

Diversificación, crecimiento y productividad en manufactureras peruanas

Humberto Lozada - Universidad Nacional de Trujillo¹



Actualmente, conviven empresas a la vanguardia en nuevas tecnologías y con altos niveles de producción junto con muchas otras que manejan tecnologías atrasadas y bajos niveles de productividad.

En el Perú, la industria manufacturera viene experimentando un claro proceso de desindustrialización que aminora su contribución con el PBI y el empleo. Además, dentro del mismo sector, empresas altamente productivas coexisten con muchas otras que muestran bajos niveles de productividad. Este contexto nos motivó a realizar un estudio para explorar si la diversificación es una estrategia dominante para que las firmas manufactureras alcancen un mayor crecimiento y productividad. También evaluamos su efecto en la probabilidad de contratar mujeres en puestos directivos.

1/ Este artículo es una versión resumida y actualizada de la investigación *Diversificación, crecimiento y productividad: un estudio a nivel de firmas manufactureras peruanas*, realizado en el marco del XIX Concurso Anual de Investigación del CIES 2017-IDRC-GAC-Fundación M. J. Bustamante de la Fuente. Ni el CIES ni la Universidad Nacional de Trujillo concuerdan necesariamente con el contenido de este artículo, que es de exclusiva responsabilidad de los autores. Los comentarios o sugerencias son bienvenidos al correo sanjinez1411@gmail.com

Existe en el mundo un interesante debate académico en torno a si la diversificación puede generar mayor “eficiencia económica” que la especialización. La evidencia empírica parece mostrar que las firmas más exitosas, y, por ende, altamente eficientes, producen una gran variedad de productos, están integradas verticalmente, y, aparentemente, siempre están dispuestas a adquirir nuevas líneas de negocio. No obstante, la mayor parte de las investigaciones se han centrado en economías desarrolladas, razón por la cual se sabe muy poco acerca de cómo se relacionan dichas variables en el contexto de economías emergentes. En el caso particular del Perú, el tema ha recibido poca atención, por lo que los estudios relacionados con la diversificación empresarial son escasos.

Por otra parte, como ya mencionamos, la desindustrialización ha venido afectando a la industria manufacturera peruana. A saber, la participación de este sector en el PBI y la PEA pasó de ser, respectivamente, 18,0% y 14,2% en 1970 a 13,0% y 9,4% en 2017, su nivel más bajo en los últimos 50 años. Asimismo, en 2017, el PBI manufacturero disminuyó en 0,2% con respecto a 2016, acumulando así su cuarto año consecutivo de caídas.

Sin embargo, existe también en el sector una elevada heterogeneidad productiva, esto es, que coexisten empresas que se encuentran en la frontera tecnológica mundial y muestran altos niveles de productividad y muchas otras que utilizan prácticas y tecnologías atrasadas y que tienen bajos niveles de productividad. Estudios como el de Vostroknutova et al. (2015) revelan que dichas diferencias de productividad llegan a ser alrededor de 500%, un nivel bastante alto para el promedio de la región.

“El sector muestra una elevada heterogeneidad productiva.

Coexisten empresas altamente tecnológicas y productivas, y muchas otras que utilizan prácticas y tecnologías atrasadas y que tienen bajos niveles de productividad”.

OBJETIVOS Y MÉTODOS

Frente a este escenario, surge la interrogante de si la diversificación es una estrategia determinante para que las firmas manufactureras en el Perú alcancen un mayor crecimiento y productividad. Autores como Ansoff (1957), Pitts y Hopkins (1982) y Ramanujam y Varadarajan (1989) definen la diversificación como una estrategia empresarial que implica casi invariablemente cambios físicos y organizacionales en la estructura del negocio, ya sea que esta se produzca a través de procesos de desarrollo interno o de adquisición. Por otra parte, en relación con el enfoque de género, surge la interrogante sobre cuál sería el efecto de la diversificación sobre la probabilidad de contratar mujeres en puestos directivos.

Intentamos responder dichas interrogantes, para lo cual utilizamos

una metodología de 3 etapas: (i) decisión, (ii) grado y (iii) resultados, la que permite corregir los problemas de sesgo de selección y endogeneidad descritos por Villalonga (2004) y Campa y Kedia (2002). Asimismo, teniendo en cuenta la naturaleza dinámica de las firmas, construimos un panel de datos con información proveniente de la Encuesta Económica Anual (EEA) 2009-2015. Una ventaja adicional de emplear esta metodología es que permite analizar los factores que son claves para elevar la probabilidad de que las empresas se diversifiquen.

PRINCIPALES TEORÍAS SOBRE LA DIVERSIFICACIÓN

Existe en la literatura una diversidad de enfoques que estudian las razones por las que las empresas se diversifican y cómo es que esta decisión afecta su desempeño empresarial. La tabla 1 las sintetiza.

“Un incremento del 10% en el grado de diversificación de firmas manufactureras peruanas está asociado con un incremento del 5,2% en su productividad y de 1,6% en su tasa de crecimiento del valor agregado”.

Situación de la manufactura en el Perú



TABLA 1

Principales teorías sobre la diversificación

Teoría	Características	Referencias
Teoría de los recursos y capacidades	Las empresas podrían transferir fácilmente recursos tangibles e intangibles entre sus diferentes segmentos de negocio, de modo que el deseo de hacer un uso más eficiente de los mismos conllevaría a que las firmas se diversifiquen.	(Montgomery 1994) (Teece 1980) (Williamson 1979) (Panzar y Willig 1981)
Teoría del poder de mercado	Siempre que una compañía tenga dominio en su industria principal, puede verse impulsada a diversificar para incrementar su poder económico, lo que la conducirá a prosperar a expensas de las no diversificadas, no porque sea más eficientes, sino porque tienen el poder de conglomerado.	(Hill 1985) (Scott 1993) (Montgomery 1994)
Teoría de la agencia	La separación entre propietarios y gerentes promueve que estos últimos adopten comportamientos discrecionales en favor de sus propios intereses, lo que los impulsará a diversificar una empresa más allá de su límite óptimo, pudiendo llegar a afectar negativamente su valor comercial.	(Aggarwal y Samwick 2003) (Shleifer y Vishny 1989)
Teoría del mercado interno de capitales	Una empresa debe diversificarse para no depender de una sola operación comercial. Esto es especialmente relevante en países con un escaso desarrollo crediticio y altos costos de financiamiento.	(Amit y Livnat 1988) (Mitton 2012)
Teoría de la maximización del valor	La diversificación es parte de un proceso dinámico de maximización del valor de la firma, el cual se resuelve experimentando sobre qué industrias permiten que la empresa explote mejor sus recursos.	(Matsusaka 2001) (Bernardo y Chowdhry 2002) (Gomes y Livdan 2004) (Maksimovic y Phillips 2002)

¿QUÉ NOS DICE LA EVIDENCIA EMPÍRICA?

La literatura empírica que ha estudiado la relación entre la diversificación y el desempeño empresarial no es concluyente. Hasta finales de los años noventa, varios autores como Lang y Stulz (1993), Berger y Ofek (1995) y Shin y Stulz (1998) sostenían que la diversificación no era beneficiosa para las empresas y que, por lo tanto, reducía su valor comercial. Sin embargo, estudios posteriores como los de Campa y Kedia (2002) y Villalonga (2004) atribuyen errores de mediciones a las investigaciones previas.

Como ya señalábamos, hasta hace poco, la mayor parte de estudios de la diversificación se concentraron en países desarrollados; recién en los últimos años surge el interés por analizar otros contextos como el de las economías emergentes.

Estudios aplicados a países asiáticos como India y Vietnam encuentran evidencia robusta para afirmar que las empresas que se diversifican obtienen una mayor rentabilidad (Santarelli y Tran 2015; Bhatia y Thakur 2018).

Por otra parte, hasta ahora, todos los estudios descritos se interesaron en evaluar el efecto de la diversificación en el valor de la firma o su rentabilidad, son pocos los estudios

“A mayor concentración en el mercado, menos motivación para seguir una estrategia de diversificación. A mayor competitividad en el mercado, mayor interés en invertir en múltiples operaciones”.

que hayan utilizado la productividad o el crecimiento como variable de interés.

INCORPORANDO EL ENFOQUE DE GÉNERO

El género alude a diferencias construidas socialmente entre hombres y mujeres (MIMP 2017). En el Perú, las mujeres tienen un menor acceso a un conjunto de recursos y servicios; a estas diferencias se les denomina brechas de género. Partiendo del principio de que tanto mujeres como hombres tienen las mismas capacidades cognitivas, las restricciones que enfrentan las mujeres a lo largo de su vida para desarrollarse profesionalmente terminarían por impactar en la formación de un capital humano más eficiente (Kazandjian et al. 2016). El gráfico 1 describe algunas de estas limitantes.

GRÁFICO 1

Desigualdad de oportunidades para las mujeres

2015: los hombres tienen en promedio 0,3 años de estudio más que las mujeres.

2017: 29,1% de mujeres en el sector manufactura cuentan con educación superior.

El 61,3% de los egresados de carreras de ciencias empresariales son mujeres y en carreras de ingeniería son 27,2%.

En el sector hierro y acero, el 0,5% de puestos de trabajo fueron ocupados por mujeres, mientras que en el de textiles y calzado fue 59,3%.

En 15% de empresas las mujeres ocupan cargos directivos, 4 puntos por debajo del promedio de la región.

Entre 2007-2017 en el sector manufactura el porcentaje de mujeres que se desempeñan como gerentes se ha mantenido en 0,1%.

Brechas en educación

Estereotipos de género

Brechas en el mercado laboral



Asimismo, la menor participación de la mujer en puestos de liderazgo se ve reforzada por la existencia de una estructura jerarquizada de tipo piramidal en la que los altos cargos directivos son reservados para cierto grupo de trabajadores (generalmente hombres). Dentro de esta estructura, la metáfora de

los “techos de cristal” describe los obstáculos que impiden que las mujeres lleguen a la cima, mientras que la de “paredes de cristal” sostiene que así las mujeres accedan a cargos directivos, estos estarán relacionados con funciones de apoyo y no de liderazgo (OIT 2017).

En ese sentido, se sabe muy poco acerca de los factores por el lado de la demanda que determinan una mayor presencia de mujeres en cargos directivos. Algunos estudios como los de Faki y Ghazalian (2015) y Ahmed, Feeny y Posso (2016) revelan que las empresas tenderán a contratar más mujeres en puestos de liderazgo en la medida que expandan su escala de operaciones.

La hipótesis schumpeteriana plantea que este crecimiento puede conllevar a que las firmas inviertan parte de sus recursos a realizar actividades de Investigación y Desarrollo (I+D), lo cual abre la posibilidad de contratar más empleo calificado, aunque la menor formación profesional de mujeres en carreras de ciencia y tecnología restringiría la oferta laboral femenina en estas actividades. Aunque, aún si esto no fuese así y las mujeres llegasen a ocupar puestos en I+D, sus ideas tendrían cierta resistencia en el directorio de una organización dominada por hombres (Poutanen y Kovalainen 2013).



Foto: Andina

La menor formación profesional en carreras de ciencia y tecnología restringiría la oferta laboral femenina en actividades de innovación.

“Una firma diversificada incrementa en 24,5% la probabilidad de que contrate mujeres en puestos de su directorio”.

Entonces, teniendo en cuenta que la diversificación de las empresas manufactureras conlleva casi invariablemente al crecimiento de su estructura organizacional, se esperaría que las empresas más diversificadas contraten a más mujeres en cargos directivos. No obstante, debido a restricciones en la data, no sería posible asegurar si esta mayor demanda estaría dirigida a cubrir puestos de liderazgo o puestos de apoyo en el directorio.

PRINCIPALES RESULTADOS

De acuerdo con la EEA 2009-2015, en promedio, el 35,5% de las empresas manufactureras peruanas se encontraban diversificadas. No obstante, por tamaño empresarial, se puede notar que son principalmente las grandes empresas las que se encuentran diversificadas, con un 62,5% de firmas. Por su parte, este porcentaje se reduce a 27,9% para las medianas empresas y a 9,1% para las pequeñas empresas. Cabe resaltar que la EEA no recoge información de la microempresa, por lo que estas no son materia del estudio (ver diagrama 1).

Luego de controlar los problemas de endogeneidad y sesgo de selección, a través del Método Generalizado de Momento (GMM, por sus siglas en inglés), se obtienen estimadores robustos y estadísticamente significativos de las varia-

DIAGRAMA 1

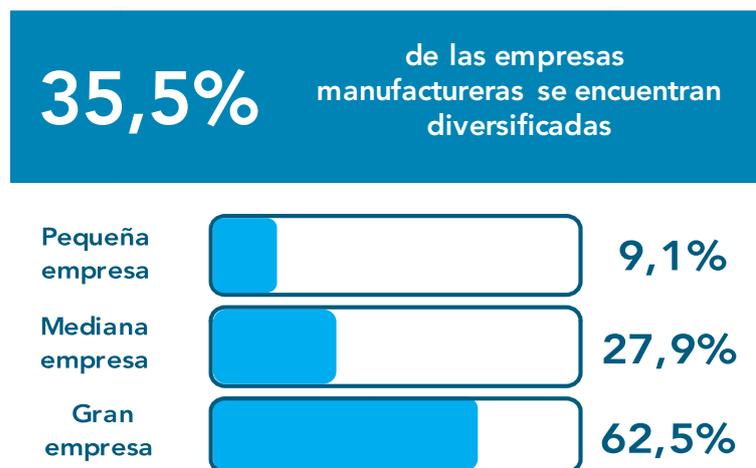


DIAGRAMA 2

Un incremento del 10% en el grado de diversificación de las firma manufactureras incrementa en:



bles asociadas con el grado de diversificación. Estos resultados se pueden interpretar de la siguiente forma: un incremento del 10% en el grado de diversificación de las firmas manufactureras en el Perú está asociado con un incremento del 5,2% en la productividad y de 1,6% en la tasa de crecimiento del valor agregado. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de Vannoni (2000) y Sollner (2010).

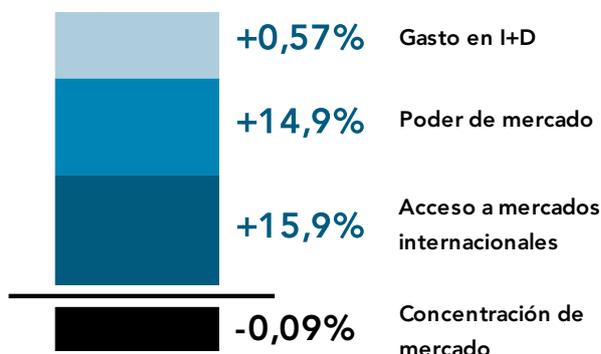
En cuanto al efecto de la decisión y grado de diversificación en la

variable de género, los resultados muestran que el hecho de que una firma se encuentre diversificada incrementa en 24,5% la probabilidad de que esta contrate mujeres en puestos del directorio. Por su parte, un incremento del 10% en el grado de diversificación eleva en 7,9% la probabilidad de contratar a mujeres en puestos del directorio. Ambos resultados son robustos y estadísticamente significativos (ver diagrama 2).

Una de las ventajas de utilizar una metodología en tres etapas

DIAGRAMA 3

¿Qué factores incrementan la probabilidad de que una empresa se diversifique?



es que permite analizar los factores determinantes de que las empresas se diversifiquen. Al respecto, los resultados de la estimación revelan que un incremento del 10% del poder de mercado e intensidad exportadora elevan en 14,9% y 15,9% la probabilidad

de que una firma manufacturera se encuentre diversificada, respectivamente. Por su parte, el incremento en el 10% del gasto en I+D incrementa en 0,57% la probabilidad de que una firma se diversifique. Al respecto, Miller (2004) sostiene que la diversificación por

primera vez está asociada con una menor inversión en I+D y una mayor disponibilidad de recursos generales.

Otra variable interesante es el nivel de competencia en el mercado de la industria principal de la empresa, el cual releva que, cuando existe en el mercado una mayor concentración, las empresas se encuentran menos motivadas a seguir una estrategia de diversificación, mientras que, por el contrario, cuando el mercado es competitivo, las empresas tendrán mayor interés en invertir en múltiples operaciones (ver diagrama 3).

“La industria manufacturera ha venido perdiendo peso en el PBI y el empleo en el Perú”.



Foto: Andina.

Los resultados del estudio demostraron que las condiciones de mercado son determinantes para que las firmas se diversifiquen.

CONCLUSIONES

A través del estudio, encontramos que el grado de diversificación tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo en el crecimiento y productividad de las firmas manufactureras en el Perú, lo cual confirmaría nuestra primera hipótesis.

Los resultados del estudio también parecen reforzar la idea de que existen argumentos basados en la teoría de los recursos y capacidades que estarían detrás de la adopción de una estrategia de diversificación; específicamente, encontramos que la intensidad exportadora de la firma y el gasto en I+D tiene un efecto positivo y significativo en la decisión y grado de diversificación. No obstante, el impacto del coeficiente asociado con la innovación es mucho menor que el asociado con la intensidad exportadora. Esto se debe a que la especificidad de la experiencia en actividades de I+D podría presentar dificultades para su transferencia hacia nuevas actividades, mientras que, la intensidad exportadora podría relacionarse con un mayor desarrollo logístico de la firma, el cual puede ser aprovechado en muchos negocios diferentes.

Por otra parte, el que los resultados del estudio revelen que un mayor poder de mercado y un menor nivel de competencia en la industria estarían asociados con una mayor diversificación demuestran que las condiciones de mercado son determinantes para que las firmas se diversifiquen, en especial aquellas que no gozan del poder de conglomerado y que, por ende, muchas veces se ven expuestas a la adopción de prácticas anticompetitivas como las descritas en la revisión de la literatura teórica.

Finalmente, el efecto positivo y estadísticamente significativo de la decisión y grado de diversificación en la probabilidad de que las firmas manufactureras contraten mujeres en cargos de su directorio confirmaría nuestra segunda hipótesis. Sin embargo, los resultados no permiten determinar si esta mayor demanda de mujeres está dirigida a cubrir puestos de liderazgo o de apoyo al directorio.

RECOMENDACIONES DE POLÍTICA

Los resultados del estudio esperan contribuir a la comprensión y el diseño de políticas públicas orientadas a incrementar la productividad y el crecimiento de las firmas manufactureras en el Perú. Estas políticas deberían fomentar que muchas más empresas manufactureras incrementen su frontera de posibilidades de producción, y, por ende, se diversifiquen.

No obstante, como no todas tienen igual acceso a buenas oportunidades para la diversificación, el rol del Estado debería estar dirigido a nivelar las condiciones de acceso a determinados recursos necesarios para la diversificación, especialmente para las pymes. Entre las principales propuestas de políticas públicas para fomentar la diversificación productiva planteamos las siguientes:

i) Fortalecer el desarrollo de capacidades para la innovación y transferencia tecnológica.

Esto implican incrementar la vinculación entre los múltiples actores del ecosistema innovador en el Perú (Concytec, Innóvate Perú, ITP, Indecopi, INIA) para que el

alcance de las políticas públicas sea mayor y que muchas más empresas manufactureras tengan acceso a conocimientos sobre mejoras tecnológicas.

ii) Crear las condiciones necesarias para la internacionalización de las firmas manufactureras.

Para ello es necesario que el Mincetur fortalezca las políticas de acceso a servicios logísticos y de facilitación de los procedimientos para la exportación. En la actualidad, la Ventanilla Única de Comercio Exterior viene cumpliendo parte de estas funciones; sin embargo, es necesario que esta evolucione y permita integrar cada vez más procedimientos, acorde con las exigencias de las empresas manufactureras.

Por otra parte, los resultados de la investigación también revelan que para que más empresas manufactureras se diversifiquen es necesario que el Estado garantice condiciones óptimas de mercado. En particular se propone lo siguiente:

iii) Defender la libre competencia y sancionar, en caso existan, conductas anticompetitivas.

La principal institución llamada a garantizar estas condiciones es el Indecopi. Sin embargo, es primordial que Produce, como ente rector del sector, contribuya a identificar aquellas industrias manufactureras que podrían estar incurriendo en prácticas anticompetitivas.

Finalmente, en cuanto al enfoque de género, el estudio ha eviden-

ciado que una mayor diversificación en empresas manufactureras conduce a una mayor demanda de mujeres en cargos directivos, por lo que, las políticas orientadas a fomentar la diversificación también contribuirán a incrementar el empleo femenino en puestos de alto mando.

Lo anterior debe ir acompañado de políticas que permitan mejorar el acceso de las mujeres a diferentes bienes y servicios necesarios para su desarrollo profesional. En particular, se propone que tanto el Minedu, el Mintra y el MIMP realicen coordinadamente acciones vinculadas a promover una

mayor presencia de mujeres en carreras de ciencia y tecnología, supervisar la Ley 30709, Ley que prohíbe la discriminación remunerativa entre varones y mujeres, así como identificar y premiar buenas prácticas en cultura organizacional de igualdad de género en las empresas.

Recomendaciones de política

Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3	Propuesta 4
Incrementar el alcance de las políticas públicas en favor de la innovación y transferencia tecnológica a través del fortalecimiento del ecosistema innovador.	Mejorar los procedimientos para la exportación y crear las condiciones necesarias para la internacionalización de las firmas manufactureras.	Defender la libre competencia de mercado y sancionar, en caso existan, conductas anticompetitivas en la industria manufacturera.	Incrementar el número de mujeres directivas a través de la reducción de las brechas de género y premiar buenas prácticas de cultura organizacional en las empresas manufactureras.

INVESTIGACIÓN DE INTERÉS PARA:

- Ministerio de la Producción
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
- Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- Concytec, Innóvate Perú, ITPs



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS²

Ansoff, H. (1957). "Strategies for diversification". *Harvard Business Review*, n.º 35, vol. 5, pp. 113-124.

Bernardo, A. y Chowdhry, B. (2002). "Resources, real options, and corporate strategy". *Journal of Financial Economics*, n.º 63, vol. 2, pp. 211-234.

Campa, J. y Kedia, S. (2002). "Explaining the diversification discount". *Journal of Finance*, n.º 57, pp. 1731-1762.

Fakih, A. y Ghazalian, P. (2015). "Female employment in MENA's manufacturing sector: the implications of firm-related

and national factors". *Economic Change and Restructuring*, n.º 48, vol. 1, pp. 37-69.

Gomes, J. y Livdan, D. (2004). "Optimal diversification: Reconciling theory and evidence". *Journal of Finance*, n.º 59, pp. 507-535.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2017). *Conceptos fundamentales para la transversalización del enfoque de género*. Lima: Autor.

Organización Internacional del Trabajo. (2017). *La mujer en la gestión empresarial: cobrando*

impulso en América Latina y el Caribe. Ginebra: Autor.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2012). *Estrategia de igualdad de género*. Lima: Autor.

Santarelli, E. y Tran, T. (2015). "Diversification strategies and firm performance in Vietnam". *Economics of transition*, n.º 24, vol. 1, pp. 31-68.

Villalonga, B. (2004). "Diversification discount or premium? New evidence from the business information tracking series". *Journal of Finance*, n.º 59, vol. 2, pp. 479-506.

2/ Encuentre la bibliografía completa del estudio en el informe final disponible en www.cies.org.pe