

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION FINANCIERA**



**ACTIVOS FÍSICOS: ¿PROPIEDAD O ACCESO?**

TRABAJO DE GRADUACION  
PARA OPTAR AL GRADO DE

MAESTRO EN ADMINISTRACION FINANCIERA

**PRESENTADO POR**

**MOISES ABILIO PALACIOS HERNANDEZ**

**NOVIEMBRE DE 2004**

**SAN SALVADOR**

**EI SALVADOR**

**CENTROAMERICA**

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : Dra. MARIA ISABEL RODRIGUEZ

SECRETARIO GENERAL: Licda. MARGARITA MUÑOZ VELA

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DECANO : Lic. EMILIO RECINOS FUENTES

SECRETARIO : Licda. DILMA YOLANDA VASQUEZ DE DELCID

DIRECTOR DE MAESTRIA: MSc. GUILLERMO VILLACORTA MARENCO

TRIBUNAL EVALUADOR:

MAEX. JOSE DIMAS QUINTANILLA

(MSc. GUILLERMO VILLACORTA MARENCO)

# ACTIVOS FISICOS: ¿PROPIEDAD O ACCESO?

## *CONTENIDO*

### INTRODUCCIÓN

Marco conceptual	7
- Vieja Economía	
- Nueva Economía	
¿Qué nos trae esta Nueva Economía?	12
Historia del Arrendamiento o Leasing-El Acceso	13
La Entrada a la Era del Acceso	14
Otros Aspectos de la Nueva Economía	19
Conclusiones.	21
Bibliografía	23

# **ACTIVOS FÍSICOS: ¿PROPIEDAD O ACCESO?**

## **INTRODUCCION**

En la actualidad estamos siendo testigos de fuertes cambios al interior de las empresas, específicamente, en la forma de administrar los activos fijos o físicos proveniente de lo que se ha dado en llamar la Nueva Economía, Economía del Ciberespacio o Economía de Redes que se apoya en la innovación tecnológica y es que estamos en una Era Globalizante o Penetración Mundial de los Mercados, que es una nueva forma de expandir los negocios.

En esta Nueva Economía, los Activos Físicos se convierten en una carga innecesaria para las empresas y por ende les quema valor, generado por la velocidad que toma la tecnología que incide en la renovación de productos, lo que no es posible en muchas ocasiones por falta de liquidez, dejando a la empresa en desventaja competitiva, debido a que han vivido manteniendo grandes cantidades de propiedad y reflejándolo en sus informes financieros, sin darse cuenta que con el tiempo es dinero inmovilizado que pudo destinarse a otras actividades, lo que le ha significado retraso en el dinamismo que debe tener para enfrentarse al nuevo mundo que cambia constantemente y que no le permite tiempo para razonar las estrategias más convenientes que le conduzcan a crearle valor al accionista, quien es la razón de la existencia misma de la empresa.

No se puede dejar de mencionar que las empresas y, porqué no decirlo, el Gerente o CEO, están constantemente luchando con una competencia voraz del espacio que ocupa, que coloca constantemente nuevos productos, pues el ciclo de vida es más corto y con mejores ventajas para el cliente, que los existentes en el mercado esto influye para buscar la forma de contrarrestarla, lo que no es posible en la mayoría de ocasiones, ya que le significan nuevos recursos financieros que no están al alcance o son imposibles por las exigencias de los financistas y cuando se logran es demasiado tarde, debido a que ya existe en el mercado nuevas tecnologías representadas en maquinarias, equipo, software, hardware, entre otros, que están evolucionado constantemente. Para sobrevivir la empresa debe dotarse de ellas, así como de nuevos procesos productivos poderosos que resistan el empuje que la competencia presenta, caso contrario dejará el negocio en que se encuentra o en el peor de los casos desaparecerá o se fusionará. Así mismo, debe procurar generar valor y buscar una estrategia que le permita concentrarse en lo que tiene más habilidad y dejar de cuidar sus activos físicos; Además, las empresas se reestructuran radicalmente para enfrentar los cambios y operar en la economía global tecnológica.

Al entrar las empresas a una fusión o adquisición, no será relevante centrarse en la calidad de sus activos físicos, sino que en la capacidad de la administración para generar flujos con los activos en uso, que sean suficientes para responder por los pasivos y que dejen un rendimiento al inversionista que por supuesto sea superior al costo del capital de las fuentes que existieren, el que no será relevante si se apoyan en el arrendamiento. Sin embargo, la cuota contractual a pagar, por el derecho al uso, está compuesta de capital e intereses, o sea que lo tendrá

cargado y la empresa se lo puede descontar contra sus resultados, dándole un beneficio fiscal. Es decir, le resta al pago de sus impuestos, generándole valor; De acuerdo con la exposición sobre Fusiones y Adquisiciones, dictada en el Seminario Avanzado de Graduación de la Maestría en Finanzas, se menciona que se debe considerar no sobreestimar los flujos futuros de la sinergia, entre otros.

Para hacerle frente a la presión de la tecnología y de la competencia el Arrendamiento o Leasing toma relevancia y apalanca a las empresas, dejando al margen la necesidad de comprar bienes o mejor dicho dejar de comprar propiedad, es decir, que el enfoque es el acceso, ya que nos quita la preocupación de la obsolescencia que acarrea el activo físico. Además, la empresa se mantiene con tecnología de punta, debido a que la puede renovar constantemente, que es una de las principales características y ventajas del acceso además puede mantenerse una relación contractual de largo plazo, lo que es beneficioso para el negocio, ya que puede ofrecer-recibir- nuevos apoyos tecnológicos y otros activos innovados que en su momento no existían y como hemos dicho, la tecnología cambia constantemente en esta Nueva Economía. Adicionalmente, la empresa obtiene un valor agregado como es el mantener liquidez, evidentemente porque para cubrir sus requerimientos físicos no se ve presionada de grandes erogaciones de efectivo, como sucede cuando se busca la propiedad del activo. Así las empresas entran en un nuevo fenómeno económico: hoy producen un bien, mañana lo lanzan al mercado y al tercer día lo retiran o lo sustituyen.

A la luz de este nuevo pensamiento, las empresas entran en el dilema de elegir entre descapitalizarse, por adquirir los activos necesarios para cubrir sus expectativas o contactar a las empresas que se quedan con la propiedad, debido a que para ellas esa es su especialidad, en eso se concentraran y lo ceden en arrendamiento. Por decirlo en otras palabras se apoyan en esas empresas, logrando con ello enfocar sus recursos financieros en otras actividades que contribuyan a generar más valor, que se verá reflejado en mayor cotización de sus acciones en el mercado accionario. Y es que las empresas en su afán de penetrar en otros mercados buscando agregar valor, se ven presionadas a invertir fuertes cantidades en activos, ya sean físicos o intangibles, los cuales le acarrearán altos riesgos al poseerlos o acumularlos, proveniente tanto de la obsolescencia como de la innovación. Esta situación frena los resultados esperados, generando frustración al inversionista.

Esta estrategia novedosa ha existido desde hace mucho tiempo, Aristóteles (384-342 antes de Cristo) ya identificaba que la riqueza de las empresas no radicaba en la propiedad, si no en su uso, hace pensar que esta idea fue eclipsada por el surgimiento del capitalismo, el que esta fundamentado en mantener la posesión de los bienes, ya que ésta daba poder, y el que los tiene domina. Además, son intercambiables en los mercados geográficos. Existen experiencias en otras épocas como la de los Sumerios, en Babilonia y en Persia, entre otros, donde se ha practicado el negocio del arrendamiento, el cual estuvo orientado a actividades como los ferrocarriles, los barcos y labores agrícolas, hasta que se extendió a la actualidad donde va tomando cada vez más auge en otros rubros del quehacer económico.

Uno de los grandes exponentes del cambio que está sucediendo con La Nueva Economía en las empresas, es el señor Jeremy Rifkin quien expone en su obra "La Era del Acceso", como el acceso o arrendamiento apalanca a las empresas y la no conveniencia de adquirir la propiedad. Además motiva a las empresas a enfocarse en otros sectores de la economía no explorados, como es el cultural, lo íntimo de los pueblos. El nos enseña de donde viene esta herramienta que está apalancando a las empresas, que es distinta y más moderna.

Los académicos al estudiar el arrendamiento, creían que era solo de hacer partidas contables y evitar el pago de impuestos. ¡No!, Esta es una herramienta poderosa como fuente creadora de valor y que facilita la penetración en nuevos mercados, lo que es válido, pero no hemos pensado más allá de lo ventajoso que es en este nuevo ambiente, que ya está preocupando a los empresarios tradicionales de la era pasada, donde se tenía como enfoque vender lo más que se pudiera de un bien hasta agotar el mercado, sin pensar en que debía mantener innovaciones constantes, que es lo que hoy se exige. Se conoce la existencia de sistemas de arrendamientos, por ejemplo: el Financiero y Operativo entre los más sobresalientes, además existe el arrendamiento con promesa de venta, el que no tiene mayor importancia como otra fuente de financiamiento.

Es oportuno señalar la idea que desarrolla la revista especializada en conceptos financieros y otros temas, Harvard Business Review, en el artículo titulado "La Sartén por El Mango", en él se señala lo siguiente: "¿Quiere acelerar los resultados de una estrategia de crecimiento que incremente más ventas sin sacrificar ganancias? Apóyese en los activos de otras empresas. En los negocios, las rutas tradicionales que conducen al crecimiento- expansión orgánica y adquisiciones- tienen un requisito en común: la inversión en activos propios. Para crecer orgánicamente hay que desarrollar nuevos activos, para hacerlo a través de las adquisiciones hay que comprarlos. La necesidad de poseer activos, ya sean físicos o intangibles, es lo que convierte en riesgosas a esas estrategias de crecimiento, debido a que exigen una inversión inicial, pero las utilidades no llegan de inmediato y, a veces, hay que esperar mucho hasta ver los resultados. En consecuencia, la búsqueda del crecimiento siempre acarrea una reducción de los márgenes, a veces sólo temporalmente, pero en el peor de los casos para siempre".

Agrega que, "hay otro camino menos riesgoso y con potencial para impulsar de manera rápida y sustentable, no sólo las ventas sino también la rentabilidad. Esa estrategia se le conoce como crecimiento apalancado; comienza con el convencimiento de que la expansión no siempre tiene que apoyarse en activos propios. Sí los activos requeridos ya existen en otras empresas y usted puede movilizarlos para respaldar sus iniciativas de crecimiento, capturará los beneficios y simultáneamente evitará las cargas económicas derivadas de la propiedad de esos activos. Es decir que, al aprovechar los activos de terceros en lugar de desarrollar los propios o comprarlos, se reduce el riesgo financiero, se puede conquistar mercados con mayor rapidez y estar en condiciones de dar respuesta inmediata a los cambios tecnológicos y nuevas demandas del mercado".

Además, las empresas experimentan el fenómeno de la auto competencia, donde se ven presionadas a mantenerse en forma constante en el mercado con nuevos productos, caso contrario la competencia les ganará el mandado; Y es que el éxito no estará en la venta de un producto si no en mantener al cliente por un tiempo largo, ofreciéndole servicios duraderos, tal como lo hacen las empresas de telefonía celular, quienes han optado por regalar el aparato telefónico y quedarse ofreciendo un servicio duradero. Así mismo, en el sector de vivienda, se está entrando en la práctica de ofrecer vivienda privada donde se ofrecen y comparten los diferentes espacios en común, como vigilancia, jardinería espacios de esparcimiento, entre otros.

Será imprescindible que las empresas conectadas entre ellas por medio de redes de negocios lleguen a otros proveedores y clientes para hacer comercio, ya que los mercados geográficos no tienen razón de ser, debido a que las transacciones se desarrollan en el ciberespacio, por medio de la poderosa autopista de la información que se fundamenta en Internet, que no es tecnología, si no que una forma de organización de información y comunicación que facilitará a las empresas contacto con consumidores o usuarios, que antes eran inalcanzables. Y es que los comerciantes no necesitarán mostrar grandes espacios, con productos donde se reúnan vendedores y compradores para cerrar una compra venta, si no que se generará en el ciberespacio, que permitirá el acceso a todo tipo de capacidades y productos, ya que en la venidera era, de nueva forma de hacer negocios, todo lo obtendremos en la red de información. Recordar que estamos en una economía global que está sustentada en redes electrónicas globales, donde las empresas comparten sus recursos empresariales.

Por otro lado, vivimos en una economía del conocimiento, donde los activos esenciales de la empresa moderna son sus Activos Intangibles a los que buscará el acceso al uso en corto plazo; estos son:

- la inteligencia
- el entendimiento
- las destrezas, y
- la experiencia de los empleados

Ya no son esenciales los siguientes activos:

- edificios
- maquinarias
- inmuebles
- instalaciones, y
- equipos, entre otros.

## **Marco Conceptual**

La vieja economía se ha caracterizado por el manejo de Activos Tangibles, aquellos que se pueden tocar, son materiales, como: Los Inmuebles, las Instalaciones, la maquinaria y el equipo, entre otros; En cambio, en La Nueva Economía, ya se habla de Activos Intangibles como los más valiosos, son inmateriales, no se pueden tocar como: las Ideas, las Imágenes, los conceptos,

las patentes, derechos de propiedad intelectual, marcas registradas, secretos y relaciones comerciales, es decir que estamos en presencia de comercializar el pensamiento de las personas. Además las empresas, se desprenden de sus activos físicos.

Ambas economías, actúan con diferentes criterios, veamos cuales son y que buscan; El criterio de La Vieja Economía, se refiere a comprar y acumular Activos Físicos, es el pensamiento que ha prevalecido en las empresas por mucho tiempo, donde se busca la compra de ellos, es decir tener la Propiedad. Sin embargo, con el nuevo enfoque, aquello se transforma ya que se busca el Acceso al uso de los Activos Físicos y a los Intangibles, debido a que éstos toman relevancia, es un pensamiento nuevo de hacer negocios, donde las empresas ya no buscan la posesión sino que el derecho al uso, es decir que los negocios procuran la capacidad productiva a corto plazo.

Podemos señalar que la propiedad es una grave desventaja estratégica, porque quema valor al acumularla, así como por el avance veloz de la tecnología que influye en esos activos y en el ciclo de vida de los productos. A efectos de darnos cuenta como las empresas han mantenido la propiedad en su patrimonio, en detrimento de si misma, observemos el siguiente balance General.

Balance General- Vieja Economía

<u>Activo</u>		<u>Compromisos</u>	
Circulante	50	Corto Plazo	40
Físico	100	Largo plazo	50
Otros	25	Patrimonio	85
	-----		-----
Total	\$ 175	Total	\$ 175

Sin entrar en detalles contables, ni relacionados, este balance general, se ha preparado exclusivamente para señalar que las empresas en la era industrial, con el criterio de acumular propiedad, mantienen en su activo grandes cantidades materiales, que es dinero inmovilizado, por supuesto que unas más que otras, ya que obedecerá al negocio en el que se encuentren, además es el comportamiento normal de las empresas en esta era.

Pero cuando ya estamos en el ambiente de la Nueva Economía, donde las empresas se apoyan en el arrendamiento la situación cambia, veamos como se refleja este Activo físico.

Balance General- Nueva Economía

<u>Activo</u>		<u>Compromisos</u>	
Circulante	100	Corto Plazo	40
Físico	25	Largo plazo	50
Otros	50	Patrimonio	85
	-----		-----
Total	\$ 175	Total	\$ 175

Podemos observar, que el rubro de activo fijo pierde relevancia debido a que se enfocan en el acceso al uso en forma de Leasing o arrendamiento, lo que la ubica en mejor posición ante sus acreedores, es más sana y le da liquidez, tal como se presenta en el activo circulante. Para el caso, Microsoft vale más que IBM, en consideración, entre otros factores, a que ellos no poseen grandes cantidades de activos físicos, está concentrado en producir intangibles favoreciendo el acceso a corto plazo al capital productivo, los inversionistas pagan más por sus acciones en el mercado. Por ejemplo vemos que el valor en bolsa de IBM a noviembre de 1996 era de \$70.700 millones y tenía una propiedad de \$16.600 millones en instalaciones, equipos y bienes. En cambio Microsoft, su valor era de \$85.500 millones y los activos físicos eran de \$930 millones. De acá se desprende la razón que no se paga por quien tiene más activos físicos, sino que por los activos intangibles, como: el buen nombre, las ideas, el talento y la calificación de las personas que constituyen la empresa.

Entonces, en esta Nueva Economía, en rápido crecimiento y cambio, la propiedad resulta un peso muerto que nos arrastra e impide que se desarrolle la capacidad de la empresa para desplazarse con suavidad de una línea de negocios a otra.

El cambio que sucede en el balance general, desde La Vieja Economía hasta La Nueva Economía es conocido como pérdida de peso, en consideración a que las empresas se desprenden de sus activos físicos entrando a lo que se llama economía ingravida. Esta transformación, es abordada por el señor Jeremy Rifkin en su obra citada, donde desarrolla como las empresas en este nuevo ambiente, las hace perder valor desde el punto de vista de la tenencia y acumulación de propiedad, que con el tiempo quedan obsoletos y la empresa no alcanza a ver que esa situación la está dejando en desventaja competitiva más que todo cuando la tecnología cambia de forma muy rápida. Además ha señalado que "La administración no consiste en proteger activos, sino, en crear valor" ¿Qué nos quiere decir?; que los administradores viven desvelándose cuidando sus activos físicos y corren a realizar contratos de seguros para protegerlos, se preocupan por su estado, desviándose de lo que deben hacer, como es crear valor para los accionistas. Entonces, el enfoque es el acceso y no la propiedad, es la estrategia de los negocios, ya que les quita la preocupación de los problemas de la maquinaria y equipo.

Al respecto, en 1996, Alan Greenspan, presidente de la Reserva Federal de Estados Unidos de América, señalaba que se estaba produciendo un cambio muy poderoso en la economía de Estados Unidos y en la economía global, que aumentaba precisamente su ingravidez. ¿Cómo se lo explicaba?; él decía:

-Los materiales de construcción nuevos son más ligeros, es decir menos pesados, menos voluminosos.

-La miniaturización; cada vez la tecnología lanza al mercado productos más pequeños y con alta concentración de información, para el caso la telefonía celular o móvil cada vez coloca en el mercado aparatos más pequeños en comparación con los que lanzó al inicio; igualmente, en la parte de las computadoras, se están lanzando al mercado computadoras más pequeñas y más versátiles.

-La sustitución de los contenidos físicos por información; no más materiales físicos, si no que más información en calidad de activos intangibles, como el contenido de información de los chips-procesadores-, que cada vez están presentes en todos los artículos, como en las tarjetas de felicitación. Por decirlo en otras palabras, los productos son cada vez más intensos en conocimiento, ya que antes eran más intensos en capital y materia prima, era época en la que las empresas se enfocaban en la producción.

-El papel expansivo de los servicios; hoy las empresas buscan ofrecer servicios duraderos que hacer la venta en si del bien, como el hecho de las empresas de telefonía celular que están hasta regalando los aparatos telefónicos y se quedan ofreciendo un servicio de comunicación por largo plazo; así también, tenemos la experiencia de la empresa de aire acondicionado Carrier, ya no vende los equipos de aire acondicionado, sino que los instala en hogares y oficinas y cobra por el servicio con un nivel adecuado de confort. En el sector de la salud, se esta adquiriendo la responsabilidad del tratamiento global del paciente. Los nuevos proveedores de servicios como IBM, G.E., entre otros, se han dado cuenta que los productos físicos dan poco margen de beneficios.

- El outsourcing o externalización; las empresas sustituyen la propiedad interna de las actividades y el capital físico por el acceso a los recursos y procesos que ofrecen proveedores externos especializados quienes cargan con los costos, esto dota a las empresas de flexibilidad que se requiere en unos mercados cambiantes y que se caracterizan por que los productos tienen ciclos de vida cortos. ¿Qué están dando, entonces, las empresas en outsourcing? entre otras actividades, los servicios de mantenimiento y reparación de sus ordenadores, la impresión, la mensajería, la seguridad, la atención telefónica, la contabilidad general, el procesamiento de nominas y la gestión de las carteras de crédito en mora. La empresa se dedica a lo que sabe hacer o donde obtiene más valor.

Lo anterior, nos señala que el carácter físico de la economía se reduce; Ya que la era industrial se caracterizó por la acumulación de capital y de propiedad física, pero en La Nueva Economía lo importante son las formas Intangibles de poder que se presentan en paquetes de información. Sin embargo, aquellos rubros no son las únicos que se desmaterializan o reducen en el nuevo mundo ingravido, también desaparecen los bienes inmobiliarios, las empresas crean nuevos diseños para acomodarse a un tipo de estructura más abierta y en red; en las oficinas van desapareciendo los espacios privados- sin paredes- para darle cabida al social, donde se comparte continuamente la información, el conocimiento y las habilidades. El dinero, antes era sólido y con frecuencia voluminoso, se ha usado barras de oro, ganado, tabaco, azúcar, pagarés y billetes, pero hoy es menos físico, ya que se transforma inmaterial en un conjunto de unos y ceros, que son las unidades fundamentales de la informática que se desplazan por la autopista de fibra óptica. Al respecto, señala Walter Joel Kurtzman, mencionado por Rifkin, que el dinero se ha convertido en una imagen que puede verse, pero no se puede tocar, no tiene dimensión táctil, no pesa. En los ahorros, con el surgimiento de las tarjetas de crédito los consumidores pueden dotarse con facilidad de lo necesario y diferir el pago en plazos mensuales durante largos períodos de tiempo;

“cárguemelo” se ha convertido en una expresión popular, despreocupándose del futuro. A muchas empresas que requieren de mucha propiedad, como las inmobiliarias, las químicas y las de acero, se les hará cada vez más difícil obtener beneficios, porque buena parte de su operación se encuentra vinculado a todo tipo de propiedad física.

Otro rubro que está sufriendo los cambios que trae La Nueva Economía es el Inventario, debido a que en La Vieja Economía, las empresas se caracterizaban por poseer grandes depósitos para almacenar o guardar sus existencias de productos terminados y sus materiales. Ahora, los terminales electrónicos, en los puestos de venta, transmiten de inmediato la información para realizar nuevas ordenes de compra a los suministradores, quienes elaboran los productos en días u horas y los distribuyen directamente a los clientes, detallistas haciendo innecesarios esos espacios geográficos. Es decir, ya no mantienen excesos de inventarios. Los siguientes ejemplos evidencian lo anterior:

General Electric, mediante el uso de datos electrónicos para controlar y seguir los planes de producción y consumo, ha implementado un proceso de inventario instantáneo, que le ha permitido ahorrarse los enormes costos de mantenimiento de grandes existencias y los correspondientes depósitos para almacenar su línea de productos. Entre los años 1987 y 1997, la empresa cerró 26 de sus 34 grandes depósitos que tenía en Estados Unidos y sustituyó los 25 centros de atención a los clientes por una única central.

La National Bicycle Company de Japón, ha ido más allá, ha saltado sobre el sistema de inventario al instante, con su sistema de fabricación sobre pedido al cliente. Un consumidor puede entrar a la exposición de un concesionario y, con la ayuda de un sistema de diseño por ordenador, decidir el tamaño y la forma de la bicicleta que mejor se adapta a las características físicas. Se están diseñando su propio producto.

Entonces, estos activos en aspecto de propiedad, desaparecen en todos los rincones del sistema capitalista, se dice que este sistema de posesión y dominio se está reinventando en redes, como también en la forma de negociar, ya que antes se intercambiaba la propiedad en los mercados, hoy se hace en el ciberespacio.

Las ideas y las imágenes son lo que realmente se compran y se venden en la nueva economía-red. La forma física que adoptan esas ideas e imágenes es cada vez más secundaria para el proceso económico, ya que sí la vieja economía se caracterizaba por el intercambio de bienes, ahora, en la nueva era, el enfoque es el acceso a los conceptos que llevan consigo las diversas presentaciones físicas. Para el caso, NIKE, vende conceptos y hace alianzas con proveedores, quienes le dan la forma material. La empresa es un estudio de investigación y diseño con una fórmula de marketing y distribución sumamente elaborada, siendo la primera productora mundial de calzado, no posee fábricas, máquinas, equipamiento ni bienes inmobiliarios.

Relacionado con el presente tema, en la exposición sobre "Intangibles, Gestión, Medición y Reporte", del seminario mencionado, se señala que las fuentes que generan Activos Intangibles son: La Innovación, Las Prácticas Organizacionales y Los Recursos Humanos; entonces vienen a ser fuentes no físicas de valor. Además, menciona que como impulsores de valor, los activos intangibles son no rivales, ya que pueden ser utilizados al mismo tiempo en múltiples formas, donde un determinado uso no disminuye la utilidad del activo para otros usos; entonces el costo de oportunidad es cercano a cero. En cambio los activos físicos, humanos y financieros son activos rivales, ya que usos alternativos compiten por estos activos es por ello que tienen costos de oportunidad positivos.

Asimismo, en ese seminario, se abordó la conferencia sobre "La real Nueva Economía": Más allá del frenesí de los Noventa, se dice entre otras cosas que las empresas de La Nueva Economía, no son sólo aquellas que producen bienes y servicios tradicionales... pues existen una gran variedad de negocios, como son los que venden intangibles: información, entretenimiento, servicios financieros, etc. Y los que venden software; utilizan nuevas estrategias administrativas, como: Outsourcing, Reingeniería, Just in time, Homeworking o Teleworking, Leasing, Spinoffs (estrategia enjambre) y Join venture. La Nueva Economía, agrega, es muy diferente a la que se promocionó y discutió ampliamente en la década de los noventa; en vez de nacer del Internet, surgió de la intensa competencia de negocios y de una innovación administrativa. Adicionalmente, se puede incluir a la globalización- y no al Internet- como el verdadero impulsor de la real Nueva Economía.

### **¿Qué nos trae esta Nueva Economía?**

Dentro de otros cambios o incidencias de la nueva era, podemos destacar como los más significativos, los siguientes:

- El leasing toma relevancia; como se ha mencionado las empresas acceden al uso de los activos físicos y a los activos intangibles.
- La propiedad pierde aceptación; no se compra más propiedad ya que no radica ahí la riqueza de las empresas, entonces, se deshacen de ella.
- La economía se vuelve Ingrávida; las empresas se están desprendiendo de sus activos físicos, lo que es conocido como pérdida de peso.
- El comercio penetra en la cultura de los pueblos; se modifica la forma de vida de las personas, ya que se penetra en el estilo tradicional, se crean comunidades exclusivas de intereses comunes, entonces la cultura se presenta como el nuevo sector a mercantilizar.
- Las empresas hacen alianzas estratégicas; se agrupan en redes, ya no se venden cosas entre ellas, si no que se apoyan en coproducción para protegerse de las pérdidas que se les puedan presentar, entonces bajan costos, o sea que se aprovechan sus habilidades y recursos materiales y financieros.
- El comercio se mueve en las redes electrónicas o Ciberespacio; baja la importancia de los mercados geográficos.
- El ciclo de vida de los productos es más corto; lo que incide para que los productos se vuelvan obsoletos de forma muy rápida, ocasionado por la velocidad de la tecnología.

-Los nuevos productos son influenciados por el conocimiento; no más materiales, sino que más activos intangibles en forma de información.

## **Historia del Arrendamiento o leasing- El Acceso**

Consideremos la idea que manifestó Aristóteles, cuando dijo: "La autentica riqueza se encuentra más en el Uso que en la Propiedad". ¿Qué nos quiso decir?. La idea no es tener cosas para sacar provecho, sino que en acceso a los bienes. Así nos damos cuenta que el pensamiento del Leasing no es nuevo; sí Aristóteles, que es del período 384-322 antes de Cristo ya identificaba que el negocio para las empresas no estaba en acumular la propiedad, si no que en el derecho al uso de los activos, entonces, ¿qué habrá sucedido para que no se le diera importancia a esa idea? Posiblemente fue el surgimiento del capitalismo, en donde se señalaba que el poder radicaba en poseer la propiedad de los bienes e intercambiarlos en el mercado entre compradores y vendedores.

Posterior a la época mencionada, este instrumento financiero ha continuado su evolución, ya que en los comienzos del comercio se ha practicado; es así que, hace más de 5000 años, los sumerios y los sacerdotes arrendaban la tierra sagrada a los campesinos, quienes pagaban una tasa cercana a la séptima parte de la cosecha. En la antigua Persia, era usual el arrendamiento de barcos, canales y embalses del sistema de riego; igualmente, en Babilonia se arrendaban los bueyes y existían contratos que lo regulaban y exigían el cumplimiento estricto de las relaciones y responsabilidades de las partes que establecían el acuerdo de arrendamiento. Para el caso, si un león mataba a un buey, el propietario debía asumir la pérdida, pero si un buey moría por un trato inadecuado, el arrendatario tenía que asumir la responsabilidad, sin embargo, si Dios castigaba al buey, el arrendatario debía demostrar su inocencia ante él para lograr que la responsabilidad se transfiriese al arrendador.

Así mismo, en 1284 se promulgó en Gran Bretaña, la primera Ley de arrendamiento- El Estatuto de Gales- que permitía arrendar tierras, casas y ganado. Para 1854 surge la empresa Birmingham Wagon e inicia el negocio dando en arrendamiento los vagones. Durante la época del desarrollo del ferrocarril, el arrendamiento se convirtió en la forma principal de obtener equipo muy costoso. Muchas empresas ferroviarias arrendaban las vías a las empresas que habían hecho el tendido, llegando a arrendar posteriormente trenes y vagones. Ya para 1862, había más de veinte empresas arrendadoras de vagones, que competían con La Birmingham en el lucrativo negocio del arrendamiento.

En 1950 adquiere papel significativo en el moderno Sistema Capitalista; era época en que finalizaba la segunda guerra mundial y las empresas se encontraban sin bienes para desarrollar sus negocios y además se enfrentaban con frecuencia con la incapacidad de asegurarse un financiamiento tradicional, entonces las empresas optaron por el arrendamiento.

En los últimos años del siglo XIX, se expandió el sistema de arrendamiento a muchas formas de equipamiento, como los telares para la industria textil, teléfonos, vehículos de transporte y en los contadores de electricidad y gas. En los años 1960 y 1970, los fabricantes de equipo como IBM, SINGER, NCR, y OLIVETTI

comenzaron a ofrecer a sus clientes sus propios planes de leasing, quienes cargaban altas tasas de interés para compensar los altos riesgos que se corrían con los contratos de arrendamiento; es así, que en el año 1971, Estados Unidos de América cambia sus leyes bancarias, para que éstos ofrecieran el leasing a través de nuevas empresas, que pudieran ofrecer otro tipo de servicios financieros. La entrada de los bancos en ese sistema amplió enormemente la credibilidad de ese instrumento financiero, dando así un nuevo impulso al arrendamiento como una nueva forma de hacer negocios.

Para los comerciantes del sector de automóviles, el leasing es una manera de mantener una relación comercial a largo plazo con el cliente, debido a que pueden ofrecerles otros servicios duraderos, en otros campos que atienden.

Vemos entonces, que el Arrendamiento ha estado a disposición de las empresas como medio de financiamiento cuando éstas se encuentran bloqueadas en lograr apoyo financiero, pero no tuvo eco, ¿habrá sido eclipsado por el capitalismo?, que como hemos mencionado, introdujo el criterio del intercambio de los bienes y retener la propiedad, ya que esto indicaba poder y el que lo posee domina.

Entonces, ¿Cuál ha sido el comportamiento más reciente del Leasing en algunos países?. De toda la producción nueva que obtienen, Estados Unidos, toma en arrendamiento el 31.0%, Brasil 20.0%, Alemania 15.9%, Corea del Sur 23.0%, Irlanda 42.5%, Suecia y Filipinas 20.0%, Gran Bretaña 19.0%, Canadá 12.8% e Italia 10.8%. Todos los tipos de capital que se necesitan en un negocio, se consiguen en leasing, mejorando el riesgo para los acreedores y más recursos financieros para expansión y control del negocio; es decir que la empresa no posee deudas. Muchas empresas ya no piensan en comprar equipamiento, sino más bien en pedir prestado el capital físico en forma de Leasing y cargarlo como un gasto a corto plazo.

En El Salvador, el arrendamiento va tomando más aceptación, ya que las empresas lo están considerando como el medio de financiamiento factible y de confianza. En el año 2002 se promulgó la Ley de Arrendamiento, que permitirá tanto a financistas como inversionistas internos y externos un respaldo en el negocio que va en ascenso. Se conoce de empresas extranjeras que han entrado a nuestro país ofreciendo maquinaria y equipo, principalmente, en forma de arrendamiento. Pero solamente les ofrecen el bien argumentándoles, entre otras cosas, que no lo presentarán en su balance general y que se lo ofrecen a su medida, y sus demás características, sin venderles la idea de las grandes ventajas implícitas que conlleva, como el hecho de ser un potente creador de valor.

### **La Entrada a la Era del Acceso:** Características o Incidencias

Las empresas se reestructuran en su camino hacia la era del Acceso, los factores que inducen ese camino son:

- El surgimiento de una economía- Red
- La continua desmaterialización de los bienes
- La reducción de la importancia del capital físico
- El ascenso de los Activos Intangibles

- La metamorfosis de los Bienes en Servicios
- El desplazamiento de la producción como primer objetivo del comercio por las cuestiones de marketing.
- La mercantilización de las relaciones y experiencias humanas

Es así que las empresas utilizan el Leasing en lugar de comprar, porque incrementa su flexibilidad estratégica en unos mercados que cambian de forma muy rápida y les permite afrontar la obsolescencia tecnológica. El mercado se vuelve más dinámico, ya que entran y salen productos constantemente que son más eficientes desplazando los existentes, provocado por la constante innovación, de donde el consumidor se beneficia con la oferta diversa. Además, las empresas se mantienen con tecnología de punta, ya que al no ser de su propiedad la puede sustituir con facilidad, sin significarle erogaciones fuertes de recursos financieros, lo cual contribuye a la presión que recibe para adaptarse a este ambiente.

Los mercados van dejando sitio a las redes y el acceso sustituye cada vez más la idea de poseer activos; Es decir, que las empresas y los consumidores comienzan a abandonar la realidad básica de la vida económica moderna: el intercambio entre compradores y vendedores. La propiedad y los mercados eran prácticamente sinónimos durante toda la edad moderna, de hecho la economía capitalista se fundó precisamente sobre la idea del intercambio de la propiedad en el mercado. Aquello no significa que la propiedad desaparecerá en la venidera era, al contrario, continuará existiendo, pero es bastante menos probable que entre en la característica de ese sistema económico; así se señalaba al inicio en el balance general de la Nueva Economía, donde se mostró que las empresas mantienen cantidades mínimas de activo físico.

Sin embargo, en un tiempo no muy lejano, la propiedad será considerada como algo raro en las empresas y la economía, por lo que es de esperar que se deje de mencionar en el mundo de los negocios, debido a que ya no estamos en un mundo de transacciones si no que de relaciones, donde las empresas buscan el acceso a los activos físicos e intangibles. Es así que, los proveedores, en esta nueva era económica, se quedan con la propiedad y la ceden en leasing. Definitivamente alguien se quedara con ella, ese será su negocio, en eso se concentrará, por decirlo en otras palabras, esa será su especialidad y lo alquilará cobrando una cuota de admisión o suscripción por el derecho al uso a corto plazo. Así surge la relación entre servidores y clientes que operan en una relación tipo red.

Unas formas de arrendamiento que se pueden mencionar son: alquiler con opción de compra. El financiero, donde existe una opción de compra a favor del arrendatario o usuario y al final del periodo se compromete a vendérselo por un precio previamente convenido, el contrato dura la mayor parte de la vida del activo sin poderse cancelar salvo que el arrendador sea compensado por alguna pérdida, además que es de largo plazo y el operativo, el cual se caracteriza en que no se pacta una opción de compra a favor del arrendatario y todos los gastos corren por su cuenta, puede cancelarse en cualquier momento en consideración a que es de corto plazo, entre otros.

La propiedad del capital físico, que en su momento fue el núcleo del modo de vida industrial, se convierte cada vez en algo más marginal con respecto al proceso económico, considerándolo como un simple gasto operativo en vez de una inversión, o sea que las empresas se alejan de él y penetran en un rubro no explotado, el conocimiento, que ya se negocia como cualquier otro bien en forma de ideas para crear nuevos bienes. El capital Intelectual, es la fuerza motriz en esta nueva era y lo más codiciado; los conceptos, las ideas y las imágenes son los auténticos artículos con valor y ahí reside la riqueza y los proveedores lo retienen rigurosamente y lo ofrecen a otros en forma de licencia de uso por un tiempo determinado. Entonces, se utilizan para forjar un nuevo tipo de poder económico, compuesto por megaproveedores que controlan redes de usuarios en expansión.

Es así que, las empresas ya han hecho parte del camino de transición de la propiedad al acceso, ¿qué hacen?, están vendiendo sus bienes raíces, se deshacen de sus inventarios, ceden sus equipos y los toman en leasing, subcontratan sus actividades en una carrera de vida o muerte para desligarse de cualquier tipo de propiedad física y ponerse en línea con la nueva economía, o sea que las empresas se han dado cuenta que la propiedad y cantidad de cosas se consideran como algo obsoleto y que no tiene lugar en la veloz y efímera economía del nuevo siglo. Podemos decir, que las empresas ya no tienen tiempo para continuar con sus activos físicos, ya que resultan simplemente demasiado lentos como institución para adaptarse a la velocidad de la cultura del nanósegundo, haciendo que los productos queden obsoletos rápidamente, de donde resulta problemático al querer sustituirlo, más que todo cuando la empresa se encuentra con deficiencia financiera y el mercado la presiona a innovar sus productos, debido a que la competencia esta colocando masivamente nuevos.

El nanósegundo es una unidad de tiempo pequeña, que se queda corta ante la velocidad que toma la innovación tecnológica en esta nueva economía, donde su base es la información. Por ejemplo, en un mundo de continuas mejoras e incluso de reducción de los ciclos de vida de los productos, todo se queda desfasado casi de inmediato, no tiene sentido, el pensamiento de tener, retener y acumular activos. ¿Cómo se comporta entonces el producto?, hoy lo produce la empresa, mañana lo lanza al mercado y al tercer día lo esta retirando o se lo excluye la competencia, pues el bien ya no tiene consumidores, ellos se inclinan por los que se les presentan y son novedosos.

Al respecto, el señor Gordon Moore, fundador e ingeniero de Intel, predijo que la capacidad de procesamiento de los procesadores- chips- del ordenador se iría duplicando cada 18 meses mientras que el costo de producción de esos procesadores se mantendría constante o disminuiría posteriormente. Esto es conocido como la ley de Moore y se ha ampliado para incluir la memoria de los ordenadores, la capacidad de almacenamiento de datos y las telecomunicaciones, o sea que los productos irán saliendo velozmente y el período de fabricación se irá reduciendo en todas las industrias. Entonces la clave está en renunciar a la propiedad ya que el ciclo de vida de los productos es cada vez más corto, no tiene sentido acumular la propiedad. Es de señalar, que alguien se encargará de

procurar que el ciclo se vaya reduciendo, no será una acción que caerá por su propio peso.

Los siguientes casos nos ponen de manifiesto este fenómeno: Chrysler, a finales de los años setenta, necesitó cincuenta y cuatro meses, con tres mil cien empleados para desarrollar su automóvil modelo "k", años después para su automóvil "neon", sólo necesitó treinta y tres meses y con setecientos empleados, se espera que antes de diez años, se requieran tres días para entregar a punto y según las preferencias del cliente. Hoy, el departamento de investigación y desarrollo puede fabricar un nuevo modelo de automóvil en menos de dos años. En 1986, la investigación de un nuevo producto farmacéutico, se estimaba un tiempo de diez años, actualmente, el lanzamiento al mercado de un medicamento con mejores atributos puede tardar entre 4 y 7 años.

Otras experiencias, como Las Compañías Japonesas que producen bienes electrónicos para el consumo, estiman ahora en 3 meses el ciclo de vida de sus productos. Este comportamiento lo tuvo Sony, cuando en 1995 lanzó la asombrosa cantidad de 5000 nuevos productos. Así también, el jefe de la sección de tecnología de Microsoft, Nathan Myhrvol, dijo "no importa lo bueno que sean los productos, solamente tienen 18 meses para que se estropeen o fallen"; entonces ¿porqué preocuparnos por la propiedad de un activo o una tecnología?. La nueva Economía, quebró el pensamiento del empresario tradicional, el que innovaba sus productos cuando ya tenía saturado el mercado o ya le había sacado el máximo volumen de ventas y quizá el mayor rendimiento.

Las empresas reducen el período de fabricación para mantenerse en el mercado, de donde, en la medida en que los productos se originan mediante información y están dotadas de continua retroalimentación, se incrementa la presión para mejorar e innovar. Es así que con el afán de mantenerse en la carrera de la competencia, experimentan la situación de tener que enfrentarse entre ellas mismas; ¿Qué significa? que las empresas entran en un sistema de producir simultáneamente varios productos para mantenerse en el mercado, es decir que se genera un efecto de canibalismo, donde ellas se comen sus propios bienes que han fabricado colocando nuevos, antes que otro competidor se lo coma. Y es que la competencia está actuando de igual manera, por lo que las empresas deben programar la obsolescencia, en consideración a que está compitiendo con ella misma y cada vez con más intensidad, provocada por la tecnología que avanza velozmente, de donde la que primero se presente al mercado con un nuevo producto puede exigir precios superiores y obtener mayores beneficios. La clave es, no estar comprometido con la propiedad de los activos físicos.

El caso de Intel nos evidencia lo anterior. Ellos trabajan simultáneamente en tres generaciones diferentes de microprocesadores, ¿cómo lo hacen?: mientras que una generación de microprocesadores está todavía en producción, se prepara para la segunda generación de microprocesadores y se avanza en el diseño de la tercera generación. En la Cervecería Miller, más del 90% de los ingresos proceden de nuevos tipos de cerveza que no existían hace dos años. Xerox, ha reducido en un 50% el tiempo empleado para el desarrollo de sus productos. El jefe de

sistema de Hewlett-Packard, dice que la mayor parte de los beneficios de su compañía proceden de productos que no existían un año atrás. Estas experiencias ponen de manifiesto porque preocuparse por la propiedad de una tecnología o producto que probablemente ya estará obsoleta antes de terminar de pagar por ella.

Ahora, la economía ha puesto sus miras en la última esfera de la actividad humana que no se comercializaba, la cultura, como: los ritos, las actividades comunitarias, las reuniones sociales, el arte, los deportes, los juegos, los movimientos sociales y las actividades cívicas; es decir que la producción cultural comienza a eclipsar la física en el comercio y el intercambio mundial. Para el caso, el lugar de los viejos gigantes de la era industrial, los que producen cosas y están cargados de activos físicos-Exxon, General Motor, Sears, entre otros- están siendo ocupados por los nuevos gigantes del capitalismo cultural, quienes la venden envasada y poseen grandes cantidades de activos intangibles y poco tangible, así encontramos: Time Warner, Disney, Sony, Microsoft, General Electric, General Motor, Coca Cola, 3M, entre otras. Estas nuevas empresas, utilizan la nueva revolución digital que se produce en las comunicaciones para conectar al mundo y en ese proceso toman la cultura para colocarla en el ámbito comercial donde se mercantiliza en forma de experiencias, propias de los pueblos, preparadas para sus clientes, como: espectáculos comerciales de masas y entretenimiento y ocio personalizado.

¿Porqué decimos que General Motor forma parte de estas nuevas empresas?, en el artículo "Las Veinte Ideas" de la Harvard Business Review, se menciona la respuesta que dijo el señor Robert Lutz, la leyenda de la industria automotriz al asumir el cargo de CEO, en la división de América del Norte, cuando un periodista le preguntó, ¿ cómo se diferenciaría su enfoque gerencial del de su predecesor?. El contestó, esto trata de algo más que simplemente tomar mejores y más racionales decisiones, creo que más bien se trata de comprender que no estamos en la industria del Automóvil, sino que en el negocio del arte, entretenimiento y verdaderas esculturas móviles que coincidentemente nos proporcionan transporte. Así encontramos los siguientes casos: Coca cola, vende cultura embotellada, al beber coca cola se esta conectando con los valores de la sociedad de Norte América. Time Warner, transmite información por cable, como su programa CNN. Disney, nos vende entretenimiento. Nos damos cuenta que en la nueva economía, la cultura se convierte de manera creciente en la forma dominante de la actividad económica, donde asegurarse el acceso a la mayor diversidad de recursos y experiencias da el poder.

A mediados del Siglo XXI, la esfera comercial dispondrá de medios técnicos y capacidad organizativa para suministrar bienes y servicios básicos utilizando una fracción de la fuerza de trabajo que se utiliza actualmente, influenciada por la nueva forma de hacer negocios, lo que ha impulsado la creación de escuelas superiores de enseñanza enfocadas en otras disciplinas como es la Maestría en Artes, la que esta ocupando los espacios que antes eran de los MBAs y es que un grado en arte es quizás el título más codiciado en el mundo de los negocios, un MFA, está volviéndose en la llave de los profesionales en el mundo corporativo y

de negocios. ¿Quién hubiese pensado que General Motor estaba en el negocio del arte? Si de verdad es así, todos lo estamos.

Cuando compramos la propiedad de un bien regularmente debemos pagar de contado, sin embargo en el nuevo pensamiento, donde no se busca poseer, se presentan distintos medios de pago, estos son: suscripciones, tasa de admisión y cuotas, son formas contractuales donde se paga por un derecho o acceso al uso tanto de activos físicos como de intangibles; obviamente los bienes no se toman en propiedad, por lo que, el éxito estará fundamentado en mantener al cliente el mayor tiempo. Definitivamente, esto será posible solamente a través del arrendamiento, para el caso las formas de pago anteriores permiten mantener al cliente por largo plazo. ¿Por qué será así?: porque en la nueva economía, la relación es permanente es decir todo el tiempo, en cambio en la economía anterior, la relación comercial duraba un momento, mientras se negociaba el precio del bien, después no había contacto, el resto del tiempo quedaba libre del comercio, tiempo quemado; sin embargo y sí el negocio se hace a través del arrendamiento, la relación perdura por largo tiempo, ya que podemos ofrecerle servicios adicionales y hasta la sustitución del mismo bien. Entonces todo el tiempo es comercial, que es una de las fortalezas del arrendamiento, no vale la pena la propiedad. Veamos el ejemplo de la compra de un automóvil, cuando un cliente lo compra, la relación en tiempo real con el comerciante dura poco, pero si el cliente formaliza el Acceso al uso del mismo automóvil en la forma de Leasing, la relación con quien lo suministra es continua y no se interrumpe durante el período del contrato, entonces todo el tiempo se convierte en tiempo comercial, ya que se le puede ofrecer servicios de mantenimiento, repuestos y hasta seguros de accidente y de vida, entre otros.

Otras empresas capturan los clientes desde pequeños, por ejemplo: la experiencia de pizza Hut, que hace el club de niños, dándoles promociones, felicitándolos en sus cumpleaños, para mantenerlos por tiempo indefinido. Igualmente tenemos la experiencia de Burger King.

## **OTROS ASPECTOS DE LA NUEVA ECONOMIA**

En la economía hipercapitalista, comprar cosas en los mercados y tener propiedad se consideran como algo obsoleto, ya que se impone como norma el acceso a casi toda clase de servicios y de bienes a través de las inmensas redes comerciales que operan en el ciberespacio, tal es así que el nuevo comercio se desarrolla en esa plataforma espacial, que es un medio electrónico muy alejado de las ataduras geográficas de los mercados. Este traslado significa el principal cambio, debido a que los negocios no necesitan un espacio físico para comprar y vender, entonces, no interesa la propiedad del bien, pues no se transferirá físicamente; se descarta la razón para continuar con la posesión y acumulación. La conexión que crearán las empresas, influirá en los consumidores para que desistan ir de compras al supermercado o al almacén, ya que podrán hacerlo cómodamente desde sus hogares y en ocasiones desde sus propios lugares de trabajo, siempre que se pueda; sin embargo, algunas personas mantendrán el deseo de visitar los mercados geográficos y los mismos almacenes de compras, pues prefieren tocar los productos y además lo toman como un paseo familiar.

En el ciberespacio, se movilizan millones de dólares en bienes y servicios que vuelven obsoletos los nuestros fácilmente, requiriendo innovar para competir y para ello necesitamos renovar la maquinaria y equipo para ir a la par de la competencia. Veamos que se intercambiará: información, conocimiento, experiencia, fantasía, es decir el pensamiento de las personas y como bien decíamos al inicio, éstos son los activos que toman relevancia en esta nueva economía, se incorporan a la contabilidad de la empresa como otro rubro con valor y no están a la venta, ya que los proveedores lo retienen y lo dan en arrendamiento y es que el conocimiento no se puede comercializar. Antes, se transfería la propiedad de los activos físicos, mientras que en el nuevo ámbito, el objetivo es suministrar acceso a nuestra propia existencia cotidiana.

La colocación del comercio en el ciberespacio y la transición a una economía global, sustentada en una red, se puede dar por la proliferación de las redes electrónicas globales- entra Internet-. Es de señalar que en la exposición sobre la real nueva economía se mencionó que no es éste el que empuja esta nueva economía, si no que es la extensión de los negocios en el mundo globalizado. Sin embargo, Internet es el que caracteriza a la nueva economía y con ella se identifica de donde, el rasgo esencial es la conectividad, derribándose las paredes y las fronteras, generándose relaciones de interdependencia, no transacciones, se comparten actividades e intereses, a diferencia de la era industrial en la que se establecían en un lugar geográfico para encontrar al comprador pues vivían interesados en la localización de sus negocios. Esta es de las principales variables de un proyecto nuevo de inversión, es decir, cerca la de materia prima o cerca del consumidor, etc. ¿cuál es menos costoso o más beneficioso?, o sea que las empresas que no procuren las conexiones salen de la jugada. Entonces, cabe preguntarse, ¿por qué hacen redes las empresas?. Por la reducción del ciclo de vida de los productos, por el incremento de los costos para investigación y desarrollo y por costos adicionales de comercialización, es decir que se agrupan para compartir información estratégica, así como para compartir costos provenientes de la volátil y acelerada economía del ciberespacio.

Por decirlo en otras palabras, será determinante estar conectado para participar del comercio electrónico. Para el caso, las empresas ya lo están haciendo con suministradores y clientes para compartir recursos intangibles en forma de información, conocimiento técnico y recursos físicos, con la convicción de que agrupando sus fuerzas cada una podrá optimizar mejor sus objetivos. Esta experiencia se esta viviendo en nuestro medio, a través de los servicios que ofrecen los bancos, lo que no es gratis, ya que por un costo mensual le permiten acceso a la información personal que cada usuario mantiene con ellos, igualmente existen tiendas por departamento que ofrecen estos servicios, on line.

Resulta más probable conseguir el éxito en cada empresa en particular, si se incluye en una red de relaciones reciprocas mutuamente beneficiosas, diseñadas para optimizar el esfuerzo colectivo. Esta forma de negocios se conoce como: estrategia ganadora- ganadora. Las conexiones se hacen tanto para controlar como para sobrevivir ante mercados cambiantes, lo que permite librarse de la

infraestructura física, del equipamiento y del personal calificado mediante el establecimiento de relaciones estratégicas con los suministradores para crear contenidos. Sin embargo, las grandes empresas se mantienen a la cabeza, controlando las finanzas y los canales de distribución, mientras trasladan a las más pequeñas las cargas de propiedad y de administración del capital físico.

¿Cuáles serán las redes que harán los conectados? De suministradores, donde las empresas subcontratan diversas actividades; de Productores, las empresas agrupan sus capacidades de producción, recursos financieros y humanos para producir mejores bienes y servicios; de clientes, se agrupan fábricas, distribuidores, canales comerciales y usuarios finales; de coaliciones típicas, agrupan tantas empresas como sea posible en un área específica; de cooperación tecnológica, las empresas comparten experiencias y conocimientos valiosos en la investigación y desarrollo. Este tipo de relaciones comerciales, conforme la modalidad de redes, esta bastante alejada de la posición de Adams Smith, mencionado por Rifkin, quien dijo: ...."Cada individuo se esfuerza continuamente buscando su propio interés"... no redes.

Los beneficios de una red, menciona la ponencia sobre Intangibles, del seminario señalado, se incrementan con su tamaño, debido primariamente a que hay más personas con quien interactuar o conducir negocios. Entre más grande sea, mayor es la tasa de aprendizaje y adopción de nuevas tecnologías, además de asegurar los beneficios en los mercados de redes.

Así mismo, el artículo "La Sartén por el Mango", señala sí bien esta estrategia de crecimiento siempre ha sido posible, a las empresa les ha resultado muy difícil administrar las relaciones-estrechas pero flexibles- que se requieren para compartir activos. En principio, para compartir activos hace falta una operación sin fisuras de los procesos que conectan a varias empresas-redes-, tal es el caso de buscar aprovechar las plantas industriales de un grupo de empresas manufactureras, con el fin de producir bienes para sus propios clientes; se debe programar la capacidad de todas estas plantas como si fueran suyas. En el pasado era engorroso o demasiado costoso intercambiar información, necesaria en tiempo real, para lograr que los procesos entre empresas funcionaran con la misma eficiencia de los procesos internos. Pero las barreras que impedían esos flujos de información están desapareciendo, gracias a Internet y particularmente a la arquitectura basada en redes para la gestión de información. Aunque el crecimiento apalancado no es una estrategia de tecnología, ya que es de hecho una estrategia de negocios, las nuevas plataformas tecnológicas lo hacen viable para un conjunto mucho más grande de empresas. Es una cadena de valor.

## **Conclusiones**

El éxito de las empresas en la nueva economía, estará fundamentado en buscar el acceso a los activos tangibles como intangibles y evitar con ello la acumulación de la propiedad, pues le está quemando valor al poseerlo, que ha sido el comportamiento tradicional del empresario, ya que ésta acarrea la obsolescencia en el transcurso del tiempo y a la empresa se le hace imposible sustituirla en el

momento preciso, dejándola en desventaja competitiva; ¿porqué de ello? Porque al estar dependiendo de la tecnología y evolucionando constantemente, las transforma en más frágiles ante un cambio que experimenten los activos y ella no los pueda renovar. La competencia esta pendiente de esos cambios y coloca constantemente nuevos productos dañando a la empresa, al no poder responder con la velocidad que le exige el mercado en esta nueva era. El acceso da más liquidez y la coloca en mejor posición ante sus acreedores, ya que puede responder a sus compromisos financieros en tiempo y destinar o desarrollar otras actividades generadoras de valor, por la solvencia que le genera, además de quitarle la preocupación de la sustitución de sus activos como del costo del capital, que es un dolor de cabeza. Por decirlo en otros términos, el empresario duerme tranquilo. Entonces el enfoque estratégico viene a ser apalancarse en el arrendamiento, que es una nueva forma de hacer negocios y es la alternativa para apoyar sus actividades de desarrollo y evitar acarrear con la obsolescencia de los activos tangibles, que por mucho tiempo han erosionado las finanzas y le ha estado quemando valor. Además, se obtendrá acceso a franquicias, al ADN de las materias primas, como las semillas, donde los genes se utilizan para crear nuevos tipos de cultivos mediante la ingeniería genética, nuevos productos farmacéuticos, tipos de fibras y materiales de construcción, los cuales se controlaran por medio de la propiedad intelectual.

En el nuevo ambiente de globalización de las economías, los mercados se abren llegando a consumidores que, en otras condiciones, difícilmente se alcanzarían, por lo que las empresas deberán transformarse en su forma de hacer negocios, ya que se les presenta la opción de crear redes de negocios en donde ya no se venden cosas entre ellos, si no que se apoyan y comparten sus recursos para ampliar su radio de acción, logrando reducir sus costos e incrementar sus beneficios, o mejor dicho creando valor. Adicionalmente, penetran en otros rubros económicos que no se comercializaban como es la cultura de los pueblos, así se encuentran negocios en el arte, los ritos, las costumbres y hasta en los estilos de vida de las personas, entre otros. Lo novedoso serán los postnegocios que se ejecutarán en el ciberespacio, donde los consumidores no necesitarán ir de compras, como en la actualidad, sino que cómodamente por medio de la red electrónica, Internet, seleccionarán los productos y serán atendidos en sus hogares u oficinas, es decir que las redes facilitarán el intercambio comercial. Entonces, el éxito estará marcado por la conectividad, de donde podemos inferir que las empresas que no se esfuercen en ello saldrán del negocio o en el peor de los casos se autoexcluirán del comercio electrónico. Los activos intangibles toman relevancia, debido a que se movilizará información, que será enviada o recibida en diferentes formas, como imágenes, siendo así, que no quedará espacio comercial de la actividad humana que no se mercantilice, pues se tendrá como objetivo introducirse en la vida de los consumidores, procurando mantener una presencia constante, que esté atada al mismo consumidor y que opere en su nombre en la esfera comercial. Una realidad que no puede dejar de mencionarse, es que este fenómeno terminará desplazando a las tiendas del comercio al detalle, debido a que éstas encuentran dificultades de competir con las tiendas virtuales que tienen muy poco o ningún gasto en inmovilizados físicos, sin existencias y por tanto han reducido enormemente sus costos, por lo que tendrán que reinventarse.

## **BIBLIOGRAFIA**

- 1- Artículo La Sartén por El Mango: Traducción MAF  
Harvard Business Review
- 2- Artículo Las Veinte Ideas: Traducción MAF  
Harvard Business Review
- 3- En Busca del Valor.  
G. Bennett Steward, III. 1ª. Edición 2000
- 4- La Era del Acceso: La Revolución de La Nueva Economía  
Jeremy Rifkin, editorial Paidós. 2001
- 5- Leasing Financiero, parte I y II.  
Eduardo A. Barrera Delfino. Roberto Guido-editor 1996
- 6- Ley de Arrendamiento Financiero.  
Asamblea Legislativa de El Salvador. 2002
- 7- Ponencia "Intangibles: Gestión, Medición y Reporte" La perspectiva  
de Baruch lev, por María Antonieta Zelaya
- 8- Ponencia "Fusiones y Adquisiciones" por Jaime Roberto Lazo Fuentes
- 9- Ponencia "La real Nueva Economía: Más allá del frenesí de los  
Noventa", por Ely Norberto Amaya Gómez
- 10- Principios de Finanzas Corporativas  
Richard A. Brealey y Steward C. Myers. Quinta edición 1999
- 11- Valoración de Empresas en La práctica.  
Francisco J. López Lubian y Walter de Luna Butz. Mc Graw Hill 2001