



Integración regional y sistemas locales de innovación: desafíos para las MIPYMES. Una perspectiva desde México

*Alejandro Saldaña Rosas**

Resumen

En este trabajo presentamos algunas reflexiones surgidas en el Cuerpo Académico "Estudios Estratégicos y Regionales" de la Universidad Veracruzana, México. La hipótesis que sustenta esta ponencia es que la mayoría de las unidades productivas latinoamericanas (MIPYMES) tienen frente a sí un desafío de enormes proporciones: participar en sistemas locales de innovación como paso ineludible para avanzar en los procesos de integración regional. Diseñar políticas públicas encaminadas al estímulo de la innovación y la integración de las MIPYMES implica reconocer la especificidad y las características de las mismas, al menos en las siguientes dimensiones: i) construcción de capacidades; ii) pautas de aprendizaje; iii) modelos de gerencia y dirección; iv) participación en redes y; v) esquemas de financiamiento. Sostenemos que la integración regional pasa por conceptualizar a las MIPYMES como actores centrales de los sistemas locales de innovación, lo que implica diseñar sistemas y modelos de gestión ajustados a sus especificidades. Esto obliga a trascender la ideología gestiona-ria o managerial que ancla sus dispositivos de dominación en la preeminencia de la racionalidad económica como único criterio para la administración de las pequeñas y medianas empresas.

Palabras clave: MIPYMES, innovación, integración regional, ideología gestiona-ria, América Latina, México.

Recibido: 22-08-2014/ Aceptado: 16-09-2014

* Universidad Veracruzana, Veracruz, México. E-mail: alsaldana@uv.mx

Regional Integration and Local Systems for Innovation: Challenges for Small and Medium Enterprises. A Perspective from Mexico

Abstract

This paper presents some considerations that emerged from discussions in the "Strategic and International Studies" research group at the Universidad Veracruzana in Mexico. The hypothesis that supports this paper is that most of the productive units in Latin America (SMES) are facing a challenge of enormous proportions: participate in local innovation systems as an unavoidable step for advancing in the regional integration process. Designing public policies geared toward stimulating innovation and integration of the SMES implies recognizing their specificity and characteristics, at least in the following dimensions: i) building capacity; ii) guidelines for learning; iii) management and directorial models; iv) network involvement; and v) financing schemes. The study holds that regional integration should conceptualize SMES as key actors in local innovation systems, which implies designing management models and systems adjusted to their specificities. This makes it necessary to transcend managerial ideology that anchors its dominating mechanisms in the preeminence of economic rationality as the only criterion for administering small and medium enterprises.

Keywords: SMES, innovation, regional integration, management ideology, Latin America, Mexico.

*"La ciencia que llamamos "economía" descansa
en una abstracción originaria,
consistente en disociar una categoría particular
de prácticas
-o una dimensión particular de cualquier práctica-
del orden social en que está inmersa toda
práctica humana".
Bourdieu (2001:15)*

1. Introducción

Los sociólogos hemos dejado en manos de los economistas la conducción y la comprensión de la economía. Al mismo tiempo y también con similares consecuencias, hemos dejado la comprensión y la dirección de empresas y organizaciones en manos de los administradores. Los saldos de la catástrofe están a la vista. Las empresas y la economía, instituciones de mercado por an-

tonomasia, lejos están de abonar al fortalecimiento del lazo social puesto que se han convertido en instituciones altamente excluyentes.

Por el lado de la economía, esta institución ha quedado completamente escindida del tejido social que la sustenta y al que, supuestamente, debería servir. La hegemonía del capital financiero ha conducido a que la economía, en el sentido de "administración de la casa" haya devenido en la crematística, que de acuerdo a Omar Aktouf es la búsqueda de la ganancia por la ganancia misma, o lo que es lo mismo, la maximización de la rentabilidad financiera que signa los tiempos del capitalismo globalizado. El fetichismo no es sólo, ni fundamentalmente, de la mercancía sino de la economía en su conjunto.

Por el lado de la administración, el *management* o gestión ha adquirido tal fuerza que sus principios se han impuesto inclusive como categorías de pensamiento social. El *management* es una ideología por pleno derecho, si bien se presenta bajo una pretensión de científicidad reforzada por sofisticados "modelos matemáticos", prescripciones con barruntos teóricos y taxonomías escasas de rigor pero generosas en perogrulladas y obviedades. Las consignas del *management* (liderazgo, calidad, mejora continua, etc.) han llegado a convertirse en lenguaje de uso común, en orientaciones "necesarias" para la vida cotidiana.

En manos de economistas y administradores, la economía y las empresas se han convertido en los espacios sociales por antonomasia para la (re)producción de la racionalidad instrumental y con ello, la vida humana queda relegada a su función productiva. "La racionalidad productivo-instrumental propia de la modernidad capitalista, instaura, por lo tanto, el dominio casi absoluto de la valoración de la vida humana en el terreno instrumental. La vida humana y su valor pasan a medirse en razón de su capacidad productiva" (Cruz Kronfly, 2008: 10). En esta tesitura, es imperativo trascender la racionalidad instrumental a efecto de colocar a la economía al servicio de la sociedad y a las empresas y organizaciones como espacios de construcción de sentido, no sólo de productividad y generación de riquezas.

El tema es de enorme importancia puesto que la mayor parte de las unidades productivas en Latinoamérica son empresas micro, pequeñas y medianas. En México, por citar un caso, las micro (hasta 10 personas empleadas) y pequeñas empresas (entre 11 y 50 empleados) representan el 99% del total de las empresas del país. Sin embargo, su participación en la actividad económica es menor, puesto que las microempresas (95% del total de empresas en México) generaron poco menos del 7% de la producción bruta total (INEGI, 2009). Esto significa que, en términos económicos, muchas empresas producen poco, pero en términos sociales su aportación a la cohesión social sin duda es de alta relevancia. Sin embargo, la estadística oficial no reconoce estas características, por lo que rasgos sustanciales de las micro, pequeñas y medianas

empresas (MIPYMES, en adelante) son invisibilizados y aún más, contruidos como socialmente invisibles.

Las MIPYMES son unidades económicas, sociales y culturales de enorme importancia para la región latinoamericana, por lo que no podemos, no debemos, dejar en manos de economistas y/o administradores su comprensión, análisis e inclusive su misma gestión. Desde la sociología estamos obligados a construir andamiajes teóricos que abran vías de comprensión a la complejidad de las MIPYMES, al tiempo que diseñamos o contribuimos al diseño de modelos de gestión incluyentes, participativos y eficientes. Ese es el reto, esa es la tarea a la que estamos llamados.

En este trabajo presentamos algunas líneas de reflexión surgidas en el debate al seno del Cuerpo Académico Estudios Estratégicos e Internacionales, de la Universidad Veracruzana. Esta reflexión surge durante investigaciones desarrolladas en dicho Cuerpo Académico, de manera particular, sobre procesos de innovación en comunidades rurales y sobre emprendedurismo y redes de empleo en el mismo ámbito. Estas investigaciones se han desarrollado en comunidades rurales y periurbanas del estado de Veracruz, al oriente de México.

Después de esta introducción, en la siguiente sección exponemos un panorama a grosso modo de los procesos (o los esfuerzos) de integración regional en América Latina. Posteriormente, en la tercera sección, presentamos los ejes del debate en torno a los sistemas locales de innovación, puesto que es imposible prescindir de esta reflexión en los procesos integradores, tal como lo muestran experiencias de otros contextos, notoriamente el europeo. En la cuarta sección exponemos ideas clave, a manera de hipótesis, para la comprensión de las MIPYMES desde una perspectiva que incluya categorías y encuadres metodológicos de la sociología. Finalmente, en la quinta sección presentamos las conclusiones del trabajo.

2. Integración regional en América Latina

La integración de América Latina es el sueño de muchos que aún no se ha realizado. La mayor parte de los países latinoamericanos no sólo comparten un espacio geográfico sino también raíces culturales e históricas y la lengua hispana. Estos elementos deberían facilitar cualquier esfuerzo de integración regional, sin embargo, la realidad es otra. Han surgido a lo largo de las últimas décadas organismos y mecanismos regionales como la Comunidad Andina, la Comunidad del Caribe (CARICOM), el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Alianza Bolivariana para los pueblos de nuestra América (ALBA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). A continuación se

presenta un breve resumen de cada uno y en su caso de los programas que desarrollan para apoyar a las MIPYMES.

La Comunidad Andina tiene como objetivo promover el desarrollo a través de la integración. Actualmente son cuatro países que la integran: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Según datos de la Comunidad Andina (2013), alrededor del 80% del comercio intracomunitario corresponde a productos manufacturados que generan empleo y promueven a las micro y medianas empresas. En lo que corresponde al comercio entre los países miembros, de las cerca de 9,000 empresas que la realizan, la mayoría son pequeñas y medianas. Las MIPYMES aportan entre el 55% y 63% al PIB de los países miembros de la Comunidad Andina y son un sector estratégico. En 2011, se creó el Comité Andino de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CAMIPYME) para asesorar y apoyar en la política comunitaria para mejorar la competitividad de las MIPYME. Ese mismo año también se creó el Observatorio Andino de la MIPYME (OBAPYME) para promover el desarrollo de la MIPYME en la subregión. Asimismo, se lanzó el Plan de Acción CAMIPYME 2012-2017 para promover el acceso de las MIPYMES a los mercados.

La Comunidad del Caribe está formada por 15 miembros: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago. Este organismo cuenta con un Programa de Desarrollo de los Agro negocios con el objetivo de desarrollar una estrategia regional en ésta área. Uno de los componentes principales de los proyectos desarrollados en el marco del programa es la integración de las PYMES en las cadenas de valor.

El SELA creado en 1975, está integrado por 28 países: Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela. Para contribuir al desarrollo y promoción de las PYMES se creó el programa SELA-PYMES. Este programa abarca varias áreas temáticas entre estas se encuentran las siguientes: Políticas Públicas, Internacionalización; innovación, TIC y Competitividad; Financiamiento; Emprendimiento; y Responsabilidad Social entre otras. Además llevan a cabo actividades de asistencia técnica directa para PYMES y cuentan con una base de datos sobre políticas, programas, proyectos y servicios para el fomento de las PYMES.

ALADI cuenta con 13 estados miembros y fue creado en 1980 para promover el desarrollo económico-social en la región y su objetivo consiste en establecer un mercado común latinoamericano. Los miembros de ALADI son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

El MERCOSUR está integrado por Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Bolivia está en proceso de adhesión al MERCOSUR. Según el Trata-

do de Asunción, entre sus objetivos se encuentra la apertura de mercados y la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre estados miembros. En el 2008 se creó el Programa de Integración Productiva del MERCOSUR (PIP), el Grupo de Integración Productiva (GIP) que vela por la aplicación del PIP y el Fondo de Apoyos a las PYMES. El objetivo del programa consiste en contribuir a fortalecer la integración de las MIPYMES en las cadenas productivas para consolidar el proceso de integración del bloque y aumentar la productividad de las empresas.

El ALBA es una plataforma de integración para países de la región que está integrado por: Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Nicaragua, San Vicente y las Granadinas, Venezuela. La solidaridad, complementariedad, justicia y cooperación son los principios que rigen a esta alianza. Entre los proyectos gran nacionales se encuentra el de la empresa gran nacional en el que se establecen los requisitos para ser considerada como tal. La producción de estas empresas se destina fundamentalmente al mercado INTRA-ALBA.

UNASUR es una organización internacional creada para impulsar la integración regional en materia de energía, educación, ambiente, salud, infraestructura, seguridad y democracia. Los doce países que la integran son: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela.

El esfuerzo más reciente de integración en América Latina es el CELAC que agrupa a un gran número de países de la región: Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

El papel de México en los organismos y mecanismos de integración de América Latina ha sido, en general marginal, excepto en el caso del CELAC en el que impulsó desde la cumbre que se celebró en México la creación de dicho organismo regional. Entre los obstáculos que enfrentan los esfuerzos de integración regional se encuentran la falta de continuidad, estabilidad institucional y certeza legal. El resultado es que los acuerdos y decisiones no siempre se cumplen, inclusive algunos pierden impulso. La voluntad política es un factor determinante en la mayoría de los organismos de integración en la región.

No obstante lo anterior, hay oportunidades que aún no han sido aprovechadas. Por ejemplo, el uso de las remesas provenientes de países como Estados Unidos y España como fuente de financiamiento para fortalecer los proyectos de integración regional. Establecer una estrategia de innovación con políticas públicas horizontales que abarquen varios sectores como pueden ser medio ambiente, salud, desarrollo económico y social, entre otros. Una de las

grandes ventajas que tiene la región es que si se establece una política pública, estrategia o producto innovador puede adaptarse y adoptarse fácilmente en otros países. Las MIPYMES pueden beneficiarse de políticas y estrategias de innovación que faciliten, por ejemplo, su acceso a las compras públicas en América Latina, entre otros.

3. Sistemas locales de innovación

La innovación es un proceso complejo en el que la interacción entre los diferentes elementos que lo componen es muy importante. Randall (1992) considera que los elementos más importantes en el sistema de innovación son una estructura de producción y un entramado institucional. La estructura de producción está formada por las empresas, consumidores, instituciones y organizaciones, entre otros. El entramado institucional son las 'reglas del juego', es decir: las políticas, estrategias, programas, regulaciones, contratos, acciones y apoyos, entre otros. Identificar y cuantificar las interacciones entre ambos elementos en el sistema resulta difícil. El contexto económico, político, social y cultural es muy importante. El nivel de educación, infraestructura tecnológica, actitud, iniciativa empresarial, facilidad de acceso al crédito y capital de riesgo, competencia y relaciones laborales también son importantes para el ambiente de innovación. Si la identificación de estas interacciones es compleja, lo es más cuando de MIPYMES se trata, habida cuenta la escasa información disponible y los prismas con los que este tipos de empresas son leídos.

Los sistemas nacionales de innovación han sido el objeto de estudio de académicos como Freeman, Lundvall y Nelson. La mayor parte de los estudios realizados han sido en países como Suecia, Dinamarca y Suiza que son pequeños pero tienen un nivel importante de desarrollo en donde se puede observar e identificar las principales características de los sistemas nacionales de innovación. Sin embargo, en países más grandes como Brasil, España, Italia y Francia el análisis es más complejo por su tamaño y el papel que desempeñan otros actores a diferentes niveles (local y regional) en el proceso de innovación. Por lo anterior, algunos expertos se concentraron en los sistemas regionales de innovación para analizar las características particulares de éstos sistemas que tienen un impacto en el proceso de innovación (Cooke, Brazyck y Maskell entre otros).

Los límites geográficos y los instrumentos (políticas y regulaciones) de los sistemas nacionales de innovación están claramente definidos a diferencia de los sistemas regionales de innovación en los que no siempre es el caso. Por ejemplo, la distancia es un factor importante a considerar cuando se analizan las interacciones entre los distintos actores que intervienen en un proceso de innovación. La proximidad geográfica facilita la comunicación entre individuos y puede tener un impacto positivo en el sistema de innovación. Los límites de las regiones pueden cambiar y difícilmente pueden mantenerse fijos permanentemente.

Según Cooke (2003) el concepto de región puede definirse utilizando estos cuatro criterios: i) no debe tener un tamaño determinado; ii) es homogéneo en términos de criterios específicos; iii) puede distinguirse de las áreas colindantes por una clase particular de asociación de rasgos relacionados y; iv) posee un tipo de cohesión interna.

Algunos expertos argumentan que es precisamente el nivel local o regional el más adecuado para desarrollar e implementar estrategias de innovación. Como se mencionó anteriormente existen desafíos importantes que están presentes en los procesos de innovación considerando que los costos y el grado de incertidumbre son generalmente elevados. Es decir, no hay garantía de que la inversión en la innovación de como resultado un producto o servicio que pueda ser introducido con éxito en el mercado. Pero si existen algunos elementos que facilitan y ayudan a crear un ambiente favorable para la innovación.

Para Yoguel, Borello y Erbes (2009) el sistema local de innovación es un espacio geográfico en el que se lleva a cabo una interacción entre empresas y entre empresas e instituciones que compiten y cooperan entre sí. Para las MIPYMES la interacción entre las instituciones y las empresas es significativa, así como las regulaciones, apoyos e incentivos para desarrollar actividades innovadoras. Para incentivar la circulación de conocimientos en una ubicación geográfica determinada debe realizarse un proceso de aprendizaje y difusión tecnológica, en función de los rasgos de las empresas, organizaciones, centros de investigación, etc. y del marco institucional. La tarea tendría que partir del reconocimiento de las singularidades regionales de las MIPYMES, para lo cual hay que construir los andamiajes conceptuales para hacer el análisis correspondiente. A continuación, presentamos algunas claves-hipótesis que consideramos centrales para comprender la complejidad de las MIPYMES.

4. Algunas claves para comprender a las MIPYMES y sus posibilidades de integración

Bajo la ideología gestionaia o managerial como sistema de dominación y sometidas a la órbita de la racionalidad económica imperante en el capitalismo globalizado, las MIPYMES son caracterizadas, las más de las veces, en negativo, es decir, por sus carencias, por sus fallas, por sus insuficiencias. Así, no es extraño leer que en las caracterizaciones que se hacen de las MIPYMES se enfaticen sus carencias y/o limitaciones, como i) baja productividad; ii) limitada capacidad de competitividad; iii) difícil o nulo acceso al crédito; iv) ausencia de rutinas y de reglas de operación impersonales y escritas; v) falta de visión y liderazgo (cualquier cosa que eso signifique); vi) ineficiencia estructural; vii) ausencia de delegación de funciones; viii) régimen de propiedad y procesos de toma de decisiones concentrados en una persona o en un grupo de personas de la misma familia; ix) poca inversión en tecnología; x) falta de planeación estratégica, etc.

Si las MIPYMES son caracterizadas más por sus insuficiencias que por sus cualidades y rasgos específicos, los empresarios dice la jerga del mainstream gestor, son también interpelados socialmente a partir de sus carencias, más que de sus aportaciones a la economía y sobre todo, a la construcción de lazo social. En otras palabras, desde las perspectivas de la ideología de la gestión, interpelar a los empresarios por sus fallos y carencias significa considerarlos en una suerte de minusvalía social de la que sólo se puede salir por un camino: transformando sus organizaciones bajo los esquemas y modelos promovidos por los gobiernos, los organismos internacionales, la banca, las asociaciones empresariales, etc. El problema se agudiza cuando nos percatamos que los modelos promovidos por las instituciones del capitalismo globalizado son contruidos con criterios racional-instrumentales, lo que profundiza la desvaloración de la vida humana. En otras palabras, si las MIPYMES son interpeladas sobre todo por sus carencias, entonces están obligadas a asumir los modelos y criterios promovidos por la ideología gestora, camino por el que se abona a la exclusión y al debilitamiento del lazo social. Poner el ojo sólo en las carencias significa producir socialmente la invisibilidad de los acervos que poseen las MIPYMES.

No es sencillo eludir los modelos de la ideología gestora puesto que son promovidos como máxima expresión de racionalidad, eficiencia y aún más, como exitosa aplicación de la ciencia a la dirección de empresas. La enorme expansión mundial de la matrícula de las carreras de administración, finanzas, mercadotecnia y similares en los últimos 20 años, expresa la profusión con la que la ideología gestora se ha expandido, al punto de considerar que "la sociedad está enferma de gestión" (De Gaulejac, 2005). El tema es complejo y con implicaciones sumamente graves, por mencionar solamente una señalamos que las categorías utilizadas para administrar empresas y organizaciones paulatinamente se han ido transformando en categorías de pensamiento social. De esta forma, no es de extrañar que en diagnósticos sociales se recurra a instrumentos como la matriz FODA para establecer las "fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas" de proyectos sociales, cooperativas e inclusive de movimientos políticos.

En aras de abonar a la autonomía de individuos y organizaciones es imprescindible desmontar los andamiajes y herramientas que articulan a la ideología de la gestión. Las siguientes son algunas ideas que, a manera de hipótesis de trabajo, establecemos para re-contruir conceptualmente a las micro, pequeñas y medianas empresas. Cabe mencionar que el siguiente listado no es exhaustivo puesto que está en proceso de elaboración. Se trata, simplemente, de fijar algunos puntos que desde la perspectiva sociológica se pueden incorporar para la comprensión y la gestión de las MIPYMES.

- a. En primer lugar, la sociología puede -debe- contextualizar a las organizaciones a fin de reinsertarlas en el tejido social del que son excluidas por la ideología *managerial*. La ideología de la gestión, a través de sus prescrip-

ciones y modelos nacidos en el corazón del pensamiento neoclásico, "trata como un agente individual aquello que es claramente una entidad colectiva" (Coriat y Weinstein, 2011:22). Lejos de ser un ejercicio meramente intelectual o académico, poner en contexto a empresas y organizaciones permite al empresario comprender parte del escenario en que toma decisiones, así como de las instituciones y redes de relaciones que atraviesan a la empresa. Así, desde la sociología podemos aportar elementos de comprensión en los planos institucional (legislación, reglas, procedimientos), histórico (desde historia de la empresa hasta historia regional, nacional, etc.), político (actores en su lucha de intereses), cultural (símbolos, códigos, costumbres), de redes organizacionales (interacciones entre organizaciones y entre éstas y otros actores), entre otros. El tema es fundamental puesto que la conceptualización individual de la empresa está en la base del pensamiento económico neoclásico, revigorizado en el capitalismo globalizado y neoliberal. En esta tesitura, consideramos pertinente que la sociología (y otras disciplinas como la antropología, la lingüística o la filosofía) aporten sus experiencias y categorías de análisis para re-construir la(s) teoría(s) de la firma desde perspectivas multi y transdisciplinarias que reinserten a la empresa en el tejido social. Esta veta de posibilidades significa también convertir a las MIPYMES en objeto de escrutinio puesto que su relevancia económica y social es tal que no podemos abandonarlas a su suerte, pero tampoco permitir que operen arbitrariamente. Si desde gran empresa privada se ha construido el discurso (eufemístico las más de las veces) de la Responsabilidad Social Empresarial, en otra perspectiva tendríamos insertar a las MIPYMES en la construcción del Bien Común.

- b. Acervo de capacidades. Uno de los rasgos repetidos insistentemente sobre las MIPYMES es su limitado financiamiento y escasa capacidad de crédito. Este dato, contundente e irrefutable sin duda, adquiere matices de alta relevancia si consideramos otras formas de capital que son tan importantes como el financiero, sino es que más. Tenemos que concebir a las MIPYMES no sólo por su carencia (de capital financiero), sino por su acervo de capacidades y la pluralidad de sus capitales. Así, hay que relevar, cuando menos, "su" capital social, en el entendido de que hace falta profundizar en el debate y la investigación de campo a fin de sustanciar esta categoría (o mejor dicho, el conjunto de relaciones sociales en el que la empresa participa y contribuye a la formación del capital social). Asimismo, es necesario analizar los procesos de formación y transformación del capital cultural de los emprendedores, con la intención de establecer el entrecruzamiento de registros provenientes de la formación académica, la experiencia empresarial, la capacidad técnica, la capacidad de acopio de información, etc. de emprendedores, tra-

bajadores, colaboradores, etc. En esta tesitura, analizar las aportaciones de las MIPYMES en el rompimiento de la reproducción de la pobreza intergeneracional es un tema que rebasa el interés académico para convertirse en un criterio decisivo en el diseño y operación de políticas públicas. No menos importante es destacar la importancia del capital simbólico puesto que para las MIPYMES "es un recurso importante para generar reconocimientos de clientelas, la aceptación de la organización en la comunidad, el compromiso y la responsabilidad, todas ellas formas simbólicas que pueden ser apreciadas y reconocidas en la localidad" (Contreras, López y Molina, 2011: 18). Así, desde la perspectiva sociológica es necesario hacer visibles los capitales sociales, culturales y simbólicos de las MIPYMES, sin olvidar otras formas de capital de igual importancia: tecnológico, comercial, ambiental, etc. La intención es "desarrollar la base conceptual para hacer visible lo invisible (el tejido social y las representaciones en las relaciones económicas), es decir, las dimensiones que casi no se analizan, como son el entramado social y cultural en las diversas actividades de la organización, así como mostrar la importancia del capital social, cultural y simbólico en las actividades económicas tradicionales" (Contreras, López y Molina, 2011:xiii).

- c. En tercer lugar es imprescindible construir teorías sobre el aprendizaje organizacional ajustadas a las MIPYMES. En la literatura especializada sobre el aprendizaje organizacional y sobre "modelos de gestión del conocimiento", se aprecia una marcada tendencia a reportar investigaciones generadas en grandes empresas. De manera particular es necesario que este andamiaje teórico se construya con los acervos de capacidades de las MIPYMES a efecto de reconocer los múltiples saberes que allí convergen y establecer procesos de diálogo entre ellos. Este punto significa avanzar en la horizontalidad para la toma de decisiones y en el establecimiento de mecanismos de gobernanza para canalizar y resolver conflictos. Asimismo, es importante conocer e intercambiar experiencias entre empresarios, académicos, trabajadores, cooperativistas, funcionarios de gobierno, agentes de banca de desarrollo, entre otros, de la región y subregiones de América Latina.
- d. Modelos de gerencia y dirección. Frente al *maistream* de la administración de empresas es necesario construir alternativas ajustadas a las especificidades de las MIPYMES. Temas como liderazgo, planeación estratégica, gestión de "recursos humanos", mercadotecnia, finanzas, sistemas informáticos para la administración y un largo etcétera, ocupan una buena parte de la formación empresarial que se imparte en escuelas, universidades y en cursos promovidos por gobiernos y asociaciones empresariales. No obstante, la mayor parte de esta formación tiende a reproducir los esquemas y modelos tradicionales de la administra-

ción, haciendo caso omiso de las condiciones estructurales de las MIPYMS (su acervo de capacidades, por ejemplo). De esta forma, el gerente o directivo es (de)formado en una perspectiva alejada, sino es que ajena, a las exigencias específicas de las MIPYMES. Cuando menos, las universidades y escuelas de negocios de Latinoamérica deberían impartir cursos sobre gerencia y dirección de MIPYMES; cuando más, esta formación debería estar integrada a los sistemas locales de innovación. Asimismo, como sociólogos tendríamos que colaborar más estrechamente en la formación de directivos de MIPYMES, a través de conceptos y metodologías de análisis susceptibles de transformarse en herramientas de gestión. Identificación y potenciación del capital social a través de Análisis de Redes Sociales, por ejemplo.

- e. Participación en redes con la comunidad. Las investigaciones que hemos realizado nos muestran el enorme peso de la comunidad para las MIPYMES, y viceversa. En muchas ocasiones, la existencia de este tipo de empresas es imposible sin el soporte social que brinda la comunidad (barrio, pueblo, municipio). La comunidad es fundamental para el surgimiento y consolidación de las MIPYMES, sobre todo por la estructura de relaciones sociales que permite a la empresa no sólo el acceso a potenciales trabajadores, sino también posibilita flexibilidad y capacidad de aprendizaje e innovación. En esta tesitura, la noción de empresa-red resulta fundamental para pensar procesos de gestión que trasciendan la perspectiva neoclásica de la empresa punto que funciona exclusivamente con arreglo a criterios racionales de maximización de utilidades. Por dar sólo un ejemplo de una investigación (en curso) que desarrollamos en Jalcomulco, Veracruz, México sobre micro y pequeñas empresas de turismo de aventura, encontramos que en sus criterios de gestión intervienen diferentes lógicas: a. lógica de mercado; b. lógica de sustentabilidad; c. lógica comunitaria; d. lógica política; e. lógica de aventura. Por lógica entendemos los principios organizadores de procesos, rutinas, toma de decisiones y marcos de referencia que orientan la acción de las empresas, o mejor, dicho, de los actores que les dan vida. Estas lógicas, a su vez, en gran medida responden a la inserción de la empresa en el tejido comunitario, por lo que deben explicarse a la luz de estas relaciones.
- f. Esquemas de financiamiento. Finalmente señalamos que las fuentes de financiamiento de las MIPYMES no suelen ser la banca de desarrollo o la banca comercial, sino recursos personales, apoyos de las redes familiares y de amigos y de manera fundamental, las remesas provenientes de Estados Unidos, Canadá, España y otros países. En México, las remesas representan la segunda fuente de divisas para el país, sólo por debajo del petróleo, no obstante, los programas destinados a potenciar estos

recursos son escasos, dispersos y de muy bajo impacto. Insertar las mesas como un recurso estratégico en los sistemas locales de innovación tendría un impacto determinante en el fortalecimiento de las MIPYMES y en su capacidad de integración regional.

5. Conclusiones

La integración regional y subregional en América Latina es un anhelo largamente acariciado por algunos gobiernos, organizaciones políticas y sociales, sin embargo, en este debate las MIPYMES poco han estado involucradas. Sostenemos que la integración regional pasa, en un primer momento, por pensar a las MIPYMES como actores centrales de los sistemas locales de innovación, y en esta perspectiva, como agentes fundamentales para avanzar en la integración regional.

Además de los obstáculos históricos, geopolíticos, económicos, institucionales, etc. que limitan las posibilidades de integración regional y subregional, consideramos que la ortodoxia en materia económica y en gestión empresarial representa otro impedimento para comprender cabalmente el entramado de relaciones en las que se insertan las MIPYMES. En efecto, la ideología gestiona o managerial poco abona a la comprensión de las especificidades de las MIPYMES, toda vez que sus consignas, modelos, proclamas, valores y prescripciones por un lado invisibilizan muchas de las características más importantes de este tipo de empresas, y por otro lado, establecen un "deber ser" que se traduce en formas de exclusión social. Dicho en otras palabras, la caracterización de las MIPYMES por sus carencias e insuficiencias representa un mecanismo de exclusión que poco -o nada- abona a las posibilidades de integración regional.

Trascender la ideología gestiona no es tarea sencilla toda vez que está presente en prácticamente todos los espacios de la vida social: empresas, universidades, gobiernos (a través de la Nueva Gestión Pública), organizaciones de la sociedad civil, partidos políticos, organismos multilaterales, etc. El poder de la ideología gestiona emana de que sus preceptos se presentan como elusivos a la crítica, sus valores incuestionables, sus esquemas de "funcionamiento" indudables, su racionalidad indubitable. La ideología gestiona es parteaguas en un mundo dividido en "winners" y "losers". Los primeros serán aquellas personas, empresas, regiones o países que han alcanzado el nivel de performance para convertirse en rasero de los otros, en unidad de medida, en espejo de comparación. Los otros, los perdedores, serán aquellas personas, empresas, regiones o países en permanente insuficiencia, en sempiterna carencia. Es tiempo de dar la vuelta a esta dicotomía que excluye, separa, humilla.

El desafío que tenemos enfrente es de enorme importancia, habida cuenta el peso económico y social de las micro, pequeñas y medianas empre-

sas en Latinoamérica. El reto consiste en eludir la ortodoxia de la economía neoclásica y su brazo armado, el management o gestión (Omar Aktouf dixit), para reinsertar a la empresa en el tejido social y comprenderla en sus dimensiones sociales, económicas, culturales, simbólicas. Para alcanzar tal cometido, debemos construir los andamiajes teóricos y metodológicos que nos permitan re-construir la problemática social e institucional de las MIPYMES. En esta tesitura, los sociólogos tenemos un papel central en la configuración de los sistemas locales de innovación. Las MIPYMES nos necesitan.

Referencias bibliográficas

- AKTOUF, O. (2004) **La estrategia del avestruz. Post-globalización, management y racionalidad económica**. Cali: Artes Gráficas del Valle.
- BOURDIEU, P. (2001) **Las estructuras sociales de la economía**. Buenos Aires: Ed. Manantial.
- COMUNIDAD ANDINA (2013) **Datos sobre las MIPYMES** (último acceso el 10/08/2013). Disponible en: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=79&tipo=TE&title=mipymes>.
- CONTRERAS, R.; LÓPEZ, A. y MOLINA, R. (2011). **Emprendimiento. Dimensiones sociales y culturales en las Mipymes**. México: Pearson.
- COOKE, P. (2003) **Strategies for Regional Innovation Systems: Learning transfer and applications**. United Nations Industrial Development Organization. Vienna, Austria.
- CORIAT, B. y WEINSTEIN, O. (2011) **Nuevas teorías de la empresa. Una revisión crítica**. Buenos Aires: Lenguaje claro editora.
- CRUZ KRONFLY, F. ROJAS, W. y CARVAJAL, R. (2008) **Racionalidad instrumental y gestión**. Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración. Cali.
- DE GAULEJAC (2005) **La société malade de la gestion : Idéologie gestionnaire, pouvoir managérial et harcèlement social**. Seuil, Paris.
- INEGI (2009) **Censos Económicos 2009. Las empresas en los Estados Unidos Mexicanos**. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/comercio/empresas/Mono_Empresas_EUM.pdf Consulta 29/07/2013
- LUNDVALL, B.A. (1992) **National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning**. Pinter. London, United Kingdom.
- YOGUEL, G., BORELLO, J. y ERBES, A. (2009) Argentina: cómo estudiar y actuar sobre los sistemas locales de innovación. **Revista CEPAL** N° 99, Diciembre.

Copyright of Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología is the property of Espacio Abierto. Investigadores Asociados and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.