR LAS ESTRUCTURAS SECTORIALES.

Una vez que hemos demostrado la existencia de una clara sintonía entre las variaciones de la competitividad y las variaciones de la estructura sectorial, buscaremos la existencia de homogeneidad en estas variaciones.

En el caso de que las variaciones sean homogéneas, la incidencia del sector sobre la competitividad sería escasa y, por lo tanto, todos los sectores mostrarían variaciones afines en su competitividad.

Para llevar a cabo este estudio utilizaremos el denominado análisis cluster que permite agrupar los sectores en grupos homogéneos, formando conglomerados. Esta técnica intenta maximizar la homogeneidad de los objetos dentro de los conglomerados maximizando al mismo tiempo la heterogeneidad existente entre los conglomerados (Hair y otros, 1999, pág. 492).

Nuestro trabajo consistirá en:

- 1.- analizar si existen grupos homogéneos de sectores en cada ejercicio del período objeto de estudio, atendiendo, naturalmente, a la competitividad y estructura sectorial.
- 2.- comprobar si los grupos homogéneos se mantienen en el tiempo.

Si el sector influye poco en la competitividad empresarial, deberíamos encontrar pocos grupos homogéneos que se mantienen inalterables en el tiempo.

El resultado obtenido en el análisis cluster realizado lo podemos resumir del siguiente modo:

Las variables utilizadas para la clasificación han sido la competitividad y la estructura sectorial. Los indicadores de estas variables han sido:

- Competitividad: rentabilidad económica y rentabilidad financiera.
- Estructura sectorial: estructura económica y estructura financiera.

Las clasificaciones obtenidas en cada año han sido las siguientes:

- Año 1995.

SECTORES	CONGLOMERADO DE PERTENENCIA
1	1
2	2
4	3
6	4
9	5
3,5,8	6
7,10,11	7

- Año 1996.

SECTORES	CONGLOMERADO DE PERTENENCIA
1	1
2	2
3	3
9	4
11	5
4,5,6,7,8,10	6

- Año 1997.

SECTORES	CONGLOMERADO DE PERTENENCIA
1	1
2	2
6	3
7	4
8	5
9	6
10	7
3,4,5,11	8

- Año 1998.

SECTORES	CONGLOMERADO DE PERTENENCIA
1	1
2	2
6	3
7	4
8	5
9	6
10	7
3,4,5,11	8

En el Anexo nº 2 se recoge el análisis cluster completo.

A la vista de los resultados obtenidos, puede concluirse la inexistencia de grupos homogéneos que se mantengan en el tiempo. Para cada año son muchos los sectores que se mantienen independientes, y en todo caso, los pequeños grupos que se forman no se repiten, exceptuando el caso de un grupo formado por cuatro sectores que se mantiene en dos años consecutivos, 1997 y 1998. Por lo tanto, puede concluirse que la relación entre las variaciones de la estructura sectorial y las variaciones de la competitividad empresarial no es homogénea, sino que es distinta para cada sector.

#### 8.- CONCLUSIONES.

Son dos las conclusiones que obtenemos del análisis empírico-descriptivo realizado que validan nuestra hipótesis de partida:

1.- Las oscilaciones experimentadas por los distintos indicadores de la competitividad analizados demuestran que ante una misma coyuntura económica y en una misma zona geográfica, la competitividad empresarial ni presenta niveles semejantes, ni sigue la misma tendencia en los distintos sectores empresariales.

2.- Existe una clara sintonía entre las variaciones experimentadas por la estructura sectorial y las variaciones experimentadas por la competitividad de las empresas. Variaciones que difieren de un sector a otro. Por otra parte, ante las semejanzas mostradas por las gráficas de las variaciones de la competitividad y de la estructura sectorial, en un gran número de sectores, cabría esperar una mayor homogeneidad en la competitividad y estructura de todos los sectores. El análisis cluster realizado ha demostrado que esta homogeneidad no existe, lo que nos lleva a afirmar que, efectivamente, existe relación entre la estructura y la competitividad sectorial, pero esta relación es distinta en cada sector.

Como ya hemos aclarado anteriormente, no hemos pretendido negar algo tan evidente como la influencia de factores internos en la posición competitiva de la empresa. Nuestro objetivo ha sido demostrar que las diferencias estructurales entre los distintos sectores económicos exigen gestiones económicas y financieras diferenciadas que determinan diferencias en la competitividad de las empresas que integran cada sector. Por otra parte, tampoco hemos pretendido establecer el grado de influencia de cada uno de los factores determinantes de la competitividad, ni siquiera determinar los factores de la competitividad empresarial, sino llamar la atención sobre la gerencia empresarial para que no abandone la vigilancia del entorno, coyuntural y estructural, porque es éste el que establece las bases de la competitividad de las entidades que integran los distintos sectores empresariales.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1992): La Competitividad de la Empresa, AECA, Madrid.

Amit, R; Schoemaker, P. (1993): "Strategic assets and organizational rent", en *Strategic Management Journal*, num.14, págs. 33-46.

Acosta Molina, M.; Correa Rodríguez, A; González Pérez, A.L.; Fuentes Medina, L. (2000): "La gestión financiera en las empresas comerciales: ¿factor de competitividad?", en el libro La Contabilidad ante el Nuevo

Milenio (IX Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad). Edita ASEPUC, CEF, Universidad de Las Palmas de Gran Canarias.

Camisón Zornoza, C. (1996): "Dinámica de la competitividad de la PYME española en la década 1984-1994. Análisis del efecto país, efecto industria y efecto empresa", en *Economía Industrial*, núm.310, pp.121-140.

Carmona Moreno, S.; Céspedes Lorente, J. (1996): Información contable externa y posición competitiva, ICAC, Madrid.

Cuervo García, A.(1993): "El papel de la empresa en la competitividad", en *Papeles de Economía Española*, núm. 56, págs. 363-378.

Dertouzos, M.; Lester, R; Solow, R. (1989): "Made in America. Regaining the Productive Edge", en *The MIT Press*, Cambridge.

Hair, Joseph F.; Anderson, Rolph E.; Tathan, Ronald L.; Black, William C. (1999): Análisis multivariante, Prentice Hall.

Porter, M.E.( 1979): "How Competitive Forces Shape Strategy", en *Harvard Business Review*, marzo-abril, págs. 137-143.

- (1980): "Competitive Strategy". The Free Press, New York; en castellano "Estrategia Competitiva", CECSA, Mexico.

- (1985): "Competitive Advantage". The Free Press, New York.

- (1987): "From Competitive Advantage to Corporate Strategy", en *Harvard Business Review*, mayo-junio, págs. 43-60.

- (1988): Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. CECSA, México.

- (1990): "The Competitive Advantage of Nations", en *Harvard Business Review*, marzo-abril , págs.73-96.

- (1990): La Ventaja Competitiva de las Naciones. Plaza & Janés.

Prahalad, C.K.; Hamel, G. (1990): "The Core Competences of the Corporation", en *Harvard Business Review*, núm. 68, mayo-junio, págs.79-91.

Recio Figueiras, Eugenio M.(1987): Análisis del entorno económico de la empresa. Editorial Hispano Europea S.A.. Barcelona.