

## COMPETITIVIDADE

Paula Marques dos Santos

Capacidade de cumprir com maior sucesso que os concorrentes objetivos predefinidos. Esta capacidade exige a definição de estratégias e/ou de formas de trabalho que capacitem qualquer organização para conseguir diferenciar-se no mercado, afirmando a sua marca em relação aos seus concorrentes diretos e indiretos. Em termos de relações internacionais, a competitividade avalia-se pela capacidade de um país produzir e vender nos mercados externos a um preço mais apelativo (ou através de estratégias de diferenciação) os demais parceiros comerciais. De acordo com o Fórum Económico Internacional, a competitividade consiste num conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam o nível de produtividade e de um país, além de garantir o bem-estar e prosperidade da sua população.

A competitividade reflete-se na capacidade de dinamização das exportações de um país e depende de indicadores como o rácio entre os preços internos e externos e a taxa de câmbio nominal. De forma a conseguir monitorizar e comparar o diversos países do sistema internacional, o fórum económico internacional definiu um conjunto de pilares mensuráveis, designadamente: a qualidade, eficiência e transparência das instituições, a qualidade e disponibilidade de infraestruturas de transporte, energia e comunicações; o ambiente macroeconómico (indicadores fiscais e monetários, taxas de poupança, entre outros); níveis de ensino, qualificação profissional e acesso à saúde; eficiência dos mercados (concorrência e perfil dos consumidores); eficiência do mercado de trabalho (flexibilidade, capacidade tecnológica); desenvolvimento do mercado financeiro (eficiência e fiabilidade do sistema bancário e financeiro); dimensão dos mercados (nacional e capacidade de exportação) e capacidade de inovação e sofisticação na definição dos negócios. Os países com uma pontuação alta nesses pilares tendem a ser economias avançadas com um elevado produto interno bruto *per capita*.

Kotler, P. (2001). *Marketing para o século XXI*. 8ª ed. São Paulo: Prentice Hall.

PORTER, M. (2004). *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Santos, P. M. (2014). *Secretariado – uma visão estratégica para a competitividade*. Viseu: Edições Esgotadas. ISBN 978-989-8514-83-7

Wendy, J.; Capela, S.; Hartman, S. (2004). *Dictionary of International Business Terms*. USA: Barron's.