

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA



“CULTURA ORGANIZACIONAL EN UN *CLUSTER* GLOBAL”

TESIS

Que para obtener el grado de

DOCTORA EN

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Presenta

MARTHA ANTONIETA DÍAZ RODRÍGUEZ

Directora de tesis

Dra. Carmen Bueno Castellanos

Lectores de tesis

Dra. María de la Soledad Pérez Lizaur

Dra. Elena Patricia Bilbao González

México, D. F.

2006

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2. DEL MODELO DE PRODUCCIÓN EN MASA AL MODELO DE PRODUCCIÓN FLEXIBLE EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

- 2.1. De la producción artesanal al modelo de producción en masa
- 2.2. Modelo de producción flexible
- 2.3. Del modelo de producción en masa al producción flexible

CAPÍTULO 3. CONFIGURACIÓN DEL *CLUSTER* VW-PUEBLA

- 3.1. VW México-Puebla
- 3.2. VW en la década de 1980. Modelo de producción en masa
- 3.3. VW en la década de 1990. Configuración del modelo de producción flexible
- 3.4. Proceso de producción actual VW-Puebla
- 3.5. Autopartes una industria global
- 3.6. El *cluster* VW en la economía en Puebla

CAPÍTULO 4. CÓMO SE CONSTRUYE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL *CLUSTER* VW-PUEBLA

- 4.1. Cuatro empresas modulares en el *cluster* VW-Puebla
 - 4.1.1. Kautex-Extron (módulos de combustión)
 - 4.1.2. Antolin (módulos de toldos)
 - 4.1.3. ArvinMeritor (módulos de puertas y elevadores)
 - 4.1.4. Mahle (Sistema de filtración)

- 4.2. Cultura organizacional
 - 4.2.1. Cultura de racionalidad
 - 4.2.2. Cultura de inclusión
 - 4.2.3. Cultura de orden y autoridad
 - 4.2.4. Cultura de adaptación y resistencia

CONCLUSIONES GENERALES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

- I TABLA 1 EMPRESAS DE AUTOPARTES PUEBLA-TLAXCALA
TABLA 2 PRODUCTORES DE AUTOPARTES PUEBLA-TLAXCALA
- II TOTAL DE PROVEEDORES DE AUTOPARTES DE VW-PUEBLA

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las mercancías, el capital, las personas, el conocimiento, las imágenes, la delincuencia, los contaminantes, las drogas, las modas y las creencias cruzan fácilmente las fronteras territoriales. Las redes transnacionales, así como los movimientos y relaciones sociales, se extienden a casi todas las esferas a través de las fronteras nacionales, para llegar a modalidades más concretas de conexión suministradas por los adelantos tecnológicos, como el sistema internacional de transporte aéreo rápido y los sistemas electrónicos de comunicación inalámbrica (Tomlinson, 1992). En este contexto es que se configuran las relaciones sociales entre empresas, conectadas entre sí por un sistema de redes de proveeduría moderna en una de las industrias más globalizadas, la automotriz. En ésta, el sistema de redes se presenta en lo que se denomina un *cluster*. Así el foco de este estudio es el *cluster* que ha conformado Volkswagen (VW) en México, específicamente en Puebla.

La industria automotriz mundial se rige actualmente por una nueva forma organizativa de producción, en la que se requiere un sinnúmero de proveedores que conforman un sistema complejo de producción. Esto se debe a las transformaciones operacionales que pasaron del modelo de producción en masa¹ al modelo de producción flexible, en donde la empresa automotora es la ensambladora de los módulos automotrices que fabrican las empresas de primer nivel², en su mayoría corporaciones con registro en diversos países.

Lo que hace global a la industria automotriz es la creación de una red de interconexiones que integran grandes corporaciones y empresas independientes de diversos tamaños, dentro de un sistema de unidades especializadas en etapas sucesivas de producción. En este sistema cada unidad o planta productiva se especializa en un proceso, que a la vez se enlaza con otras unidades que producen procesos subsecuentes. Esta

¹ La empresa realiza todo el proceso y subprocesos de producción: motores, carrocerías, asientos, tableros... el ensamblaje y finalmente el automóvil. Producción de automóviles en serie.

² Las empresas de primer nivel o de primera fila, son los proveedores directos, que se caracterizan por su especialización y su alta tecnología. Hoy día la estrategia productiva es la especialización de módulos de puertas, tableros, asientos, toldos, sistemas de enfriamiento, sistemas de combustión, entre otros. En la industria automotriz más del 90% de los proveedores de primer nivel son de capital extranjero. El caso de VW es un ejemplo.

compleja configuración productiva trasciende así los límites de la empresa individual. Al mismo tiempo que acorta las distancias mediante la utilización de nuevos y complejos sistemas de tecnología de la comunicación, que le permiten conectar a diferentes países del mundo en la producción de un vehículo. Hoy los vehículos que se producen en México con la participación de empresas multinacionales se consumen en todo el planeta. De esta forma es que la industria automotriz es un ejemplo claro de las interconexiones e interdependencia de una multiplicidad de empresas en un sinnúmero de localidades con formas estandarizadas de producción.

Así la industria automotriz permite analizar diversos fenómenos: los cambios organizativos a partir de las diferentes dinámicas entre el modelo de producción en masa y el actual modelo de producción flexible; la construcción del *cluster* y la cadena productiva como consecuencia de la transformación en las relaciones sociales entre proveedores y cliente; relaciones que implican nuevos cánones de comportamiento como la cooperación, confianza, el compromiso, y por ende un nuevo concepto de empresa y de organización para una sociedad occidental; un nuevo concepto de cultura organizacional que se conforma a partir de la cultura de la ensambladora y la interacción de la cultura organizacional de cada una de las empresas involucradas en la red de proveeduría. El desarrollo de esta nueva cultura abraza a cada una de las empresas individuales participantes en el *cluster* y emana precisamente de la interacción con la cultura de VW- Puebla.

De esta forma el tema central de esta investigación es analizar cómo se ha configurado este nuevo concepto de cultura organizacional de una empresa que participa en un *cluster*, esto es el concepto de empresa red.

El concepto de cultura organizacional se ha estudiado desde diferentes perspectivas que se utilizarán como marco teórico (ver capítulo 1); la administración, la psicología, la economía y la antropología. Todas estas aproximaciones observan a la empresa desde su interior e investigan las relaciones de los actores dentro de la misma organización. El trabajo que aquí se presenta aborda a la empresa desde la óptica de la nueva dinámica social que se crea precisamente por ser parte de un *cluster*. Se estudian así las relaciones de la empresa hacia fuera del espacio laboral, es decir la relación con su cliente, la ensambladora VW-Puebla.

Pese a la insistencia de Gamst (1977) y otros antropólogos que han estudiado a la industria y pese a que la organización de empresas en un *cluster* data de los años de 1970, la antropología no ha estudiado esta configuración geográfica territorial ni las relaciones que se dan entre las empresas inmersas en un *cluster*. De aquí que esta investigación sea pionera, al abocarse primordialmente al estudio de las relaciones sociales que se desarrollan en un espacio industrial delimitado geográficamente y en donde una empresa, en este caso VW-Puebla, es el eje rector y coordinador de estas relaciones del *cluster*.

Un factor importante para estudiar la cultura organizacional de la empresa red es ver la conectividad que tienen las empresas entre sí. El *cluster* en VW-Puebla apuesta a tener una cercanía física con ciertas empresas proveedoras, para potencializar la confianza y cooperación. Así el *cluster* acorta las distancias geográficas de grandes multinacionales, lo que aunado al uso intensivo de las tecnologías de la información, acorta la velocidad y el tiempo para la solución de problemas. Las condiciones de conectividad no solo destacan la noción de proximidad, sino que ponen su propio sello en la manera en que se puede entender la cercanía global. El *cluster* VW-Puebla significa estar cerca de manera muy específica: física y virtualmente.

Las preguntas centrales guías de esta investigación son:

1. ¿Existe una nueva cultura organizacional a partir de la implantación del modelo de producción flexible en VW-Puebla?
2. ¿Cómo se configura la cultura organizacional del *cluster*?
3. ¿Cómo se integra la subcultura de cada empresa multinacional que participa en la cadena de proveeduría y por ende la cultura del *cluster* que ha conformado VW en el corredor Puebla-Tlaxcala?
4. ¿Entre VW y los proveedores de primera fila se sigue el mismo patrón de relación?

El *cluster* ha sido estudiado por diversas disciplinas que han planteado distintos modelos operativos; desde el punto de vista de la economía espacial –modelo de aglomeración pura, modelo de complejo industrial y modelo de redes sociales- hasta el modelo de *cluster* desde la perspectiva de la ventaja competitiva. En tanto, la cultura organizacional ha sido planteada como concepto operativo para la administración, mientras

que para la antropología y la sociología es un concepto explicativo de la conducta social en una organización compleja (ver capítulo 1).

El estudio del *cluster* de VW-Puebla, está centrado en investigar cómo el modelo de producción flexible configura una cultura organizacional en una red geográficamente localizada de proveeduría, pero que al mismo tiempo es global, en tanto que las plantas manufactureras del *cluster* son parte de corporaciones multinacionales que tienen un papel importante dentro del sistema total.

La línea rectora, metodológicamente hablando, es el trabajo de Batteau (2000) con su propuesta teórica sobre cultura organizacional. A partir de ésta utilizando el método de estudio de caso, se analiza cómo se han integrado cuatro empresas a la cadena de proveeduría, cada una con características propias y diferencias sustanciales. Los estudios de caso permiten entender el funcionamiento del *cluster* VW-Puebla, al centrar el interés en microunidades que forman parte de un campo social más amplio y complejo, y al analizar el conjunto de relaciones que se dan entre las partes involucradas en el ámbito específico del *cluster* que integra geográficamente a las empresas.

Siguiendo el método antropológico de abordar una problemática mediante el trabajo etnográfico, se realizó trabajo de campo en varias temporadas. El trabajo etnográfico se efectuó en 2001, cuando se hicieron visitas a los diferentes parques industriales de Puebla, que tienen una íntima relación con VW ubicada en esta ciudad.

En verano de 2002, el trabajo de campo fue intensivo: se identificó a las empresas proveedoras por parques y zonas industriales y ubicación geográfica, asimismo se realizó un croquis, visitas a dependencias de gobierno como la Secretaría de Economía y Fomento Industrial (Secofi), Secretaría de Economía (Sedeco), Secretaría de Información y Estadística de Puebla (SIEEP), y se tocó puerta por puerta a las empresas proveedoras con el fin de conocer las plantas, concertar citas para realizar entrevistas y así conocer de cerca el *cluster* en estudio. Se hicieron entrevistas claves con el gerente del parque FINSA que está contiguo a la armadora. Una segunda entrevista se dio con el gerente de logística de la empresa Exel, que conjuntamente con las empresas Gedas y Seglo se encargan del sistema de proveeduría Justo a Tiempo (JIT)³ de la ensambladora. El mismo gerente de Exel contactó al subgerente de logística de VW-Puebla al cual también se entrevistó. Asimismo

³ JIT de la siglas en ingles Just in time

en este primer acercamiento en el parque FINSA, se logró entrevistar a los gerentes de recursos humanos de diversas empresas proveedoras. Entre ellas la corporación Lear, empresa con registro estadounidense, productora y proveedora del módulo de asientos para VW; Mahle, con registro alemán, productora de filtros de carbón activado; Kautex-Textron, proveedora del sistema de combustión y empresa con registro en Estados Unidos; ArvinMeritor que fabrica en Puebla el módulo de puertas y elevadores para el New Beetle (NB) y que tiene registro estadounidense. En el parque industrial Puebla 2000 se visitó la planta de Magna-Autotec, productora y distribuidora del estampado de VW, empresa con capital canadiense. En la Zona Industrial de Sanctorum se entrevista a la gerente de recursos humanos de la empresa Brose, con registro alemán, competidora y distribuidora a la vez de ArvinMeritor, y que distribuye el modulo de puertas, elevadores y quemacocos del Jetta A4 y le vende los elevadores a ArvinMeritor. En la Zona Industrial Norte, acompañada de un informante, se visitó la empresa Benteler, de capital alemán, productora y proveedora de estampados.

Conociendo la dinámica de la proveeduría, la decisión en 2002 es realizar trabajo etnográfico al interior de tres empresas proveedoras de primer nivel con diferentes especialidades y que se encontraran dentro del parque más cercano de la ensambladora. Las empresas anteriormente visitadas abrieron las puertas para realizar entrevistas a los gerentes de cada una de las proveedoras. Las empresas seleccionadas fueron: Kautex-Textron, ArvinMeritor y Mahle.

En una tercera etapa, en el mes de febrero de 2003, se efectuó trabajo de campo en una empresa más de las proveedoras de primer nivel ubicadas en el parque FINSA: Antolin, empresa de origen español, productora de toldos para el NB de la Volkswagen.

La decisión de realizar trabajo de campo en el interior de cuatro empresas ubicadas en el parque FINSA, tuvo como propósito no perder de vista el objetivo principal de la investigación que es conocer cómo se configura la cultura organizacional de un *cluster* geográficamente localizado, con la relación directa y cercana entre las plantas proveedoras y la ensambladora.

Las plantas que se encuentran en el parque FINSA son representativas debido a que todas son empresas de primer nivel, así como son las que le proveen a VW los principales

módulos para la manufactura del NB; son las que tienen una relación más estrecha por la cercanía física.

La técnica de investigación fue a través de entrevistas a los gerentes de las empresas seleccionadas así como la observación participante. Las entrevistas directas fueron dirigidas para los gerentes de planta, de logística, producción e ingeniería, recursos humanos, finanzas y calidad.

En el trabajo de campo, en el mes de febrero se realizó una visita a la planta de la Volkswagen y se efectuó una entrevista con el gerente de relaciones públicas, coordinación de visitas e imagen de la empresa de la Volkswagen planta Puebla.

La última entrevista que se realizó fue al vicepresidente de la empresa Gedas, de capital alemán. Ésta se encarga del proceso de comunicación y logística de Volkswagen-Puebla.

De esta manera, dado el objeto de estudio y los niveles de análisis antes señalados, la exposición de este trabajo tiene la siguiente estructura. En el primer capítulo se exponen los dos conceptos teóricos centrales: modelos de agrupamiento o *cluster* y el enfoque antropológico de cultura organizacional, que sirven de punto de partida para entender y analizar la complejidad de este sistema de integración productiva y la cultura organizacional.

Tras analizar los conceptos teóricos, el capítulo 2 muestra la trayectoria de los modelos de producción en la industria automotriz desde la industria artesanal al modelo de producción en masa y al modelo actual de producción flexible. Esta trayectoria da cuenta de las transformaciones de las relaciones en el sistema de proveeduría, así como la transformación organizativa de esta industria.

Posteriormente, el capítulo 3 se dedica al análisis de la configuración del *cluster* VW-Puebla. Para este fin se explica la trayectoria histórica de la ensambladora desde su llegada a nuestro país con la producción del “vochito” para consumo nacional, hasta el actual modelo de producción flexible para exportación y la relación con la industria de autopartes.

La parte central del trabajo se expone en el capítulo 4, en el que, partirá de los datos del trabajo etnográfico y con el apoyo de los conceptos teóricos sobre cultura organizacional como base metodológica, se analizan y comparan cuatro empresas

proveedoras de VW de primer nivel ubicadas en las inmediaciones de la ensambladora. El aporte antropológico se encuentra en esta sección, en donde se analiza el comportamiento y relación de cada una de las empresas proveedoras en estudio con VW-Puebla.

Finalmente, en un capítulo conclusivo, se analizan las implicaciones del trabajo y el alcance de los resultados del trabajo empírico en relación con los conceptos teóricos.

Cabe mencionar que esta investigación forma parte del proyecto “Agrupamiento y Cooperación Interfirma en el Sector Automotriz. Estudios de los corredores Toluca-Lerma y Puebla-Tlaxcala” auspiciado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). El objetivo general es investigar los cambios tecnológicos y organizacionales en la industria automotriz (empresas y productoras de partes y componentes) localizadas en estos corredores. La investigación está centrada específicamente en el *cluster* que conforma VW y sus proveedores en el corredor Puebla-Tlaxcala.