

¿Cómo enriquecer la productividad en México?

Ricardo Zermeño González

Primera parte: ¿qué sectores aportan más?

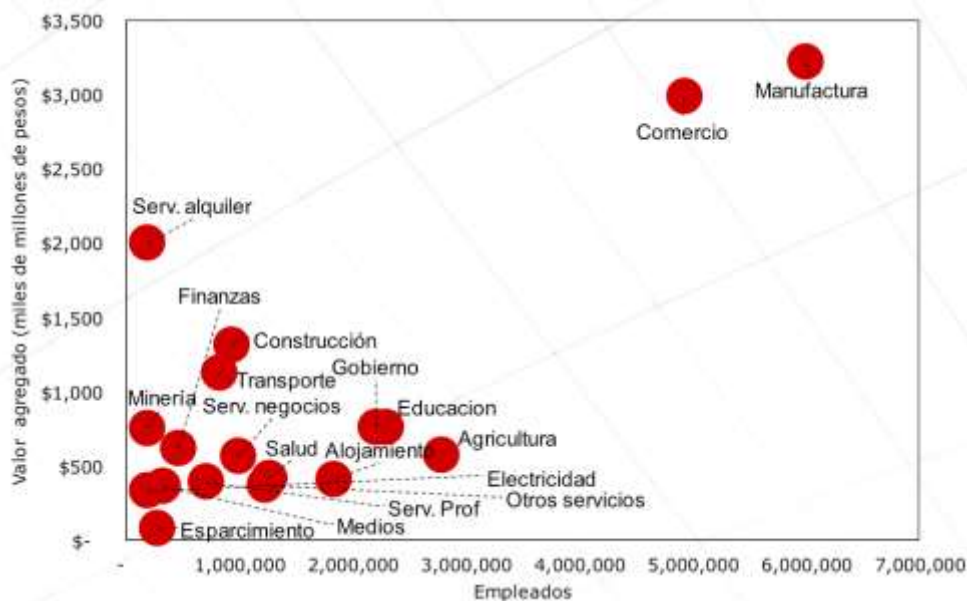
Satisfacer las nuevas demandas del mercado ante el vertiginoso cambio global, impulsado por el uso de tecnologías cada vez más avanzadas, puede parecer una tarea ardua y difícil en términos de tiempo, dinero y esfuerzo.

Sin embargo, la clave para mantener un alto nivel de competencia está más cerca de lo que parece: basta con explotar las oportunidades que esos mismos cambios ofrecen. Pero, para identificar dichas ventajas, es necesario conocer la situación en la que se encuentra actualmente el ámbito empresarial en México.

Son varios los sectores que participan en el desarrollo del país, y su relevancia puede establecerse a través de la contribución que realizan a dos aspectos fundamentales de la economía nacional: el valor agregado y la creación de empleos.

Como uno de los principales generadores de riqueza, el valor agregado es considerado como la valía económica adicional que adquiere un bien o servicio tras ser sometido a un proceso de producción, más allá de las materias primas utilizadas en él. De acuerdo con INEGI, aritméticamente, el Valor Agregado Censal Bruto (VACB) resulta de restar a la Producción Bruta Total el Consumo Intermedio.

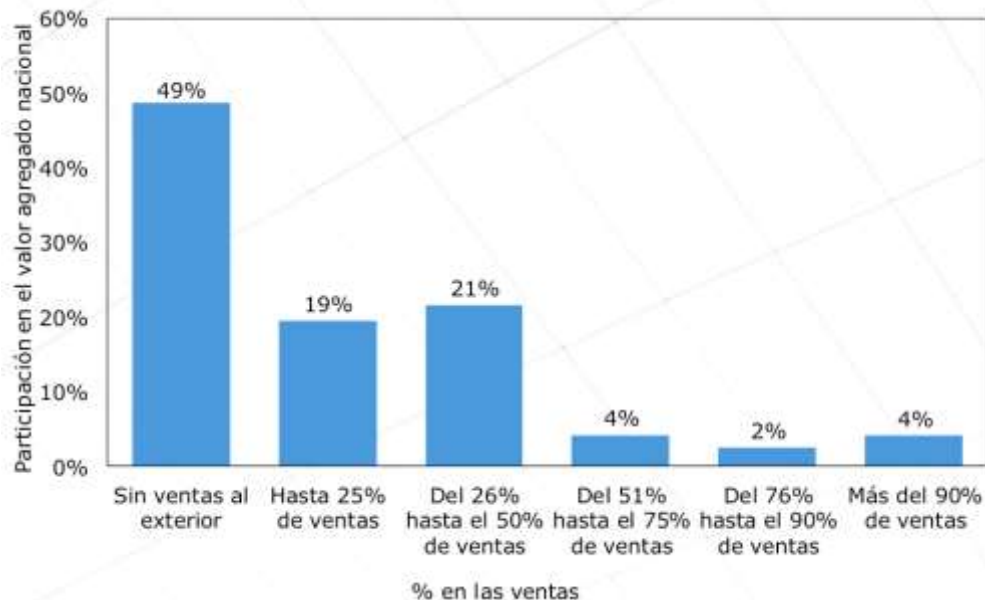
Contribución sectorial a valor agregado y empleo ⁽¹⁾



Como puede apreciarse en la gráfica anterior, en la aportación de valor agregado y creación de empleos destacan dos sectores empresariales sobre todos los demás: manufactura y comercio.

Aunque los sectores restantes se encuentran en posiciones muy alejadas, entre ellos sobresalen los servicios de alquiler que, a pesar de ofrecer una aportación reducida en la creación de empleos, brindan un elevado valor agregado a la economía nacional. Caso contrario ocurre con la agricultura y la educación, los cuales destacan por la cantidad de trabajo remunerado que generan, aunque su participación en el valor agregado es indiscutiblemente menor.

Participación de acuerdo con la orientación de la empresa hacia su tipo de mercado (interno y externo)⁽²⁾



Como bien es sabido, la economía mexicana cuenta con dos pilares fundamentales: el mercado doméstico interno y el de las exportaciones. Tal y como se muestra en la gráfica, las empresas que no ofrecen sus productos o servicios en los mercados exteriores representan 49% de ventas a nivel nacional.

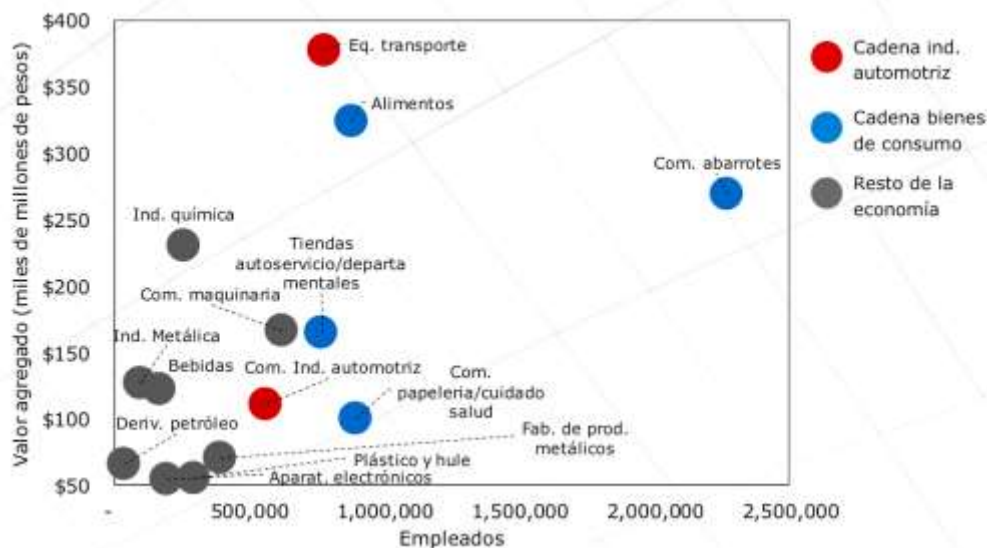
Por otro lado, las empresas que exportan (entre las que destaca el sector manufacturero) representan 51% del valor agregado. Llama la atención que las empresas cuyas exportaciones conforman más de la mitad de sus ventas (de 51 hasta más de 90%) son responsables de sólo 10% del valor agregado nacional. Seguramente en esta situación se encuentran la mayoría de las maquiladoras, cuyos insumos son importados casi en su totalidad.

Como puede apreciarse en la misma gráfica, existen empresas que exportan hasta 50% de sus ventas y contribuyen, en conjunto, con 40% del valor agregado: la importancia de esas empresas resulta mucho más tangible para la economía nacional.

Los datos anteriores indican que una parte importante de la economía mexicana se ha orientado hacia el mercado exterior y que, para consolidarla, debemos integrar sus cadenas productivas, con el fin de aumentar su contribución al valor agregado nacional.

Lo anterior cobra mayor relevancia si tenemos en cuenta el actual escenario que se vive a nivel global, en el que la instauración de políticas de proteccionismo puede convertirse en una amenaza latente no sólo para la economía nacional, sino para la de todo el mundo.

Competitividad de las cadenas de bienes de consumo en relación con otros subsectores ⁽³⁾



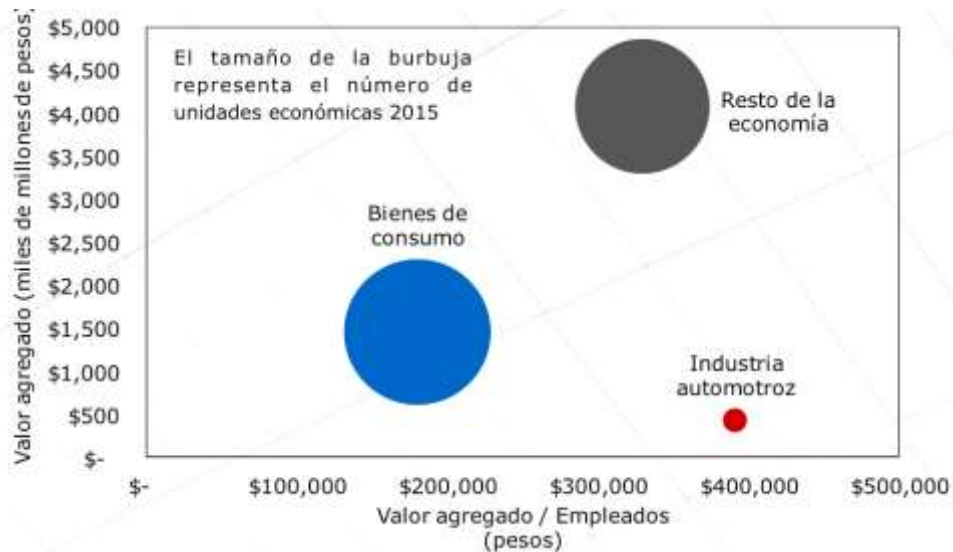
La gráfica arriba expuesta muestra con mayor detalle la posición que ocupan los principales subsectores empresariales en la generación de valor agregado y en la creación de empleos a nivel nacional.

En ella, resalta el lugar que ocupa la industria de equipos de transporte (en rojo). Claramente se pone en evidencia que todo lo relacionado con el ámbito automotriz –desde las armadoras de vehículos automotores, hasta las agencias encargadas de la venta de los mismos– aporta una gran contribución a la economía y al comercio de México.

La industria automotriz destaca por su alta generación de valor agregado, aunque en términos de empleo otros sectores la superan. Por otro lado, la cadena de bienes de consumo (en azul), incluyendo la elaboración y comercialización de alimentos, genera las mayores aportaciones no sólo para el valor agregado, sino también para el empleo.

Mención especial merece la cadena de bienes de consumo destinada al suministro de los llamados “artículos de primera necesidad” (bebidas, conservas, productos de limpieza y aseo) para las tiendas de abarrotes: no sólo aportan un alto nivel de valor agregado, sino que además son una importante fuente de trabajos remunerados.

Valor agregado generado por la industria automotriz vs. industria de bienes de consumo (4)



En la gráfica anterior se presenta una comparación entre las industrias automotriz y la de bienes de consumo, tomando como base el valor agregado absoluto y el valor agregado por empleado. Éste último reviste una gran importancia, pues se asocia con el valor que producen todas las personas que participan en las actividades de una empresa. Es, por sí sola, una medida de la productividad laboral: después de todo, para generar riqueza es imprescindible también crear empleos.

En esta exploración de datos, podemos ver grandes diferencias entre ambas industrias: a pesar de que, en términos de valor agregado absoluto, la cadena de bienes de consumo aporta tres veces más a la economía nacional que la automotriz, ésta última ofrece una mayor productividad, principalmente gracias al uso de procesos automatizados en su línea de producción.

En conclusión

La economía mexicana posee dos grandes motores, el sector manufacturero y el de los bienes de consumo, que orientan sus esfuerzos hacia los mercados externo e interno, respectivamente.

A pesar de sus aparentes diferencias, estos dos sectores deben ser fortalecidos para aumentar el valor agregado que generan, y así elevar la productividad de México. Como parte de ello, es menester reconocer que los sectores exportadores,

como la industria automotriz, poseen un alto índice de productividad y que, por ende, es necesario continuar apoyando su desarrollo.

Sin embargo, la misma importancia reviste el aprovechamiento de otras opciones, cuya aportación resulta aún mayor para la generación de riqueza en nuestro país.

Para otorgarle un mayor dinamismo a la economía mexicana, no sólo se debe mantener el crecimiento del sector manufacturero y sus exportaciones: es necesario fortalecer las actividades enfocadas al mercado interno, entre las que destacan las empresas de la cadena de bienes de consumo.

Elevar la productividad de esas empresas, y en particular de las PYMEs detallistas, es una estrategia clave para acelerar el crecimiento económico de México. Y para ello, vale la pena analizar las alternativas que brindan las nuevas tecnologías, como la opción para realizar pagos móviles a través de teléfonos inteligentes. Pero eso será el tema para la segunda parte de este reporte.

Fuentes:

(1), (3) y (4) Gráficas elaboradas por Select con base en Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM); Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI); Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), 2015.

(2) Gráfica elaborada por Select con base en censos económicos 2014, INEGI.

PALABRAS CLAVE: PRODUCTIVIDAD, VALOR AGREGADO, INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, INDUSTRIA DE BIENES DE CONSUMO TRANSFORMCIÓN DIGITAL