

LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MEXICANAS Y LOS ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO

**Selene Jiménez Bautista
Raúl Gustavo Acua Popocatl
Carlos Mario Rodríguez Peralta
Darío Guadalupe Ibarra Zavala
(Coordinadores)**





Castellanos
editores

Carlos Castellanos Rivera
DIRECTOR GENERAL

Consejo Editorial:

Mtra. Ofelia Desatnik Miechimsky
COORDINADORA

Lic. Luis Ruiz Álvarez

Mtro. Marco Antonio Salazar Aguirre

Lic. Oscar de la Rosa Viguera

Mtro. Celerino Ruiz Ramos

Dr. Víctor Hugo Rodríguez Alpide

Primera Edición: Abril 2018

Diseño de portada: María Elisa Salazar Moya

© Selene Jiménez Bautista

© Raúl Gustavo Acua Popocatl

© Carlos Mario Rodríguez Peralta

© Darío Guadalupe Ibarra Zavala

© Universidad Autónoma del Estado de México

© Castellanos editores, S.A. de C.V.

ISBN: 968-5573-50-5

Todos los derechos reservados. Se permite la reproducción de la presente obra, por cualquier medio impreso, electrónico, auditivo, con la autorización por escrito de los editores y el titular de los derechos y citando la fuente.

Impreso en México

ÍNDICE

Introducción.....	7
-------------------	---

Capítulo I.

La empresa y las redes globales de producción

Carlos Mario Rodríguez Peralta

Selene Jiménez Bautista

La empresa y la estructura de mercado predominante	13
La transformación de la gran empresa.....	18
Conclusiones	30
Bibliografía	33

Capítulo II.

La influencia de las empresas en las negociaciones comerciales de México, los casos de los capítulos XI del TLCAN y XXIV del TPP.

Imtiaz Hussain

Raúl Gustavo Acua Popocatepetl

Selene Jiménez Bautista

Introducción.....	35
Las negociaciones del capítulo XI sobre inversión extranjera en el TLCAN.....	42
Las negociaciones del capítulo XXIV dirigido a las PyMEs en el TPP.....	53
El trato a las PyMEs en el TPP	57
Conclusiones	62
Bibliografía	64

Capítulo III.

Las Pequeñas y medianas empresas manufactureras y los tratados de libre comercio de México

Selene Jiménez Bautista

Raúl Gustavo Acua Popocatl

Las PyMEs mexicanas 2004-2014, aportación al producto y al empleo	67
Características de las PyMEs mexicanas.....	72
PyMEs manufactureras participantes en los tratados de libre comercio de México.....	76
Bibliografía	87

Capítulo IV.

Estudio exploratorio a PyMEs

mexicanas.....	89
-----------------------	-----------

Selene Jiménez Bautista

Carlos Mario Rodríguez Peralta

Sondeo a egresados, resultados.....	90
Encuesta exploratoria a PyMEs manufactureras de México.....	92
Metodología.....	92
Resultados relevantes	93
Bibliografía	103

Conclusiones	105
--------------------	-----

CAPÍTULO I

LA EMPRESA Y LAS REDES GLOBALES DE PRODUCCIÓN

CARLOS MARIO RODRÍGUEZ PERALTA¹

SELENE JIMÉNEZ BAUTISTA²

La empresa y la estructura de mercado predominante

LA EMPRESA PUEDE ser definida como un conjunto de recursos productivos, materiales y humanos, que se organizan de una manera tal con el fin de perseguir un objetivo. Para algunos autores, como Eichner (1988) y Penrose (1956), el objetivo de la empresa moderna es expandirse a la más alta tasa posible. Para conseguir tal fin, la empresa es capaz de organizar sus recursos para producir, ya sea bienes y/o servicios.

Como unidad básica de producción en el capitalismo, la empresa ha evolucionado de modo tal que hoy en día existe una estructura de mercado en el cual se pueden identificar diferentes tipos de ellas. Aquel mundo en donde la empresa competía en condiciones iguales a las de sus rivales poco a poco fue desapareciendo con el devenir de los años, si es que alguna vez existió una forma parecida (Labini, 1966). Hoy en día subsisten empresas pequeñas y medianas, que conviven con empresas grandes con capacidad de fijar precios. Si las empresas de me-

¹ Doctor en Economía por la UNAM, Profesor en la UNAM y en UAEM Nezahualcóyotl

² UAEM, Centro Universitario. UNAM, FES Aragón

nor tamaño existen, es porque a las empresas mayores les conviene que existan. Según Sylos Labini (1966), dicha conveniencia originalmente radica en que son capaces de abastecer distintos nichos de mercado que a las grandes no les es provechoso abastecer, en términos de costos y ganancias, o bien por que cubren una cuota de producción tal que sumada a la de las grandes empresas, permite mantener un precio de equilibrio que impida a otras grandes empresas entrar, dado que al hacerlo tendrían que reducir el margen de ganancia, lo que eliminaría el incentivo de entrada (Labini, 1966).

La empresa moderna, dadas sus características, independientemente de su tamaño, puede verse como una unidad básica de la economía, ya que es un importante centro en donde se toman decisiones clave.

Dentro del conjunto de decisiones relevantes que la empresa debe tomar se incluyen no solo cuánto producir o cuál precio determinar (principalmente para el caso de las empresas mayores) sino además cuánto invertir y cómo financiar tal inversión (Eichner, 1988).

Así pues, hoy en día la economía “consiste predominantemente de industrias oligopólicas en estructura, con la resultante habilidad de mantener sobre el tiempo cierto margen, o *Mark-up*, sobre los costos” (Eichner, 1988, pp. 29). En otras palabras, hoy en día la estructura de mercado predominante en toda industria es la oligopólica, caracterizada por la presencia de unas cuantas grandes empresas que abastecen cerca del 80% del mercado (Eichner, 1988). Dentro de dicho conjunto de empresas destaca una, aquella que posee la mayor participación en el mercado y se destaca por su capacidad innovadora. Se trata de una líder con un gran poder e influencia sobre el mercado.

Dado que las pequeñas y medianas empresas son seguidoras, y se subordinan a las decisiones de las grandes empresas, el funcionamiento de la gran empresa, o

megacorporación en términos de Eichner (1988), o multinacionales en términos de Penrose (1956), es la más relevante.

Según Eichner, la megacorporación es una “organización en lugar de un individuo” (Eichner, 1988). Para expandirse “ha de intentar retener su participación presente del mercado en la industria a la cual pertenece y (...) periódicamente expandirse dentro de una industria más nueva y de mayor crecimiento, mientras se retira de aquella en la cual el crecimiento de las ventas es insuficiente y/o el margen de ganancia ha sido exprimido por debajo de la tasa de retorno objetivo de la firma. (...) La megacorporación, como una organización, toma decisiones a través de una jerarquía administrativa. En la cima de esta estructura de toma de decisiones, o política interna, se encuentra un grupo ejecutivo, el cual consiste en el director general (*CEO*) y un número de vicepresidentes (Gordon, 1945)”. (Eichner, 1988, pp. 30-31). Las decisiones que se toman incluyen la tasa de retorno objetivo de la inversión; los proyectos de inversión a ser incluidos en presupuesto de capital anual; el *Mark-up* requerido; el incremento anual en sueldos, salarios, y dividendos; y cualquier cambio en el monto de la deuda externa. “El grupo ejecutivo además determina a cual, si es el caso, nueva industria o mercados la megacorporación intentará entrar.” (Eichner, 1988, pp. 31).

Además “La megacorporación opera no solo en una, sino en muchas plantas en cada una de las industrias a la cual pertenece, con cada planta incorporando en la forma de un conjunto fijo de coeficientes técnicos la tecnología de menores costos disponible en el momento en que la planta fue construida (por la última modernización)” (Eichner, 1988, pp. 31-32).

Según este autor, en el largo plazo la megacorporación buscará una mayor capacidad para hacer frente al crecimiento de las ventas de la industria a través de la creación

de más plantas. Las nuevas plantas incorporarán mayor tecnología, reduciendo la proporción producto-trabajo dentro de esa industria, siempre y cuando el costo del trabajo sea relativamente creciente con respecto a los otros *inputs*.

Por otro lado menciona, al igual que Sylos Labini (1966) que la megacorporación es una fijadora de precios. Bajo la lógica de Eichner, los precios serán establecidos mediante la adición de un cierto *Mark-up*, o margen, a la unidad de costos de producción. Los precios se ajustarán dependiendo de lo que vaya ocurriendo con los costos unitarios de producción permitiendo que el *Mark-up* quede fijo en el corto plazo. A pesar de ello, en el largo plazo el *Mark-up* es variable y puede ser explicado por la necesidad de fondos adicionales de inversión de la empresa.

Eichner menciona además que la forma de competir de la megacorporación es a través de varios tipos de inversión en lugar del precio. “Esto hace a la cartera de inversión, seguida por la publicidad y la investigación y el desarrollo (*I&D*), el punto crítico mediante el cual la megacorporación mejora su posición en el largo plazo” (Eichner, 1988, pp. 34).

Debe considerarse además, que toda acción de la megacorporación no puede ser entendida aislada de las otras. La megacorporación es un ente que coordina todas y cada una de sus actividades para conseguir su objetivo, el crecer.

El crecimiento para la empresa relevante en el sistema capitalista resulta ser de suma importancia, ya que si no se crece, por lo menos al ritmo de la competencia, la empresa correrá el riesgo de ser absorbida o eliminada. Para crecer la megacorporación hace uso de sus recursos, tratando de combinarlos de la mejor manera posible para hacerse de ventajas, y buscando aprovechar lo que esté a su alcance. La empresa entonces, busca obtener ventajas mediante la mejora interna o aprovechando

los beneficios que puede obtener del exterior a ella. Bajo esta lógica, Alfred Marshall, distinguió entre dos clases de economías derivadas de un aumento en la escala de producción. Las primeras, las llamadas Economías Internas, estaban asociadas a la eficiencia obtenida con la asignación de recursos en el seno de una empresa, mientras que las segundas, las llamadas Economías Externas, estaban vinculadas al desarrollo general de la industria. (Marshall, 1963 en Catalán, Miranda y Ramón, 2011). “Entre las economías internas consideró las ganancias de eficiencia derivadas de nuevas formas de organización de la empresa vía incrementar la división del trabajo, incorporar nuevas máquinas, ahorrar materiales o mejorar la eficacia en la dirección. Las economías externas serían las obtenidas gracias a la concentración de negocios de carácter similar en localidades particulares. En otras palabras, por economías externas entendería las mejoras de eficiencia derivadas de una concentración localizada de la industria” (Marshall 1963, en Catalán, Miranda y Ramón, pp. 10)

Estas mismas ventajas las observó Kaplinsky (2005), quién consideró además el proceso de transformación contemporáneo de la industria a través de redes globales de producción.

Hoy en día, la megacorporación, siguiendo los mismos fines descritos por Eichner (1988), ha organizado el proceso productivo de manera tal, que le permita conseguir esas ventajas que a su vez le permitan mantener su crecimiento acelerado. El proceso productivo pudo ser dividido en eslabones que permiten la especialización y la obtención de economías de escala, a la vez que le permite adaptarse a los cambios de la demanda. Pero este es un proceso complejo que entraña la transformación de la industria y de la forma de organización de la gran empresa (o megacorporación), que se pretende describir a continuación.

La transformación de la gran empresa

La empresa relevante en el sistema capitalista es la gran empresa o Megacorporación (Eichner, 1988), dado que personifica el comportamiento típico de una empresa capitalista moderna.

El mundo económico se encuentra en constante cambio. Las innovaciones, como un proceso endógeno a la empresa, son una necesidad para mantener la rentabilidad, se transforman en un factor importante de cambio. Así, como Carlota Pérez lo menciona, "El cambio técnico es un rasgo permanente del sistema económico. Constantemente se introducen cambios incrementales en productos y en procesos en distintas empresas e industrias; las innovaciones radicales llevan al reemplazo de un producto por otro o a cambios profundos en las técnicas de producción o, más aún, a la creación de nuevas ramas de industria o de servicios y al crecimiento de sistemas tecnológicos totalmente nuevos." (Pérez, 1992)

Este proceso de constante cambio, obliga a las empresas a adaptarse a las condiciones variables del sistema. Se trata de una dinámica en donde las empresas deben aprender de sus errores, prueban nuevos caminos y nuevas formas de llevar a cabo la combinación de los factores para poder obtener tasas incrementales de rentabilidad, mantener o incrementar su participación en el mercado. El proceso de cambio iniciado por las empresas genera que otros agentes a su alrededor se vean obligados a cambiar por la presión que estas mismas ejercen sobre el sistema, y una vez que los agentes modifican su comportamiento generando con ello un cambio en el sistema, el sistema mismo entonces genera presión para el cambio en las empresas.

A este proceso algunos lo llaman coevolución (Malerba, 2005) e implica una estrecha relación entre la empresa y el medio en el que se desenvuelve. De manera similar,

Carlota Pérez (Pérez, 1992) relaciona la innovación y el entorno social e institucional de la empresa, mencionando que el cambio técnico, producto de la innovación de las empresas, requiere de la evolución del entorno socioinstitucional. Así pues, la evolución de la empresa y la industria a la que pertenece, requiere además de la evolución de otras industrias y otras ramas, nuevas o transformadas; de la evolución del entorno social, político, cultural, académico y todo el entorno de la misma; lo que permita un cambio que permee a todas las esferas de la vida económica

Este proceso coevolutivo tiene implicaciones muy profundas, pues expresa la interdependencia entre todos los actores que giran alrededor de la empresa y de la empresa con los mismos. Franco Malerba (2005) menciona que “La coevolución, llega hasta el corazón del análisis dinámico de la innovación y la evolución de las industrias, y aborda la cuestión de la transformación y el cambio estructural. En un amplio sentido, la coevolución implica variables que cambian al mismo tiempo y los lazos de retroalimentación específicos que los vinculan. Procesos coevolutivos involucran el conocimiento, la tecnología, los actores, la demanda y las instituciones, y son a menudo dependientes de la trayectoria.” En otras palabras, el camino que recorre la empresa es influenciado por el entorno, y el entorno es influido por la empresa, generando un proceso dinámico en constante cambio.

Carlota Pérez (Pérez 1992) identifica dos periodos con características diferentes en la reciente historia del capitalismo: uno que va dos o tres decenios posteriores a la segunda guerra mundial y otro a partir del decenio de 1970, y un conjunto de factores de cambio que alteran a la empresa y al entorno y la consecuente retroalimentación mencionada.

“La diferencia básica entre estos dos periodos hay que hallarla en el grado de armonía o desarmonía, de aco-

plamiento o desacoplamiento entre el marco socioinstitucional y las exigencias de la ola de cambio técnico que está transformando la esfera económica. Los largos periodos de rápido crecimiento, como los decenios de los 50 y los setenta, tienen lugar cuando se ha logrado una coherencia dinámica entre las dos esferas. Los periodos prolongados de relativo estancamiento y de errático desempeño económico, como los decenios de los setenta y los ochenta (o de depresión, como los años treinta) son consecuencia de un grave desajuste en el nuevo potencial económico, que transforma gradualmente la economía, y un marco socioinstitucional inadecuado nacional e internacional.” (Pérez, 1992)

Así, surge un gran proceso de transformación mundial que puede ubicarse finales de los años 70 y principios de la década de los 80, debido a la gran crisis del capitalismo y a la producción Fordista, quién en su tiempo, logró una fase de acoplamiento que permitió el esplendor del sistema. Sin embargo, las fuerzas productivas llegaron a su agotamiento, generando problemas graves y la necesidad urgente de un cambio.

El nuevo paradigma tecno-económico³ surgió con la crisis del anterior (Pérez, 2004), pero este requiere un acoplamiento del entorno para mostrar su máximo potencial, un entorno adaptado a las formas del paradigma en agotamiento forjado por la transformación de la empresa.

Caracterizando al paradigma tecno-económico en agotamiento mencionado, se pueden encontrar prácticas generales de la empresa exitosa. Las empresas antes de la crisis enfocaban su producción internacional en la penetración de mercados protegidos mediante inversiones que dependían de saltos arancelarios y en el uso de activos desarrollados domésticamente para explotar los

³ Concepto que hace referencia a las prácticas óptimas en la producción surgidas de innovaciones radicales, caracterizado por un conjunto de industrias impulsoras con un grupo de tecnologías genéricas aplicables a todas las ramas de las diferentes industrias capaces de dar un nuevo impulso a la dinámica económica (Pérez, 2004)

costos factoriales diferenciales internacionales, principalmente para el trabajo (Dunning, 1981 en Ernst, 2003). Las grandes empresas llevaban a cabo la llamada producción en masa cuyo origen data en los primeros años del siglo XX. Hoy se identifica que las empresas de la época estaban basadas en relaciones de automatización rígida y en la especialización del trabajo en torno a la cadena de montaje; solían además tener una alta integración vertical y generaban productos estandarizados. Las empresas además se desarrollaban en un entorno de protección de la competencia externa por medio de políticas activas y arreglos administrativos

En ese entonces, se podía identificar en las sociedades capitalistas avanzadas (en el periodo inmediato a la posguerra), una relación estrecha entre la economía nacional y la soberanía estatal dentro de un determinado territorio. En cada caso, esta relación era consolidada por el papel central adquirido, por un lado, por las industrias de masas del fordismo y, por otro, por las políticas keynesianas de bienestar que intentaban proporcionar los mecanismos de estabilización en beneficio de las industrias y reproducir sus bases sociales (Scott, 2002 en Basave, Dabat, Morera, Rivera y Rodríguez, 2002). Durante los años 50 y 60, el comercio internacional se encontraba en expansión en términos absolutos.

En los países capitalistas más avanzados, las principales ciudades industriales junto con el área inmediata que las rodeaba, llegaron a operar como el centro de prosperidad respecto del resto de los territorios nacionales y del mundo.

Sin embargo, este arreglo entró en crisis, derivado de problemas de sobreproducción, asociados a la necesidad natural del sistema por amortizar los enormes costos de producción de las gigantes empresas, y su incapacidad de adaptación a los cambios en las características de la demanda, además del ascenso de una nueva forma de

organización productiva, de un nuevo Paradigma tecnológico, (Pérez, 2004).

La crisis se manifestó, entre otras cosas, con un masivo cierre de plantas y despidos en lo que fueron prósperas regiones manufactureras, además de una acelerada dispersión de producción hacia regiones periféricas, no solo al interior de un mismo país, sino de muchas partes del tercer mundo.

Así, con la crisis se empezó a observar que los sistemas manufactureros empezaron a funcionar bajo esquemas de especialización sobre una base local-global, ligados al grado de dominio de algún segmento de la cadena de valor, permitiéndose el surgimiento a nivel internacional de sistemas regionales y/o locales. Se inicia un proceso de localización de capital productivo, por una parte, en áreas cuyo rasgo distintivo fue el desarrollo continuo de la innovación a los que se les asoció una alta inversión en investigación y desarrollo, justo en áreas con una alta tradición industrial, mientras que los países rezagados, en general, se arraigaron procesos relacionados a segmentos de la cadena de valor con una tecnología intensiva en mano de obra y con posibilidades más limitadas con respecto al escalamiento industrial, funcionando con atributos distintivos de zonas especiales de exportación que habrían de funcionar sin desarrollos de fases estratégicas en diseño e innovación (Basurto, 2013)

Este proceso se pudo llevar a cabo gracias a la superación del paradigma Fordista y al ingreso a la llamada producción flexible, o Toyotismo, apoyado este a su vez por la revolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's). Dicha revolución, jugó un papel central en la gran transformación, y confluyó precisamente con el ascenso de la nueva organización productiva (Toyotismo), la cual tuvo sus orígenes en Japón. Dicha revolución apoyó de manera sustancial el paso a la automatización flexible de los procesos productivos,

la introducción de la computadora y las redes de computadoras (Dabat, 2002 en Basave, Dabat, Morera, Rivera y Rodríguez, 2002), que a su vez habrían de conformar el nuevo paradigma productivo. Sin duda la nueva forma productiva no habría podido surgir sin la base brindada por las TIC's.

Este nuevo paradigma era capaz de producir grandes volúmenes y a la vez generar una producción diferenciada, capaz de adaptarse eficazmente a los cambios de la demanda y permitía a su vez el desarrollo tecnológico a través de la desintegración productiva.

La gran empresa pudo reestructurar sus estrategias para alcanzar sus objetivos. Esta vez lo haría a través de la desintegración productiva y la partición de la cadena de valor.

Este proceso dio origen a lo que Ernst (2003) llama Redes Globales de Producción. Así, las grandes empresas dentro del sistema oligopólico, se perfilaron como las líderes, quienes habrían de romper la cadena de valor en una variedad de funciones discretas y las situarían en donde quiera que se pudiesen llevar a cabo más eficazmente, donde mejorasen el acceso de la empresa a recursos y capacidades, y donde fueran necesitadas para facilitar la penetración de mercados de crecimiento importantes (Ernst, 2003).

El principal propósito de estas redes se convirtió en el de proveer a las líderes de acceso rápido y de bajo costo a los recursos, capacidades y conocimiento que son complementarios a sus capacidades centrales. Las RPG habrían de permitir a las líderes sostener posiciones cuasi-monopólicas, generar poder de mercado a través de la especialización y levantar barreras a la entrada. (Ernst, 2003).

Las RPG (Redes de Producción Globales) son una forma de organización empresarial que incluye las transacciones al interior de la empresa y aquellas que se llevan a cabo entre empresas, así como sus formas de coordi-

nación. Una RPG vincula a las propias subsidiarias de las líderes, afiliadas y coinversiones, con sus subcontratistas, proveedores, proveedores de servicios, así como a los compañeros en alianzas estratégicas (Ernst, 2003).

Las RPG están organizadas jerárquicamente en una estructura que va desde la cima en donde se encuentran las líderes de red, las cuales tienen bajo su dominio a la red, hasta una variedad de proveedores especializados usualmente más pequeños quienes se encuentran en la parte más baja. Es importante destacar que es la líder de la red quién rompe la cadena de valor en una variedad de funciones específicas, colocándolas donde puedan llevarse a cabo más eficazmente, y en relación a su estrategia global.

Dentro de esta estructura jerárquica se pueden distinguir dos grandes grupos de jugadores: Las Líderes de la red y los proveedores. Dentro de las líderes podemos encontrar dos tipos (Ernst, 2003): las líderes de marca (LM) y los fabricantes por contrato (*contract manufacturers*, CM por sus siglas en inglés). Ambas pueden estar incluso vinculadas dentro de una misma red estableciendo cada una de ellas sus propias RPG.

En cuanto a los proveedores, estos suelen ser locales y pueden distinguirse dos tipos: los proveedores líderes y los proveedores de nivel inferior. Los primeros juegan un rol intermedio entre las líderes globales y los proveedores locales de nivel inferior. Ellos tratan directamente con las líderes. Poseen valiosos activos de propiedad (incluyendo tecnología) y han desarrollado su propia mini RPG (Chen&Chen, 2002, en Ernst 2003). Con la excepción de I&D básica y mercadeo estratégico, el proveedor líder debe ser capaz de llevar a cabo todos los pasos de la cadena de valor. Incluso debe asumir las funciones de coordinación necesarias para la administración de la cadena de proveeduría de la cadena global. Esto requiere que el proveedor líder desarrolle e integre a su propia red densos

encadenamientos de *clusters* dispersos geográficamente, pero concentrados y especializados localmente. Los proveedores de nivel inferior están en una posición más precaria. Sus principales ventajas competitivas son su bajo costo, velocidad y flexibilidad de entrega. Estos pueden ser expulsados sin previo aviso, carecen de activos de propiedad y su posición financiera es débil (Ernst, 2003).

Las LM juegan el principal papel dentro de la red, proveen liderazgo estratégico y organizacional. Su estrategia afecta directamente el crecimiento, la dirección y la posición del resto de los integrantes de la red. Estos últimos, a pesar de su innegable importancia, no tienen influencia recíproca sobre la estrategia de las líderes (Rugman *et al* D'Cruz, 2000 en Ernst, 2003).

La líder basa su fuerza de control en su capacidad de retener las actividades de mayor valor agregado, en donde tienen una ventaja estratégica particular, y subcontratan aquellas de menor valor y en donde sus ventajas estratégicas son escasas. Algunas líderes se enfocan en el diseño, desarrollo de producto y en la mercadotecnia, subcontratando la manufactura en volumen y servicios de soporte relacionados. También se encargan de la producción de prueba (prototipos) de herramientas y equipo, adaptación de procesos y la coordinación de la cadena productiva, además del desarrollo y diseño del producto (Ernst, 2003).

En opinión de Kaplinsky (2005), la capacidad de una firma de apropiarse de rentas, le permite colocarse como líder en la red global, determinando quién entra o sale de ella. Así, las empresas generan procesos mediante los cuales aseguran rentas que les garantizan su estancia en la cadena, e incluso les permiten tomar su liderazgo.

La renta surge de la escasez, esto significa tener algo (un recurso, una capacidad, conocimiento) que otros no poseen. La renta describe una situación donde las partes, que controlan un conjunto particular de recursos, son ca-

paces de ganar de la escasez alejándolos de la competencia a partir de la toma de ventaja o creando barreras a la entrada para los competidores (Kaplinsky, 2005).

De la capacidad de la líder de generar rentas, es decir capacidades que no cualquiera puede llevar a cabo, depende su poder y por consecuencia su posición como líder en la red.

La importancia de la renta fue identificada primero por Ricardo quién decía que la renta era esa porción del producto de la tierra la cual es pagada al dueño por el uso de los poderes originales indestructibles del suelo, pero fue Marshall y particularmente Schumpeter quienes desarrollaron un esquema para entender el proceso mediante el cual las rentas pueden ser creadas. Estos tipos de renta son comúnmente llamadas como rentas "del productor", "empresariales" o "Schumpeterianas".

Kaplinsky nos menciona que Schumpeter proveyó una estructura analítica para mostrar cómo la escasez puede ser construida mediante la innovación. Sylos Labini (1966) menciona que la innovación es fuente de estas "rentas" explicadas por Kaplinsky. Si la innovación prueba ser difícil de copiar, entonces el empresario gana una súper ganancia la cual excede no solo el costo de la invención y la asociada innovación, sino además el rendimiento de la actividad económica en otras actividades las cuales están menos protegidas de la competencia. Con el tiempo la innovación es copiada o suprimida por una nueva o superior innovación. Este es el "motor Schumpeteriano", nos menciona Kaplinsky, el cual se refiere a la búsqueda por producir rentas.

Las barreras a la entrada son un componente central de la teoría de la renta, y similarmente la teoría de la renta provee la clave para entender la disponibilidad y sostenibilidad de altos ingresos (Kaplinsky, 2005).

En su análisis de la naturaleza de los tipos de rentas y barreras a la entrada, Kaplinsky distingue dos tipos de renta: Rentas endógenas y Rentas exógenas.

Las rentas que son en gran parte endógenas a la cadena de valor (Rentas endógenas) son aquellas en donde las rentas se obtienen del comando del proceso productivo, y en el cual su obtención es enteramente endógena a la firma y a sus compañeros en la cadena de valor. Algunas de estas rentas son generadas dentro de firmas individuales: nuevas tecnologías (procesos y productos), habilidades específicas y productivas, nuevas formas de organización, diseño y *marketing*. Cada una de estas rentas puede ser protegida por procesos *Know-how* (no escritos) o barreras a la entrada formales como marcas, derechos de copia y patentes. Pero algunas rentas que son endógenas al sector productivo son creadas con otras firmas. La habilidad de fomentar y operar redes para facilitar logística, calidad, diseño y mercadeo puede proveer a una firma individual o un grupo de firmas, con significativa ventaja competitiva (Kaplinsky, 2005).

Las rentas que son en gran parte exógenas a la cadena (Rentas exógenas), como su nombre lo dice, están determinadas fuera del sector corporativo. Estas rentas externas pueden darse debido a la escasez natural de los recursos o por el diseño e implementación de una política efectiva, etc. Es decir las rentas de ese tipo pueden ser generadas por las características de los recursos naturales, políticas, infraestructura, acceso a financiamiento, entre otras (Kaplinsky, 2005).

En resumidas cuentas, las RPG, o CGV (Cadenas Globales de Valor) como R. Baldwin (2016) las llama, deben pensarse como “fábricas que cruzan fronteras” (Baldwin, 2016). Encabezadas por una líder, quién aprovechando sus ventajas, derivadas de procesos históricos de acumulación de conocimientos y capital, en un mundo en transformación, fragmenta la cadena de valor y conserva las

actividades de mayor valor agregado y que le son estratégicas dadas las capacidades con las que cuenta. Dicha líder de red, se encuentra sumergida en una estructura oligopólica en donde la competencia se lleva a cabo entre cadenas, comportándose como una megacorporación que debe tomar en cuenta al conjunto de empresas que forman parte de la cadena.

“Las etapas de producción que anteriormente se organizaban dentro de una sola fábrica, ahora están distribuidas en el ámbito internacional” (Baldwin, 2016). La megacorporación debe tomar las mismas decisiones, pero ahora tomando en consideración a los participantes más importantes de la red, que le permiten potenciar sus capacidades y ser más competitiva en los mercados mundiales bajo un nuevo esquema de producción.

Por otro lado, las RPG abren una nueva brecha de oportunidad al permitir que las naciones se vuelvan competitivas “mediante su ingreso a las cadenas de suministro” (Baldwin, 2016). En esta lógica las grandes empresas “aprovechan sus conocimientos técnicos específicos estableciendo redes de producción internacionales para producir insumos en las ubicaciones más rentables” (Baldwin, 2016)

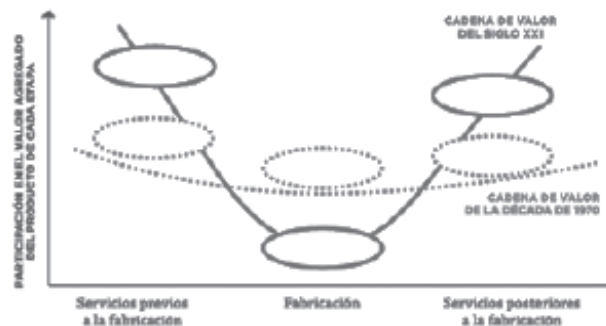
Las grandes empresas buscan aprovechar las ventajas de diversos países a partir de las capacidades que las RPG les permiten, “combinando los capitales humano, físico y de conocimiento de varias naciones (...). Las empresas de naciones que poseen tecnología avanzada recombina sus conocimientos administrativos, técnicos y de comercialización específicos de la empresa con la mano de obra de naciones en desarrollo. Después de todo, las etapas de deslocalización (*offshoring*) deben engranarse de manera fluida y evolucionar conjuntamente con el resto de la red de producción. La motivación en el nivel corporativo es aprovechar el valor del conocimiento técnico específico

de la empresa combinándolo con los bajos salarios de las naciones en desarrollo” (Baldwin, 2016).

Algo que se ha podido observar es que en el proceso de transformación mundial derivado del ascenso de la producción flexible o toyotismo y la generación de las RPG, el mayor valor agregado en la cadena se concentra en las actividades distintas a la fabricación de los productos, generando lo que algunos autores llaman la curva de la sonrisa (Baldwin, 2012).

El efecto de la curva de sonrisa (Baldwin, 2016) se debe a que “la fabricación agrega valor de formas que pueden reproducirse y trasladarse fácilmente. Dado que las empresas de las naciones ricas tienen una amplia variedad de opciones de dónde colocar la producción deslocalizada, la fabricación se transformó en un *commodity*. Los servicios previos y posteriores a la fabricación, no obstante, no se devino en *commodity*. Tales servicios requieren aglomeraciones de trabajadores talentosos que interactúen de manera rápida y flexible para producir valor que sea difícil de copiar (generación de rentas). Las técnicas de producción masiva funcionan bien para la fabricación, pero no para los servicios previos y posteriores a esta” (Baldwin, 2016)

La curva de la Sonrisa: El valor agregado a lo largo de la cadena



Fuente: Baldwin, 2016

Lo que puede observarse mediante lo anterior, es que en la partición de la cadena de valor, las líderes mantienen aquellas actividades que aportan el mayor valor agregado, encargando mediante acuerdos, aquellas que no le son rentables a las más grandes proveedoras con ciertas capacidades de innovación, quienes a su vez crean sus propias redes de producción, llevando la fabricación a países en desarrollo en donde se abre la brecha para empresas de menor tamaño (PyMEs), otorgándoles un papel precario y de difícil acceso dado que se tratan de los eslabones más débiles de la cadena en las actividades de menor valor agregado que tienen como exigencia altos estándares de calidad. De la fabricación a los servicios post venta el valor agregado vuelve a incrementarse y es donde podría encontrarse la verdadera oportunidad.

Algunos autores como Baldwin (2016) apuntan a que la mejor manera de embarcarse a la senda del desarrollo es saber incrustarse a la cadena de proveeduría, y que las políticas deberían encaminarse al desarrollo de tres herramientas principales: capital físico (máquinas, infraestructura, etc.); capital humano (habilidades, capacitación, experiencia, etc.); y capital de conocimientos (tecnología, desarrollo de productos, etc.)

Conclusiones

La gran empresa capitalista tiene como uno de sus objetivos el crecer a las más altas tasas posibles, para garantizar un lugar en un mercado oligopólico donde rivaliza con otras grandes empresas. El intento por conseguir dicho objetivo, amalgamado con uno más, el incrementar su rentabilidad y ganancias, le han conducido a la búsqueda e implementación de nuevas tecnologías que potencien sus capacidades. Tal búsqueda, a través de un largo proceso, le ha permitido fragmentar el proceso de produc-

ción, y a su vez, le ha abierto la posibilidad de seleccionar aquellas partes del mismo que le son más rentables.

Aquellas actividades que son menos susceptibles de copia y que requieren actividades intensivas en conocimiento, son las que la gran empresa capitalista retiene, y le permiten conservar su liderazgo en una red que se puede extender en regiones integradas por diferentes países del globo.

La formación de mencionadas redes, así como la competencia a la que se enfrenta la empresa líder, competencia que se transforma en competencia entre redes, la ha obligado a compartir algunas actividades de alto valor agregado y contenido tecnológico con sus proveedoras cercanas, generando lazos estrechos de cooperación.

La empresa líder y sus proveedoras generan fuertes lazos y a su vez extienden sus redes de proveeduría, llevando aquellos procesos de menor valor agregado, como el de manufactura, procesos con menor contenido tecnológico y susceptibles de copia, a lugares en donde les es más rentable en términos de costos. Dichos lugares cuentan con características como costos de insumos y mano de obra relativamente menores, entre otras características favorables, que les hacen ser más competitivas frente a sus rivales y les permiten extender sus márgenes de ganancia.

La competencia se vuelve aún más compleja cuando en la búsqueda por incrementar la rentabilidad a través de economías de escala, las grandes proveedoras de las líderes abastecen a otras líderes, e incluso se hacen alianzas entre líderes, generando un complejo sistema de competencia-cooperación.

Las partes de proceso que las líderes y las proveedoras trasladan a otras regiones diferentes a las de sus países de origen, cuyo valor agregado y contenido tecnológico es menor, deja escaso margen para la inclusión a la cadena de suministro de empresas de menor tamaño,

por las altas exigencias y un conjunto de contratos previamente establecidos. El lugar que las PyMEs en dichas regiones podrían ocupar es restringido, altamente exigente y deja un margen de beneficio reducido.

A pesar de lo anterior, analizando más a fondo la generación de valor agregado de la cadena de valor, a través de la llamada curva de la sonrisa, se puede encontrar que los servicios pos venta encuentran un incremento en la generación de dicha variable.

Los eslabones de fabricación podrían ser susceptibles de ser captados por las PyMEs, gracias a las capacidades de generar servicios *ad hoc* por su pequeño tamaño, lo cual es una oportunidad para el crecimiento de las mismas. Sin embargo, existen limitaciones en las PyMEs para otros niveles de la cadena, por mencionar:

- a. Los servicios posventa comparten una característica en común con los primeros eslabones: integran actividades intensivas en conocimiento. El aprovechamiento de las oportunidades en esta parte de la cadena requieren una base educativa y tecnológica de alto nivel, característica de las que las PyMEs en países como México adolecen.
- b. Gran parte de los servicios pos venta relacionados al producto final requieren ubicarse cerca del consumidor final. La dinámica de producción transporta la fabricación de los productos en países en vías de desarrollo con el fin de aprovechar ventajas locales, para posteriormente ubicar el producto final en un mercado distinto, generalmente en mercados de países desarrollados.

Con todo lo anterior se puede concluir que con cada oportunidad se presentan nuevos desafíos. Si bien las redes globales de producción tiene una dinámica general, cada industria tiene sus características especiales. Si se

intenta generar un conjunto de programas para apoyar a las PyMEs y su inclusión en las RPG, se debe tener una visión amplia del problema y no permitir la generación de acciones parciales que desemboquen en esfuerzos vanos.

Bibliografía

Baldwin, Richard (2012).

Global Supply Chains: Why They Emerge, Why They Matter, and Where They are Going. *CTEI Working Papers*, Graduate Institute of International and Development Studies, Geneva.

Baldwin, Richard (2016).

La malinterpretación de la revolución de las cadenas globales de valor. *Boletín Informativo Techint*, No. 352

Basurto Álvarez, Rodolfo, (2013).

Estructura y recomposición de la industria automotriz mundial.

Basave, Dabat, Morera, Rivera y Rodríguez (coords.)

(2002).

Globalización y Alternativas Incluyentes para el Siglo XXI. UNAM, IIEC.

Catalán, Jordi; Miranda, J.A. y Ramón Muñoz R. (eds.)

(2011).

Distritos y Clusters en la Europa del Sur. LID Editorial Empresarial, España.

Ernst, Dieter (2003).

Redes globales de producción, difusión del conocimiento y formación de capacidades locales. Un marco conceptual, en Enrique Dussel Peters (coords.), *La industria electrónica en México: problemática, perspectivas y propuestas.* Universidad de Guadalajara, México

Eichner, Alfred (1988).

Microfoundations of the Corporate Economy, en *Toward a New Economics, Essays in Post-Keynesian and Institutionalist Theory*, M. E. Sharpe, N.Y. Cap. 3.

Harcourt, G. y Peter Kenyon (1988).

La fijación de precios y la decisión de inversión, en Economía Poskeynesiana (José Antonio Ocampo, editor), FCE, *Lecturas del Trimestre Económico* núm. 60, México, Capítulo 9.

Labini P., Sylos. (1966).

Oligopolio y progreso técnico. Ediciones oikos-tau, Barcelona, España.

Kaplinsky, Raphael (2005).

Globalization, Poverty and Inequality. Polity Press. London, England

Malerba, Franco (2005).

Innovation and the Evolution of Industries. CESPRI - Bocconi University

Pérez, Carlota (2004).

Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza. Siglo XXI Editores, México

Pérez, Carlota. (1992).

Cambio técnico, reestructuración competitiva y reforma institucional en los países en desarrollo, en: *El Trimestre Económico*, vol. LIX (1), enero-marzo, núm. 233

Penrose, Edith (1959).

The Theory of the growth of the firm. Oxford University Press, 1995.

Schumpeter, Joseph A. (1944).

Teoría del desenvolvimiento económico. Fondo de Cultura Económica, Primera edición en español, 1944, México D. F.