

CAPITULO IV

EL PAPEL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MEXICANAS EN EL ALCA

Una vez entendido el concepto de ALCA, y todo lo que a esto se refiere, en el presente capítulo, analizaré todo lo referente a la situación de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMe's) frente a esta alianza, la importancia que alianzas como ésta representan para las economías internas de los países que las componen, dentro del marco de las nuevas tendencias, de integración regional, que están siguiendo las economías mundiales.

“El sector de la pequeña y mediana empresa en el mundo es tradicionalmente intensivo en la generación de empleo, abundante en el número de establecimientos existentes, fundamental en la contribución del PIB y participa de manera importante en el flujo de comercio internacional. No obstante ser el eje de la política de desarrollo en muchos países europeos y asiáticos, los esfuerzos de apoyo gubernamental en la mayoría de los países de América Latina han sido insuficientes y aislados y en algunos casos el sector se ha ignorado en las políticas de desarrollo”¹⁶⁸

El ambiente empresarial que predomina en este nuevo siglo XXI es uno donde hay una explosión de información, la que promueve la globalización, las nuevas tendencias, y se traduce en nuevas formas no tradicionales de hacer negocio y por ende rompe con el pensamiento tradicional de las empresas.

4.1. México ante las nuevas tendencias económicas internacionales

Es definitivo que a México el destino ya lo alcanzó, los acontecimientos mundiales han influido notablemente en la aceleración del comercio mexicano y en su economía interna y externa por ende. El intercambio comercial internacional, ha crecido

¹⁶⁸ Foro Empresarial de las Américas, Informe a la Plenaria Final, 18 a 21 de marzo de 1996, en <http://www.sice.oas.org/FTAA/cartage/sumcon/workss11.asp>.

a tasas más altas que la producción mundial¹⁶⁹ en los últimos años, y eso que aun, no se concreta el comercio libre que asegure igualdad de condiciones, mecanismos ágiles y transparentes para la solución de controversias y disminución de las prácticas desleales. Recordemos pues que el concepto mismo de libre comercio descansa en la libertad de establecimiento y la eliminación de obstáculos, en los intercambios de bienes y servicios y capitales.

En cuanto a la creación de zonas de libre comercio intraregionales, como el TLCAN, el MERCOSUR, y por lo que se refiere a éste caso en particular el ALCA, tienen efectos muy positivos, especialmente en favorecer el crecimiento regional, también contribuyen a mejorar la introducción de nueva tecnología y las relaciones de los países vecinos. Estos procesos, en especial el ALCA tiene muchos compromisos y sobre todo retos, entre los cuales uno de los más importantes es que debe contemplar un proceso de preparación y fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa en todos los países que la integran, así como disminuir o cerrar la brecha de su competitividad¹⁷⁰ frente a los países del Norte y a las grandes multinacionales.

4.1.1. *La apertura comercial*

“ México para 1994 se convirtió en una de las economías más abiertas del mundo en desarrollo y en su nuevo papel de economía abierta incursionó de manera importante en el comercio internacional, ocupando el vigésimo lugar entre las economías exportadoras y el decimonoveno entre las importadoras, lo que lo convirtió en el principal exportador e importador de América Latina. En otras palabras, el comercio exterior se volvió un factor vital para la economía mexicana, como fuente de materias primas, insumos

¹⁶⁹ Véase EL Universal.com en <http://economía.eluniversal.com/indicadores.shtml>

¹⁷⁰ Chile encabeza la lista de países más competitivos de América Latina y el Caribe, según los resultados del Índice de Competitividad Latinoamericano 2001-2002 publicado por el Foro Económico Mundial. Siguen a Chile, en la clasificación final, Costa Rica, Trinidad & Tobago y México del segundo al cuarto lugar respectivamente. El Informe de Competitividad Latinoamericano 2001-2002 es el primero sobre la materia que se publica en colaboración con el Centro de Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard. El Informe Latinoamericano complementa el recién publicado Informe de Competitividad Mundial 2001 publicado por el Foro Económico Mundial desde 1979. Véase El reporte Latinoamericano de Competitividad en <http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/122301artprin.html>

industriales y equipo, y como factor de crecimiento de la renta y el bienestar”.¹⁷¹

La apertura comercial, tal y como la he explicado a lo largo de la tesis, y que en sus últimas expresiones se ha instaurado como una realidad en la economía mundial, a través de un sistema de integración regional o por mega-bloques comerciales¹⁷², y que se compromete con la creación del ALCA, es hoy en día un reto, una oportunidad para todos los sectores de las distintas naciones latinoamericanas, y en especial para las PyMe's¹⁷³, las cuáles a lo largo de la historia se han visto obstruidas, de las oportunidades financieras y de mercado, que las instituciones internacionales ofrecen a la industria empresarial.¹⁷⁴

Tal y como lo planté en un principio, a partir de ahora, centraré mi atención en demostrar las ventajas y obstáculos que se le presentan a las PyMe's ante la creación del ALCA.

4.2. La clasificación de las PyMe's

Antes de entrar en materia, creo que es importante exponer la clasificación de las PyMe's¹⁷⁵. Existen 3 tipos¹⁷⁶, las dedicadas a la industria, al comercio y a los servicios; las empresas dedicadas a la industria se clasifican como pequeñas cuando tienen hasta 100 empleados y como medianas cuando tienen hasta 500 trabajadores; las dedicadas al comercio se consideran como pequeñas cuando tienen hasta 20 empleados y medianas

¹⁷¹ López Ayllón.,op.cit.,p.103.

¹⁷² Didou.,op.cit.,p.63.

¹⁷³ Hoy en día existen alrededor de 400 programas de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas. Destacan los programas de la Secretaría de Comercio, en temas de subcontratación industrial, desarrollo de proveedores, formación de empresas. Véase SER, *La Cooperación técnica entre países en desarrollo: mecanismos y perspectivas*, SER, México, 2000, p.102.

¹⁷⁴ Esser Klaus (Ed.), *Competencia global y libertad de acción nacional*, Nueva Sociedad, Venezuela, 1999.

¹⁷⁵ Se distinguen 4 conjuntos empresariales: las empresas de propiedad pública, las pequeñas y medianas empresas (PyMe's) con capital nacional, las subsidiarias locales de firmas transnacionales y, por último, los grupos económicos con capital nacional (GEN). Véase CEPAL, América Latina y el Caribe-Quince Años después; de la década perdida a la transformación económica 1980-1995, Fondo de Cultura Económica, Chile, 1996, p.169.

¹⁷⁶ Existen obstáculos al no haber por lo menos criterios únicos que permitan una definición estandarizada que desde el Canadá hasta la Patagonia, identifique cualitativa y cuantitativamente a las PYMES, cada país tiene la suya. Véase Foro empresarial de las Américas.

hasta con 100; y en el caso de las empresas que se dediquen a los servicios, serán pequeñas si tienen hasta 50 empleados y medianas hasta con 100 trabajadores.¹⁷⁷

Esta clasificación, corresponde a las PyMe's mexicanas, ya que no existe una clasificación universal de éstas, cada economía tiene sus propias PyMe's, las cuales están definidas de acuerdo a diversos aspectos del comercio y economía propia de cada país. “Una de las grandes dificultades metodológicas para el estudio de las PyMe's es la ausencia de un concepto unificado. Cada país tiene su propia tipología y, muchas veces, diferentes instituciones de un mismo país utilizan tipologías no coincidentes. Ello dificulta la comparación entre países y el manejo de los datos estadísticos incluso en el caso de un único país”.¹⁷⁸

4.3. Las fases de creación de las PyMe's

Independientemente del tamaño y naturaleza de las empresas en todas ellas se lleva a cabo un proceso que tiene por objetivo la creación de valor y que abarca tres fases: Pre-producción, producción y distribución, donde el “marketing” es el principal factor.

La inicial comprende la investigación y desarrollo y el diseño de los productos o servicios que la empresa desea producir. En la fase siguiente se cumplen todas las actividades referentes a la producción de los bienes y servicios de la empresa y, la última consiste en la comercialización de los productos.¹⁷⁹ La última fase del proceso empresarial es donde las PyMe's presentan sus mayores debilidades y, donde debe entrar la participación del gobierno de manera de impulsar la economía interna del país por medio de alianzas y tratados con otros países. Ya que una de las condiciones para promover con éxito la actividad exportadora, consiste en orientar consecuentemente la

¹⁷⁷ La estratificación es relativamente nueva en nuestro país, ya que su última modificación se realizó en marzo del 2000. Véase SER., op.cit., p.101.

¹⁷⁸ Bensusán Graciela, García Carlos y Marisa Von Vulgo, *Relaciones Laborales en las pequeñas y medianas empresas de México*, Juan Pablos Editor, México, 1996, p.9.

¹⁷⁹ Globalización MERCOSUR-Estrategias para las PyMe's, en <http://www.monografias.com/trabajos/mercosurpymes/mercosurpymes.shtml>.

gestión empresarial hacia las necesidades del mercado a través de un “marketing estratégico” que obligue a concentrar todos los recursos de la empresa en la obtención de ventajas competitivas.¹⁸⁰

4.4. Las PyMe’s en México

Es importante analizar la política industrial de México y su apoyo y equidad a los pequeños empresarios. El desarrollo de las pequeñas empresas y el desarrollo de empleos en la localidad con pequeños empresarios es la mejor manera de distribuir la riqueza, porque en esas pequeñas empresas trabajan muchos empleados y generalmente los problemas de salario y de administración son mucho menores que en las grandes empresas o maquiladoras...Las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99.1 por ciento, esto es menos del 1 por ciento de establecimientos grandes en México. Esta cifra reúne cerca del 60 por ciento del total del empleo, es decir seis de cada diez mexicanos trabajan en una micro, pequeña o mediana empresa.¹⁸¹

4.4.1. Ventajas

A partir de ahora, especularé sobre las ventajas y oportunidades que Alianzas Hemisféricas, de apertura de Libre Comercio representan para las PyMe’s, fundamentaré una hipótesis basada en 2 parámetros: el primer parámetro expresa la postura del ALCA ante las PyMe’s y, el segundo, está compuesto, por un artículo publicado por Bancomext,¹⁸² bajo el título ¿Por qué América Latina?, el cual fue escrito por Carlos Fuentes Arriaga, consejero comercial en Chile de Bancomext, y que se concreta con la siguiente cita:

“La integración latinoamericana ofrece una excelente oportunidad para las PyMe’s mexicanas que quieran incursionar por primera vez en los mercados

¹⁸⁰ Esser.,op.cit.,p.165.

¹⁸¹ SER.,op.cit.,p.99.

¹⁸² Bancomext es el instrumento del Gobierno Mexicano cuya misión consiste en impulsar el crecimiento de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas e incrementar su participación en los mercados globales, ofreciendo soluciones integrales que fortalezcan su competitividad y fomenten la inversión, a través del acceso al financiamiento y a otros servicios y promocionales. Véase <http://www.bancomext.gob.mx/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=6&category=3597&document=3556>.

internacionales, entre otras cosas, porque tiene varias ventajas que se refieren a aspectos como dimensiones de los mercados, similitudes culturales, escala de las empresas, complementariedad, sofisticación entre otros.”¹⁸³

Fuentes Arriaga por su parte, nos plantea en primer lugar, la necesidad de explorar nuevos mercados posibles, o destinos comerciales más al alcance de la mano. Puesto que, dentro del marco que se vive actualmente, es necesario diversificar nuestros mercados, no ver sólo la formación del ALCA, como una estrategia para acaparar mercado norteamericano; sino que gracias al marco de la integración latinoamericana, las economías del continente pueden voltear la mirada hacia el Sur del Sur, el cual es un destino natural¹⁸⁴ de exportaciones en la región, por la cercanía geográfica y cultural.

De la aportación de Fuentes Arriaga, extraje 5 razones principales, que sustentan esta hipótesis. La primera es referente a “La dimensión del mercado latinoamericano en su conjunto”. Con esto se refiere a la cobertura, ya que sólo el mercado latinoamericano que se abriría, es de 420 millones de habitantes e incluye economías grandes como la brasileña, otras pequeñas, pero estables y eficientes, como la boliviana. Ahora bien, el ALCA, no representa sólo a América Latina representa a 34 naciones, con estructuras productivas e intereses exportadores e importadores¹⁸⁵, constituirá el mercado más extenso del mundo, con un Producto Interno Bruto (PIB) combinado de alrededor de 13 billones de dólares y cerca de 800 millones de consumidores.¹⁸⁶ Y éste, visto en su conjunto, es un mercado de dimensiones que deben ser tomadas en cuenta.

Es por eso que, con esta alianza, a las PyMe’s se les está abriendo un inmenso mercado, el cual no debe dejarse a la deriva. Es necesario que éstas, tomen iniciativa de

¹⁸³ Fuentes Arriaga.,op.cit.,p.4

¹⁸⁴ Ibidem, p.40

¹⁸⁵ México ocupa un lugar importante entre los principales países exportadores (el octavo a nivel mundial y de América Latina es el 1º) en la región y es uno de los más importantes destinos de Inversión Extranjera Directa. Véase la entrevista realizada al director general de Bancomext y publicada por Aduanas Customs en su No. 22, Año.2 del 2003.

¹⁸⁶ Soto Aletia, *México ante la próxima expansión de mercados*, ADUANAS CUSTOMS, CAAAREM, Año 2, Núm.23, 2003, p.44

exportación hacia estos nuevos mercados, para así lograr tener un lugar importante dentro del comercio internacional.

La segunda razón, “contradice la percepción que se tenía a fines de los años ochenta, en el sentido de que las economías de América Latina eran competitivas antes que complementarias por producir lo mismo, la experiencia de las empresas mexicanas que ingresaron a estos mercados en los noventas, así como la demanda detectada por las oficinas de Bancomext en estos países, nos muestran un enorme potencial de complementación aún no aprovechado”.¹⁸⁷ Es decir, el potencial para multiplicar las exportaciones a América Latina es real y es necesario que las PyMe’s mexicanas conozcan la existencia de este potencial. Las empresas deben fijar su mirada en los productos complementarios, los productos que necesitan los países de América Latina.

Por ejemplo, donde no somos muy competitivos es en la ropa de tipo popular, sin embargo, somos muy competitivos en ropa fina, en trajes y, el no ser competitivos en la ropa popular ha hecho que se haya introducido al país mucha mercancía de contrabando, fundamentalmente de China, así como ropa usada. Ahí tenemos un reto muy importante, el libre comercio que promueve el ALCA, y que busca la eliminación arancelaria, (la cual es muchas veces la culpable del alto costo de muchos productos importados), puede evitar que caigamos en el contrabando, y en vez de eso, lograr una complementariedad, respecto a los productos necesarios, con nuestros países vecinos de América Latina a bajos costos.¹⁸⁸

La falta de competitividad¹⁸⁹ en algunos productos, no debe ser tomada como algo negativo por las PyMe’s, ya que no podemos competir en todos los productos, y

¹⁸⁷ Las micro, pequeñas y medianas empresas representaban en marzo del 2000 el 99.1 %, eso es menos del 1% de establecimientos grandes en México. Ésta cifra reúne cerca del 60% del total del empleo, es decir seis de cada diez mexicanos en el 2000 trabajaban en una micro, pequeña o mediana empresa. Véase SER.,op.cit.

¹⁸⁸ Entrevista de Luis Santana Castillo, Presidente de la Asociación Nacional de tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD). Publicada por la revista ADUANAS CUSTOMS, Año 2, núm.22, 2003.

¹⁸⁹ Ya se ha comprobado que la competitividad emergente depende cada vez menos de los bajos costos salariales o de las rentas de los recursos naturales y, en cambio, depende más de la capacidad de los recursos humanos, y de la capacidad y de la estrategia tecnológica y competitiva de las empresas. Véase CEPAL, Interacciones entre macro y microeconomías, Naciones Unidas, Santiago de Chile, 1996, p.71.

creo que ningún país tiene una capacidad de producción total, ni Estados Unidos, (el cual de hecho es el principal promotor del intercambio comercial, y el libre comercio), ningún país es autosuficiente, todos los países tiene la necesidad del intercambio comercial; y es precisamente por ésta razón, que se crean alianzas para lograr mejores términos de intercambio de mercancías, a menores costos, y mejor calidad.

De Acuerdo a la Asociación Nacional de Importadores y exportadores de la República Mexicana (ANIERM), dicen en términos generales, que las exportaciones han bajado aun cuando en el mes de mayo del 2003, se registró una ligera alza en éstas, y un descenso en las importaciones. Los pronósticos apuntan a que al final de este año, el país va a registrar un déficit, en donde precisamente habrá más importaciones que exportaciones. De ahí que, para el sector exportador sea inminente enfrentarse a un panorama difícil, de no contar con la participación de todos los involucrados en el sector para agilizar reformas y acuerdos que fortalezcan a la industria exportadora, así como para reactivar el mercado interno. Es por eso, que el acuerdo es fundamental para lograr esos objetivos, sin embargo es más fundamental, la participación de las PyMe's dentro de las negociaciones de esta Alianza, porque sólo ellas saben sus necesidades y capacidades.¹⁹⁰

El tercer punto, se basa en algo que mencioné hace unas cuantas líneas atrás, y radica en la “similitud cultural”, la historia compartida, los gustos, las tendencias, sin tomar en cuenta costumbres, idioma, la forma de negociar entre las PyMe's latinoamericanas crea una relación más íntima, la forma de ser de las personas es más parecida. Y por supuesto, que bajo estas condiciones es más fácil adaptarse al mercado de los diferentes países involucrados en la integración.

Con esto no quiero decir, que todos presenten las mismas necesidades en el momento de las negociaciones, claro que tienen sus diferencias. Sin embargo, es aquí en donde radica una vez más la importancia de la participación de las PyMe's, ya que por

¹⁹⁰ Entrevista realizada al presidente del Acuerdo a la Asociación Nacional de Importadores y exportadores de la República Mexicana (ANIERM). Publicada por la revista ADUANAS CUSTOMS, Año 2, núm.22, 2003.

ser ellas, las intermediarias entre las personas que negocian y el comprador, lógicamente son las mejor indicadas para exponer las necesidades del mercado. Nadie más que ellas, conoce las directrices necesarias a tomar, ni las posturas más correctas o favorables en las negociaciones comerciales internacionales, con respecto a la situación del mercado mejor que ellas. Ahora bien, las PyMe's como ya mencioné, son diferentes en tamaño y estructura en América Latina, pero no en contenido; con esto me refiero a que, al fin de cuentas son parecidas, (debido a la similitud económica que ha vivido México y América Latina a lo largo de la historia), la mayoría de las veces tienen las mismas necesidades y carencias, por ejemplo la necesidad de crédito, de infraestructura, de capacitación, etc., situaciones no propias solo del mercado mexicano y latinoamericano, sino de la mayoría de los países en desarrollo.

El grado de desarrollo o “sofisticación de los mercados”, como acabo de mencionar, abarca la siguiente razón. Las empresas y los mercados latinoamericanos tienen niveles más parecidos a los de México; respecto a esto quiero aclarar, que no por ser menos sofisticados, con comparación a otros mercados, no sean competitivos. Ahora bien, México, debido a sus características de situación geográfica (su vecindad con los Estados Unidos), recursos naturales (petróleo), entre otros; ha logrado que las PyMe's mexicanas tengan un grado de desarrollo un poco mayor al del resto de los países latinoamericanos, y como resultado una mayor sofisticación de su mercado, lo cual lo coloca como una economía líder, dentro de la región.

Respecto a este punto, la participación de las PyMe's mexicanas se concentra en fijar sus necesidades, junto con las necesidades del resto de las PyMe's latinoamericanas, para evitar quedar fuera de los beneficios de la integración, y que éstos se desvíen hacia las economías más desarrolladas como pueden ser los mercados de Canadá¹⁹¹ o Estados Unidos. Autores como Balassa concuerdan con ésta suposición; que

¹⁹¹ Canadá es un país de comercio internacional. Aproximadamente el 40% del PNB proviene del comercio exterior. Al ser una economía abierta, y por su situación geográfica y climática, Canadá ha tenido que abrirse más hacia el mundo para mejorar su economía y el nivel de vida de sus habitantes. El libre comercio no quiere decir que los países más desarrollados necesariamente tienen una ventaja. En el caso de México y Canadá, por ejemplo, México ha exportado mucho más a Canadá de lo que ha

se refiere al hecho de que los países que se encuentran en un nivel más alto de desarrollo, pueden experimentar un desarrollo industrial y económico más rápido en una zona integrada, a expensas, en parte, de sus asociados menos avanzados¹⁹². Esta cuestión contribuyó a la defunción de la ALALC, y tiene que ver con la polémica sobre la distribución de los beneficios de la integración¹⁹³. El lograr mayores beneficios en la región, por ende implica lograr un mayor desarrollo en la economía interna de cada país y por ende implica un mayor desarrollo de las PyMe's.

La quinta y última razón, es sobre el tamaño y “la escala de producción de las empresas” y los mercados, al igual que en los casos anteriores, la similitud entre comprador y vendedor, la similitud sobre la oferta y la demanda con los países latinoamericanos, es muy positiva; debido a que, se presentan mayores posibilidades de satisfacer las necesidades del consumidor, y de esta manera crear un mejor marco negociador. Con esto, podemos suponer que aquí la necesidad de una mayor participación de las empresas radica en aprovechar que la situación del mercado es favorable y, así lograr un acuerdo de libre comercio en donde las capacidades de venta y de exportación de las PyMe's mexicanas sean las más óptimas.

“Las pequeñas y medianas empresas encuentran en la región un mercado atractivo y con grandes oportunidades debido a que el tipo de bienes que se demandan es similar al de los consumidores mexicanos”.¹⁹⁴ Esta es una de las opiniones, de instituciones como Bancomext¹⁹⁵, respecto a los beneficios que trae consigo la integración hemisférica para

importado. Y como se discutió durante el Quinto Foro Empresarial de las Américas, los tratados como el ALCA deben considerar los retos y situaciones de las economías más pequeñas. Véase http://www.canadaenespanol.com/libre_comercio.htm.

¹⁹² Balassa, *Hacia una Renovación del crecimiento*, COLMEX, México - Río de Janeiro- Washington DC, 1986, p.195.

¹⁹³ El Grupo Consultivo sobre Economías más Pequeñas, se encarga precisamente sobre este tema. Su misión es defender y presentar la situación de las Economías más pequeñas de manera de evitar la disparidad en la distribución de los beneficios.

¹⁹⁴ *Latinoamérica oportunidades cercanas*, J. Oscar Acosta, NEGOCIOS INTERNACIONALES, Bancomext, Año 12, Num. 137, México, Agosto 2003, p.39.

¹⁹⁵ Bancomext destinó \$2,810 millones de dólares al apoyo de las exportaciones de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) durante el primer semestre del año. El organismo indicó que \$2,464 millones de dólares se concedieron como créditos. Véase Cruz Pascual Lilián, *Sin Futuro-apoyos a las PyMe's*, EL ASESOR DE MEXICO, SRE, Agosto 11-17 del 2003.

las PyMe's.

Es en verdad polémica, la discusión que se ha instaurado en toda Latinoamérica sobre la formación del ALCA, ya que contiene muchos factores, y así como tomamos en cuenta las ventajas, debemos de centrar nuestra atención en resolver principalmente las desventajas; ya que ambos factores tienen que ser tomados en cuenta dentro de las negociaciones, pues es necesario obtener resultados positivos para todos y no solamente para los que tengan por su dimensión, riqueza o grado de desarrollo, la posibilidad de sacar un mejor partido de la situación.¹⁹⁶

4.4.2. Desventajas

Por lo que respecta a las desventajas, que presentan las PyMe's mexicanas ante el ALCA, en nuestro continente, en general, son varias y similares, pues se presentan algunas deficiencias, tanto en estructura, crédito, etc. La principal es referente a términos estructurales en sus operaciones, como consecuencia de su reducido tamaño. Incluso a las PyMe's que tienen éxito considerable en el plano nacional, por una serie de razones no les resulta fácil mejorar la producción para destinarla a las exportaciones. Entre los problemas con que se tropiezan habitualmente figuran la escasez de capital, el limitado y desigual acceso a los mercados institucionales de crédito, el acceso irregular a los insumos nacionales e importados unido a un costo más elevado, la utilización insuficiente de la capacidad de producción, servicios de infraestructura inadecuados, entre otros.

“La falta de reformas estructurales que México requiere han erosionado, en los últimos años, la competitividad nacional, lo que ha limitado de forma importante la dinámica del aparato exportador”¹⁹⁷

¹⁹⁶ CEPAL, 1995.,op.cit.

¹⁹⁷ “Las exportaciones mexicanas y el crecimiento de EU”, *NEGOCIOS*, Bancomext, Año.13, Núm.144, Marzo 15 2004.

De este supuesto, reafirmo que México ha perdido competitividad¹⁹⁸ en los últimos años, debido a la falta de infraestructura física, es por eso que el país debe fortalecer su sistema de logística, para tomar una mejor ventaja de su posición geográfica y de la apertura de los mercados internacionales; ya que necesita seguir trabajando en la incorporación de más PyMe's al comercio exterior. México necesita incrementar ésta competitividad ,ya que la competencia es cada vez más fuerte.¹⁹⁹

Respecto a ésto, es primordial la participación de las PyMe's en las negociaciones del ALCA, para presionar y tocar puntos, como son el desarrollo y apoyo a una mejor infraestructura empresarial más desarrollada, un mayor financiamiento, entre otros temas, los cuáles no son muchas veces tomados en cuenta dentro de un marco negociador de libre comercio, en el cual la característica principal de discusión, es la eliminación de barreras arancelarias. Eliminación que, si no es bien planificada, en vez de ser positiva, resulta ser negativa, y en algunos casos catastrófica para la economía de una nación.

Los gobiernos de todos los países incluyendo el mexicano, tienen que enfrentar el desafío proveniente de la rápida interconexión de los mercados, esforzándose por mantener la confianza de los inversionistas domésticos y extranjeros en las instituciones locales, y para impedir que la “porosidad” de los mercados produzcan problemas adicionales resultantes de la liberalización comercial.

Las desventajas resultantes de un Área de Libre Comercio de tamaño continental, insisto, depende mucho de la poca participación de los diversos sectores de la economía principalmente, ya que si dentro del marco negociador no se presentan las diferentes

¹⁹⁸ Los elementos que determinan la competitividad nacional son aquellos que influyen sobre los costos de producción de las empresas. Estos costos son determinados, entre otros elementos, por el nivel y calidad de la infraestructura física, el capital humano y tecnológico, el marco institucional y el sistema de crédito nacionales. Se ha reconocido ampliamente que sólo con un adecuado stock de infraestructura física, humana e institucional, así como con un sistema financiero eficiente, la economía puede ser capaz de ofrecer a su planta productiva bajos costos de transporte, comunicaciones y, en general, de transacción, que le permitan operar y competir exitosamente en los mercados internacionales. Ibidem.

¹⁹⁹ Entrevista a José Luis Romero Hicks, Director General de Bancomext, Es necesario incrementar la competitividad de la economía, ADUANAS CUSTOMS, CAAAREM, Año 2, Núm.22, 2003, p. 15.

necesidades de toda la población y de todos los sectores que la integran, es indiscutible que acarreará consigo retroceso y desequilibrio económico.

4.5. Las PyMe's exportadoras mexicanas

Por otra parte, las PyMe's que intentan iniciarse en la actividad exportadora encuentran grandes dificultades para desarrollar por sí mismas la exportación directa de sus bienes. Esta exige abordar individualmente las 3 fases mencionadas sobre pre-producción, producción y comercialización, adicionando una última fase referente a la logística de la exportación, lo cual muchas veces está fuera de su alcance por limitaciones financieras, de personal, infraestructura organizativa, conocimientos de los mercados y destreza para exportar.

Por lo que respecta a la propuesta final de esta tesis, tanto la logística exportadora, como la aplicación de nichos comerciales, son los ingredientes necesarios para lograr una mejor exportación. A continuación explicaré los beneficios que pueden obtener las PyMe's a través de estas dos medidas estratégicas:

4.5.1. La logística exportadora

El concepto fundamental de la logística, está referido a la gerencia de la cadena de abastecimiento. La visión empresarial de quienes participan en este proceso, es un flujo más rápido y que responda mejor, costando menos, en el recorrido de productores y comerciantes, tanto mayoristas como minoristas. La logística, está orientada al posicionamiento de los recursos en relación con el tiempo. Esto es, reducir dichos procesos al menor tiempo posible. Una reducción de tiempo, implica al final, una

reducción de costos, una mayor oportunidad y el camino expedito de conseguir la lealtad del cliente.²⁰⁰

La logística cumple básicamente funciones de servicio. Presta la asistencia de operación de "marketing". Agrega al producto un importante valor de oportunidad (lo encuentra cuando lo necesita). Al desarrollar su estrategia de marketing, lo primero que tienen que preguntarse las empresas es a través de qué vías específicas pueden obtener una ventaja competitiva²⁰¹. El objetivo primario de los procesos logísticos es el de administrar el flujo de materiales a través de la empresa. El futuro del marketing, está completamente ligado a la logística, no se pueden separar. La percepción que tengan los consumidores sobre nuestros productos y servicios en el corto plazo estará directamente relacionada con esta amalgama: mercadeo y logística. El concepto de logística, así como el de planeación estratégica, han sido tomados de las disciplinas militares. La logística militar debe garantizar a los ejércitos el suministro, a tiempo y con la calidad garantizada, de todos los elementos necesarios para la guerra. La logística comercial a su vez, abarca todas las etapas del suministro, desde su fabricación o siembra en el caso que nos ocupa, hasta su entrega al consumidor final. Sin embargo, no debemos olvidar que las PyMe's constituyen la base del tejido empresarial de cualquier país y que la experiencia demuestra que la expansión de una PyMe a través de una estrategia exportadora es un objetivo realizable.²⁰²

Las empresas de éxito no se limitan a reaccionar ante los cambios del entorno externo, sino que muchas de ellas concentran su cartera de negocios alrededor de las capacidades básicas²⁰³ de la empresa y procuran desarrollar, de un modo activo, nuevas

²⁰⁰ Véase Cator Philip, *International marketing*, Irwin Mcgraw-Hill, Boston, 1996, p.370.

²⁰¹ Kotler, Philip, *El Marketing de las Naciones*, PAIDOS, España, 1998, p.486

²⁰² Rodríguez Valencia Joaquín, *Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*, Thomson Learning, 2001.

²⁰³ Las capacidades básicas no se reducen a la armonización de flujos tecnológicos, sino que también intervienen en la organización del trabajo y la generación de valor, influyendo, además, en los modelos de diversificación y en la penetración en el mercado. Estas constituyen el nexo que une los negocios actuales de la empresa y el motor que impulsa el desarrollo de nuevos productos y operaciones. Kotler.,op.cit.,p.486

fuentes internas de ventajas competitivas. Ventajas que resultan de la planeación eficiente de la logística para los embarques, y del claro conocimiento de las cadenas y canales de distribución y comercialización en cada país.

La política de apertura comercial y disminución de los aranceles, que ha motivado un sostenido crecimiento de las importaciones en muchos países, afecta a todas las empresas que producen para el mercado interno y que deben tratar de vencer la competencia que proveedores del exterior les plantean con mayor intensidad. En contrapartida, a las empresas de la región se le ofrece la oportunidad de acceder a nuevos mercados. La integración regional está abriendo oportunidades pero también significando amenazas para las PyMe's, las cuales además de verse presionadas a cambiar sus paradigmas requieren rediseñar nuevos mecanismos de interrelación con el entorno.²⁰⁴ Es por eso, que las PyMe's deben fijar muy bien su logística exportadora, dentro de su participación en el ALCA, para así tener una estrategia propia e indicada.

Las PyMe's se encuentran con la necesidad de diseñar estrategias de exportación, lo cuál es un requisito básico para sobrevivir ante las nuevas tendencias comerciales internacionales.

4.5.2. Los Nichos de Mercado

Como ya dije, las posibilidades de que las PyMe's aprovechen las oportunidades del ALCA, también radica en el empleo de estrategias de identificación y aprovechamiento de nichos de mercado, esto a su vez, teniendo en cuenta las prácticas empresariales de cooperación, ya sea mediante asociaciones de tipo con otras PyMe's, o a través de articulaciones con empresas exportadoras grandes, mediante la exportación de un producto específico aprovechando un nicho natural de mercado²⁰⁵.

²⁰⁴ Ibidem, p.95.

²⁰⁵ Las PyMe's tienen mayor significación como exportadores indirectos que como exportadores directos, individuales o asociados. Véase La Internacionalización de las PyMe's, sus perspectivas frente al ALCA y otros bloques económicos.,op.cit.

Las condiciones actuales de los mercados nacionales e internacionales requieren que las empresas nacionales compitan en calidad, tiempos de entrega y precios. Esto implica que las empresas incrementen su eficiencia y competitividad.

Respecto a esto, las PyMe's, encuentran en la región un mercado natural, atractivo y con grandes oportunidades, debido a que el tipo de bienes que se demandan es similar al de los consumidores mexicanos; no obstante de sus rezagos y dificultades, América Latina empieza a abrirse cada vez más al comercio exterior y a la inversión. Por lo tanto, complementando el punto anterior referente a la logística exportadora, es indispensable para las PyMe's fijar primero hacia donde van a dirigir su mercado, cuál va a ser su nicho de mercado, el cual tiene que cumplir con las características necesarias, de producción de cada una de ellas; y así lograr una logística de exportación a la medida de sus necesidades.

Son muchos y diferentes los nichos de mercado con los que nos podemos topar en América Latina, cada uno con sus características de su mercado y razones propias, para ser seleccionados. A continuación, presentaré tres nichos de mercado diferentes, para las PyMe's mexicanas:

El primero es el argentino, en éste los flujos de inversión directa entre los dos países, a diferencia de los comerciales, son intensos ya sea a través de inversiones directas, de transferencia tecnológica o de establecimiento de vía alianzas estratégicas. Los sectores donde se están realizando estos negocios son: alimentos y bebidas, metalmecánica para autopartes y maquinaria agrícola, turismo, software, servicios financieros e industria del entretenimiento y editorial. La inversión mexicana es mayor a los 1,600 millones de dólares. Las firmas del ALCA y del TLC entre México y Argentina, que se están tramitando, nos permitirán tener mayor certidumbre jurídica y ventajas arancelarias que nos permitan entrar al mercado argentino. El éxito para realizar negocios en Argentina requiere desarrollar una relación personal con un representante, agente o distribuidor de mercado. La PyMe necesita, tener un empresario local que la represente y apoye con las costumbres y éticas de negocios local, debido a que, las

características económicas, históricas, demográficas y culturales, entre los países son diferentes. Otro mecanismo de comercialización que ha tenido éxito en el mercado argentino es la presencia de franquicias, tanto argentinas como extranjeras, lo que representa oportunidades para empresas mexicanas que se dediquen a éste segmento.²⁰⁶

Sin lugar a dudas, Colombia puede ser uno de los destinos más importantes para los negocios de exportación. El gran atractivo del mercado colombiano se fundamenta en 3 motivos principalmente: Colombia es un país que tiene en la actualidad una población cercana a los 44 millones de habitantes, es uno de los mercados dominantes en el cono norte de Sudamérica y el más importante del área Andina. Esto convierte al mercado colombiano en una oportunidad para las actividades de exportación mexicanas, ya que incursionar en mercados andinos como Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia se facilita. El segundo, se refiere a la estabilidad macroeconómica, ya que Colombia es y ha sido, una de las economías más estables en Latinoamérica; es un mercado atractivo en el que se pueden consolidar relaciones a largo plazo. Y el último factor tiene que ver con la afinidad cultural, pues existen un sinnúmero de similitudes entre los colombianos y los mexicanos, en factores como comida típica, festividades, creencias religiosas y sistema de gobierno. Ambos países gozan de una cercanía cultural que facilita los negocios de exportadores mexicanos.²⁰⁷

Como tercer y último ejemplo, se encuentra el caso del mercado guatemalteco, (quiero aclarar que el orden de estos países no tiene nada que ver con su importancia o preferencia). Guatemala es el país más grande de Centroamérica, con una demanda global en el 2001 de más de 26.0 mil millones de dólares y una demanda interna de 23.6²⁰⁸ millones de dólares. Posee la estructura productiva de mayor desarrollo relativo en Centroamérica (principalmente agroindustrial y manufacturero), y dispone de una infraestructura física relativamente eficiente, de: carreteras, puertos, aeropuertos y telecomunicaciones. Guatemala tiene una ubicación estratégica respecto del sureste de

²⁰⁶ BANCOMEXT, Lara Sánchez Samuel, Consejero Comercial de Argentina, e-mail: slara@bancomext.gob.mx.

²⁰⁷ Ibidem, Rigoberto Flores Bustamante, Consejero Comercial, e-mail: rfloresb@bancomext.gob.mx.

²⁰⁸ Datos obtenidos por la Consejería Comercial de Guatemala, véase Negocios Internacionales, Bancomext, año 12, núm. 137, México, Agosto, 2003.

México y los países de Centroamérica.²⁰⁹ En Guatemala hay un posicionamiento de México como país proveedor dentro de las importaciones totales (segundo lugar después de Estados Unidos), lo que se traduce en una buena y rápida aceptación de los productos y servicios de nuestro país.²¹⁰

4.6. La importancia de la participación del sector privado y la sociedad civil en las negociaciones del ALCA

“Hoy los actores del proceso de globalización y la toma de decisiones incluyen a funcionarios, legisladores, intelectuales, académicos, empresarios, investigadores, organizaciones civiles, etc.”²¹¹

Con esta cita, quiero mostrar la importancia de todos los sectores de la sociedad dentro del marco de negociaciones del ALCA, y enfatizar sobre todo la importancia de la participación del Sector Empresarial, dentro de este proceso, con el fin de promover el talento empresarial con visión internacional y capacidad de gestión para la promoción y desarrollo de negocios productivos y eficientes.²¹²

Los desafíos actuales, con los que se enfrentan las PyMe's no son de simple ajuste transitorio, sino de transformación e innovación, lo que define un nuevo punto de partida con las consecuencias futuras que de ello se pueden derivar. En contraste, con las ventajas propuestas por Fuentes Arriaga, las PyMe's mexicanas necesitan, en primer lugar, modificar comportamientos históricos y pautas de funcionamiento muy arraigados en ellas y poner en marcha un proceso deliberado de construcción de nuevas capacidades competitivas, que deberán tener sus bases en los conocimientos y aprendizajes disponibles en la empresa y en el acceso a sistemas de soporte y apoyo técnico privado o estatal, así como, tal y como lo propone el Foro Empresarial de las Américas, fortalecer la capacidad de gestión de los empresarios es otro punto definitivo para la preparación de las PyMe's hacia el ALCA. El estímulo de la oferta y demanda de

²⁰⁹ Guatemala es el principal exportador del MCC y, el segundo importador del mundo de éste.

²¹⁰ BANCOMEXT, De la Cruz Lazo Rafael. Consejero Comercial de Guatemala, email:rdelac@bancomext.gob.mx.

²¹¹ SER, La cooperación técnica entre países en desarrollo: mecanismos y perspectivas.,op.cit.,p. 35.

²¹² Ibidem, p.43

servicios de alta calidad e innovadores, es fundamental, es igualmente indispensable que los gobiernos y las organizaciones multilaterales diseñen y lleven a cabo estrategias concretas que permitan el fortalecimiento institucional de las organizaciones empresariales, gremios y asociaciones de empresarios como entes multiplicadores del mejoramiento de la gestión empresarial, la productividad y competitividad de las PyMe's ante el ALCA.²¹³

Por todas estas razones, es necesario que el papel del Sector Privado, protagonice de primera línea todos los temas relacionados al ALCA, tanto en el análisis como en las decisiones, a través de las organizaciones empresariales y civiles existentes. En caso concreto del sector de las PyMe's debe participar directamente en las negociaciones y los gobiernos de cada país deben comprometerse a cumplir con las políticas necesarias para su fortalecimiento. Pero sobre todo la participación social, como vocera de las necesidades de cada sector, es indispensable; así como la necesidad de mantenerse informado, cada uno como individuo, sobre los procesos y sucesos económico-sociales que viven nuestras naciones.

4.6.1. *El Foro Empresarial de las Américas*

La importancia que adquiere el sector privado, en el proceso del ALCA, supone abrir espacios para la acción y la iniciativa de éstos y su incorporación, de acuerdo a las especificidades del país y a los procesos de cooperación internacional²¹⁴, por lo que requiere de nuevas exigencias empresariales.

Pese al papel de los gobiernos de la región en los inicios de las tendencias regionalistas, el sector privado ha tenido una participación activa en el impulso y desarrollo de las iniciativas de integración. Esta implicación de las fuerzas del mercado explica el aumento no sólo de los intercambios comerciales, sino sobre todo de los flujos de inversión extranjera directa. El apoyo de las empresas a la ampliación geográfica de

²¹³ Foro Empresarial de las Américas-Informe a la Plenaria Final.,op.cit.

²¹⁴ La importancia que otorga México a la cooperación internacional se manifiesta en los siete principios normativos de su política exterior, incluidos en la fracción X del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (ANEXO 6)

los marcos geográficos en los que desarrollan sus actividades ha sido especialmente destacado en agrupaciones como el MERCOSUR y la Comunidad Andina. Incluso en Estados Unidos, pese al rechazo de algunos sectores industriales, los lobbies²¹⁵ empresariales se han inclinado mayoritariamente por la vía de la regionalización.

Desde la primera reunión ministerial que marcó el inicio de las negociaciones en torno al ALCA, se implementó el concepto de los Foros Empresariales, los mismos que fueron concebidos como instancias paralelas de decisión y transmisión de las diferentes posiciones del sector privado, principal protagonista del intercambio comercial y de inversiones.

En los Foros Empresariales de las Américas, se valoran las contribuciones realizadas por el sector empresarial; éste se constituyó para permitir que los empresarios presenten sus propuestas y sugerencias a los negociadores gubernamentales, que se reúnen anualmente para dar continuidad a la iniciativa del ALCA, conformando dos eventos consecutivos: El Foro Empresarial de las Américas, y la Reunión Ministerial sobre Comercio. Se debe garantizar el seguimiento, avance y ejecución de las conclusiones entre Foro y Foro cada año, de manera que los beneficios sean mayores y sobre todo con un impacto más imponente dentro de las negociaciones del ALCA

En el Foro Empresarial de las Américas, se constituye una instancia de negociación del ALCA, en la que los empresarios continente tienen la oportunidad de examinar el estado en el que se encuentran las negociaciones, para conformar este esquema de integración y formular las posiciones de los sectores empresariales, a través de propuestas, recomendaciones, o ponencias, para que sean consideradas por la reunión de Ministros de Comercio.²¹⁶

²¹⁵ Un *lobby* es un equipo especializado en presión política, financiado por las multinacionales que inciden para influir sobre las decisiones de los gobiernos locales, estatales y regionales. Los más poderosos son los *lobbies* industriales de las grandes multinacionales o los financieros de los grandes bancos. Durante los últimos dos décadas, la toma de decisiones dentro de la Unión Europea ha sido secuestrada espectacularmente por estas grandes corporaciones a través de sus *lobbies* sectoriales. Véase <http://www.rebellion.org/economia/lobbies150302.htm>.

²¹⁶ Véase Foro empresarial de las Américas en: http://www.tecnibusiness.com/abf/a_foros_empresarial.htm

Por ejemplo, durante el VI Foro Empresarial de las Américas que tuvo lugar en abril del 2001, en Buenos Aires; por lo que respecta al taller de Subsidios, antidumping y derechos compensatorios, por citar algunos ejemplos de los talleres y de sus resoluciones, en términos generales se trabajó en el marco de las cuestiones centrales consensuadas en foros anteriores, reiterando que el sector privado, como sujeto y motor de los negocios internacionales, debe tener una mayor participación activa en la toma de decisiones de los Gobiernos, en los procesos de negociación, implementación y aplicación del ALCA²¹⁷.

En materia de solución de controversias, se propone la coordinación y armonización de legislaciones nacionales sobre la base de los siguientes principios: libertad de elección, no discriminación, mínima intervención judicial, economía procesal y protección de la confidencialidad, tomando como referencia la llamada "Ley" Modelo sobre Arbitraje Comercial Internacional de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.²¹⁸

Ahora bien, por lo que toca a las deliberaciones del Taller de Acceso a Mercados contaron con una amplia representación de las entidades empresariales del continente para debatir los temas de la nutrida agenda del Grupo de Negociación Oficial, y los avances logrados para presentar un borrador de texto del acuerdo que refleje las distintas posiciones y los consensos alcanzados. El taller apoya fuertemente los esfuerzos realizados hasta el momento por los gobiernos en pos de lograr el Acuerdo y espera el éxito de las negociaciones en curso. Las entidades han presentado 35 trabajos con ponencias que han sido debidamente analizadas con las limitaciones que surgieron del tiempo disponible. De tal manera que, la Presidencia puso a consideración de los asistentes el tratamiento de los puntos substanciales de los capítulos en discusión, sin que ello signifique restar importancia a las múltiples recomendaciones realizadas en las ponencias, cuyos resúmenes ejecutivos se adjuntan a las presentes conclusiones.²¹⁹

²¹⁷ Véase VI Foro Empresarial de las Américas en http://www.vi-fema-abf.org.ar/concl_subsidios.htm.

²¹⁸ Ibidem.

²¹⁹ Ibidem.

Debemos tener en cuenta que la participación del Sector Privado, es indispensable tanto en el entorno propiamente empresarial como en la esfera de las organizaciones no gubernamentales y gubernamentales en el proceso de modernización económico y social.

“Las PyMe’s son el verdadero desarrollo de este país porque la gran mayoría de los mexicanos, de las transacciones económicas de los empleos y del valor agregado está precisamente en éste sector”²²⁰.

Una de las recomendaciones más importantes que ha aportado el Foro Empresarial al ALCA, según mi punto de vista, es referente a la creación de una legislación hemisférica que homogenice aspectos fiscales, arancelarios, de propiedad industrial e intelectual, generando una base de igual competencia para productores y exportadores de distintos países. Ya que, las mayores debilidades o controversias, referentes a la negociación de las políticas económicas, es referente a la diversidad de parámetros y características de las normas económicas de cada país.

²²⁰ SER, p.102