



## MERCADO (LEY DEL VALOR) Y PLANEACIÓN CORPORATIVA

José C. Valenzuela Feijóo

## Resumen

En todo sistema económico siempre vamos a encontrar un determinado principio regulador. Este principio o “ley básica” se encarga de regular la asignación adecuada de los recursos económicos y el proceso de crecimiento y desarrollo de la economía. Cuando la historia avanza y cambia la naturaleza del sistema económico imperante, la necesidad genérica de tal principio no se anula. Lo que sí sucede es la sustitución de un principio específico (el viejo) por otro, que es nuevo y adecuado a las nuevas condiciones de la estructura económica.

En una economía de mercado estrictamente “pura”, el principio regulador central es el principio o ley del valor. Y es esta ley (a veces se habla del “mercado”) la que pasa a regular tanto la asignación de los recursos como el proceso de crecimiento.

En el capitalismo contemporáneo, la presencia de tal ley o principio es innegable. Pero no opera en solitario. Junto a ella, encontramos otros principios de regulación que son cada vez más importantes. Ellos son la intervención o regulación estatal y la planeación corporativa. En este ensayo nos preocuparemos de examinar esta última.

La presencia de estos principios reguladores de la economía nos está señalando un fenómeno crucial y que, muy curiosamente, contradice del todo a la ideología dominante. Con el advenimiento del neoliberalismo, se habla del “libre mercado” y de sus virtudes con un tono parece bíblico. Pero esto no es más que una apariencia del todo engañosa. La emergencia y el creciente peso (en un sentido tendencial, de largo plazo) de la planeación corporativa y de la regulación estatal, nos están señalando que el principio del valor (el llamado “mercado”) viene perdiendo cuotas crecientes de su espacio económico de dominación. Y por lo mismo, vienen apareciendo otros principios de regulación económica que se encargan de cumplir las funciones que el mercado ya no es capaz de satisfacer. En otras palabras, hablar de “economías de mercado”, si somos estrictos, es algo que ya no refleja adecuadamente la realidad de las economías contemporáneas. El fenómeno, a la vez no está indicando el proceso de deterioro que

vienen sufriendo las bases o fundamentos de las economías de mercado. Estas, en virtud de su mismo rápido desarrollo, generan estructuras económicas que socavan los mismos pilares de una economía plenamente mercantil y, por lo mismo, debilitan el papel regulador de la ley del valor. Pero lo que ésta pierde, lo ganan la regulación estatal y la planeación corporativa. ¿Cómo opera esta última? En los numerales que siguen, intentamos delinear los rasgos básicos que tipifican a la planeación corporativa.

### 1.- Propósitos.

En todo sistema económico siempre vamos a encontrar un determinado principio regulador. Este principio o “ley básica” se encarga de regular la asignación adecuada de los recursos económicos y el proceso de crecimiento y desarrollo de la economía. Cuando la historia avanza y cambia la naturaleza del sistema económico imperante, la necesidad genérica de tal principio no se anula. Lo que sí sucede es la sustitución de un principio específico (el viejo) por otro, que es nuevo y adecuado a las nuevas condiciones de la estructura económica.

En una economía de mercado estrictamente “pura”, el principio regulador central es el principio o ley del valor. Y es esta ley (a veces se habla del “mercado”) la que pasa a regular tanto la asignación de los recursos como el proceso de crecimiento.

En el capitalismo contemporáneo, la presencia de tal ley o principio es innegable. Pero no opera en solitario. Junto a ella, encontramos otros principios de regulación que son cada vez más importantes. Ellos son la intervención o regulación estatal y la planeación corporativa. En este ensayo nos preocuparemos de examinar esta última.

La presencia de estos principios reguladores de la economía nos está señalando un fenómeno crucial y que, muy curiosamente, contradice del todo a la ideología dominante. Con el advenimiento del neoliberalismo, se habla del “libre mercado” y de sus virtudes con un tono parece bíblico. Pero esto no es más que una apariencia del todo engañosa. La emergencia y el creciente peso (en un sentido tendencial, de largo plazo) de la planeación corporativa y de la regulación estatal, nos están señalando que el principio del valor (el llamado “mercado”) viene perdiendo cuotas crecientes de su espacio económico de dominación. Y por lo mismo, vienen apareciendo otros principios de regulación económica que se encargan de cumplir las funciones que el mercado ya no es capaz de satisfacer. En otras palabras, hablar de “economías de mercado”, si somos estrictos, es algo que ya no refleja adecuadamente la realidad de las economías contemporáneas. El fenómeno, a la vez no está indicando el proceso de deterioro que vienen sufriendo las bases o fundamentos de las economías de mercado. Estas, en virtud de su mismo rápido desarrollo, generan estructuras económicas que socavan los mismos pilares de una economía plenamente mercantil y, por lo mismo, debilitan el papel regulador de la ley del valor. Pero lo que ésta pierde, lo ganan la regulación estatal y la planeación corporativa. ¿Cómo opera esta última? En los numerales que siguen, intentamos delinear los rasgos básicos que tipifican a la planeación corporativa.

### 2.- La empresa capitalista y su gestión planificada

Empecemos recordando dos aspectos consustanciales a la empresa capitalista. Uno: sus actividades internas están sometidas a un plan. Es decir, a nivel de cada empresa, encontramos una gestión planificada de los procesos de producción. Dos: el

plan corporativo responde a los intereses y voluntad del capitalista dueño de la respectiva empresa.

Para el caso, conviene recordar el clásico y vigente planteo de Marx, a quien conviene citar in extenso:

“La cooperación entre los asalariados no es nada más que un efecto del capital que los emplea simultáneamente. La conexión entre sus funciones, su unidad como cuerpo productivo global, radican fuera de ellos, en el capital, que los reúne y los mantiene cohesionados. La conexión entre sus trabajos se les enfrenta idealmente como plan, prácticamente como autoridad del capitalista, como poder de una voluntad ajena que somete a su objetivo la actividad de ellos.”

“(…) si conforme a su contenido la dirección capitalista es dual porque lo es el proceso de producción mismo al que debe dirigir –de una parte proceso social de trabajo para la elaboración de un producto, de otra, proceso de valorización del capital-, con arreglo a su forma esa dirección es despótica. Con el desarrollo de la cooperación en mayor escala este despotismo desenvuelve sus formas peculiares. Así como el capitalista, no bien el capital ha alcanzado esa magnitud mínima con la cual comienza la producción verdaderamente capitalista, se desliga primero del trabajo manual, ahora, a su vez, abandona la función de vigilar directa y constantemente a los diversos obreros y grupos de obreros, transfiriéndola a un tipo especial de asalariados. Al igual que un ejército requiere oficiales militares, la masa obrera que coopera bajo el mando del mismo capital necesita altos oficiales (dirigentes, managers) y suboficiales industriales (capataces, foremen, overlookers, contre-maitres) que durante el proceso de trabajo ejerzan el mando en nombre del capital. El trabajo de supervisión se convierte en función exclusiva de los mismos.”<sup>i</sup>

En esta gestión planificada, conviene insistir y subrayar dos aspectos centrales.

Primero: el plan es diseñado a nivel de gerencia. Por lo mismo, debe reflejar la finalidad que persiguen los propietarios del capital. Es decir, debe servir a los propósitos de valoración del capital, reflejando el modo concreto en que ese afán general deberá plasmarse en las actividades a desplegar por la empresa. En este sentido, se dice que refleja la voluntad del propietario y no la de los trabajadores. Por lo mismo, este plan no es el resultado de una discusión democrática sino que, muy al contrario, al reflejar la voluntad y metas de una delgadísima fracción propietaria, se le debe imponer al colectivo de trabajadores de la empresa. Ciertamente, si el plan reflejara la voluntad de los trabajadores la propiedad ya no sería una propiedad capitalista sino una propiedad de los trabajadores. Es decir, está en la esencia misma de la planeación corporativa (y, más en general, de la gestión capitalista de los procesos productivos) el que asuma un carácter despótico.

Segundo: en el capitalismo más clásico o de libre competencia, se observa una singular coexistencia: a nivel de la unidad económica la gestión económica estrictamente planificada y a nivel de la economía nacional (o internacional), la no-planeación o “anarquía” más estricta. Como escribe Marx, “la división manufacturera del trabajo supone la concentración de medios de producción en manos de un capitalista; la división social del trabajo supone el fraccionamiento de los medios de producción entre muchos productores de mercancías independientes los unos de los otros.”<sup>ii</sup>

Marx, en el mismo contexto, agrega: “la división del trabajo en la manufactura supone la autoridad incondicional del capitalista sobre hombres que son otros tantos miembros de un mecanismo global de su propiedad”. Este, es el mundo del plan. Entretanto, a la escala global, “la división social del trabajo enfrenta a productores

independientes de mercancías que no reconocen más autoridad que la de la concurrencia, la coacción que ejerce sobre ellos la presión de sus mutuos intereses, del mismo modo que en el reino animal el bellum omnium contra omnes se encarga de asegurar más o menos íntegramente las condiciones de vida de todas las especies.”<sup>iii</sup> Este es el mundo del mercado y de la ley del valor.

En relación a lo dicho, conviene puntualizar: en el capitalismo de libre competencia, el tamaño medio de las empresas es relativamente pequeño. Por lo mismo, tenemos que: i) la masa de recursos que, en el seno de cada empresa están sometidos a una gestión planificada, es pequeña; ii) el impacto o “efecto de irradiación” que genera esa empresa sobre las actividades económicas de su entorno, es perfectamente despreciable.

Cuando avanzamos al capitalismo contemporáneo, la situación resulta muy diferente. Aquí, nos encontramos con corporaciones gigantes que casi siempre coexisten con empresas menores. Por lo mismo: i) la masa de recursos productivos directamente sometidos a la gestión planificada corporativa suele ser de gran magnitud; ii) el impacto de esta corporación sobre su “espacio periférico” es, normalmente, muy fuerte. Más precisamente, opera con un gran poder de inducción sobre el comportamiento de otras unidades económicas; iii) junto a ello, tenemos que esas grandes corporaciones disponen de “staffs” especializados (la “tecnoburocracia”) que manejan técnicas de gestión muy sofisticadas, las que refuerzan la capacidad de la planeación corporativa, tanto hacia el interior como hacia el exterior de las respectivas firmas.

### 3.- La expansión corporativa y sus efectos más inmediatos.

En la fase mercantil contemporánea, encontramos con que hay un pequeño número de muy grandes firmas que se expanden a gran velocidad. En Estados Unidos, por ejemplo, entre 1928 y 1957 las ventas industriales crecieron entre un 5-6% anual. En el mismo período, las 38 corporaciones mayores expandieron sus ventas al 9.1% anual.<sup>iv</sup> De este modo, van acaparando una parte cada vez mayor de los mercados, nacionales e internacionales. Al mismo tiempo, hay otro gran número de empresas que crecen muy lentamente y se van quedando más y más atrasadas (si es que no desaparecen) en relación a las mayores. En que uno y otro proceso, como ya lo hemos analizado en secciones previas, están internamente asociados: el uno determinando al otro y viceversa. Lo que ahora nos interesa subrayar es este doble impacto: de fortalecimiento de unos y de debilidad de los otros.

Como consecuencia, tenemos primero un hecho obvio y elemental: la masa de recursos productivos que agrupan las grandes corporaciones es más grande tanto en términos absolutos como en relación al resto de la economía. Por lo mismo, el peso de la planeación corporativa comienza jugar un rol cada vez más central en la vida económica.

En segundo lugar emerge un hecho no menos evidente: el diferencial de poderes da lugar a que la influencia de las grandes empresas sobre las medianas y pequeñas, se torne más y más amplio. Es decir, se extiende y profundiza lo que podemos denominar “efecto de subordinación” ejercido por las grandes compañías sobre su entorno o periferia.

La ruta de expansión de las corporaciones, en forma diríamos natural, inicialmente opera al interior de la rama: la firma abre nuevas plantas y eleva más y más su participación en la producción y ventas ramales. Crece, entonces, la denominada “concentración ramal”. Muy pronto, irrumpe la expansión vertical (integración hacia

delante y/o hacia atrás) y la horizontal (se producen bienes agrupables en una familia que posee un tronco técnico común). En estas modalidades, la corporación opera como una firma concéntrica: la expansión se basa en la existencia de rasgos que las actividades comparten en términos de investigación, diseño, producción y/o mercadeo. En este caso la mayor centralización viene gobernada, en alto grado, por factores tecnológicos. Por lo mismo, la planeación corporativa suele resultar más estricta.

Una fase superior es la que supone un crecimiento excéntrico: la firma pasa a producir diversos bienes con pocos o ningún rasgo común. Es la denominada diversificación conglomerada.<sup>v</sup> Este tipo de centralización, por su misma naturaleza, responde más a factores económicos y da lugar a una planeación corporativa algo más flexible. A la vez, tenemos que la expansión conglomerada o excéntrica provoca un muy fuerte impacto en el “efecto de subordinación” que puede ejercer la gran corporación.

Como sea, tenemos el dato de base: la cantidad de recursos controlados por la gran corporación crece enormemente en términos relativos. Si vg. consideramos a las 200 mayores corporaciones industriales de Estados Unidos, su participación en el valor agregado industrial ha venido evolucionando como sigue<sup>vi</sup>:

1947.....	30 %
1967 .....	42 %
1997 .....	59 %

Asimismo, tenemos que vg. en 1985, para el conjunto de la economía, apenas el 0.1% de las corporaciones, controlaba el 77% de los activos. Entretanto, el 99.3% de las corporaciones sólo controlaban el 11% de los activos totales. Se da, en consecuencia, un muy fuerte desnivel.<sup>vii</sup>

En cuanto al impacto de este mayor poder sobre el entorno de la gran corporación, es algo que pasamos a examinar en el siguiente numeral.

#### 4.- El impacto de la gran empresa sobre su entorno o “efecto de subordinación”.

La empresa capitalista, repitamos, somete sus procesos productivos a una gestión interna estrictamente planificada. Pero en un régimen de libre competencia no tiene ningún control sobre su entorno económico, lo que claramente obstaculiza la regularidad y eficacia de su misma gestión interna. Cuando el sistema avanza a su fase monopólica, esto comienza a cambiar y la incidencia de la gran empresa hacia su marco externo se va tornando más y más importante. Es decir, comienza a controlar, en algún grado, variables que antes le resultaban completamente exógenas y fuera de su control. Al decir de Galbraith, “mucho de lo que la empresa entiende por planificación consiste en minimizar las influencias incontroladas del mercado.”<sup>viii</sup>

Este afán, implica la necesidad de controlar los precios de venta, las cantidades a vender e inclusive las mismas condiciones de la demanda. A la vez, se deben controlar las condiciones en que la empresa accede a sus insumos: “además de decidir qué es lo que deseará y pagará el consumidor, la firma tiene que tomar todas las medidas viables para conseguir que lo que ella desea producir sea deseado por el consumidor a un precio remunerador. Y tiene también que conseguir que la fuerza de trabajo, los materiales y el equipo que necesita se encuentren disponibles a un costo coherente con el precio que ella

va a cobrar. La empresa tiene que controlar lo que vende, y tiene que controlar lo que recibe. Tiene, pues, que sustituir el mercado por la planificación.”<sup>ix</sup>

Por cierto, en tanto no se cancela la propiedad (poder patrimonial) de los otros, esas metas no son fáciles de satisfacer. Por ello, la empresa no puede pretender un control completo sobre las variables involucradas. Lo podrá hacer en un margen alto, mediano o casi nulo. Todo depende del contexto y del tipo de relacionamientos que puede establecer. Nos detendremos, entonces, a examinar estas posibilidades, distinguiendo entre las relaciones que se dan en el espacio de la producción y las que conectan a la gran empresa con el consumidor.

a) Relaciones de producción intersectoriales.

Para nuestros propósitos distinguiremos dos tipos de relaciones entre sectores económicos: i) entre ramas monopólicas; ii) entre ramas monopólicas y ramas competitivas.

Podemos suponer que en el primer caso se conectan, primordialmente, corporaciones de gran tamaño y con un poder de mercado que no es demasiado diferente. Y que en el segundo caso lo más frecuente son los contactos entre grandes corporaciones y compañías de menor tamaño, medianas y/o pequeñas.

Entre las grandes corporaciones se establecen relaciones de diverso orden. En ocasiones, aparecen directorios conectados que forman los “grupos de interés”. En este caso, se pueden esperar políticas que, al menos en algún grado, respondan a un interés y estrategia común. Sobremanera, cuidado por evitar fricciones o luchas fratricidas. La competencia, en el seno de un “grupo de interés”, se debilita bastante. Pero no al extremo de hablar de una entidad económica sometida a una gestión planificada bien unificada.

Por cierto, hay conexiones productivas intersectoriales que asumen la forma de compras y ventas. El nexo, por ende, es de tipo mercantil, aunque sujeto a diversas cauciones. Por ejemplo, se puede pensar en: i) contratos de suministro que se extienden para períodos no cortos. Es decir, la “aleatoriedad” del nexo mercantil clásico (o “puro”), se debilita o desaparece; ii) asimismo, como algo inherente a esos contratos, la introducción de elementos que configuran una producción según pedidos técnica y económicamente especificados por el comprador; iii) contratos que suponen, al menos dentro de ciertos rangos, precios constantes; iv) en tanto los poderes de mercado no sean muy diferentes, se pueden suponer precios relativos o relaciones de intercambio (entre las respectivas ramas) que no impliquen transferencias de valor muy sustantivas.

En general, podemos suponer que se establecen relaciones de cierto “respeto mutuo”, lo que a veces se designa como principio de “vivir y dejar vivir”. Lo cual no implica falta de competencia ni de conflictos. A veces, éstos salen a la superficie y en cuanto a la competencia, prosigue por otros canales, como el progreso técnico, nivel de costos, tasas de expansión y cuotas de mercado, etc. En cuanto al problema concreto que nos viene preocupando —el de la planeación corporativa— podemos concluir que en este espacio no opera. Aunque sí se pueden observar acuerdos y concertaciones a veces importantes.

Veamos ahora el segundo caso. Aquí, las relaciones económicas, en lo medular, conectan a grandes corporaciones con compañías de menor tamaño y menor poder competitivo. Por lo mismo, se dan condiciones objetivas para que operen relaciones de dominación-subordinación.

Las relaciones pueden ser “hacia atrás”: las otras empresas funcionan como abastecedoras de la gran corporación. En muchas ocasiones sino en la mayor parte, se trata de relaciones que la mediana y pequeña empresa suele buscar. Los rasgos a subrayar

serían: i) esas empresas trabajan en función de los encargos de la gran corporación; ii) la mayor parte de su producción y ventas se canalizan hacia el “gran comprador”; iii) suelen fijarse compromisos en términos de precios, cantidades, especificaciones técnicas y plazos de entrega; iv) los compromisos se fijan para cierto período y, por lo mismo, aseguran las ventas de la compañía por el período correspondiente.

A primera vista, pareciera darse una relación muy favorable para las empresas menores. Pero los rasgos indicados no encierran toda la historia: i) el empresario más pequeño suele manejar una ilusión: que el compromiso productivo-comercial “dure para toda la vida”. Pero los compromisos, a la larga, sólo valen en un sentido. La gran corporación puede introducir novedades tecnológicas que alteren drásticamente sus líneas de abastecimiento, algo que pocas o ninguna vez sucede con la compañía menor; ii) asimismo, si alguien rompe los compromisos, es muy claro que las posibles represalias serán brutalmente desiguales: el pequeño puede ser aplastado sin mayores problemas; el grande, no sentirá ni el murmullo; iii) los precios que regulan el intercambio favorecen al gran monopolio.

En general, tenemos un panorama que no en balde se ha calificado (con las modificaciones del caso) como reedición o versión moderna del sistema de trabajo a domicilio (el “Verlag system” de la antigua Alemania).

En este contexto, es claro que se configura una relación de muy fuerte subordinación. Apuntando al caso japonés, por ejemplo, se ha escrito que “el típico fabricante japonés utiliza entre uno y tres proveedores por cada componente o materia prima que necesite (...). Casi todos los proveedores de respaldo en el Japón comprometen más del 75% de su capacidad con un fabricante. A menudo, el fabricante tiene una participación accionaria significativa en las compañías de sus proveedores e, incluso cuando no tiene dicha participación, los miembros de su equipo administrativo generalmente desempeñan una función directiva en la junta de la compañía proveedora.”<sup>x</sup> En otro texto podemos leer que “las empresas líderes ejercen su poder de gobierno a través de la especificación del producto y el control sobre qué debe producirse, cómo, por quién, cuándo y cuánto, así cómo a qué precio tiene que venderse.(...) Las relaciones de poder que se expresan en las distintas formas de gobierno contribuyen a determinar la distribución de rentas y los flujos de conocimiento a lo largo de la cadena, con efectos sobre las posibilidades de innovación y desarrollo a escala local. Las empresas que coordinan las distintas cadenas globales de valor se sitúan en sus nodos claves y más rentables y desde allí movilizan al conjunto de las empresas integrantes para organizar producción y distribución globales.”<sup>xi</sup>

La deducción resulta cristalina: la planeación corporativa extiende su radio de acción (sino en un cien por cien, al menos en un grado significativo) a los espacios económicos en que opera tal tipo de conexiones.

¿Qué sucede con las relaciones “hacia adelante”, las que se dirigen hasta el producto final?

En este caso, la gran corporación pasa a funcionar como abastecedora. Su papel es venderle a otras empresas de menor tamaño. En este marco podemos suponer que la gran corporación a sus usuarios: i) precios relativamente fijos y con algún margen de preferencias, junto con una oferta asegurada; ii) podemos suponer que el tipo de bienes (insumos o bienes de capital) que proporciona, terminan por regular el datum tecnológico que maneja el usuario; iii) existe una tendencia a la exclusividad en el abastecimiento: opera el prestigio asociado a la marca de la gran compañía y la lealtad del usuario que le suele seguir; iv) sobremanera, opera el miedo a las represalias que la gran corporación pudiera ejercer ante cualquier veleidad de la compañía más pequeña. Esta sabe que la

primera pudiera absorberla (si decide avanzar por el sendero de la integración vertical hacia delante) o lisa y llanamente eliminarla. La situación no es muy diferente a la que se establece entre la gran corporación y sus abastecedores. Aquí, cuando el nexo es con usuarios, la desigualdad de poderes no es menos importante. Por lo mismo, el grado de subordinación de estos segmentos a la gran corporación, es también muy elevado. La conclusión, por ende es semejante: el poder o radio de acción de la planeación corporativa, se extiende también a estos espacios.

Podemos concluir: en los espacios de la producción y distribución, la planeación corporativa extiende su radio de acción por dos canales: i) el directo, que va de la mano con el crecimiento del tamaño absoluto y relativo de la gran corporación; ii) el indirecto, que expresa el poder de dominio que ejerce la gran corporación sobre ciertos segmentos o sectores productivos y comerciales.

#### b) Relaciones con el consumidor.

Para el caso, podemos ser bastante breves. Si la empresa fija sus precios de venta, parece lógico pensar que las cantidades demandadas pasan a depender de la curva de demanda y de ese precio. O sea, si se determina una variable (el precio), la otra (cantidades que se venden) se fija automáticamente, al margen de los deseos de la empresa.

No obstante, el sistema se las ha ingeniado para lograr en los dos frentes: el del precio y el de las cantidades. Para ello, opera desplazando la curva de demanda hacia la derecha, de tal modo que si el precio se eleva, la cantidad demandada no se modifique o lo haga en una proporción mínima.

#### ¿Cómo se desplaza la curva de demanda?

La respuesta es conocida: alterando las preferencias de los consumidores a favor de la mercancía que interesa promover. Para ello, se despliegan gigantescas y muy estudiadas campañas de publicidad y propaganda.<sup>xii</sup> La eficacia de estas campañas está íntimamente asociada a la emergencia y difusión de los medios de comunicación masiva, tales como la radio y, muy especialmente, la televisión. La fuerza con que ésta penetra en la conciencia pública resulta impresionante y supera incluso el poder “espiritual” que ejercían los curas durante la Edad Media. Los mensajes que aparecen en la televisión (y no solamente en los espacios explícitamente publicitarios sino también por otras rutas como telenovelas, noticiarios, etc.), como bien se ha dicho, son capaces de transformar lo blanco en negro. Bien se ha escrito que “la publicidad ha acabado dominando una gran parte de nuestra vida. Los niños se saben las canciones de los anuncios comerciales antes de aprender a atarse los zapatos. El paisaje está poblado de carteles. La propaganda comercial de la televisión conforma nuestra imagen de lo que es decente e indecente, aceptable e inaceptable, bonito y feo. Las escuelas de nuestras ciudades están cayéndose, pero bastaría el talento y el dinero invertido en los anuncios de Mc Donald’s y Burger King para mantener varios distritos escolares.”<sup>xiii</sup> Por supuesto, este tipo de impactos torna aún más ridículo el alegato en torno al dogma de la llamada “soberanía del consumidor”. Y confirma, en términos hasta dramáticos (como el impulso hacia el consumo de bienes claramente dañinos, del tipo del tabaco, de ciertas bebidas, de cosméticos, etc.), la relación de subordinación que se establece entre el espacio del consumo y el espacio de la producción. Algo que, valga la mención, va bastante más allá de lo puramente económico. El aspecto quizá más grave tiene que ver con la política y el régimen de democracia que se supone impera en el capitalismo contemporáneo. El punto es claro: así como la propaganda moldea las preferencias del consumidor y torna hasta ridícula la idea de un “consumidor soberano”, también moldea las preferencias

ciudadanas tornando igualmente falsa la noción de democracia ciudadana. Aquí, lo único que rige es la voluntad de los grandes consorcios, los que no solamente controlan los espacios económicos sino, en igual o mayor medida, los de los grandes medios de comunicación de masas. En este sentido, hablar de democracia en el mundo de hoy resulta cínico y farisaico en grado extremo. Ello, en tanto, como mínimo, no exista una gestión efectivamente democrática de los medios que controlan la configuración de la conciencia pública.

En términos económicos, la situación a la cual arribamos es sintetizada así por Galbraith: “la gran empresa madura tiene ya en sus manos los medios necesarios para controlar los precios a los que vende y los precios a los que compra. Análogamente dispone de los medios oportunos para manipular y decidir lo que va a comprar el consumidor a los precios por ella controlados.”<sup>xiv</sup> A lo cual conviene agregar algo que no por conocido es menos importante: la usual simbiosis que se plantea entre el gran capital monopolista y los poderes que ejerce el aparato estatal. En las nuevas condiciones, el poder del estado pasa a ser ejercido más que por el conjunto de la clase por un segmento de ella, el conformado por el capital monopólico. Con lo cual, un poder refuerza al otro y viceversa, provocando una sinergia de muy vastas consecuencias.

La moraleja es clara y significativa: avanza el espacio controlado por la planeación corporativa y, en la misma medida, va perdiendo peso y capacidad regulatoria el principio o ley del valor.

#### 5.- Control del progreso técnico.

Toda gestión planificada funciona con un determinado horizonte temporal. O sea, maneja determinadas previsiones, las que cubren un período más corto o más largo del tiempo. Mientras más largo el período cubierto, tanto mejor para la gestión de la empresa. Pero, a la vez, este alargue va presentando más y más dificultades: una previsión perfecta del futuro es algo imposible y que sólo se puede encontrar en los textos de microeconomía neoclásica.<sup>xv</sup> Por lo mismo, en el mundo real la empresa busca controlar sólo cierta gama de variables. De ellas, quizá la más decisiva (y eventualmente peligrosa por sus consecuencias si estas no se controlan) es la del progreso técnico.

¿Cómo se puede controlar este proceso? Podemos señalar dos mecanismos fundamentales: a) la gran corporación suele controlar y hasta monopolizar el desarrollo tecnológico. Es decir, la generación de una determinada oferta de innovaciones tecnológicas; b) también, pasa a regular la incorporación de estas posibles innovaciones.

Para el caso, un dato decisivo se refiere a la muy fuerte centralización que se observa en los gastos que se aplican a Investigación y Desarrollo.

En este contexto, conviene puntualizar los siguientes rasgos que tipifican al proceso de generación e incorporación del progreso técnico: i) las grandes empresas manejan un financiamiento para Investigación y Desarrollo (o sea, para promover e incorporar el progreso técnico) que es muy superior al que manejan las empresas de menor tamaño y productividad; ii) consecutivamente, tendremos que el progreso técnico pasará a estar básicamente controlado (en términos de su incorporación a los procesos de producción) por aquellas empresas que dispongan de mayores fondos para I&D: “entre mayores las oportunidades de innovación tecnológica, es de esperarse un mayor aumento en el grado de concentración, toda vez que serán empresas más grandes las que con mayor probabilidad puedan aprovecharlas –por su mayor gasto en investigación y

desarrollo- a través de la expansión de sus operaciones”.<sup>xvi</sup> En el cuadro que sigue se muestra alguna evidencia sobre este punto.

Cuadro 1: EEUU, Sector Manufacturero. Concentración de gastos en I&D, año 2000.

Tamaño de la Firma (*)	Número de firmas (en %s)	Fondos para I&D (en %s)	Fondos por firma (millones dólares)
5 – 999	92.2	10.7	0.84
1000 – 24999	7.4	36.5	35.79
25000 y más	0.4	52.8	922.04
Totales	100.0	100.0	7.22

(\*) Según número de empleados.

Fuente: Estimado a partir de National Science Foundation, Division of Science Resources Statistics, Survey Descriptions, June, 2004.

Como vemos, encontramos un desnivel dramático en los gastos que se aplican a I&D. En el estrato de más grandes empresas (con un empleo mayor 25000 personas) el gasto en I&D resulta ¡1098 veces superior! al que pueden realizar las empresas del estrato inferior (menos de mil empleados). Se puede comprender que bajo estas condiciones, las posibilidades de acceder a una situación de superioridad tecnológica son muy remotas para el estrato más bajo. Y viceversa, el estrato superior tiene todas las condiciones para preservar y reforzar su superioridad.

Conviene señalar: algunos estudios referidos a la capacidad de generar innovaciones indican que está menos asociada al tamaño de la firma que los gastos en I&D. Es decir, una parte significativa de las innovaciones no se originan en el estrato de las mayores corporaciones.<sup>xvii</sup> Esto pudiera debilitar nuestra hipótesis. Por ello conviene puntualizar: a) las grandes corporaciones gastan poco o nada en investigación básica: ésta queda a cargo de universidades, gobierno y centros sin fines de lucro; b) de la parte restante, investigación aplicada y desarrollo de proyectos, las grandes compañías concentran la mayor parte de sus esfuerzos en el rubro desarrollo.<sup>xviii</sup> Siendo ésta. La parte a corto y mediano plazo más rentable de la inversión en I&D; c) tal distribución de los gastos parece ser la respuesta de las grandes corporaciones a un hecho clave: “el riesgo y la incertidumbre permean a la I&D y al proceso de innovación”.<sup>xix</sup> Según indicara otro autor, alrededor de un 60% de los proyectos de I&D iniciados, no redundan en resultados que sean comercialmente atractivos;<sup>xx</sup> d) claramente las grandes corporaciones tratan de evitar los riesgos mayores asociados al proceso de I&D, de generación e incorporación del progreso técnico. Inclusive, pareciera que concientemente dejan en manos de empresas pequeñas los pasos iniciales e intermedios. Luego, cuando el nuevo producto o nuevo proceso está más o menos probado en rentabilidad, compran la patente o simplemente compran a la compañía innovadora.<sup>xxi</sup> En corto: las llaves del progreso técnico y sobremano de su plena incorporación en los procesos de producción, están en manos de las grandes corporaciones.

Ahora bien, lo que importa subrayar a partir de estas constataciones, no es solamente el mayor poder tecnológico y de crecimiento con que funcionan las empresas más avanzadas. También debe apuntarse que tal situación, en vez de acelerar el crecimiento, puede provocar un impacto opuesto. Las grandes empresas, al tener

prácticamente asegurada su superioridad y por ende el acceso a la plusvalía extraordinaria positiva, pueden llegar a acompañar –en algún grado– su expansión productiva a la que pueden lograr las empresas del estrato inferior. Ello, para preservar esa coexistencia que les resulta vital. La situación a la cual se arriba es curiosa. Por un lado, compañías que por su gran tamaño y potencial, están en condiciones de expandirse a ritmos vertiginosos. Por el otro, un ordenamiento de relaciones oligopólicas, que tiende a frenar ese potencial. Es decir, a impedir que se materialice por completo. Por un lado está la base material que estimula el crecimiento; por el otro la “superestructura” del relacionamiento económico del monopolio que lo tiende a retardar. Como sea, para nuestros propósitos, el punto a destacar sería: el aguijón de la competencia, bajo condiciones monopolíticas estrictas, tiende a debilitarse. En este contexto, podemos encontrar una situación que conviene precisar: i) el sistema puede y llega a crecer (en términos de productividad y de producto agregado per cápita) más rápido que en períodos previos; ii) a la vez, su ritmo de expansión comienza a quedarse más y más por debajo del potencial.<sup>xxii</sup>

Como sea, valga repetir: la gran corporación pasa a controlar, en muy alto grado, tanto la generación como la incorporación del progreso técnico. Con lo cual, en su horizonte de planeación, logra reducir drásticamente la incertidumbre que le pudieran generar mutaciones tecnológicas que no pueda prever y/o controlar.

#### 6.- Breve alcance sobre la dimensión internacional del proceso.

Las grandes corporaciones tienen también una clara vocación para invadir y concentrar los mercados internacionales. En términos gruesos, tenemos que: i) las actividades foráneas crecen más rápido que las domésticas; ii) la inversión en el extranjero está aún más concentrada que la producción; iii) en el mercado mundial se observa un proceso de concentración que, con algún desfase, es análogo al que ha tenido lugar en los mercados nacionales de origen; iv) en el marco de esta expansión y estrechamente ligado al poder de los respectivos Estados nacionales, se conforman grandes bloques y mercados continentales (América, Europa, Japón y el sudeste asiático, etc.). En corto, economía (monopolios) y política (Estados imperiales) se entrelazan con singular fuerza.

En este contexto, las grandes corporaciones pasan a administrar una impresionante red de establecimientos, diseminados a escala global. De este modo, la planeación corporativa se extiende a escala mundial. Y para evitar malentendidos valga indicar: esta planeación se aplica a las variables económicas fundamentales y no pretende entrar en una prescripción minuciosa y detallada de las actividades y tareas a satisfacer. Opera con cierta flexibilidad y le otorga alguna autonomía a las diversas filiales del gran conglomerado. Es decir, el gran conglomerado no confunde las ordenes que le puede dar a tal o cual taller de la fábrica con las que le puede dar a filiales incluso muy distantes geográficamente.

La expansión internacional de la gran corporación provoca que el “efecto de subordinación” se difunda a escala global, abarcando a empresas nativas y a los mismos Estados periféricos.<sup>xxiii</sup> Valga también indicar: “el acceso a los mercados de los países desarrollados está cada vez más vinculado a la participación en cadenas dominadas por empresas transnacionales con sede en esos países.”<sup>xxiv</sup> Luego, si nos situamos en el contexto de los estilos aperturistas del último tiempo, podemos ver que automáticamente, en la periferia subdesarrollada, se genera un fuerte sesgo a favor de las grandes corporaciones extranjeras. Al final de cuentas, nos encontramos con un mercado mundial

que aparte de segmentado, está profundamente determinado por la planeación corporativa y la regulación estatal, especialmente la que aplican las grandes potencias. Por lo mismo, una ley del valor arrinconada y en retroceso.

## 7.- Empresa pública y Estado.

El gran poder que van conquistando las grandes corporaciones plantea un problema mayor: el conflicto objetivo que surge entre un régimen político que se autoproclama democrático y al servicio de las grandes mayorías y el tremendo poder que esgrime el muy delgado grupo de personas que controlan y deciden la política de los grandes conglomerados. En otras palabras, la extrema concentración del poder económico se contradice fuertemente con los valores que proclama la forma política democrática.

En este contexto, suelen surgir las propuestas de estatizar y/o controlar a los grandes consorcios. En estos planteamientos se suelen manejar algunos supuestos que conviene explicitar. Uno: el Estado representa los intereses de las grandes mayorías. En otras palabras, el Estado es la institución encargada de velar por el “bien común”. Dos: el Estado tiene capacidad y voluntad para apropiarse de esos conglomerados. Capacidad: los perjudicados no le van a dar un golpe de Estado. Voluntad: los políticos que dirigen-administran el poder estatal, están dispuestos a llevar adelante esas actividades confiscatorias. Tres: el Estado será capaz de gestionar con gran eficiencia a estas nuevas empresas públicas.

El primer supuesto es claramente falso. En el capitalismo de libre competencia, el Estado representa los intereses del capital en su conjunto. Y en la fase monopólica del sistema, los intereses del gran capital monopólico. Lo que rige es “el principio básico de que bajo el capitalismo monopolista la función del Estado es la de servir a los intereses del capital monopolista.”<sup>xxv</sup> Como bien lo expresara una frase célebre, “lo que es bueno para la General Motors, es bueno para los Estados Unidos.” Ahora bien, si aceptamos esta hipótesis sobre la naturaleza clasista del Estado, también se derrumba automáticamente el segundo supuesto.

¿No existirán, entonces, empresas públicas? Sí existen y lo hacen a partir de diversas circunstancias: a) la eventual incapacidad del sector privado para impulsar proyectos de inversión que el régimen considera imprescindibles. Algo que es muy frecuente en los países subdesarrollados en los cuales, inicialmente el sector privado nacional no dispone de los altos recursos de inversión que demandan determinados proyectos. Por lo mismo, es el Estado el que asume la responsabilidad inicial hasta que, cuando la actividad ya es rentable, cede la empresa al capital privado; b) la muy baja rentabilidad de empresas (o ramas) de carácter tradicional cuya quiebra y desaparición puede dejar en la cesantía a miles de trabajadores, algo que pudiera provocar consecuencias políticas peligrosas para el sistema (siempre y cuando los perjudicados tengan capacidad política. Si no la tienen, el “peligro” desaparece y los de arriba se lavan las manos). En los casos peligrosos, el Estado “benefactor” o más bien “samaritano”, se hace cargo de tales actividades, asume las pérdidas económicas pero salva la salud política del régimen; c) en el caso de algunos bienes de uso muy difundido, imprescindibles y vitales (como la electricidad, el agua, etc.), la fracción monopólica puede considerar poco favorable que tal rama quede en manos de un monopolio privado. Este, dada una demanda muy rígida (de baja elasticidad), puede cargar precios muy altos, con la consiguiente transferencia de valores desde el conjunto de los usuarios (que

equivale al cuasi-conjunto de la fracción dominante y de la misma clase) hacia esa única y privilegiada empresa. Si tal producción pasa a manos del Estado (o es férreamente controlada, con lo cual pierde su atractivo), es muy probable que la transferencia se anule e incluso que cambie de signo: suele suceder que la empresa estatal castiga sus precios de venta y a veces hasta los equipara con sus costos de producción, con lo cual anula también sus utilidades. Pero estos valores no se pierden sino que se traspasan al sector privado: lo que el mecanismo de los precios le quita a unos se lo transfiere a otros. La conclusión es muy clara: estas empresas públicas funcionarán como transmisoras de plusvalía (valores) hacia el sector privado. Y si responden al “interés común”, lo de común sólo se aplica a los capitalistas y no al conjunto de la sociedad.

El peso cuantitativo del sector de empresas públicas es variable. Sube o baja de acuerdo a la situación histórica y social de los países. En Europa (Francia, Italia, etc.), por ejemplo, ha sido casi siempre muy superior al peso que han tenido en los Estados Unidos. Hay períodos en que el peso se eleva (la postguerra) y períodos en que se reduce. Tal es el caso de la actual fase neoliberal en que los procesos de privatización de los activos estatales han sido especialmente fuertes.<sup>xxvi</sup>

En cuanto a las empresas públicas que surgen por una u otra causa, podemos preguntar si satisfacen o no el tercer supuesto. Para el caso conviene distinguir dos alternativas gruesas o “modelos ideales” de gestión. El primero, casi inexistente en los países del tercer mundo, supone un aparato estatal que funciona con los cánones prusiano-weberianos: racionalidad burocrática, impersonalidad y objetividad en la toma de decisiones. Aquí, la empresa pública despliega un comportamiento que se aproxima bastante a la lógica de las grandes corporaciones privadas. Además, este tipo de conducta se suele insertar en un comportamiento estatal que responde estrictamente a los intereses de conjunto y de largo plazo de la clase dominante. Por lo mismo, es capaz de sacrificar a alguna parte si el interés del conjunto lo exige. También, es capaz de desechar medidas corto-placistas que choquen con los intereses de largo plazo de la fracción dominante. De aquí la usual confusión: cuando el Estado entra en conflicto con tal o cual conglomerado particular, algunos piensan que pasa a actuar a favor del bien común y no de los intereses clasistas de la fracción dominante. Espejismo que desaparece apenas consideramos a la fracción en su conjunto y en términos de un largo horizonte histórico. En este caso, lo que parece un mal, se transforma en un bien. El segundo modelo, tiende a desechar esa racionalidad y opera con otro tipo de propósitos, de carácter más asistencial y “caciquil”. La gestión se utiliza para repartir prebendas (se burocratiza en el peor sentido de la palabra), se corrompe (los ejecutivos se preocupan de llenar sus bolsillos, el de parientes y amigos cercanos y no de servir al interés objetivo de la fracción clasista dominante) y se torna muy ineficiente: elevar la productividad interesa muy poco y se usa a la empresa como fuente de rentas. En México, el caso de PEMEX se viene aproximando más y más a esta modalidad.

En general, el sector de empresas públicas, sea grande o pequeño, eficiente o no, funciona con una lógica que dista de servir a los intereses del conjunto pueblo. Su misión es otra: servir a los intereses de la clase o fracción dominante. La razón está dicha: en tanto no cambie la misma naturaleza clasista de la institución estatal, eso de las empresas al servicio del pueblo no es más que un engaño, a lo más un buen deseo de algunas almas caritativas.

## REFERENCIAS:

- <sup>i</sup> C. Marx, *El Capital*, Tomo I, Vol. 2, págs. 403-4. Edic. Siglo XXI, México, 1975.
- <sup>ii</sup> C. Marx, *El Capital*, Tomo I, pág. 289. Edic. FCE, México, 1974. Hay aquí un claro error de impresión: en vez de “productores” dice “productos”. Marx está hablando del estadio manufacturero pero el enunciado es de validez general.
- <sup>iii</sup> *Ibidem*, pág. 290.
- <sup>iv</sup> H. Ansoff, T. Anderson, F. Norton y F. Weston, *Planning for diversification through merger*; en Ansoff editor, *Business Strategy*, pág. 293. Penguin Books, 1978.
- <sup>v</sup> Hay otras formas de combinación como los “holdings” y los “grupos supracorporados”, más abarcadores pero también más laxos. Para nuestros propósitos nos bastan las modalidades ya indicadas.
- <sup>vi</sup> Para 1947 y 1967, John Blair, *Economic Concentration: structure, behaviour and policy*, pág. 69. Harcourt, N. York, 1972. Para 1997, U.S. Census Bureau, *Concentration Ratios in Manufacturing*, June 2001.
- <sup>vii</sup> Howard Sherman, *The Business Cycle*, pag. 300. Princeton University Press, Princeton, 1991.
- <sup>viii</sup> John Kenneth Galbraith, *El nuevo estado industrial*, pág. 73. Edic. Sarpe, Madrid, 1984. En lo que sigue nos apoyaremos bastante en las hipótesis que maneja este agudo pensador.
- <sup>ix</sup> *Ibidem*, pág. 74.
- <sup>x</sup> Philip Kotler, Liam Fahey y S. Jatusripitak, *La nueva competencia* pág. 40; edit. Norma, Bogotá, 1992.
- <sup>xi</sup> CEPAL, *La transformación productiva 20 años después. Viejos problemas, nuevas oportunidades*, pág. 42. Naciones Unidas, Santiago de Chile, 2008.
- <sup>xii</sup> En 1980, el sector privado de los EEUU gastó en propaganda una cifra equivalente al 2% del PNB.
- <sup>xiii</sup> Samuel Bowles, David Gordon y Thomas Weisskopf, *La economía del despilfarro*, pág. 225. Alianza, Madrid, 1989.
- <sup>xiv</sup> John K. Galbraith, *ob. cit.*, pág. 323. No está demás recordar una de las conclusiones que de su estudio avanza Galbraith: “la secuencia revisada envía al museo de las ideas insignificantes la noción de un equilibrio de los gastos del consumidor que reflejara el máximo de su satisfacción.” *Ibidem*, pág. 325.
- <sup>xv</sup> En estos textos (Barro et al) se llega a suponer un horizonte infinito.
- <sup>xvi</sup> José Casar et al, *La organización industrial en México*, pág. 127. Siglo XXI edits., México, 1990.
- <sup>xvii</sup> No obstante, estudios más actuales revelan una alta correlación entre el valor del paquete de patentes que detenta una corporación y sus gastos en I&D. Se señala que el valor del paquete se eleva en un 119% por cada 100% de incremento de los gastos en I&D. Ver F. M. Scherer, *New Perspectives on Economic Growth and Technological Innovation*, págs. 62 y ss. British-North American Committee y Brookings Institution, 1999.
- <sup>xviii</sup> En 1989, del total de gastos de la industria de EEUU en I&D, un 4.0% iba a investigación básica, un 22.4% a investigación aplicada y un 73.6% a desarrollo. Cf. Douglas F. Greer, *Industrial Organization and Public Policy*, pág. 656; Mac Millan, 1992. Para la economía en su conjunto los porcentajes respectivos son 16.3%, 22.9% y 60.9%. Esto, para 1999. Cf. U.S. Census Bureau, *Statistical Abstract of the United States 2000*; Washington, 2001.
- <sup>xix</sup> James V. Koch, *Industrial Organization and Prices*, pág. 239; Prentice hall, 1980 (2° edic.).
- <sup>xx</sup> Edwin Mansfield, *The Economics of Technological Change*, págs. 68 y ss. W.W. Norton, N. York, 1968.
- <sup>xxi</sup> Se dice que en la industria del automóvil de los EEUU no fueron las tres grandes cías. (Ford, General Motors, Chrysler) las que impulsaron los carros más pequeños. Mas bien se opusieron y fueron firmas como Kaiser, American Motors, Studebaker y Willys, las que promovieron el salto tecnológico. Eso fue cierto. Pero, ¿qué queda ahora (año 2004) de esas compañías?
- <sup>xxii</sup> Para Estados Unidos se han ensayado estimaciones sobre este potencial de crecimiento no aprovechado. Por ejemplo en S. Bowles, David Gordon y Th. Weisskopf, *La economía del despilfarro*, en especial sus capítulos 6 y 7. Edición citada.

<sup>xxiii</sup> Un texto clave y pionero en este respecto es el de Theotonio Dos Santos: *Imperialismo y dependencia*, Edic. ERA, México, 1978. Otro muy pionero es el de André Gunder Frank, *Capitalismo y subdesarrollo en América Latina, Siglo XXI edits., México, 1987 (9º edic.)*. También es muy útil el libro de Stephen H. Hymer, “La compañía multinacional”, H. Blume edic., Madrid, 1988.

<sup>xxiv</sup> CEPAL, “La transformación productiva 20 años después...”; pág. 44. Ed. Citada.

<sup>xxv</sup> Paul Baran y Paul Sweezy, “El capital monopolista”, pág. 57. Siglo XXI edits., México, 1973.

<sup>xxvi</sup> Para el polo desarrollado del sistema, ver Andrew Glyn, “Capitalism Unleashed”, págs. 37 y ss.; Oxford University Press, N. York, 2006.

