
Presentación

• • • • • • • • • • CARLOS ALBA VEGA Y BERNARDO MÉNDEZ*

En este número y en el siguiente de *Comercio Exterior* se analizan las pequeñas y medianas empresas de México y otros países en desarrollo. El propósito es triple: ofrecer a los lectores un abanico de los problemas y las perspectivas que se consideran más relevantes sobre el tema; brindar a los estudiosos de estas pequeñas unidades económicas un espacio de debate e intercambio de ideas, y poner a la disposición de empresarios, funcionarios públicos y dirigentes económicos y sociales algunos resultados de investigaciones con la esperanza de que sean útiles para la toma de decisiones.

El tema es importante y su examen vale la pena por diversas razones. Se ha comprobado en todo el mundo, incluso en las sociedades industriales avanzadas, que las pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental ante el grave problema del desempleo, uno de los retos cruciales de la sociedad contemporánea. Las grandes empresas orientan sus decisiones de inversión cada vez más a incorporar alta tecnología y en general capital intensivo; son capaces de crecer, modernizarse y exportar sin aumentar de manera equivalente su contingente de trabajadores. En cambio, la pequeña empresa se presenta como una alternativa más abierta en oportunidades y más accesible: requiere de mucho menos capital que los establecimientos mayores para iniciar sus actividades y, en proporción al capital invertido, ocupa más personal que aquéllas. Por otra parte, tiene menor dependencia tecnológica que establecimientos mayores; los bienes y servicios que produce y distribuye son por lo general satisfactorios básicos, aunque en un mercado sumamente competido. Por sus propias características, las pequeñas empresas son

* *Coordinadores de los números. Del Centro de Estudios Internacionales de El Colegio de México y de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Xochimilco, respectivamente.*

más flexibles que las grandes para adaptarse a las variaciones y los virajes de la demanda y, por tanto, de la producción y la distribución en una economía mundializada. Además, su flexibilidad permite que estos establecimientos sean bisagras entre países, sociedades y regiones que se mueven a diversas velocidades. Así, al no ser unidades económicas sumamente concentradas, tienen escasas exigencias tecnológicas, de capital e infraestructura, lo que les otorga una amplia capacidad para ubicarse en cualquier espacio, así sea en los antiguos centros de las ciudades, en la periferia urbana o en zonas apartadas del medio rural.

Sin embargo, una de las características más notables de la pequeña industria es su heterogeneidad. En efecto, existe un velo de prejuicios que cubre a las pequeñas empresas y las hace aparecer como si todas fuesen similares por su número reducido de personas empleadas. Lo que se observa detrás de esta primera y falsa apreciación es que se trata de un inmenso mundo de pequeñas unidades económicas que tienen entre sí semejanzas y diferencias.

Comenzando por el umbral inferior, unas están constituidas por actividades artesanales de tipo tradicional en las que el propietario puede trabajar por su cuenta y colocar el producto de su trabajo directamente en el mercado. En cambio, puede darse el caso de que aun perteneciéndole los medios de producción, las materias primas y el conocimiento, el dueño se vea obligado a depender de un intermediario-empresario, quien ejerce sobre él un poder directo mediante el control de recursos estratégicos de cualquier tipo: financieros, tecnológicos, materias primas, información o mercados. Sin embargo, un rasgo distintivo de esta primera célula fabril es que el proceso de trabajo y la mercancía, realizados de principio a fin por el artesano con tecnología rudimentaria y escasa división del trabajo, dependen fundamentalmente de su propia habilidad, tanto en calidad y eficiencia como en volumen. Estas características distinguen a las unidades artesanales tradicionales de la industria capitalista a domicilio, donde los productores y algunos de sus familiares son reducidos a la condición de asalariados cuyas materias primas o financiamiento dependen de los comerciantes. Este trabajo realizado por encargo, que floreció en Europa desde el siglo XVI hasta la revolución industrial, ha perdurado con distintos nombres (maquila, trabajo a domicilio) hasta la actualidad y ha tenido auge en algunos sectores económicos en países como México en la medida en que ofrece muchas ventajas a las personas que lo encomiendan: salarios bajos; compromisos laborales reducidos o nulos, como la protección social, y evasión fiscal. En este sistema la organización de la producción está a cargo del comerciante, el “encargador” del trabajo, quien suministra al artesano la materia prima y parte del salario, pero se reserva el resto del pago hasta la entrega del producto final. Otro tipo de establecimiento es el taller industrial o manufacturero. Además de ser más grande que los anteriores, se distingue de ellos por no basarse primordialmente en el trabajo familiar sino en mano de obra asalariada, por su rigurosa división del trabajo y por el uso de tecnología más avanzada, todo lo cual repercute en una mayor productividad.

Desde otro ángulo, puede observarse que unos establecimientos, actualmente la mayoría, son verdaderos refugios de la población, por lo general poco calificada,

que no encuentra pleno empleo en la economía formal, como los trabajadores por cuenta propia en América Latina, pero también que hay casos en que las pequeñas empresas son entidades dinámicas que adoptan formas de especialización flexible para competir en mercados inestables y globalizados. En estas circunstancias, las economías de escala pierden relevancia, como ocurre en los distritos industriales de Italia, Alemania o Francia, donde el modelo fordista de producción masiva declina y se requieren estructuras industriales más pequeñas, menos rígidas y con mayor flexibilidad y capacidad de innovación. Este tipo de empresas pequeñas que cuenta con trabajadores calificados, versátiles y adaptables, capaces de manejar máquinas de uso múltiple y sistemas tecnológicos avanzados, como las máquinas de control numérico, ha mostrado cualidades especiales para producir con eficiencia en pequeña escala y constituir cadenas productivas y redes entre industrias del mismo rango, como ocurre en algunas regiones de Europa, o en formas de subcontratación de tipo vertical, como suele suceder en Japón.

El desarrollo de este último tipo de empresas supone ciertas condiciones que pueden aprovecharse. Algunas tienen que ver con una dimensión espacial, como la proximidad geográfica entre los establecimientos, y la aglomeración, que les permite beneficiarse de la división del trabajo; constituir redes de intercambios productivos y tecnológicos, y lograr diversos tipos de cooperación. Otros requisitos están más vinculados con factores socioculturales, como las relaciones que se establecen entre grupos étnicos, religiosos o familiares, las cuales influyen en la confianza y la reciprocidad y son el fundamento del desarrollo y el éxito de muchos pequeños negocios. Una condición adicional es la relacionada con el papel que pueden desempeñar las instituciones locales, públicas y privadas, para el crecimiento de las empresas, desde los gobiernos regionales y locales hasta las cámaras, las asociaciones y las organizaciones empresariales.

Debido a que todos estos tipos de establecimientos están comprendidos en la llamada pequeña empresa pero son diversos entre sí, es imprescindible buscar indicadores de mayor alcance que el tamaño —siempre arbitrario— a fin de analizar la naturaleza, el funcionamiento, las necesidades y el potencial de los pequeños negocios. La política industrial de México necesita evaluar críticamente los resultados obtenidos hasta ahora en materia de fomento y apoyo a la pequeña empresa. Sin embargo, para hacerlo es indispensable discernir con claridad los diversos tipos de unidades que se esconden tras el nombre genérico de pequeñas empresas. Uno de estos indicadores, en el caso de la pequeña empresa industrial, es el de su lógica de producción o modo de industrialización: qué produce; con qué recursos económicos, técnicos, organizativos, institucionales, informativos y humanos lo hace; a qué tipo de mercado se destina el producto; qué capacidad de innovación y acumulación tiene la empresa, y hacia dónde se orienta el excedente económico, cuando lo hay.

La pequeña empresa de países como México cuenta con un conjunto de atributos que conviene recordar. Desde un ámbito social, es una verdadera esponja ocupacional y una válvula de escape de las tensiones sociales provocadas por la escasez de empleos remunerados y por las diversas crisis a que se ha enfrentado la

sociedad. El Estado como agente de desarrollo no ha sido capaz de garantizar el empleo al conjunto social; muchas de las políticas de ajuste y cambio económico a partir de los años ochenta agravaron el problema del desempleo. Por su parte, la gran empresa tiene poca capacidad para generar ocupación, con la notable excepción de las industrias maquiladoras de exportación ubicadas en el norte de México. Así, la pequeña empresa es el lugar de mayor generación de empleo al menor costo posible. A ella concurren los jóvenes en búsqueda del primer empleo, mujeres que aspiran a conseguir un trabajo asalariado y personas que por su edad no son admitidas en entidades mayores.

Desde un punto de vista económico, la pequeña empresa no es una institución marginal, incapaz de acumular excedentes económicos. Aun la que se considere menos productiva participa de diversas maneras en la economía, ya sea porque consume materias primas, subproductos o herramientas de empresas mayores, o simplemente porque genera ingresos y salarios. No obstante, además de las pequeñas empresas que representan actividades de refugio —que son la mayoría—, hay un grupo de empresas, pequeño en proporción pero grande en número, que mantiene vínculos simbióticos con establecimientos mayores: produce y distribuye bienes y servicios, mediante mecanismos como la subcontratación que aquéllos le encomiendan, consume materias primas, capacita personal y asume los riesgos económicos que las grandes empresas le transfieren al confiarle una parte de la producción sujeta a fluctuaciones. Tampoco falta la aportación de las pequeñas empresas en la adaptación y el desarrollo de procesos tecnológicos.

En el campo de la cultura, la pequeña empresa ofrece ventajas y se enfrenta a desafíos. La primera y tal vez la más importante radica en que, en la mayor parte de los casos, se trata de empresas familiares manejadas por los dueños con ayuda de sus parientes. Esto significa que está constituida por la confluencia de dos complejidades, la de la empresa y la de la familia. Los valores, las actitudes y las normas sociales de ambas instituciones interactúan y modelan su interior. Por ser de pequeña escala y por su modo familiar de producción compuesto de parientes, amigos, paisanos, vecinos y otras formas de relaciones personales y sociales de alta identidad —origen social común de los miembros, trato directo del propietario con los trabajadores—, los conflictos que surgen en su interior encuentran vías de solución distintas de las tradicionales relaciones laborales que se dan entre el capital y el trabajo en las grandes empresas. Sin embargo, ese componente familiar funciona como un sistema de control y como una presión social sobre el trabajo. Por otra parte, en las esferas de la propiedad y el manejo de la empresa, la confianza cimentada prioritariamente en los lazos consanguíneos, lo que algunos denominan “familismo”, inhibe o dificulta las alianzas, las formas de asociación entre empresas familiares y la profesionalización de su administración, tan imprescindibles y urgentes en una economía liberalizada y mundializada.

También desde el ángulo político la pequeña empresa tiene fortalezas y debilidades. Por una parte, contiene las luchas sociales en su interior, por ser tanto familiar como pequeña. De hecho, los trabajadores de muchos establecimientos de pequeña escala no cuentan con formas de organización propias para negociar sus

intereses de manera institucional, como sería un sindicato. Así, muchos empleados no familiares, jóvenes y mujeres sin experiencia de sindicalización pierden algunas ventajas de la protección social otorgada por las organizaciones laborales y ven aún más reducida su capacidad de negociación en medio de la crisis. Desde otro ángulo, los pequeños empresarios no cuentan con formas de representación política de sus intereses; muchos han dejado de sentirse representados por las cámaras y no participan en ellas. Más bien pugnaron por abolir la obligatoriedad de pertenecer a esas organizaciones y lo consiguieron parcialmente, ya que ahora pueden no estar afiliados, aunque deben registrarse. La crisis y la apertura económica, así como la necesidad de buscar pactos y establecer consensos, hacen que se requiera de las cámaras y otras organizaciones para conseguir interlocutores que hablen en nombre del conjunto. Dos casos sirven de ejemplo: los pactos para la estabilidad económica que con diversos nombres se firman desde 1987 y las coaliciones formadas para negociar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, donde los pequeños empresarios estuvieron subrepresentados en la Coordinadora de Organizaciones Empresariales de Comercio Exterior (COECE).

Éstos son algunos de los temas sobre la pequeña y mediana empresa que presenta *Comercio Exterior*. El lector podrá hacer un seguimiento de los resultados de veinte años de planeación y políticas industriales sobre este sector. Estará también en posibilidad de conocer las reflexiones de algunos autores sobre la enorme importancia que tienen los aspectos culturales y las características de la empresa familiar en su desarrollo. Se examina también el cambio estructural ocurrido en México, el cual sirve de marco de referencia para analizar la pequeña y mediana industrias y sus posibilidades de desarrollo, sobre todo en el sector manufacturero. La mayor parte de los artículos se enfocan a la empresa industrial y abordan asuntos tan importantes como los modelos de organización de las industrias de exportación; la cooperación interempresarial como una alternativa para la política industrial; la reestructuración y la privatización de algunos sectores, y las nuevas iniciativas de organización empresarial, como las empresas integradoras.

Algunos textos privilegian las reflexiones teóricas; otros parten de investigaciones empíricas realizadas en México y de estudios de caso en Centroamérica, sin que falten los esfuerzos comparativos sobre Corea del Sur y México.

Una de las mayores ventajas de estos números es que ofrecen un conjunto de miradas diversas sobre el mismo tema. Las perspectivas analíticas y los enfoques disciplinarios enriquecen la comprensión de las pequeñas y medianas empresas. Se encuentran, así, aportaciones de administradores públicos y de empresas, antropólogos, economistas, demógrafos, internacionalistas, politólogos y sociólogos.

Por supuesto, estas entregas de *Comercio Exterior* no podrían contener la totalidad de temas, problemas y perspectivas de las empresas pequeñas y medianas. Muchos asuntos de primera importancia quedan abiertos y pendientes para presentarse en ediciones posteriores. 