

# El gobierno y las empresas pequeñas en Estados Unidos

• • • • • JAMES VAN WERT \*

## LAS PYME COMO BASE DE LA COMPETITIVIDAD

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) se han convertido en un gran negocio en Estados Unidos. El espíritu empresarial es un elemento político y económico fundamental en cualquier sociedad libre, pero para los estadounidenses entraña además un gran valor emocional; el empeño de los pequeños empresarios ha simbolizado las aspiraciones comunes tradicionales. Todos sueñan en ser sus propios jefes. La mayoría conoce a alguien emprendedor que logró abrir un negocio.

A finales del siglo pasado Horatio Alger —un personaje que encarna el *sueño americano*— escribió sobre el camino de la pobreza a la riqueza de jóvenes que después de vender periódicos por un salario miserable alcanzaron, con base en el trabajo, la honestidad y la suerte, poder y riqueza. Los libros de Alger suponen que todos tienen la misma oportunidad, de manera que cualquiera puede cumplir el sueño de tener un negocio propio, ganar fama y hacer fortuna. A menudo las PYME son los medios para acometer esos anhelos.

En la Ley de Empresas Pequeñas (Ley Pública 85-536) se asienta que “la esencia del sistema económico estadounidense de la empresa privada es la libre competencia, básica para el bienestar económico y la seguridad nacional, [que] no se lograrán a menos que se fomente la capacidad real y potencial de las empresas pequeñas”.

Apoyar a las PYME es un interés fundamental de Estados Unidos. El desarrollo de esas unidades asegura la persistencia del sistema económico libre y competitivo basado en el mercado, tal como se establece en las leyes. Sin PYME pujantes habría me-

nos competencia en ese país, lo cual históricamente ha significado mayores costos, baja productividad y menor innovación. La empresa libre y competitiva es el cimiento de la economía de mercado.

Contribuir al éxito de las PYME genera beneficios económicos para toda la sociedad. Las PYME proporcionan empleo a 53% de la mano de obra privada no agrícola, realizan 47% de las ventas totales en el país y aporta 51% del PIB del sector privado. Según datos de los departamentos del Trabajo y de Comercio, las industrias en que predominan las PYME generaron 62% de los aproximadamente 2.4 millones de puestos de trabajo creados durante 1996. El sector de las PYME, con unos 22 millones de establecimientos, ha sido considerado como *motor de crecimiento* y un factor importante de la salud económica de Estados Unidos.

## RETOS COMERCIALES DE LOS NOVENTA

En la actualidad ocurre una verdadera revolución comercial que afecta tanto a las grandes como a las pequeñas empresas. La globalización de los mercados y el colapso de los sistemas de administración y organización tradicionales, junto con el explosivo crecimiento de la informática, han transformado la forma de hacer negocios. Con el advenimiento del mundo global pierde sentido hablar de mercados nacionales e internacionales. Internet y los avances en las telecomunicaciones abren paso a un mundo sin fronteras económicas, políticas, sociales y culturales. En el nuevo mercado global la ventaja competitiva sostenible corresponderá a quienes aprendan a utilizar y compartir los conocimientos de manera más eficaz. La tecnología

\* Funcionario de la Small Business Administration

de la información, sobre todo Internet, representa para el trabajador en conocimientos lo que el tren para el obrero industrial.

El colapso de las estructuras tradicionales de organización, manifiesto en las reducciones de tamaño, la subcontratación, las alianzas estratégicas, la reingeniería de procesos y los equipos virtuales o dispersos geográficamente, evidencia fuerzas tanto en el sector público como en el privado que tienden a aplanar y comprimir organizaciones para que cuesten menos y funcionen mejor. Durante el decenio pasado muchas industrias de Estados Unidos se mudaron en aras de aumentar la productividad (sobre todo con base en la tecnología), reducir costos por vía de reestructuraciones y crear procesos de manufactura más eficientes. En la Edad Industrial los sistemas de orden y control centralizados resultaban viables, pero en la actual Edad de la Información el acortamiento de los ciclos de vida de los productos da lugar a horizontes cada vez más breves que exigen una estructura más colegiada, donde la toma de decisiones se centre en la matriz y se estimule el aprendizaje y el desarrollo prototípico.

El desarrollo vertiginoso de la tecnología de la información, las computadoras y las telecomunicaciones engendra una nueva estructura básica de las empresas estadounidenses y un nuevo tipo de relaciones económicas internacionales. Internet combina a un costo accesible el poder del teléfono y la imprenta. En la Edad de la Información las fuentes fundamentales de riqueza son más el conocimiento y la comunicación que los recursos naturales y el trabajo físico. Con base en la tecnología se puede ser más eficiente, capacitar mejor a los trabajadores e incluir los requerimientos de los clientes de manera eficaz en la toma de decisiones. La tecnología permite hacer más con menos, a mayor velocidad y sin sacrificar calidad. La disponibilidad de la información y las operaciones sobre pedido pueden contribuir a emparejar las condiciones de competencia de las PYME. El comercio electrónico, las videoconferencias, la capacitación y las asesorías por medio de la Web transforman el escenario comercial de Estados Unidos.

Otra faceta del comercio moderno es la gran velocidad del cambio. En los años setenta se acudía a las oficinas de correo para recoger pedidos. A principios de los ochenta se instituyó el número telefónico comercial 800 y a finales surgió el fax. En 1991 apareció el intercambio electrónico de datos. Ahora se cuenta con sistemas electrónicos para el comercio, sistemas inalámbricos de comunicación personal, videoconferencias e Internet que enlazan al mundo y animan un mercado verdaderamente global. Internet, red de redes que en 1996 conectó a más de 60 000 servidores y por lo menos 50 millones de computadoras, permite la interconectividad con una comunicación sin paralelo y crece de modo espectacular.

En los noventa las empresas de todos tamaños se enfrentan a nuevos retos que se pueden vencer con las herramientas de la tecnología y las telecomunicaciones: el aumento de la competencia; la disminución de los márgenes de utilidad; los cambios en los mercados de los consumidores, y la búsqueda constante de una mayor calidad. Ninguno de esos cuatro desafíos existe aislado. Ante ellos se requiere una estrategia comercial que

impulse diversas tácticas en favor del éxito de las PYME, tales como: 1) reducir el tiempo necesario para colocar un producto en el mercado (el ciclo respectivo se acorta y surge una mayor competencia); 2) aumentar la satisfacción del cliente; 3) mejorar la infraestructura logística (con sistemas eficientes de distribución), y 4) mejorar la productividad (sobre todo en los sistemas de inventario y de comunicaciones).

En cada una de esas tácticas el tiempo es el factor crítico. Lograr que la información correcta llegue a las personas adecuadas en el momento justo es el impulso primario de la rentabilidad y una forma de romper las barreras respectivas. La tecnología y los sistemas de información, sobre todo mediante el comercio electrónico, pueden eliminar el obstáculo del intercambio lento de información y favorecer la rapidez y la flexibilidad, que, a su vez, aumentan las ventas, disminuyen los costos y minimizan los inventarios.

#### LAS PYME EXITOSAS DE ALTA TECNOLOGÍA

Según un estudio de Bruce Phillips, investigador de la Administración de Empresas Pequeñas (SBA, Small Business Administration), es común que las PYME exitosas de alta tecnología se encuentren cerca de universidades con una actividad intensiva de investigación, donde operan laboratorios tecnológicos no lucrativos y abunda la participación de las compañías privadas. La convergencia del trabajo de laboratorio con las empresas de investigación y desarrollo (ID) genera empleos y ofrece incubadoras de negocios que pueden llevar a las empresas nuevas por el camino del éxito.

Con la suma de empresas privadas exitosas en una región aparece una economía de aglomeración, término que describe una amplia oferta de modelos para las decisiones comerciales y un gran número de inversionistas potenciales. Las universidades orientadas hacia la ID, los laboratorios y las empresas de investigación privadas, además, atraen capital de riesgo y fuentes importantes de financiamiento.

En el Valle del Silicio, por ejemplo, se encuentran las universidades de Stanford y de Berkeley, así como el Laboratorio Nacional de Lawrence Livermore, como semilleros de innovación. Allí se asientan numerosas empresas tecnológicas, en particular en las industrias de semiconductores y programas de cómputo, que proporcionan mano de obra y modelos empresariales. No es extraño que los proveedores de capital de riesgo también estén presentes con cuantiosos montos de financiamiento.

Durante varias décadas la guerra fría alentó inmensos gastos federales en ID, sobre todo en las industrias militar y aeronáutica, en beneficio de las actividades de los diversos laboratorios en todo Estados Unidos. En las zonas de Boston y Houston-Dallas existen conjunciones similares de laboratorios, universidades, empresas de ID y capital de riesgo.

Otro factor importante de las empresas exitosas de alta tecnología parece ser la ubicación en áreas metropolitanas o cerca de ellas. Conforme a la teoría del ciclo del producto, las empresas se agrupan en áreas donde existe mano de obra capacitada y

capital inicial, se encuentran cerca de clientes y proveedores, y se facilitan los nexos con otras compañías similares para formar alianzas estratégicas. Ello plantea la cuestión de la viabilidad de las incubadoras de empresas de alta tecnología en áreas rurales alejadas de mercados de capital, fuentes de mano de obra y modelos empresariales propios de áreas metropolitanas. No obstante, la existencia de medios electrónicos de enlace abre puertas a opciones prometedoras para poner en contacto a inversionistas accionarios y nuevas empresas innovadoras.

Austin, Texas, es un buen ejemplo de la confluencia de factores que engendra una zona de PYME pujantes de alta tecnología: la proximidad de universidades, la disponibilidad de mano de obra y la aglomeración metropolitana. Austin cuenta con al menos dos universidades importantes; empresas de investigación privadas (beneficiarias de las normas fiscales texanas en pro del comercio); una gran área cosmopolita proveedora de clientes; el respaldo del gobierno federal con recursos para la defensa y la investigación; el impulso del gobierno local a la educación, y el apoyo comunitario.

El gobierno federal puede impulsar el crecimiento de las PYME de alta tecnología de varias formas: ayuda para la transferencia de tecnología; provisión de capital; apoyo para proyectos de riesgo compartido, y mantenimiento de un entorno favorable mediante acciones como el fomento de la educación y la ID, el ofrecimiento de incentivos fiscales y la protección por medio de patentes.

Las tasas de sobrevivencia de las empresas de alta tecnología son casi iguales que las del resto. Las primeras, por ejemplo, tuvieron una probabilidad de 35% de subsistir por lo menos seis años, frente a 38% de las demás. Ambos tipos contaron con una probabilidad de 28-29 por ciento de durar por lo menos ocho años. Sin embargo, la comercialización de las innovaciones ha sido difícil, pues los costos de desarrollo, producción y venta de las PYME suelen ser mayores que los asociados con la innovación. Los mercados de éstas, además, son vulnerables a la competencia de las empresas más grandes en las líneas de productos donde la cantidad representa una ventaja (economías de escala). No obstante, la falta de capital tal vez sea la barrera principal para el ingreso de las PYME en las industrias de alta tecnología. Una causa posible es que gran parte de estas unidades no requieren de cuantiosos montos de capital, lo cual es una desventaja porque muchos inversionistas prefieren arriesgarse en operaciones más grandes con rendimientos mayores.

#### RAÍCES, METAS Y LOGROS DE LA SBA

La SBA se creó en 1953, pero desde 1958 funciona de manera permanente como dependencia gubernamental para el apoyo de las PYME en Estados Unidos. En 1997 contaba con casi 4 000 empleados en un centenar de oficinas y un presupuesto anual de unos 700 millones de dólares. En el mandato legislativo de la SBA se asienta que:

“Es la política manifiesta del Congreso que el gobierno debe ayudar, orientar y proteger en lo posible los intereses de las com-

pañías pequeñas con objeto de conservar la empresa libre y competitiva, garantizar que se les otorgue una proporción justa de las compras totales y de los contratos o subcontratos de bienes y servicios del gobierno [...] que se les presente una oferta justa de las ventas gubernamentales, con el fin de mantener y fortalecer la economía de la nación”.

#### Antecesoras de la SBA

Durante mucho tiempo el gobierno federal estadounidense ha manejado programas de ayuda a las PYME. Antes de la creación de la SBA funcionaban cuatro: la Corporación de Fábricas Pequeñas de Guerra (SWPC, por sus siglas en inglés); la Oficina de las Empresas Pequeñas (OSB), que formaba parte del Departamento de Comercio; la Administración de Fábricas Pequeñas para la Defensa (SDPA), y la Corporación Financiera para la Reconstrucción (RFC). Esas entidades desempeñaron tres funciones que ahora son centrales de la misión de la SBA: ayuda para obtener capital y créditos (RFC); apoyo en materia de compras gubernamentales (SWPC), y asistencia para la administración o el desarrollo de empresas (OSB). Una cuarta tarea: proporcionar capital accionario para las PYME por medio de las Compañías de Inversión para las Empresas Pequeñas (SBIC), se confirió en 1958 a la SBA al aprobarse la Ley para la Inversión en las Empresas Pequeñas (SBIA).

La principal antecesora de la SBA es la RFC, entidad creada en 1932 por el presidente Herbert Hoover en medio de la gran depresión económica. La RFC contribuyó a salvar de la ruina al sistema bancario y a numerosas compañías de seguros, por lo que ganó respeto durante los años treinta y sólo los críticos más conservadores consideraron que el gobierno no debía *participar* en los negocios.

Durante la segunda guerra mundial la RFC ganó importancia por la ayuda que proporcionó a las instituciones financieras estadounidenses. Sus actividades fueron globales y su personal se dispersó por todo el mundo en busca de minerales y materiales estratégicos. Al terminar la guerra, con más de 15 000 empleados (casi cuatro veces más que la SBA en la actualidad), alcanzó la cumbre de su poder.

A finales de los cuarenta el senador Fullbright empezó a investigar ciertos préstamos y detectó información y prácticas que lo llevaron a solicitar el cierre de la dependencia. En 1953, a raíz del regreso de los republicanos a la presidencia con Eisenhower, se concertaron esfuerzos por *poner orden en Washington*. La RFC ejemplificó las intenciones del nuevo gobierno de participar en los negocios, y los republicanos, con una leve mayoría en el Congreso, se habían comprometido a cerrarla. Para obtener los votos necesarios se resolvió crear un nuevo organismo, de preferencia débil, para las PYME; así nació la SBA.

A finales de los cincuenta y durante los sesenta los gobiernos demócratas favorecieron una mayor participación estatal en la economía, por lo que se amplió el apoyo para la SBA. Los republicanos, por el contrario, buscaban reducirlo e incluso durante el mandato del presidente Reagan intentaron cerrar la agen-

cia en aras de achicar el tamaño del gobierno. En 1994, con el gobierno de William Clinton, el apoyo a la SBA se tornó más fuerte que nunca, aun cuando el Congreso, con ligera mayoría republicana, amenazó de nuevo con cerrarla.

### Metas en puerta

En el Plan Estratégico de la SBA para 1997-2002 se estipulan los propósitos siguientes:

- crear oportunidades para el éxito de las PYME, sobre todo mediante un mejor acceso al financiamiento, mayores oportunidades de compras gubernamentales y más ayuda para el desarrollo empresarial;
- transformar la entidad en una institución financiera de vanguardia para el siglo XXI;
- ayudar a empresas y familias a recuperarse de los desastres;
- encabezar la participación de las PYME en programas de empleo para reducir el número de usuarios del seguro de desempleo, y
- servir como voz de las PYME en Estados Unidos.

El objetivo primordial de abrir oportunidades para el éxito de las PYME incluye los principales programas a cargo de la SBA (garantía de grandes préstamos; inversión; contratación gubernamental; desarrollo de empresas propiedad de minorías, y educación comercial, orientación y capacitación). El plan estratégico considera todos los aspectos en una sola meta para destacar el papel del organismo en la atención de las necesidades de financiamiento y administración de las PYME durante su ciclo de crecimiento. Los programas de la SBA ayudan a empresas tanto nacientes como recién ingresadas en la madurez, con el propósito de reforzar su desarrollo hasta que puedan sostenerse sin apoyo federal.

La SBA se concentrará también en los mercados internacionales como una fuente clave de las oportunidades de las PYME. Ante los cambios en la tecnología y las comunicaciones, la mayor eficiencia en los mercados internacionales de capital, la relajación de las barreras comerciales y el crecimiento económico en otras partes del mundo, la SBA considera que las PYME estadounidenses tienen un gran potencial para vender sus productos y servicios en otros países. Sus principales programas de ayuda toman en cuenta esa posibilidad e incorporan medidas de apoyo a las PYME que buscan funcionar más allá de las fronteras nacionales.

El propósito de transformar la SBA en una institución financiera de vanguardia en el siglo XXI apunta al logro de los estándares más altos de administración y la prestación de servicios más eficientes y cercanos al cliente. Este empeño comprende el uso más eficaz de la tecnología; la aplicación de técnicas apropiadas para identificar y administrar el riesgo; el otorgamiento del crédito de manera más rápida y barata; la oferta de productos innovadores para satisfacer diversas necesidades, y el cuidado de los intereses de los contribuyentes. Una institución financiera de tal naturaleza proporcionaría, sin duda, un mejor servicio a la comunidad de las PYME.

La tercera meta, ayudar a empresas y familias en casos de desastre, confirma la actividad de la SBA como "banco de urgencia" del gobierno federal y, desde 1953, ha prestado más de 24 000 millones de dólares en esas condiciones. El organismo busca ahora prestar mejores servicios a los clientes, reducir el tiempo necesario para otorgar un crédito, facilitar los trámites respectivos y mejorar los reaseguros y otros servicios.

En cuarto lugar, la SBA busca asumir un papel de liderazgo en la creación de empleos de las PYME para los que gozan del seguro de desempleo. Como fuente de la mayoría de los nuevos puestos de trabajo en la economía, las PYME representan la opción ocupacional más probable para quienes reciben asistencia pública. Los empresarios se benefician al contar con recursos humanos listos para trabajar.

Por último, la SBA pretende servir de vocera de las PYME y ampliar las oportunidades sectoriales. El organismo no sólo abogará por esas unidades en las deliberaciones sobre la política económica nacional, sino que identificará los riesgos a que se tienen que enfrentar en la cambiante economía global, así como las oportunidades inherentes.

### Logros recientes

Entre los resultados más importantes de la SBA figuran:

*Financiamiento.* Los préstamos comerciales generales del organismo aumentaron más del doble en sólo cuatro años (de 24 284 en 1992 a 55 596 en 1996) y la ayuda financiera se canalizó con un enfoque más empresarial. En el ejercicio de 1996:

- alrededor de 40% de los préstamos comerciales generales se tramitaron mediante un nuevo formato de solicitud de una página (Low Doc), en el caso de operaciones menores de 10 000 dólares con pequeños prestatarios (20 728 créditos por un monto de unos 1 200 millones de dólares);
- los préstamos a PYME propiedad de mujeres ascendieron a 10 459, poco más del triple que en 1992 (3 377);
- un crédito de cada seis se destinó a PYME de propietarios pertenecientes a minorías sociales al sumar 9 099, cerca de 2.5 veces los préstamos respectivos otorgados cuatro años antes (3 683), y
- los financiamientos para los veteranos se incrementaron a 6 678, 85.8% más que en 1992 (3 593).

*Capital accionario.* Durante el bienio fiscal 1995-1996 la SBA obtuvo más financiamiento privado para inversiones en forma de capital de riesgo que durante los 20 años previos. De 1958 a 1996 el programa de las SBIC proporcionó unos 14 000 millones de dólares como deuda de largo plazo y capital accionario a más de 110 000 PYME, recursos de los que unos 1 600 millones correspondieron al ejercicio de 1996. Un consejo asesor privado estimó que dichas inversiones crearon más de un millón de empleos en los sectores manufacturero y de servicios.

*Capacitación e información comerciales.* En los ejercicios de 1995 y 1996 la SBA brindó orientación administrativa y asistencia técnica por medio de sus socios comerciales a casi dos millones de PYME y abrió ocho centros de asistencia para la

exportación (USEAC), así como 12 centros de información comercial empresarial (BIC), cuyo número llegó a 39 en el país. Además, inauguró 19 locales de capacitación comercial femenina, de suerte que el total de centros empresariales para la mujer (WBC) ascendió a 54 en 28 estados y el Distrito de Columbia. Asimismo, también estableció 12 centros de información comercial para las comunidades indígenas (TBIC), con lo cual sumaron 21 en reservaciones, y amplió el suministro de información y servicios electrónicos por medio de Internet y la publicación *U.S. Business Advisor*.

*Reforma regulatoria.* Durante el mismo lapso la SBA eliminó casi la mitad de sus disposiciones internas y abatió los esfuerzos y gastos necesarios para cumplir con las regulaciones gubernamentales. Como resultado se tienen reglas más breves, claras y fáciles de entender que se aplican de manera más eficaz.

*Asistencia en casos de desastre.* En el ejercicio de 1995 se aprobaron más de 45 000 préstamos por unos 1 200 millones de dólares para víctimas de desastres, y en el de 1996 los financiamientos sumaron casi 38 000 por cerca de 1 000 millones de dólares.

### Programas en marcha

Para apoyar el cumplimiento de las metas generales anteriores, la SBA ofrece una variedad de acciones y programas en favor de las PYME. Por ejemplo, asume el papel de portavoz sectorial en un camino de doble sentido. Por un lado, sirve de enlace de la comunidad de las PYME con los legisladores, plantea las preocupaciones sectoriales y aboga por políticas favorables. La SBA trabaja en contacto con los empresarios a fin de asegurar que tengan las herramientas necesarias para el desarrollo de negocios. Por el otro, informa a las PYME sobre las políticas y propuestas gubernamentales; los recursos y apoyos disponibles para empresarios, y las oportunidades existentes en una economía cambiante. Uno de los propósitos de ese diálogo es despertar una conciencia pública de las contribuciones de las PYME al crecimiento y la salud de la economía en general.

### Voz y presencia sectorial

La SBA se compromete a llevar a las altas esferas del gobierno federal los asuntos de interés de las PYME, como las regulaciones, los impuestos y la salud laboral. La entidad tiene el gran reto de ayudar a que las PYME se adapten y beneficien de los cambios en la economía más grande. La internacionalización de los mercados de capitales, la innovación tecnológica, el avance de las comunicaciones y las transformaciones de los sectores principales de la economía, sobre todo de los servicios públicos y financieros, entrañan riesgos para el crecimiento y la productividad empresariales; si estos procesos se comprenden bien, las PYME dinámicas pueden aprovechar los nuevos mercados. La misión de la SBA es orientarlas en esos cambios. Como miembro del Comité Coordinador del Fomento del Comercio (TPCC),

además, la SBA debe asegurar que las PYME participen en la definición de la estrategia tecnológica nacional del gobierno federal.

Una tarea permanente de la SBA es indagar sobre las necesidades de las PYME por medio del grupo de análisis respectivo, reuniones del Consejo Asesor, mesas redondas para prestamistas y actividades periódicas especiales, como la Conferencia de la Casa Blanca sobre las Empresas Pequeñas para 1994-1995. Los objetivos principales son identificar los requerimientos de las PYME y determinar cómo el gobierno federal y la SBA pueden ayudarlas a crecer, prosperar y crear empleos. A esos foros sectoriales asisten representantes de empresas de servicios, minoristas, mayoristas, consultores, profesionistas, constructores y muchos otros agentes económicos. Entre los problemas tratados sobresalen el acceso insuficiente al financiamiento; las regulaciones y burocracia excesivas; los costos exorbitantes de los servicios médicos, y la atención inadecuada a quienes más apoyo necesitan (minorías, mujeres, establecimientos en el campo y pequeños exportadores).

Durante el período 1994-1995 la cooperación de la SBA siguió las orientaciones de la Conferencia de la Casa Blanca. Cada estado del país contó con representantes de las PYME que plantearon las preocupaciones sectoriales en reuniones estatales y en la convención nacional celebrada en junio de 1995. Más de 2 000 empresas pequeñas de los 50 estados se reunieron y, por conducto de comités responsables de diversos temas, formularon unas 60 recomendaciones sobre aspectos como formación de capital; desarrollo comunitario; política ambiental; capital humano; comercio internacional; barreras tradicionales para la competitividad; compras gubernamentales; regulaciones y trámites; impuestos, y tecnología.

Una vez publicadas las recomendaciones, la Oficina de Gestoría de la SBA estableció un sistema de seguimiento y reuniones trimestrales con los comités responsables para asegurar la aplicación de aquéllas. Este proceso dio lugar a un mecanismo formal que mantiene presentes las preocupaciones sectoriales en la propia SBA y el Congreso.

Las PYME han insistido en que las regulaciones y los trámites excesivos inhiben el crecimiento y la productividad. La SBA ha preparado una serie de iniciativas en favor de una gestión gubernamental más centrada en el cliente, accesible por medios electrónicos para el usuario. Entre las acciones previstas figuran la realización de foros en que participan las entidades regulatorias principales a fin de formular leyes y reglamentos más fáciles de cumplir (con las orientaciones correspondientes); la aprobación de la Ley de Justicia Regulatoria para las Empresas Pequeñas; el establecimiento de consejos de justicia regulatoria, y la existencia de un ombudsman que impulse un acceso fácil a los servicios de información y a los programas gubernamentales.

Otra vía importante de apoyo oficial es la formulación de políticas fiscales favorables. En el código tributario de Estados Unidos existen varias disposiciones que benefician a las PYME: el trato como *entidades de paso*; la aplicación de un impuesto gradual sobre la renta; el reembolso de gastos en vez de depre-

ciaciones; los planes de pensiones; la disponibilidad de formatos sencillos para la declaración de impuestos sobre la renta, incluso para las empresas más pequeñas; los procedimientos simplificados para deducir y declarar el impuesto de los trabajadores; el trato especial en el gravamen de plusvalía y el aplicable a herencias y regalos; las deducciones por gastos médicos de quienes trabajan por cuenta propia; el trato especial en caso de pérdidas, y las deducciones para quienes tienen su oficina en casa.

### *Acceso al financiamiento*

Por otro lado, la insuficiencia de financiamiento es otro obstáculo grave para el desempeño de las PYME. A menudo las instituciones financieras privadas prefieren no arriesgarse a prestar dinero a empresas nuevas o sin un historial atractivo. La garantía de la SBA permite que las PYME reciban recursos en condiciones distintas de las de los mercados de créditos comerciales y, según el tipo de préstamos, equivale en promedio a 80% del monto de la operación.

Los dos principales programas crediticios de la SBA son el de Garantías de Préstamos para los Negocios en General y el de la Compañía de Garantías para el Desarrollo. Durante los años fiscales 1995, 1996 y 1997 la SBA garantizó por lo menos 148 937 préstamos con valor de unos 28 200 millones de dólares.

Alrededor de 20% de esos créditos y 21.1% del monto total se otorgaron a empresarios de minorías sociales: a los de origen hispano, 6.5%; a los afroamericanos, 4.3%, y a las mujeres, 15.6%. La asistencia crediticia de la SBA, por lo demás, cambió de manera radical en los últimos tres años al ampliarse la responsabilidad del sector privado en las decisiones en la materia.

En 1997 California fue el principal receptor estatal de los préstamos: casi 20% de los recursos totales del programa (15.5% en 1995). Arizona, Texas, Florida, Georgia, Nueva Jersey y Nueva York, junto con California, captaron más de 50% (diez puntos más que en 1995). Por tipo de actividades cerca de 36% correspondió a la venta de comidas y bebidas (11.4%); establecimientos detallistas diversos (7.2%); servicios comerciales (6.6%); cuidado de la salud (5.7%), y reparación, servicios y estacionamiento de automóviles (4.9%).

Además de los programas crediticios referidos, la SBA ofrece créditos especializados como los de capital de trabajo para la exportación, micropréstamos, financiamientos para áreas urbanas marginadas, créditos para empresas afectadas por recortes en el gasto de defensa, y préstamos en caso de desastres para apoyar la recuperación de casas y patrimonios personales (únicos para fines no empresariales).

La SBA tiene relaciones con unas 250 instituciones prestamistas que proporcionan capital de trabajo para pequeños exportadores. Con el nuevo programa Export Express se espera aumentar de forma significativa el número de prestamistas que apoyen las actividades exportadoras de más PYME. Ello propiciará que bancos sin experiencia en comercio internacional canalicen a éstas el capital de trabajo necesario para su fortalecimiento por vía de la exportación.

En coordinación con el Departamento de Comercio y el Eximbank de Estados Unidos, la SBA respalda también a los pequeños exportadores mediante su participación en 17 USEAC ubicados en diversas partes del país.

Las PYME pueden acudir a los USEAC para consultar bases de datos con información sobre distribuidores y socios potenciales en proyectos de riesgo compartido por todo el mundo; obtener estudios de mercado de algún producto o servicio en un país determinado, y recibir información acerca de ferias y otras actividades comerciales, así como sobre el financiamiento y los seguros para las exportaciones. En 1996, por ejemplo, más de 10 000 empresas recibieron asistencia técnica y financiera en los USEAC.

La SBA cuenta con otros programas de apoyo técnico y financiero a las empresas más pequeñas, como el Microloan, cuyo propósito es facilitar la atención de necesidades crediticias con el concurso de fuentes de financiamiento más tradicionales. Uno de los prestamistas más activos de la SBA funciona en el área entre Arizona y México, donde se han intensificado las operaciones transfronterizas de empresas pequeñas. Se espera que en la zona de Rio Grande Empowerment, a lo largo de la frontera de Texas con México, el programa de micropréstamos contribuya al mejoramiento económico de las comunidades rurales.

Otra vía especial de financiamiento es el capital accionario, canalizado sobre todo por medio del programa de las SBIC que otorga licencias a instituciones privadas no lucrativas para invertir en carteras de PYME prometedoras para la expansión de sus propias actividades. De las casi 700 000 nuevas empresas que surgen cada año en Estados Unidos, apenas unas 2 100 reciben financiamiento mediante capital de riesgo. Las demás dependen de inversionistas informales, cuando los ahorros propios son insuficientes y no se puede obtener préstamos de la banca comercial. Las PYME nuevas tienen menos opciones de financiamiento que las empresas grandes, pues éstas pueden recurrir a la emisión de acciones, bonos o documentos comerciales. Aun cuando las PYME pueden conseguir ese tipo de capital, por lo regular la tasa de interés es más alta.

Por definición, el financiamiento accionario entraña mayores riesgos porque los inversionistas suelen invertir en el capital intelectual de una empresa nueva. Aunque el programa de las SBIC tiene un alto índice de fracasos, 350 compañías apoyadas con inversión de aquéllas también han alcanzado grandes éxitos. Según un estudio de la revista *Fortune*, 18 de las 100 empresas más dinámicas recibieron alguna vez financiamiento accionario por parte de la SBA. Compañías exitosas como Intel, America Online, Federal Express y Amgen, contaron con ayuda financiera proveniente de ese programa de patrocinio gubernamental.

### *Red electrónica de capital*

Con base en el avance de la informática y las telecomunicaciones y el apoyo de los intermediarios, la SBA puso en marcha una opción novedosa y creativa para mejorar la entrega de capital accionario y de riesgo a las PYME: la ACE-Net (Angel Capital

Electronic Network). Este instrumento, propuesto en la Conferencia de la Casa Blanca, es una lista nacional en Internet de los valores ofrecidos por PYME y que se controla mediante una contraseña de acceso sólo para *ángeles* (inversionistas acreditados). Se trata de una puerta electrónica para mejorar la formación de capital y el marco regulatorio de las PYME, con inversionistas acreditados de todo el país.

Cada año más de 350 000 empresas necesitan unos 60 000 millones de dólares provenientes de uno a dos millones de *ángeles*. Se calcula que en Estados Unidos la brecha de capital de las empresas varía de 250 000 a 500 000 dólares. Apenas unas 30 000 pequeñas y medianas empresas reciben 20 000 millones de dólares por parte de unos 250 000 *ángeles*. En el Valle del Silicio o en la zona Route 128 de Boston, por poner un ejemplo, existen redes eficaces basadas en universidades y que tienen una orientación exitosa tanto de *ángeles* como de empresas. En escala nacional, sin embargo, el sistema de búsqueda de inversionistas accionarios es ineficiente debido a las limitaciones en las redes locales y el flujo de las transacciones, así como por las diferentes regulaciones estatales, lo caro de su gestión y los altos costos de operaciones.

Para cubrir necesidades crediticias menores de 250 000 dólares, las PYME pueden recurrir a familiares, amigos, socios fundadores y a programas como el de garantías para préstamos comerciales generales de la SBA. La eficiencia económica de ese tipo de transacciones es buena. Ante necesidades de capital superiores a cinco millones de dólares, las instituciones de inversión de riesgo y el mecanismo de oferta pública primaria también son proveedores eficientes. En 1995 los inversionistas de riesgo y las SBIC apoyaron a unas 2 100 empresas, con una aportación media de 6.8 millones de dólares. No obstante, en el caso de los requerimientos de capital de 250 000 a 5 millones de dólares la vinculación de redes de las empresas con los inversionistas acreditados se ha visto limitada y los costos de las transacciones son altos. Con la ACE-Net se espera atender mejor a quienes requieran esos montos de financiamiento.

La Oficina de Gestoría de la SBA, junto con la Comisión de Valores, la Asociación de Administradores de Valores y los reguladores estatales de valores, estableció un foro en Internet para dar a conocer la oferta de valores de las PYME. También se trabajará con organizaciones no lucrativas estatales vinculadas con universidades locales a fin de:

- desarrollar planes de negocios de las PYME y formar redes con inversionistas acreditados por medio de las redes locales ya existentes;
- presentar en Internet una página nacional de ACE-Net que difunda los valores o documentos de prueba de las PYME, después de cumplir los requisitos federales y estatales necesarios. Esta información será accesible sólo para los inversionistas acreditados, previa contraseña. La ACE-Net permitirá que las redes locales participen en un sistema nacional a muy bajo costo. El uso de Internet evita la necesidad de estar en el Valle del Silicio u otro mercado de capital de riesgo para enlazarse;
- permitir que los inversionistas acreditados seleccionen de

manera rápida y eficiente a las PYME, con base en factores como el mercado; la tecnología; el tamaño de la inversión; el desarrollo de la empresa; la ubicación geográfica, y el tipo de propietario (mujeres o miembros de minorías);

- reducir el costo de las transacciones al proporcionar a los empresarios e inversionistas acreditados modelos de los términos y condiciones respectivas, los cuales se incluirán en los programas de orientación de los sistemas estatales y universitarios participantes.

El Departamento de Defensa paga por adelantado el costo de incorporar en la ACE-Net a los 200 ganadores de premios del programa de Investigación para la Innovación en Empresas Pequeñas (SBIR). La Oficina de Tecnología de la SBA facilitará la herramienta de búsqueda para el acceso público por vía de la ACE-Net a la información del SBIR.

La meta anual de la ACE-Net es incluir a 100 empresas en la red, 500 inversionistas acreditados y 20 operadores, así como franquicias de la Asociación de Administradoras de Garantías de América del Norte (NASAA), en la mayoría de los estados. También se alentarán las inversiones en favor de la actividad empresarial femenina, el cuidado ambiental y un plan para privatizar la propia ACE-Net. Esta red debe ser autosuficiente, con una menor presencia del gobierno ceñida a investigaciones sobre la eficacia de las actividades y el establecimiento de normas.

#### *Oportunidades de compras gubernamentales*

Las compras gubernamentales son otra opción de crear oportunidades comerciales para las PYME. El gobierno federal estadounidense gasta alrededor de 200 000 millones de dólares anuales en la compra de bienes y servicios a empresas privadas. Al aprobar la legislación para la SBA, el Congreso pretendió que una proporción razonable de ese monto pueda destinarse a las PYME. El objetivo de la SBA es trabajar con otros organismos que participan en las compras gubernamentales y lograr que 23% de ellas se realice con las PYME.

Otra manera de apoyar la participación sectorial en las adquisiciones públicas es el aprovechamiento de Internet para que las PYME anuncien sus productos, encuentren socios adecuados y capten las ofertas de contratos y peticiones de compras. Una misión importante de la SBA durante los próximos cinco años es instituir un sistema denominado PRO-Net, que enlace, como la ACE-Net, a compradores y proveedores por vía de los medios electrónicos. El PRO-Net es un programa piloto para desarrollar un sistema electrónico de información acerca de compras gubernamentales y una herramienta de comercialización para las PYME.

La asociación entre gobierno e instituciones académicas proporciona una base nacional de datos sobre las PYME cuya consulta en Internet es gratuita para organismos de los gobiernos federal y estatales, contratistas directos, subcontratistas e interesados en asociaciones empresariales. A la fecha se realiza un estudio piloto de un sistema interactivo con unas 6 000 PYME registradas en la base de datos. Si resulta exitoso se ampliará el sistema PRO-Net para incluir a todas las PYME que aparecen



*Los tiempos actuales son escenario de un cambio fundamental en las estructuras económicas nacionales y el funcionamiento de las empresas. La tecnología y la globalización de los mercados han creado un mundo sin fronteras donde ningún negocio es demasiado pequeño para participar en el mercado mundial, donde el éxito corresponde a quienes crean y transforman los conocimientos en ventaja*

---

en otras bases de datos de la SBA y demás participantes interesados.

Los perfiles de la PRO-Net se estructuran como resúmenes comerciales ejecutivos, con campos específicos de búsqueda de datos fácilmente manejables y diseñados para satisfacer las necesidades de los contratantes y otros usuarios potenciales. Las búsquedas de oportunidades comerciales se pueden realizar a partir de códigos industriales estándar; certificaciones federales; palabras clave; ubicación; certificaciones de calidad; tipo de negocio; grupo y sexo del propietario, y otras variables. Cualquier empresa con una página en Internet puede conectarla a su perfil en la PRO-Net que proporciona, además, acceso directo a múltiples compras gubernamentales y a las oportunidades respectivas.

En suma, la PRO-Net es una herramienta para: 1) proporcionar a las oficinas de contratación gubernamentales y privadas un acceso eficaz a PYME proveedoras; 2) ofrecer a las PYME una herramienta de comercialización poderosa e interactiva que las enlace con los contratantes de los sectores público y privado; 3) satisfacer los requisitos y normas de la SBA para integrar la base de datos de las PYME vendedoras; 4) permitir el acceso directo por vía de Internet a las oportunidades de compras gubernamentales y otra información importante; 5) promover el comercio electrónico en mercados gubernamentales, y 6) complementar las reformas comerciales al simplificar el proceso de compras y fomentar la competencia.

#### *Apoyo a la innovación*

Desde que la extinta Unión Soviética lanzó el satélite Sputnik, el gobierno federal estadounidense ha cumplido un papel activo en el financiamiento de nuevas empresas, sobre todo en las

industrias de alta tecnología. En tiempos más recientes las naciones europeas y asiáticas, además de muchos gobiernos estatales, han adoptado iniciativas similares. Tales acciones parten de dos consideraciones comunes: que el sector privado no proporciona capital suficiente a las nuevas empresas y que el gobierno puede identificar empresas donde las inversiones tengan altos rendimientos sociales o particulares.

En 1982 el Congreso de Estados Unidos aprobó la Ley para el Desarrollo de la Innovación en las Empresas Pequeñas, en la que se tomó como modelo el SBIR. Este programa, emprendido en 1977, establece que todas las dependencias federales que gastan más de 100 millones de dólares anuales en investigación externa deben reservar un porcentaje fijo para las PYME. En 1997 éste fue de 2.5%, equivalente a cerca de 1 100 millones de dólares; durante ese mismo año los gastos del gobierno federal en ID se estimaron en 92 000 millones.

Once dependencias federales participantes en el programa seleccionan a los destinatarios, conforme a la legislación referida y las orientaciones de la SBA. Las PYME elegidas deben ser lucrativas, independientes y tener menos de 500 trabajadores, así como ser propiedad mayoritaria de ciudadanos o residentes permanentes de Estados Unidos.

Los donativos se manejan de manera uniforme. Un proyecto prometedor puede recibir un premio de la fase I (hasta 100 000 dólares), a fin de que se realicen las investigaciones pertinentes para determinar la viabilidad respectiva. Alrededor de 50% de las empresas beneficiarias recibe posteriormente becas de la fase II (hasta 750 000 dólares) en apoyo de los trabajos de desarrollo tecnológico en un plazo de dos años. El gobierno no recibe acciones de la empresa ni tiene derecho alguno sobre la propiedad intelectual creada con los fondos, pero sí exige informes periódicos sobre la tecnología en desarrollo. La fase III del programa corresponde a la comercialización de las innovaciones,



sin que haya financiamiento específico. El programa de las SBIC en la SBA, empero, es una fuente primaria de recursos crediticios para llevar el producto al mercado.

Una de las razones clave para establecer el SBIR fue la existencia de imperfecciones en el mercado para el financiamiento de empresas jóvenes con base tecnológica. Asediadas por la incertidumbre y las asimetrías en la información, esas empresas dependen en gran medida de la inversión de riesgo para el financiamiento de sus actividades. Pero los inversionistas respaldan sólo a una fracción minúscula de las empresas nuevas interesadas en la tecnología y, de las que entregan sus planes de negocios a instituciones de riesgo, apenas 1% suele obtener financiamiento.

La estructura de las inversiones de riesgo resulta inapropiada para muchas empresas jóvenes. Los fondos de riesgo tienden a destinarse a inversiones importantes. De 1961 a 1992 la inversión media de riesgo en una empresa de reciente creación o en una etapa temprana ascendió a 1.8 millones de dólares (a precios de 1992). Las instituciones típicas respectivas prefieren no invertir en empresas muy jóvenes que sólo requieren pequeños montos de capital. Por tanto, se debe buscar otras fuentes de capital privado, como los inversores individuales. El financiamiento medio de éstos a empresas privadas de alta tecnología asciende a unos 200 000 dólares; cerca de 80% de los fondos individuales para las empresas es menor de 500 000 dólares. Existe así una brecha enorme entre los recursos que las empresas pueden obtener de inversionistas individuales y de capitalistas de riesgo, misma que la becas del SBIR y programas innovadores como la ACE-Net pueden compensar, al menos en parte.

De acuerdo con un estudio realizado por Josh Lerner en septiembre de 1996 acerca de los efectos de largo plazo del SBIR, los establecimientos becarios de este programa mostraron un índice más alto de empleo y crecimiento de las ventas. Con todo, este rasgo parecía depender también de la ubicación, pues se apreció sólo en empresas de áreas que atrajeron abundante financiamiento de riesgo. En apariencia el SBIR complementa a las instituciones inversionistas de riesgo y otras de capital privado que apoyan a empresas nuevas. La recepción de financiamiento del SBIR, por otra parte, indica a inversionistas potenciales y clientes que la empresa tiene calidad en tecnología y merece mayor consideración. En varios directorios de compañías de alta tecnología se señala cuáles han ganado becas del SBIR y, al respecto, de agosto de 1995 a julio de 1996 se emitieron por lo menos 103 notas de prensa.

### *Servicios de información empresarial*

La SBA apoya también a las PYME con servicios de información y asistencia para el desarrollo comercial que se ofrecen mediante una gran red nacional de cooperación en que participan 950 centros de desarrollo para las empresas pequeñas; unos 13 000 jubilados; 37 centros de información comercial; 17 USEAC, y 54 centros de información comercial para mujeres. Además, la SBA cuenta con una página en Internet donde proporciona una amplia gama

de información comercial y cada semana alrededor de 200 000 usuarios individuales consultan unos dos millones de archivos.

### *Amplia información en Internet*

La SBA encabeza la elaboración de una páginas en Internet con amplia información para los empresarios: la *U.S. Business Advisor*. El aprovechamiento de la red de redes ha mejorado la prestación de servicios, a menudo remplazando trabajadores federales. Casi todas las aplicaciones funcionan bien desde la perspectiva del proveedor de servicios, pero el receptor de información con frecuencia requiere plantear preguntas adicionales y es necesario recurrir a otras fuentes para obtener respuestas completas. *U.S. Business Advisory* tiene el objeto de proporcionar un mecanismo integral, pues es un directorio *inteligente* instalado en un centro de apoyo comercial que conduce al usuario a la información apropiada.

El sitio representa un paso importante en el mejoramiento de la interacción del gobierno con la comunidad empresarial y en la posibilidad de contar con el apoyo del primero en *cualquier lugar, a cualquier hora*. Ya no es necesario entrar en contacto con docenas de oficinas para consultar leyes y reglamentos aplicables, saber cómo cumplir ciertas obligaciones, tramitar permisos, adquirir formatos comerciales y realizar diversas transacciones comerciales. La función de la *U.S. Business Advisory* es constituir un vínculo electrónico directo con la información y los servicios gubernamentales en favor del crecimiento y la prosperidad de las empresas.

La idea de crear el sitio en Internet provino de recomendaciones sobre la reforma regulatoria efectuadas a la SBA por un grupo de trabajo integrado por representantes de unas 150 PYME de cinco ramas industriales, así como unos 100 empleados de organismos federales. Este grupo recomendó que el gobierno logre la participación de las empresas en la formulación de reglas y establezca una red electrónica de información regulatoria, tanto para facilitar al usuario el conocimiento de las leyes y normas cuanto para orientarlo en su cumplimiento. En respuesta, la SBA empezó a trabajar con otros organismos a fin de instituir un servicio electrónico de asistencia en materia de regulaciones ambientales, sanitarias y de seguridad.

La *U.S. Business Advisory* empezó a funcionar en junio de 1995 durante la Conferencia de la Casa Blanca sobre las Empresas Pequeñas, en la que se insistió en las dificultades empresariales para tratar con el gobierno. Al ponerlo en marcha, el presidente William Clinton señaló que no había sido fácil que las empresas se comunicaran de manera eficiente con el gobierno federal y que la página era un paso para remediarlo. El gobernante invitó a la SBA a codirigir un esfuerzo en pos de "un gobierno que aprovecha la tecnología de información para interactuar con sus clientes y servirles bien". Así, por medio de un equipo de trabajo interinstitucional, el gobierno federal emprendió el desarrollo en Internet de una vía electrónica directa a la información y los servicios gubernamentales para contribuir al buen desempeño de las empresas.

A mediados de febrero de 1996, unos ocho meses después de la Conferencia de la Casa Blanca, se presentó la versión beta de la *U.S. Business Advisory*, en la que se incorporaron nuevas sugerencias empresariales. El propósito general es lograr una relación más productiva entre las PYME y el gobierno. Este empeño entraña el compromiso de proporcionar a las empresas la información y los servicios precisos, actualizados y consistentes, con oportunidad, en cualquier lugar y a un precio accesible; se trata de algo que no se ha hecho en Estados Unidos. También se deben propiciar condiciones de competencia más equilibradas para las PYME, ofreciéndoles información precisa, oportuna y barata para hacerlas más competitivas. En tercer lugar, es menester cubrir segmentos cada vez más grandes de la comunidad sectorial y averiguar cómo atender mejor sus necesidades.

En la actualidad se puede obtener información de la página por cinco vías: *i*) respuestas a preguntas frecuentes que las empresas plantean al gobierno (*Common Questions*); *ii*) orientaciones en detalle sobre procedimientos, transacciones y otros aspectos (*How To*); *iii*) ayuda para obtener datos en línea sobre temas de interés (*Search*); *iv*) información y servicios por categoría (*Browse*), y *v*) noticias actuales para la comunidad empresarial (*News*).

La prioridad de las necesidades del cliente en el desarrollo del producto es un buen camino. La página puede sentar un modelo de gestión propio de la Edad de la Información y de cómo solucionar, en vez de crear, un problema. Además de ser un ejemplo de un servicio público impulsado por los clientes, lo es de coordinación interinstitucional y de cooperación entre los sectores público y privado. El aprovechamiento de las herramientas de la tecnología de la información ayudará al gobierno a ser más productivo, atender más clientes y manejar el cambio. Para mejorar la página, un grupo de trabajo desarrolla una sección sobre comercio internacional, *U.S. Export Advisor*. Se trata de un espacio interactivo, con base en preguntas para ayudar a que las PYME participen en el mercado internacional.

#### HACIA LA COLABORACIÓN ENTRE LAS PYME DE AMÉRICA DEL NORTE

El comercio de Estados Unidos con Canadá y México es más intenso en términos relativos al tamaño de esas economías que con sus demás socios, debido en gran medida a la vecindad geográfica. En 1996 casi un tercio del intercambio estadounidense se realizó en ambos países (421 000 millones de dólares) y, desde el establecimiento del TLC de América del Norte, creció 44% en comparación con el aumento de 33% del comercio con el resto del mundo. De enero a abril de 1997 alrededor de 53% del crecimiento de las exportaciones estadounidenses correspondió al de los envíos a las dos naciones vecinas.

En 1993 el intercambio de Estados Unidos con Canadá, su principal socio comercial, ascendió a unos 290 000 millones de dólares. De ese año a 1996 las exportaciones estadounidenses a México crecieron 36.5% (unos 15 200 millones), aun cuando la demanda interna en este país cayó 3.3%. Durante 1996 las ventas externas

a Canadá y México sustentaron unos 2.3 millones de empleos en Estados Unidos, 311 000 más que 1993 (189 000 por las exportaciones a Canadá y 122 000 por las realizadas a México).

Durante los cuatro primeros meses de 1997 los envíos de Estados Unidos a México fueron 54.5% mayores que en el mismo lapso de 1993 y casi iguales a los realizados a Japón, segundo mercado estadounidense más grande, aunque la economía de México es la duodécima parte de la nipona.

Las PYME de México, Canadá y Estados Unidos son clave para impulsar la interdependencia económica, construir un futuro mejor y elevar la competitividad regional en los mercados internacionales. La SBA tiene una gran posibilidad de trabajar en México con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Nacional Financiera y el Banco Nacional de Comercio Exterior, para crear oportunidades comerciales en favor de las PYME al vincular a las entidades de apoyo sectorial de las dos naciones. Con Internet se puede explorar la posibilidad de desarrollar un mercado *virtual* para informar a las PYME de oportunidades lucrativas en ambos lados de la frontera en sectores como los de infraestructura; transporte; tecnologías ambientales; telecomunicaciones; agroindustria; tecnología industrial; textiles; partes eléctricas y de automotores, y turismo. Con base en la cooperación binacional se puede intercambiar una amplia gama de iniciativas y proyectos en materia de comercio internacional, entre ellos la construcción de puntos de compra electrónica directa; la colaboración entre los centros de exportación y los programas de desarrollo técnico, capacitación y sobre las mejores prácticas. En Estados Unidos y México deben aumentar los esfuerzos por facilitar las oportunidades comerciales para las PYME, tales como los proyectos de riesgo compartido y el avance en las disposiciones relativas a licencias, subcontratación y distribución de productos y servicios.

El intercambio de información comercial, técnica, financiera, legal, tributaria y de otro tipo, así como los programas de garantías gubernamentales de préstamos, deberían formalizarse en un memorándum de entendimiento binacional. Acaso el intercambio de personal de los centros promotores de los dos países también contribuya a fortalecer las actividades de comercio recíproco.

#### CONCLUSIÓN

Los tiempos actuales son escenario de un cambio fundamental en las estructuras económicas nacionales y el funcionamiento de las empresas. La tecnología y la globalización de los mercados han creado un *mundo sin fronteras* donde ningún negocio es demasiado pequeño para participar en el mercado mundial, donde el éxito corresponde a quienes crean y transforman los conocimientos en ventaja, y donde las naciones deben forjar alianzas estratégicas y proyectos conjuntos provechosos. Las PYME persistirán como actores principales en el crecimiento económico, pero es menester redefinir la relación entre empresas y gobierno para lograr beneficios máximos. También se requiere apuntalar la cooperación dentro y fuera de los países, si se persigue el éxito en la empresa global. 