

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL



**Diversificación internacional, innovación y capacitación
laboral: ¿son fuentes de ventaja competitiva en empresas
chilenas?**

Tesis para optar al Título Profesional de Ingeniero Comercial y
al Grado Académico de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas

Jehieli N. Carrasco Henríquez
Niksa C. Espinoza Arriagada
Tamara A. Morales Méndez

Profesora Guía
Carmen L. Veloso Ramos.

Los Ángeles, diciembre 2017

DEDICATORIA

A nuestro Señor Jesucristo

A mis padres... Magaly y Álvaro

*A mis hermanas... Sindy y Génesis
Sin ellos, nada sería posible*



Jehielie N. Carrasco Henrríquez

...A Dios

A mis padres... Victoria y Rolando

A mi hermana... Paulina

Y a mi abuelita... Berta

Niksa C. Espinoza Arriagada

Para Violeta, quien me guio,

Para mis padrinos, quienes igual me guiaron,

Y para Matías por su incondicional apoyo.

Tamara A. Morales Méndez

AGRADECIMIENTOS

Estoy eternamente agradecida de Dios por ser mi amigo fiel, quien respalda mis sueños, guía mis caminos y abre puertas que para mí sería imposible abrir. Esta oportunidad yo se la pedí a mi Dios y como es fiel y misericordioso pude terminar con esta ingeniería que tanto amaba. Sin ti mi señor Jesucristo nada sería posible.

Quiero agradecer en segundo lugar a mi familia, a mi papito Álvaro, por cada madrugada, a mi mamá Magaly, por cada trasnoche, a mis hermanas Sindy y Génesis por motivarme cuando caía. Son ellos la razón de querer superarme cada día.

Quedan tantos sueños por cumplir, hogar, casamiento, hijos, siendo la figura paterna tan incondicional en la vida de una niña cuando crece y se convierte en mujer, por eso quiero mencionar a mi papá, fui tu regalo de siempre y con tu partido tuve que madurar, prometo no olvidarte nunca, porque en cada sueño tú estarás. Gracias por ser el mejor hombre que jamás conociera, lo mereces todo papa.

Mamá también te doy las gracias por nunca cortarnos las alas, a ninguna de tus tres hijas, eres la mujer más fuerte y luchadora que pisa este planeta, por ti sé que las mujeres somos el sexo débil en fuerza, porque en todo lo demás podemos ganar. Gracias por confiar en mí y permitirme siempre soñar.

También agradezco a mis compañeras de tesis, Niksa y Tamara, unas chiquillas increíbles, donde cada cual tenía su intelecto y bueno, yo siempre supe aportar con mi simpatía. Lo importante era concluir esta larga tarea. Extrañaré las eternas horas de conversaciones y nuestro modo de trabajar que teníamos. ¡Son las mejores amigas!

Como no dejar de mencionar a la Profesora Carmen, nuestra profe/amiga guía, sin su ayuda todo esto habría sido tan distinto, la afinidad que logramos con ella no se compara con ni un profe.

Finalmente agradezco a los profesores que marcaron mi camino, en enseñanza media le doy gracias a la Profe Irene y al Teacher (Rafael) por creer en mí e impulsarme hasta este camino, también agradezco el apoyo de los profesores de la universidad, como al profe Jorge Muñoz, quien hizo mi vida imposible en la carrera y no solo a mí, sino a todos mis compañeros, pero agradezco esa mano dura, que también fue blanda en algunos momentos.

Jehieli N. Carrasco Henríquez

AGRADECIMIENTOS

Al concluir metas y llevar a cabo sueños vamos derribando barreras que sin el apoyo de nuestros seres queridos sería mucho más difícil de realizar, al finalizar esta etapa me es indispensable reconocer a aquellos que fueron una contención y guía.

Quiero agradecer en primer lugar a mi madre Victoria, quien me ha guiado y brindado su apoyo y amor durante toda mi vida, a mi padre Rolando, quien siempre ha estado presente con cariño y preocupación.

A mi hermana Paulina, quien siempre ha estado a mi lado entregándome todo su apoyo y cariño en todas las etapas de mi vida y de quien aprendo día a día.

A mi abuelita Berta por siempre darme su cariño y entrega.

A mi profesora guía Carmen Veloso por su dedicación, por confiar en nosotras, y por guiarnos en esta investigación brindándonos los conocimientos y ayuda indispensable.

Finalmente a aquellas personas especiales que en el transcurso de mi carrera universitaria me han entregado su apoyo y me han hecho creer que todo es posible. A Rene por ser una entrega inminente de contención, apoyo y ayuda en esta etapa culmine, agradezco sus consejos y conocimiento. Y a mis amigas y compañeras de tesis Jehieli y Tamara sin las cuales este proceso no hubiera sido lo mismo.

Niksa C. Espinoza Arriagada

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo da por finalizado uno de los ciclos más importantes de mi vida, la vida universitaria, dejando atrás cada uno de los obstáculos presentados, cada sacrificio personal y familiar que fueron contrastados con cada uno de los gratos momentos vividos a través de todo esta linda etapa. Sin lugar a dudas las experiencias vividas, y las personas que conocí son uno de los mejores regalos que la vida me dio.

Por ello quiero expresar mi gratitud a mi familia, en especial a mi madre Violeta Méndez quien es el pilar fundamental en mi vida, el apoyo incondicional y el modelo a seguir.

Agradezco a mis amigos y compañeros, por su apoyo, por compartir alegría, conversaciones y muchas veces tristeza.

Agradezco a mis compañeras de tesis Jehieli Carrasco y Niksa Espinoza, las niñas de los nombres raros que probablemente estén mal escritos, por hacer de este proceso un momento grato para compartir extensas conversaciones. Agradezco además su esfuerzo, compromiso y buena disposición a lo largo de todo este proceso.

Finalmente agradezco a nuestra profesora guía, Carmen Veloso, por aceptar a nuestro equipo de trabajo, por su paciencia y buena disposición, por su confianza, y por estar ahí cada vez que la necesitamos; y por supuesto, por todo el conocimiento entregado.

Tamara A. Morales Méndez



Índice general

Índice general	6
Índice de cuadros	7
1. Introducción	10
1.1. Presentación del problema	10
1.2. Objetivos de la investigación	11
1.2.1. Objetivo general	11
1.2.2. Objetivos específicos	12
1.3. Metodología	12
1.4. Datos	12
2. Revisión de Literatura	13
2.1. Fuentes de las Ventajas Competitivas	13
3. Datos y metodologías	19
3.1. Datos	19
3.2. Método econométrico	20
4. Resultados empíricos	22
4.1. Análisis descriptivo	22
4.2. Análisis no paramétrico	23
4.3. Análisis econométrico	25
5. Conclusiones	28
Bibliografía	30

Índice de cuadros

3.1. Tabla variables del estudio	20
4.1. Estadística descriptiva	23
4.2. Diferencia de Medias	24
4.3. Efecto de la diversificación internacional, capacitación e innovación sobre la ventaja competitiva.	27



Diversificación internacional, innovación y capacitación laboral ¿son fuentes de ventaja competitiva en empresas chilenas?

Jehielie Carrasco Niksa Espinoza Tamara Morales

Resumen

En esta investigación analizamos de manera empírica el efecto que tiene la diversificación internacional, la capacitación e innovación de las empresas chilenas en la obtención de ventaja competitiva. En este contexto, se profundizó en diferentes factores que la determinan, haciendo una revisión bibliográfica con autores del plano local e internacional. Para efectos de estudio, se trabajó con registros de empresas de los principales sectores económicos del país, recabadas a través de la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) en sus versiones L1, L2, L3 Y L4 correspondiente a los años 2009, 2011, 2013 y 2015 respectivamente, la cual es representativa en diferentes tamaños de empresas, obteniendo una base de datos de 32368 observaciones. Para lograr los objetivos esperados se realizó un análisis de Pruebas univariadas de diferencias de medias y Regresión para datos agrupados para la variable que mide la ventaja competitiva. En los resultados obtenidos se demuestra que las empresas si bien están exportando y capacitando a sus trabajadores, la proporción destinada a estas decisiones gerenciales no son suficientes como para generar ventaja competitiva. Ahora bien, con respecto a la innovación no genera ventaja competitiva, sin embargo su éxito competitivo puede provenir de la fuente de financiamiento público.

Código JEL: M11, M21.

Palabras claves: Ventaja competitiva, diversificación, innovación, capacitación.

International diversification, innovation and job training: Are competitive advantage sources in Chilean companies?

Jehielie Carrasco Niksa Espinoza Tamara Morales

Abstract

In this investigation we analyze empirically, the effect of international diversification, labor training and innovation of the Chilean firms to get a competitive advantage. In this context, it deepened in different determinant factors, making a bibliographic review with local and international authors. For study effects, we use firm records of the main economic sectors of the country, collected through the Longitudinal Poll of Enterprises (LPE) in versions, L1,L2, L3 and L4 corresponding with the years 2007, 2009, 2013 and 2015 respectively, which is representative for different company sizes, obtaining a database of 32.368 observations. To obtain the expected objectives was performed an analysis of the univariate tests mean difference and regression for grouped data for the variable that measures the competitive advantage. The obtained results shows that Chilean companies it is diversifying internationally and training their workers, the proportion is not enough to generate advantage competitive. Well now, with respect to the innovation it is not generating advantage competitive, however its competitive success it can come from your public funding source

JEL Code: M11, M21.

Keywords: competitive advantage, diversification, innovation, job training

Capítulo 1

Introducción

1.1. Presentación del problema

Grandes debates económicos surgieron junto al capitalismo en el siglo XVI, donde cada sector económico se caracterizaba por una oferta de productos homogéneos, sin mayores estándares de calidad y elevadas barreras de entrada a los distintos mercados. Competir en ese entonces no requería de grandes innovaciones. Esta estructura se mantuvo hasta la década de los 70, y con la apertura del comercio entre países, éstos comenzaron a competir mediante la generación de productos de mayor calidad.

Con respecto a la competitividad entre países, *Bueno et al.* (1987) plantean que cada país debe tener la responsabilidad y la preocupación de disponer de empresas capaces de competir mundialmente. Agregan que el aumento de tamaño de las empresas a largo plazo generará mayores índices de rentabilidad, aspecto que se convierte en una ventaja competitiva.

En el actual escenario competitivo, la supervivencia de las empresas en el mercado se ha vuelto una tarea extremadamente compleja. En este contexto contar con una ventaja competitiva puede ser un factor que resulta relevante para aquellas empresas que pretenden permanecer y competir en el mercado. Sin embargo resulta complicado definir ventaja competitiva, ya que este es un concepto que va variando en el tiempo. Aquellos factores que eran relevantes en el pasado, en la actualidad pueden haber quedado obsoletos en relación a los factores relevantes que surgen de la globalización y el desarrollo tecnológico *Estrada et al.* (2009). Es decir, obtener ventajas competitivas abarca diversos factores, tales como la propiedad de la empresa, la participación de mercado y también el ámbito económico y social de ésta *Carvalho y Ledur* (2004).

En cuanto a los factores financieros que sustentan la ventaja competitiva, *Powell* (1992) afirmó que poseer un buen posicionamiento estratégico, ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa. *Peregrino y Ledur* (2011) plantean además que existe una relación positiva y significativa entre los rendimientos de la empresa, medida por la rentabilidad sobre activos ROA y la ventaja competitiva.

En consecuencia la globalización ha motivado una serie de cambios en las empresas generando una ampliación y reconfiguración en su organización, todo ello para garantizar su permanencia. Alcanzar una ventaja competitiva no es una labor unidimensional,

se deben buscar varios factores incidentes en ella, volviéndose ésta cada día una actividad más compleja para las empresas. *Barney* (2002) plantea que "una firma experimenta una ventaja competitiva cuando su acción en una industria o mercado crea valor económico y pocas empresas competidoras están teniendo acciones similares".

Esta creación de valor va a la par con el proceso de planificación estratégica para que las empresas de esta forma cumplan metas basadas en una visión de alto nivel. En un sector competitivo tal como lo es el mercado actual, las empresas deben enfocarse en fidelizar sus clientes, en la innovación de productos, en crear centros especializados de atención al cliente, y realizar una segmentación de mercado más precisa. Estas son las recomendaciones planteadas por *Shahriar et al.* (2005).

En tanto, para alcanzar el éxito competitivo empresarial, las organizaciones deben procurar mantener el personal altamente capacitado y a la altura de las exigencias que el mundo empresarial exige, de acuerdo con esto, *Salinero* (2007) se refiere a que la formación de estos influirá no solo en las metas de la organización, sino también en la cultura de la misma y si a esto le agregamos la motivación con la que trabaja el personal, lo cual señala *Perdomo et al.* (2011) ser un factor que ayudaría a promover la innovación, se volvería en un recurso clave para establecer ciertas estrategias con el fin de lograr la ventaja competitiva.

Por lo planteado anteriormente, la contribución de este estudio es aportar evidencia empírica sobre los factores que determinan las ventajas competitivas de las empresas chilenas. A través de una muestra de organizaciones extraídas de la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) se pretende establecer la incidencia de distintos factores como determinantes de esta ventaja. La heterogeneidad de tamaños y estructuras organizacionales refuerza el aporte empírico de este trabajo.

Este estudio se desarrollará en cinco capítulos. En el capítulo 1 se planteará el problema y los objetivos de estudio. En el capítulo 2 se llevará a cabo una revisión de literatura internacional sobre las ventajas competitivas en las empresas, tanto desde un punto de vista teórico como empírico. En el capítulo 3 se detallan los datos y metodologías estadísticas y econométricas a aplicar, mientras que el capítulo 4 expone los principales resultados empíricos. Por último, en el capítulo 5 se presentarán las principales conclusiones obtenidas del análisis de datos y las posibles extensiones de esta investigación.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

El objetivo general de esta investigación es verificar si la diversificación internacional, innovación y capacitación laboral son fuente de ventaja competitiva en empresas chilenas.

1.2.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos de esta investigación, acordes con el propósito general son los siguientes:

- Cuantificar el efecto de la diversificación internacional sobre la ventaja competitiva.
- Verificar la relación no lineal de la diversificación internacional sobre la ventaja competitiva.
- Cuantificar el efecto de la decisión de innovación sobre la ventaja competitiva.
- Cuantificar el efecto del financiamiento público de la innovación sobre la ventaja competitiva.
- Determinar el efecto del gasto en capacitación laboral sobre la ventaja competitiva.
- Determinar el efecto no lineal en gasto en capacitación sobre la ventaja competitiva.

1.3. Metodología

La metodología a aplicar se basa en la estructura de los objetivos de esta investigación. Es decir:

- Estadística descriptiva.
- Pruebas univariadas de diferencias de medias.
- Regresión para datos agrupados para la variable que mide la ventaja competitiva.

1.4. Datos

Para este estudio los datos serán obtenidos de la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) elaborada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas y la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía. Se utilizarán las 4 versiones publicadas hasta el momento, es decir, las versiones 2009, 2011, 2013 y 2015 (ELE1, ELE2, ELE3 y ELE4 respectivamente). El objetivo de utilizar esta encuesta es porque cubre empresas de los principales sectores económicos, entregando información importante acerca de las características de las empresas chilenas.

Capítulo 2

Revisión de Literatura

2.1. Fuentes de las Ventajas Competitivas

Diversos autores a nivel internacional han indagado sobre los principales factores que determinan las ventajas competitivas de las empresas como también así la forma de mantener éstas en el tiempo. Estos estudios a nivel nacional han sido escasos, teniendo en consideración que la economía local destaca por su dinamismo comercial respecto de otras economías en Sudamérica.

La diversificación ha estado presente hace varios siglos en las empresas, sin embargo a partir de la década de los 70, con la competencia entre productos ésta se profundizó, lo cual se debió en parte a la globalización de los mercados y a la homogeneidad producida. Tras esto, mantenerse en el mercado es una labor que todos buscan alcanzar y que cada vez es más compleja. En este contexto la ventaja competitiva toma relevancia ya que es una acción ejercida por empresas que sólo algunas pueden conseguir.

En esta materia *Barney* (1991), plantea que las fuentes de ventaja competitiva sostenible son recursos de las empresas que tienen las cualidades de ser valiosos, raros, imperfectamente imitables y no sustituibles, es decir, la ventaja competitiva se logra de acuerdo a la dotación de recursos que controle la empresa. No obstante el hecho de que las organizaciones posean recursos, no significa que éstas posean ventajas competitivas, ya que ésta se logra según los estándares de calidad que cumplan dichos productos, es decir, no todos los recursos se traducen en ventaja competitiva.

Para comprender las fuentes de dichas ventajas competitivas según *Barney* (1991), desde la década de 1960 se ha utilizado un marco de organización en el cual al implementar estrategias corporativas, se tiene que ir en pos de explotar las fuerzas internas, aprovechar las oportunidades, al mismo tiempo que se neutralizan las amenazas externas y las debilidades internas.

Ahora bien, según *Perdomo et al.* (2011), un factor importante a destacar al interior de cada organización son los Recursos Humanos, donde si la formación y la motivación se unen de manera adecuada podrán lograr sistemas laborales con altos desempeños, que pueden incurrir no sólo en obtener buenos resultados, sino que también puede promover la innovación, pues al estimular la creatividad de los Recursos Humanos, hace que éste se dinamice volviéndose en un recurso clave para lograr implementar ciertas estrategias.

Por lo anterior, se considera a los Recursos Humanos como una inversión necesaria, y en base a esto *Salinero* (2007) realiza un estudio en empresas españolas, donde se concluye que la formación del personal tiene una influencia tanto en la organización como en la cultura de la empresa debido a que esta ayudaría a mejorar la comunicación de forma interna y externa entre todos los miembros de la empresa, lo cual traería consigo una serie de beneficios como el aumento de la capacidad del trabajador, de su iniciativa, su participación y mayor motivación en su actividad laboral.

Siguiendo en esta línea, cuando las organizaciones tienen el afán de lograr desempeños o resultados superiores van generando estrategias que mejoran los procesos de gestión, lo que se traduce en la obtención de ventajas competitivas. Con respecto a esto, *Apodaca et al.* (2016) identifican las capacidades de personalización y reconfiguración como elementos que fortalecen la actividad productiva, elevan la calidad, propician la rentabilidad y promueven la inimitabilidad, es decir genera una ventaja competitiva. Donde la capacidad de personalización es “el proceso a través del cual las empresas aplican tecnologías y métodos administrativos para proporcionar productos variados y personalizados a través de una respuesta rápida y flexible” y la capacidad de reconfiguración como “el proceso de generación de nuevas alternativas de configuración de capacidades, actividades organizativas y formas de creación de valor”.

Análogamente, el estudio realizado por *Avella et al.* (1999) parte de la premisa que la superioridad en fabricación y el desarrollo de los recursos proporcionan una ventaja competitiva. Considerando esto, analizaron la existencia de correlación entre esos factores en empresas heterogéneas industriales de España, donde obtuvieron resultados poco favorables ya que la superioridad en cuanto a sus sistemas productivos y recursos de fabricación resultaron no ser un factor incidente en el éxito competitivo de las empresas.

En esta línea *Bueno et al.* (1987), estudiaron la industria española, la cual estaba perdiendo competitividad frente a mercados extranjeros, una importante razón de esto sería su menor dimensión en comparación con las demás industrias europeas, lo que afectaría sus niveles de rentabilidad, elevados costos y presentando una menor capacidad exportadora. Es por ello que al aumentar el tamaño de las empresas hará que esta industria posea ciertas ventajas, también es importante que las empresas busquen mejoras en la innovación y añadan valor a los productos. En este mismo escenario español, la teoría más actual ha prestado cierta atención a los factores internos que inciden sobre la competitividad empresarial, siendo estos factores de índole económico- financiero. En base a esto, *Del Pino et al.* (2004) realizan un estudio a empresas manufactureras españolas, donde encontraron que algunas de las características que sustentan la ventaja competitiva empresarial es tener una mayor inversión en activos intangibles (I&D), propensión a financiarse con recursos ajenos, principalmente de corto plazo, y mayor tamaño medido por el activo total neto real. No obstante, en el estudio realizado por *Rubio y Aragón* (2002) con respecto al tamaño de las empresas, se llegó a un resultado distinto, ya que se demostró que el tamaño no es un factor que explique el éxito competitivo de las empresas.

Un estudio realizado en Francia de empresas manufactureras por *Crépon et al.* (1998) indica que a mayor probabilidad de inversión de ellas en investigación (I+D) mayor es

la probabilidad de éxito de una organización. Los beneficios pueden verse reflejados en el aumento del tamaño de la firma, (medido en número de empleados), la participación de mercado y diversificación, la demanda y en indicadores de tecnología, además la productividad mejoraría en la medida que los productos tengan una alta innovación.

Huergo y Jaumandreu (2004), realizaron un estudio en empresas españolas indicando que la probabilidad de innovar puede variar respecto de la etapa en que se encuentre la empresa, así como también por el tamaño de ésta. En donde a menor tamaño menor probabilidad de innovación presenta la empresa sin embargo el estudio reveló que aquellas empresas que se encuentran en su nacimiento y que presentan un nuevo enfoque del mercado tienen mayor nivel de probabilidad para innovar, y por el contrario aquellas empresas más antiguas presentan una probabilidad de innovación mucho menor.

En la literatura académica en el último tiempo se ha producido además un interés por las políticas de fomento en la innovación de empresas, considerando el efecto de la financiación pública en I+D *Herrera (2012)* realiza un estudio comparando cómo se produce este efecto en empresas españolas localizadas en regiones muy innovadoras y en regiones poco innovadoras, se consideraron para esto las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña y el País Vasco como regiones más innovadoras, por concentrar más del 60 por 100 de las actividades de I+D en España y al resto de regiones, como menos innovadoras. Los resultados señalaron que el acceso a la financiación pública, está determinado positiva y significativamente por la edad de la empresa, por la propensión a exportar, por la continua realización de actividades de I+D, por la obtención de financiamiento público en el pasado y por la pertenencia al sector de servicios de alta tecnología, el estudio también reveló que la pertenencia al sector manufacturero de media-alta tecnología reduce significativamente la propensión a obtener financiación de esta fuente de fondos ya que las empresas con menos actividad innovadora son menos atractivas por no garantizar viabilidad.

En esta misma línea *Vila et al. (2010)* mencionan que el financiamiento público de los proyectos innovadores tienen la presunta finalidad de incidir sobre la capacidad innovadora de la compañía y que el tamaño condiciona la participación de las empresas en programas de ayuda pública, la cual se incrementa cuanto mayor es el tamaño de la empresa.

Adicionalmente *Pastor et al. (2015)* realizan un estudio al financiamiento público de pequeñas empresas mexicanas, obteniendo entre las principales conclusiones que los recursos obtenidos fueron utilizados en la mejora de un producto ya existente y lo restante en un nuevo proceso productivo. Las percepciones del impacto del proyecto financiado por tanto fueron positivas en su mayoría.

Como se ha mencionado anteriormente, los recursos humanos conducen a una mayor rentabilidad en las empresas, pero el estudio empírico realizado por *Guthrie et al. (2004)* se basa además en la importancia de los mecanismos por los cuales la gestión de recursos humanos llevan a un mejor desempeño empresarial. Este estudio respalda hallazgos previos, donde se observa que con sistemas de trabajo de alto rendimiento se puede obtener un incremento en ventajas competitivas. Además señala que la alta rotación de empleados puede afectar de manera negativa, y sugieren la retención de aquellos

empleados que desempeñen actividades no básicas dentro de la empresa.

Considerando los rendimientos del negocio, el trabajo realizado por *Peregrino y Ledur* (2011) busca evaluar los efectos de la ventaja competitiva sobre el rendimiento financiero de las empresas, enfocándose en las compañías estadounidenses en base a la evidencia de los resultados financieros de éstas, midiendo los efectos directos de la creación de valor, en la rentabilidad y crecimiento de las empresas pertenecientes a diversos sectores industriales, utilizando como medidor el indicador ROA¹. Este estudio comprobó que existe una relación positiva y significativa entre ventaja competitiva y los rendimientos de la empresa, la cual se puede observar en el crecimiento de la cuota de mercado. El modelo multinivel utilizado en este estudio pudo capturar de manera más precisa la propuesta de que una empresa que posee ventaja competitiva puede tener una rentabilidad media y un crecimiento por sobre el promedio.

Análogamente, una de las principales fuentes de generación de riqueza en una institución son los recursos intangibles, tales como el capital humano. Respecto a esto *Esquivel et al.* (2013) aplican el razonamiento de lógica difusa creando un modelo computacional que evalúa el impacto de la capacitación en las empresas para establecer de esta manera una herramienta útil para la toma de decisiones destinadas a mejorar la capacitación empresarial. El resultado de este estudio determinó que el uso de un sistema inteligente agiliza el tiempo de trabajo de los evaluadores en el área de capacitación, es decir, el desempeño del sistema es satisfactorio y por ende genera una ventaja competitiva en las empresas encuestadas.

Así mismo, *Rubio y Aragón* (2002) demostraron que fomentar la formación de un personal calificado, a través de la capacitación, capaz de afrontar todo tipo de desafío es uno de los factores que determinan el éxito competitivo de las pymes.

En el plano latinoamericano, *Milesi et al.* (2007) estudiaron los factores que inciden en el éxito competitivo de 300 pymes exportadoras de Argentina, Chile y Colombia durante el periodo 2001-2004 y determinaron factores tales como que la dimensión tecnológica de las pymes chilenas y argentinas son un factor clave para el éxito competitivo, mientras que la dimensión comercial es determinante en el caso colombiano. Es decir, el éxito exportador está asociado a procesos de diferenciación, sean estos tecnológicos o comerciales.

En el mismo plano, *Estrada et al.* (2009) realizan un aporte en base a la determinación de los factores que inciden en la generación de ventajas competitivas en pequeñas y medianas empresas en México, analizando para esto, factores internos de la empresa tales como, recursos humanos, innovación, tecnología y certificación de calidad, donde se encontró evidencia empírica de que aquellas empresas que tenían mayor innovación y tecnología superior al resto, obtuvieron resultados positivos más altos, igualmente se debe considerar la planeación estratégica, ya que en el mundo actual no se puede estar inserto en un mercado sin tener una estrategia clara y definida, y aunque no se obtuvieron resultados positivos para el área de recursos humanos, recomiendan enfocarse en su capacitación, pues son quienes definen la estructura de la empresa y quienes tienen

¹ROA: Rentabilidad sobre el activo.

contacto directo con los clientes.

Reconociendo las capacidades y las contribuciones de las PYMES en la economía, *Albaladejo y Romijn* (2000) realizan un estudio empírico en Reino Unido a pequeñas y medianas empresas, en el cual se identificaron factores internos y externos que contribuirían a la generación de ventaja competitiva, dentro de los internos se encuentran la importancia de tener una formación académica superior y una experiencia laboral importante por parte del gerente o dueño los cuales sean capaces de desarrollar y ejecutar conocimientos basados en la innovación. Dentro de los factores externos se encuentran, crear redes con organizaciones cercanas para fomentar la mejora en innovación y obtener apoyo externo para I+D.

Además, *Shahriar et al.* (2005) mediante el análisis de dos empresas de telecomunicaciones de gran éxito en Bangladesh, indica que desde el punto de vista organizacional y del punto de vista del cliente, la reputación es el punto más importante para los clientes, además recomiendan enfocarse en la fidelización de ellos y hacer hincapié en la innovación de productos.

En este sentido, la satisfacción del cliente ha sido tema de estudio para la gestión empresarial, donde aquellos clientes satisfechos serán aquellos clientes fieles, los cuales generarán incrementos en el estado de resultado. En base a esto *Bernhardt et al.* (2000) realizaron una investigación en una cadena de comida rápida en Estados Unidos, analizando la relación que existe entre la satisfacción de los clientes, de los empleados y el rendimiento financiero de estas empresas, obteniéndose que la satisfacción del cliente se relaciona de manera positiva con los beneficios de las empresas a largo plazo. Siendo esto un factor de estudio para poder alcanzar una ventaja competitiva.

Considerando actualmente que la mayoría de las empresas están inmersas de una u otra manera en el ámbito de la innovación y desarrollo tecnológico, *López et al.* (2016) realizan un estudio en las Pymes Mexicanas, en el que se obtiene que la innovación en estas es proporcional de manera creciente al tamaño empresarial, así como también la antigüedad de la empresa va de la mano con la mayor experiencia lo cual unido a un mayor conocimiento conllevará a tener mayores posibilidades de supervivencia, observándose que el 72 por ciento de las empresas que realizan alianzas en I+D+i tienen una posición tecnológica superior. En donde a mayor innovación en productos, procesos o sistemas de gestión, la utilidad promedio sobre ventas de la empresa será superior. Estos resultados están alineados con la evidencia empírica obtenida por *Rubio y Aragón* (2002), en el que se demostró que tanto el fomento a la innovación como a las inversiones en tecnologías son factores claves en la generación de valor de la compañía.

A pesar de que la estructura de propiedad ha sido reconocida como un determinante importante en las decisiones y el comportamiento corporativo de una firma, su estudio y teoría en cuanto a los comportamientos competitivos de la empresa no ha sido ampliamente examinado. Es por ello, que *Vroom y McCann* (2010) en un estudio realizado a una amplia gama de empresas hoteleras en el estado de Texas, contrastan el caso de empresas controladas por un gerente outsider y empresas controladas por su dueño, y discuten como los incentivos a los administradores y propietarios para maximizar los rendimiento provoca una variación en la estructura de propiedad, generando

heterogeneidad en los comportamientos corporativos. Los autores señalan que ésta heterogeneidad se puede dar por la entrada, salida y el comportamiento de los precios de las distintas empresas que se ven afectados por la edad y nivel de experiencia de ésta, determinando que las decisiones de las firmas administradas por un gerente outsider en comparación a aquellas controladas por su propietario, son decisiones más sensibles a las condiciones económicas de los mercados en que operan, por lo que se sugiere que para comprender la heterogeneidad de los comportamientos competitivos de las firmas es necesario considerar como la estructura de propiedad influye en el éxito competitivo de una empresa, destacando aquella administrada por sus dueños y cómo influye en la generación de ventajas competitivas.

Estar alineado con otras organizaciones puede repercutir de manera positiva en el desempeño de las empresas, respecto a esto existen diversos enfoques, destacando los estudios de gestión estratégica y de organización industrial, que asocian estas alineaciones con la industria, cuota de mercado, estrategia genérica y pertenencia a grupos estratégicos, en tanto los estudios de contingencia organizacional la relacionan con el ambiente y la estructura interna. Así, *Powell* (1992) indica que tener un buen posicionamiento estratégico ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa, para ello es recomendable emplear estrategias de bajo costo y de nicho de mercado. Con todo la capacidad organizativa hará tener beneficios económicos y de esta forma lograr una ventaja competitiva sostenible.

Por ello todas las empresas tienen la misma función, en cuanto a obtener una retribución de su operación; qué es lo que las hace diferentes y cuáles son los factores de éxito, es lo que intentan determinar *Carvalho y Ledur* (2004) en su estudio a empresas de diversos países tanto americanos como europeos. Las conclusiones respecto a la capacidad que tienen las empresas para generar una ventaja competitiva van desde la propiedad de la empresa en un sector determinado a la participación de mercado que acapare una empresa de la industria tanto en el ámbito económico como social.

Capítulo 3

Datos y metodologías

3.1. Datos

Para este estudio los datos serán obtenidos de la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) elaborada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas y la División de Estudios del Ministerio de Economía. Se utilizarán las 4 versiones publicadas hasta el momento, es decir, las versiones 2009, 2011, 2013 y 2015 (ELE1, ELE2, ELE3 y ELE4 respectivamente). El objetivo de utilizar esta encuesta es porque cubre empresas de los principales sectores económicos, entregando información importante acerca de las características del mundo empresarial y las diferencias existentes por sectores de actividad económica, tamaños de las empresas, nivel de desarrollo entre otras características relevantes.

Los datos empleados en esta investigación tienen frecuencia anual para el período comprendido entre 2009 y 2015. La muestra original contempla las empresas de los principales sectores económicos y es representativa a nivel de los diferentes tamaños de empresas, la base de datos final quedó conformada por 32368datos con los cuales se construyó una estructura de datos agrupados.

La variable ventaja competitiva, es la variable dependiente de este análisis y está medida como el exceso de rentabilidad sobre el promedio de la industria. Dentro de las variables independientes se considera el tamaño de la empresa. Esta variable está medida por el logaritmo natural de los activos (*Carvalho y Ledur, 2004; Peregrino y Ledur 2011*). También la solvencia de la misma (*Powell, 1992*).

Otras variables de control son consideradas tales como la eficiencia operacional (*Bueno 1987*) y la diversificación internacional, exportaciones (*Milesi et al. 2007*). Además aquellas que tienen relación a la financiación con recursos externos, (*Del Pino et al. 2004*), y características de la organización (*Vroom y Mccann, 2010*). El cuadro 3.1 identifica las variables con los respectivos proxies que las miden.

Cuadro 3.1: Tabla variables del estudio

Variable	Definición
<i>A. Variable dependiente</i>	
Ventaja competitiva	Exceso de rentabilidad sobre el promedio de la industria
Ventaja competitiva dummy (%)	Dummy 1 si retorno de empresa supera el promedio del sector
<i>B. Variables de decision competitiva</i>	
Firmas exportadoras	Total exportaciones sobre ventas netas
Ingresos de exportación	Total de ingresos por ventas correspondientes a exportación
Innovación	Dummy 1 si la empresa innova y 0 en otro caso
Financiamiento público a innovación	Dummy 1 si recibe financiamiento estatal para innovación
Firmas que capacitan a trabajadores	Dummy 1 si la empresa capacita al personal y 0 en otro caso
Gasto en capacitación	Total gasto anual en capacitación sobre ventas netas
<i>C. Estructura de propiedad</i>	
Gerente es Dueño	Dummy 1 si el gerente es dueño y 0 en otro caso
Gerente es Socio	Dummy 1 si el gerente es socio y 0 en otro caso
Participación Socio	Participación del socio en el total de la compañía
Gerente outsider	Dummy 1 si el gerente es outsider y 0 en otro caso
Propiedad Nacional	Dummy 1 si empresa es de propiedad nacional
Part. Propiedad Nacional	Participación de propiedad nacional
Propiedad Extranjera	Dummy 1 si empresa es de propiedad extranjera
Part. Propiedad Extranjera	Participación de propiedad extranjera
Propiedad Estatal	Dummy 1 si empresa es de propiedad estatal
Part. Propiedad Estatal	Participación de propiedad estatal
<i>D. Estructura Financiera</i>	
Deuda/Patrimonio	Ratio de deuda total sobre patrimonio
Deuda corto plazo	Ratio de pasivo circulante sobre deuda total
Solvencia	Indicador Z score
Tamaño de la Firma	Logaritmo natural de los activos

3.2. Método econométrico

Para estimar los determinantes de las ventajas competitivas en empresas chilenas realizaremos una regresión para datos agrupados. El modelo a estimar es el siguiente:

$$VC_{it} = B_0 + \beta_1 TAM_{it} + \beta_2 Z_{it} + \beta_3 RAT_{it} + \beta_4 DivEx_{it} + \beta_5 EP_{it} + \beta_6 INN_{it} + \beta_7 FIN_{it} + \beta_8 CAP_{it} + \beta_9 CG_{it} + \delta_0 DSector + \delta_1 DYear + \varepsilon_{it}$$

Donde VC_{it} es la ventaja competitiva medida por el exceso de rentabilidad sobre el

promedio de la industria. La variable TAM_{it} indica el tamaño de la firma medido como el logaritmo natural de los activos de la empresa, Z_{it} señala la calificación crediticia del sector i en el periodo t , RAT_{it} indica la eficiencia operacional de cada empresa, la variable $DivEx_{it}$ es la cantidad de exportaciones sobre las ventas netas del período, EP_{it} señala la estructura de propiedad de la empresa, INN_{it} indica si la empresa realiza innovación, FIN_{it} revela si la empresa recibe financiamiento estatal para la innovación. Continuando con la influencia que tienen las características del personal sobre la obtención de Ventaja Competitiva se tiene la variable CAP_{it} que indica si la empresa capacita a su personal, CG_{it} mide el gasto total anual destinado a capacitación, por otra parte la variable $\delta_0 DSector$ mide el resultado sobre la ventaja competitiva que tiene la pertenencia de una empresa a un determinado sector, mientras que $\delta_1 DYear$ mide los efectos en determinados períodos en la obtención de la ventaja competitiva. Finalmente ε_{it} representa la perturbación aleatoria asociada al modelo.



Capítulo 4

Resultados empíricos

4.1. Análisis descriptivo

En este apartado establecemos una descripción estadística para presentar los datos, establecidos en la tabla 4.1. Se considera la variable ventaja competitiva como el exceso de rentabilidad sobre el promedio de la industria.

Los resultados muestran que en promedio un 42,28 por ciento de las empresas de la muestra presentan exceso de rentabilidad con respecto a la media de su sector.

En base a las variables de decisión competitiva se observa que el 12,6 por ciento de las firmas realizan exportaciones como medida de diversificación internacional, donde el total de ingresos correspondiente a las exportaciones es de un 9,45 por ciento. Respecto a innovación se puede apreciar que el 27,64 por ciento de las empresas de la muestra invierten en innovación, y de estas empresas el 24,31 por ciento recibe financiamiento público para este ítem, Otra variable de decisión corresponde a la capacitación, donde el 41,12 por ciento de las empresas capacitan a sus trabajadores, con un gasto promedio de \$838.270.

En cuanto a la estructura de propiedad de las empresas pertenecientes a la muestra, se observa que en promedio el 26,73 por ciento de las firmas está administrada por su dueño, el 33,71 por ciento por uno de los socios, y un 39,54 por ciento es administrado por un gerente outsider. En base a la propiedad un 91,62 por ciento de las empresas corresponde a propiedad nacional cuya participación de esta en el mercado es de un 92,87 por ciento, mientras que un 7,79 por ciento de las empresas corresponde a propiedad extranjera cuya participación es de un 6,69 por ciento, y un 0,59 por ciento de empresas corresponde a propiedad estatal con una participación de mercado de 0,42 por ciento.

Cuadro 4.1: Estadística descriptiva

Variable		Media	D.E.
<i>A. Variable dependiente</i>			
VC	Ventaja competitiva (%)	16.85	15.88
VCD	Ventaja competitiva dummy (%)	42.28	49.40
<i>B. Variables de decisión competitiva</i>			
EXP	Firmas exportadoras (%)	12.60	33.19
EXPP	Ingresos de exportación (%)	9.45	25.23
INN	Innovación (%)	27.64	44.72
FPINN	Financiamiento público a innovación	24.31	42.89
CAP	Firmas que capacitan a trabajadores	41.12	49.20
GCAP	Gasto en capacitación (MM\$)	838.27	12500.00
<i>C. Estructura de propiedad</i>			
GD	Gerente es Dueño	26.73	44.26
GS	Gerente es Socio	33.71	47.27
PS	Participación Socio	36.09	38.11
GO	Gerente outsider	39.54	48.89
PN	Propiedad Nacional	91.62	22.54
PPN	Part. Propiedad Nacional	92.87	24.87
PE	Propiedad Extranjera	7.79	27.21
PPE	Part. Propiedad Extranjera	6.69	24.19
PES	Propiedad Estatal	0.59	7.81
PPES	Part. Propiedad Estatal	0.42	6.12
<i>D. Estructura Financiera</i>			
B/S	Deuda/Patrimonio	32.52	1484.39
DCP	Deuda corto plazo	80.74	29.22
Z	Solvencia	9.58	220.19
TAM	Tamaño de la Firma	13.74	2.92

Fuente Elaboración Propia

Finalmente de acuerdo a la estructura financiera, las empresas analizadas en la muestra se financian a través de deuda; donde el 80.74 por ciento de ellas lo realiza a través de deuda de corto plazo. Se puede concluir además que las empresas cuentan con la suficiente solvencia para cubrir sus gastos financieros.

4.2. Análisis no paramétrico

De acuerdo al cuadro 4.2, el cual mide la diferencia de medias que existe entre empresas que generan o no valor se puede apreciar que todas las variables son significativas, exceptuando aquella que corresponde al gasto en capacitación. Así, se tiene que

un 15,86 por ciento de aquellas firmas que no generan valor son empresas exportadoras, de donde obtienen en promedio un 4,55 por ciento más de ingresos que aquellas que si generan valor. En cuanto a innovación el 24,30 por ciento de estas empresas que generan valor innova, cifra que está por debajo del 30,08 por ciento de las que no generan valor y realizan innovación las cuales además obtienen un 2,85 por ciento más de financiamiento público para dicha innovación, por otra parte las firmas que no generan valor tienen un 16,6 por ciento más de empresas que capacitan a sus trabajadores respecto de aquellas que generan ventaja competitiva, las cuales tienen un mayor gasto, pero éste no es significativo.

Cuadro 4.2: Diferencia de Medias

Variable	Ventaja Competitiva		Estadístico t
	Generan Valor (1)	No Generan Valor (0)	
Firmas Exportadoras (%)	8.22	15.81	(21.29)***
Ingresos de Exportación (%)	6.76	11.31	(11.37)***
Innovación (%)	24.30	30.08	(11.60)***
Financiamiento público a Innovación	22.66	25.51	(5.92)***
Firmas que capacitan a trabajadores	31.54	48.14	(30.69)***
Gasto en Capacitación (MM\$)	876	822	(-0.15)
<i>Otras variables de control</i>			
Gerente es Dueño	40.69	16.51	(-48.26)***
Gerente es Socio	33.00	34.23	(2.30)***
Participación Socio	45.01	30.23	(-27.42)***
Gerente outsider	26.29	49.24	(43.63)***
Propiedad Nacional	95.14	89.94	(-14.80)***
Participación Propiedad Nacional	95.61	90.87	(-17.86)***
Propiedad Extranjera	4.83	10.00	(18.77)***
Participación Propiedad Extranjera	4.14	8.55	(17.07)***
Propiedad Estatal	0.03	0.07	(5.15)***
Participación Propiedad Estatal	0.02	0.05	(5.14)***
Deuda/Patrimonio	6.90	48.52	(2.90)***
Deuda corto plazo	85.82	77.17	(-24.97)***
Solvencia	11.65	8.12	(-1.44)***
Tamaño de la Firma	12.58	14.55	(58.94)***

Los supraíndices ***, ** y * indican significancia estadística 1, 5 y 10 por ciento, respectivamente.

Fuente: Elaboración Propia.

En cuanto a otras variables de control se observa que todas las variables son significativas, analizando la estructura de propiedad, aquellas firmas que generan ventaja competitiva tienen en promedio un 24,18 por ciento más de empresas donde el gerente es el dueño de aquellas firmas que no generan valor, esta diferencia se reduce cuando el

gerente es socio, siendo ésta un 4,23 por ciento superior en el caso de las empresas que no generan valor, en tanto la participación del socio es un 14,78 por ciento mayor en aquellas firmas que generan valor. Ahora bien, cuando el gerente es outsider la diferencia es de 22,95 por ciento, siendo mayor el número en aquellas empresas que no generan valor.

En base a la propiedad nacional de las empresas, se observa un mayor porcentaje en aquellas empresas que generan ventaja competitiva, donde la participación de éstas es de un 95,61 por ciento versus un 90,87 por ciento de aquellas empresas que no generan valor. Caso contrario en empresas de propiedad extranjera, siendo menor el porcentaje de empresas que generan valor con una participación de 4,14 por ciento contra un 8,55 por ciento de aquellas empresas que no obtienen ventaja competitiva, en base a la propiedad estatal el porcentaje de participación en este ítem es de un 0,03 por ciento menor en aquellas empresas que generan valor en comparación a las que no lo generan.

Las empresas se financian a través de deuda mayormente a corto plazo, se observa en el caso de aquellas firmas que generan valor que esto asciende a un 85,82 por ciento versus un 77,17 por ciento de aquellas empresas que no lo hacen. Finalmente la solvencia de las firmas que generan ventaja competitiva es superior en 3,53 por ciento al de las firmas que no lo realizan, esto es contrario al tamaño de la firma, donde las empresas que no poseen características diferenciadoras son superiores en un 1,97 por ciento de aquellas que si las poseen.

4.3. Análisis econométrico

En el cuadro 4.3 se muestra los resultados de la regresión para datos agrupados del medelo anteriormente especificado. Es importante señalar que las estimaciones para evaluar el efecto de la diversificación internacional, la capacitación e innovación sobre la ventaja competitiva de las empresas chilenas esta agrupado en 6 distintas especificaciones econométricas. Además, señalaremos que todas las regresiones fueron controladas por el sector industrial al cual pertenece cada empresa.

En todas las estimaciones presentes en el cuadro 4.3 hay aspectos comunes relacionados a los costos de agencia, estructura de propiedad y tamaño de las firmas en estudio, todos ellos acorde a la literatura y evidencia empírica internacional. De esta manera se puede observar que la participación del gerente tiene una relación positiva y significativa en la generación de ventaja competitiva, acorde a lo planteado por *Vroom y McCann* (2010). De igual forma se relacionará positivamente el financiamiento a través del endeudamiento a corto plazo de la compañía, estos resultados corroboran lo planteado por *Del Pino et al.* (2004), quien señalaba que algunas de las características que sustentan la ventaja competitiva era la propensión de las firmas a financiarse con recursos ajenos, principalmente de corto plazo. De manera análoga los costos de agencia se relacionan negativamente con la generación de valor, lo cual está en línea con lo planteado por *Vroom y McCann* (2010) puesto que la estructura de propiedad ha sido reconocida como un determinante importante en las decisiones corporativas de la

firma. Igualmente el tamaño de la firma se relaciona de manera negativa y significativa con la generación de valor de las firmas en estudio.

Cuando se evalúa el efecto de la diversificación internacional sobre la generación de valor las variables, tales como el endeudamiento y la calidad crediticia carecen de efectos significativos, estos resultados se mantienen inclusive cuando se separa la muestra de firmas según su tamaño, en pequeñas y grandes empresas.

Ahora bien, al analizar las variables de decisión gerencial, en cuanto a la diversificación internacional se puede observar que tiene un efecto negativo y significativo sobre la ventaja competitiva, lo que se explica por la no linealidad que presenta esta variable. El efecto no lineal que presenta la diversificación internacional es positivo, lo que nos da cuenta que por los cambios de conducta que presenta esta variable las empresas si bien están dedicando parte de sus ventas netas a la exportación, esta proporción no es lo suficiente como para generar una ventaja competitiva. Es por ello que para lograr ventaja competitiva vía exportación, es necesario destinar al menos un 54 por ciento de las ventas netas al exterior.

Efecto análogo tiene la variable de capacitación, la cual tiene un efecto negativo y significativo sobre la ventaja competitiva, y al analizar su efecto no lineal este es positivo. Por lo tanto, si bien el 41.2 por ciento de las empresas están capacitando a sus trabajadores, esta inversión no está siendo suficiente como para generar ventaja competitiva

Finalmente con respecto a la variable de innovación, podemos observar que carece de significancia estadística, no así el financiamiento público a la innovación, ya que si se reciben fondos mediante este medio, se podría generar ventaja competitiva, lo cual se respalda en estudios como los de *Vila et al. (2010)* y *Pastor et al. (2015)*.

Para finalizar, de los resultados obtenidos de esta regresión, se puede establecer que el modelo tiene una significancia global del 1% para cada una de las especificaciones econométricas planteadas.

Cuadro 4.3: Efecto de la diversificación internacional, capacitación e innovación sobre la ventaja competitiva.

<i>Variable dependiente: Ventaja competitiva medida por el exceso de ROA sobre el promedio sectorial</i>						
Variables explicativas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Constante	0.180394 (17.10)***	0.674055 (21.46)***	-0.045450 (-2.06)**	0.159437 (2.32)**	0.167221 (17.40)***	0.568678 (20.48)***
<i>A. Diversificación internacional, capacitación e innovación</i>						
Exportaciones	-0.000725 (-2.84)***	-0.000570 (-2.25)**				
Exportaciones ²	0.000006 (2.46)***	0.000005 (1.85)*				
Gto. Capacit.			-0.004745 (-1.95)*	-0.003326 (-1.35)		
Gto. Capacit. ²			0.000215 (1.73)*	0.000143 (1.13)		
Innovación					0.002057 (0.78)	0.001735 (0.66)
Fin. Público Inn.					0.009933 (4.04)***	0.010004 (4.09)***
<i>Otras variables de control</i>						
Part. Gerente	0.0325741 (8.65)***	0.024077 (6.39)***	0.018999 (2.99)***	0.017378 (2.73)***	0.021435 (6.04)***	0.0186163 (5.27)***
Endeudamiento	-0.0000006 (-1.18)	-0.0000008 (-1.39)	-0.002991 (-4.90)***	-0.003189 (-5.20)***	-0.0000006 (-0.97)	-0.0000007 (-1.20)
Deuda corto plazo	0.041913 (9.72)***	0.0414479 (9.71)***	0.026872 (3.88)***	0.027755 (4.01)***	0.048776 (12.16)***	0.0475605 (11.93)***
Costos de agencia	-0.005818 (-7.72)***	-0.005809 (-7.78)***	-0.022507 (-2.10)**	-0.024956 (-2.32)**	-0.005486 (-6.93)***	-0.005478 (-6.96)***
Calidad crediticia	-0.000002 (-0.60)	-0.000003 (-0.81)	0.009130 (15.69)***	0.008698 (14.56)***	-0.0000004 (-0.11)	-0.0000009 (-0.22)
Tamaño	-0.0148 (-24.92)***	-0.081880 (-20.15)***	-0.000033 (-0.03)	-0.026363 (-3.12)***	-0.014963 (-27.24)***	-0.071139 (-19.28)***
Tamaño ²		0.002221 (16.67)***		0.000813 (3.14)***		0.001915 (15.40)***
Observaciones	14202	14202	4090	4090	18491	18491
F	(205.73)***	(217.31)***	(64.65)***	(58.69)***	(217.30)***	(221.96)***
R ²	0.1039	0.1211	0.1125	0.1146	0.0860	0.0975
Dummy year	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Dummy sector	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Los supraíndices ***, ** y * indican significancia estadística 1, 5 y 10 por ciento, respectivamente.

Fuente: Elaboración Propia.

Capítulo 5

Conclusiones

El escaso contenido investigativo con respecto a las fuentes de ventajas competitivas en las empresas chilenas ha sido la principal motivación de este trabajo, donde el conocer que factores inciden sobre el éxito competitivo de una empresa puede ser un factor fundamental dentro de la toma de decisiones de una compañía en cuanto al logro de sus objetivos a corto y mediano/largo plazo.

En este escenario, la supervivencia de las empresas en el mercado se ha vuelto una tarea extremadamente compleja, es por ello que las características diferenciadoras tales como la propiedad de la empresa, la participación de mercado y también el ámbito económico y social de ella juegan un rol fundamental en la generación de valor agregado para la compañía.

El análisis de estos factores en empresas chilenas mediante un panel de datos agrupados indica que al observar los resultados obtenidos a través de la aplicación de estadística descriptiva se puede notar que todas las variables estudiadas son significativas, de los cuales se puede desprender que casi la mitad de las empresas presentan exceso de rentabilidad sobre la media de su sector. Si bien dentro de las variables de decisión competitiva se obtiene que las empresas realizan exportaciones, innovación y capacitación hacia sus trabajadores, estos indicadores no son suficientes para generar valor dentro de la compañía. Destaca dentro de este análisis la proporción de empresas innovadoras que son financiadas con recursos públicos.

Del análisis por prueba de diferencia de medias se obtiene que la mayor cantidad de exportaciones las realizan aquellas empresas que no generan un valor agregado, misma situación se obtiene en el análisis de la variable innovación donde aquellas que no generan ventaja competitiva, innovan y reciben un mayor financiamiento público que aquellas que si la obtienen, y capacitación en la cual las empresas que no generan un mayor valor capacitan más a sus trabajadores.

En temas relacionados a la estructura financiera de las firmas, las empresas prefieren como fuente de financiamiento principalmente la vía del endeudamiento, siendo aquellas empresas que tienen un ratio ROA por sobre la media de su sector tienen una mayor propensión a financiarse con recursos ajenos de corto plazo. Respecto al tamaño de la firma las empresas que no poseen características diferenciadoras son superiores a aquellas que si las poseen, esto lo respaldan diversos estudios internacionales.

En este estudio también se analizó el efecto de la diversificación internacional, la capacitación y la innovación sobre las ventajas competitivas de las empresas chilenas a través de una regresión para datos agrupados. Se determinó de manera empírica que invertir en innovación no garantiza la generación de ventaja competitiva, sin embargo si el financiamiento de ésta es por vía estatal, si se podría garantizar el éxito competitivo. En cuanto a la diversificación internacional y gasto en capacitación, se determinó que si son fuentes de ventaja competitiva, sin embargo al ser variables que tienen efectos no lineales, estas tienen que cumplir con un mínimo de ventas al extranjero e inversión en capacitación respectivamente.

En términos agregados, el tamaño de la empresa es relacionado de manera inversa con la generación de ventaja competitiva, al igual que los costos de agencias de ésta.

Finalmente, como resultado de este trabajo de investigación, nos permitimos, como sugerencia invitar a las empresas chilenas a que realicen una mayor apertura comercial, que destinen una mayor proporción de sus ventas netas a la exportación; de igual forma que aquellas firmas que gastan en capacitación laboral eleven su inversión, ya que estas variables si pueden generar ventaja competitiva. Podemos sugerir además que el gobierno fomente en mayor medida el mecanismo de financiamiento público a la innovación.

En términos generales, este trabajo valida la mayor parte de las conclusiones planteadas por diversos autores en temas de ventaja competitiva, aportando evidencia empírica sobre el tema para el estudio de las empresas chilenas.



Bibliografía

- [1] ABALADEJO, M. Y ROMIJN, H. (2000). Determinations of innovation capability in small UK firm: an empirical analysis, *Eindhoven Center for Innovation Studies ECIS*, Vol. 200013
- [2] APODACA, L., MALDONADO, S. Y MÁYNEZ, A. (2016). La ventaja competitiva, desde la teoría de recursos y capacidades, *Revista Internacional Administración & Finanzas*, Vol. 9, No.1, 69-80
- [3] AVELLA, L., FERNÁNDEZ, E. Y VÁZQUEZ, C. (1999). Relación entre las ventajas de fabricación y la competitividad de la gran empresa industrial española, *Revistas ICE*, No.781, 69-83
- [4] BARNEY, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol. 17, No.1, 99-120
- [5] BERNHARDT, K., DONTU, N., KENNETT, P. (2000), A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability, *Journal of Business Research*, Vol. 47, 161-171
- [6] BUENO, E., CAMINO, D., MORCILLO, P. (1987), La gran empresa española: Análisis comparado de sus ventajas competitivas, *Economía Industrial*, No.257, 117-134
- [7] CARVALHO, F. Y LEDUR, L. (2004), Vantagem Competitiva o Construto e a Métrica , ©RAE, Vol. 44, No2, 51-63
- [8] CRÉPON, B., DUGUET, E. Y MAIRESSE, J. (1998), Research, Innovation, and Productivity: an econometric analysis at the firm level, *NBER Working Paper* , No. 6696, 115-158
- [9] DEL PINO, I., MOLINA, M. Y RODRIGUEZ, A. (2004), Análisis de las ventajas competitivas económico-financieras: una aplicación empírica a la industria manufacturera española, *Investigación Europea de Dirección y Economía de la empresa*, Vol. 10, No1, 93-111

- [10] ESQUIVEL, R., FÉLIX, G. Y BELLO, R. (2013), Evaluación del impacto de la capacitación con lógica difusa, *Revista chilena de ingeniería*, Vol. 22 No1, 41-52
- [11] ESTRADA, R., GARCÍA, D. Y SÁNCHEZ, V. (2009), Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México, *Revista Venezolana de Gerencia*, Vol. 14, No.46, 169-182
- [12] GUTHRIE, J., DATTA, D. Y WRIGHT, P. (2004), Peeling back the onion competitive advantage through people: Test of a causal model, *CAHRS Working Paper #0409*
- [13] HERRERA, L. (2012), El efecto diferenciado de la financiación pública de la innovación: Regiones centrales versus periféricas, *Información Comercial Española ICE*, No869, 81-97
- [14] HUERGO, E. Y JAUMANDREU, J. (2003), How does probability of innovation change with firma age?, *Small Business Economics*, Vol.22, No3, 193-207
- [15] LÓPEZ, J., SOMOHANO, F. Y MARTÍNEZ, F. (2016), La innovación y la ventaja competitiva en las PYMES mexicanas. España.
- [16] MARÍN, L. Y RUBIO, A. (2008), ¿Moda o Factor Competitivo? Un estudio Empírico de Responsabilidad Social Corporativa en Pyme, Tribuna de Economía, *Revista Comercial Española*, N° 842, 177-194
- [17] MILESI, D., MOORI, V., ROBERT, V. Y YOOGUEL, G. (2007), Desarrollo de ventajas competitivas: Pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia, *Revista de la CEPAL* 92, 25-43
- [18] PASTOR, M., RODRIGUEZ, P. Y RAMOS, A. (2015), Adicionalidad del financiamiento público a la innovación en pequeñas empresas, XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática
- [19] PERDOMO, J., HEREDIA, O. Y GALENDE, J. (2011), La gestión de recursos humanos enfocada en la calidad total y la innovación. Vol. 11, No 4.
- [20] PEREGRINO, R. Y LEDUR, L. (2011), Vantagem Competitiva, Criação de valor e seusefeitos sobre o Desempenho, *©RAE*, Vol. 52, No1, 70-84
- [21] POWELL, T. (1992), Organizational Alignment as Competitive Advantage, *Strategic Management Journal*, Vol. 13, No2, 119-134
- [22] RUBIO, A. Y ARAGÓN, A. (2002), Factores Explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme, *Cuadernos de Gestión*, Vol. 2, No1, 49-63

- [23] SALINERO, M. (2007), La formación como fuente de ventaja competitiva: Análisis de las empresas de Castilla-La Mancha. *Estudios financieros: Revista de Trabajo y Seguridad Social*. No.297. 149-150.
- [24] SHAHRIAR, M., KAYESER, J., MASUM, M. (2005), Determinants of Sustainable Competitive Advantages: A Study of Telecommunication Industries in Bangladesh, *Journal of Business Studies*, Vol. I, No.2, 121-130
- [25] VILA, M., FERRO, C., Y GUIADO, M. (2010), Innovación, financiación pública y tamaño empresarial, *Cuadernos de Gestión*, Vol. 10, No.1, 75-88
- [26] VROOM, G. Y MCCANN, B. (2010), Ownership structure, profit maximization, and competitive behavior, *Working Paper*, No 800

