

ASOCIACIÓN MEXICANA DE MUJERES EMPRESARIAS DE YUCATÁN

PRIMER CONGRESO DE LA FEDERACIÓN INTERAMERICANA EMPRESARIAL

**“América sin fronteras. Reto empresarial” Mérida Yucatán,
25 de octubre del 2000**

Resulta para mi particularmente grato participar como panelista en este importante evento. Agradezco y felicito a la Federación Interamericana Empresarial por haber orientado su primer congreso interamericano hacia el tema de “América sin fronteras. Reto empresarial”. Un auténtico desafío que se aprecia congruente con la imaginación y el espíritu emprendedor de las mujeres empresarias latinoamericanas, muy en especial las que integran la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias de Yucatán. En esta breve intervención, me gustaría tan sólo aportar algunos elementos propositivos a la reflexión.

En primer término, me gustaría señalar que los acontecimientos políticos y económicos de los últimos quince años en el ámbito internacional, permiten suponer, con un buen grado de certidumbre, que se ha incorporado en forma dinámica una nueva perspectiva en la configuración de los llamados “grandes bloques económicos” en el mundo.

La vinculación e interdependencia de los países y empresas del oriente son una realidad manifiesta, que por supuesto no se limita a la integración productiva del Japón con los países avanzados de economía intermedia de la región, los llamados “Tigres del Sudeste Asiático” (Corea, Taiwán, Hong Kong y Singapur), sino que ha incorporado de manera acelerada a los países en desarrollo del este y sudeste asiático que, con un respaldo decisivo de inversión directa, de transferencia de instalaciones productivas y de participación comprometida de los primeros, continúan avanzando a un ritmo impresionante en un proceso de industrialización eficiente y de comercio exterior agresivo, como es el caso de China, Indonesia, Malasia, Tailandia, Vietnam, Brunei y Filipinas.

La integración de Europa, por su parte, es una realidad que se consolida también a través de un flujo dinámico de inversiones directas y la reubicación de unidades productivas con alto contenido de mano de obra. La Europa ampliada replantea y fortalece su capacidad y estrategia competitiva para continuar participando con éxito en el nuevo contexto internacional de bloques económicos y en el nuevo y complejo proceso de redistribución internacional de actividades manufactureras.

Por su parte, el proceso gradual de integración económica del continente americano, impulsado de manera especial por los muy diversos acuerdos y tratados bilaterales y multilaterales de cooperación y libre comercio, aporta es cierto, nuevos riesgos para las empresas más pequeñas de la región, pero sin duda ofrece en paralelo, un cúmulo impresionante de nuevas oportunidades para las verdaderas emprendedoras y emprendedores de la región; para quienes han decidido sustentar la permanencia y desarrollo de su unidad productiva en su propia capacidad de competencia.

Las prácticas del comercio exterior y de la inversión directa, por su parte, han experimentado también transformaciones determinantes que sería recomendable

analizar con detenimiento para dimensionar el alcance del desafío que presenta el tema de este evento y precisar los matices de la estrategia para afrontarlo.

Baste señalar que concebir a la exportación como una mera venta de productos más allá de las fronteras político-económicas, parece ser que se ha convertido en una práctica relativamente ineficiente, particularmente vulnerable y, en algunos casos francamente obsoleta.

En la actualidad, los países verdaderamente exportadores son aquellos en que sus emprendedores deciden no esperar pasivamente a que les vengan a comprar o a vender, sino que salen a ejecutar la práctica del comercio exterior directamente al lugar de origen o de destino, al sitio en que actúa la contraparte, como proveedor o como consumidor.

Los emprendedores y emprendedoras más eficientes se instalan ahora en los mercados compradores y desde ahí, no sólo controlan directamente la relación con el sistema de distribución y estimulan la demanda de sus propios productos, sino que además participan en las decisiones mismas de su respectiva importación. La auténtica empresa exportadora en la actualidad es la que importa sus productos desde el exterior.

La aceleración vertiginosa de la innovación tecnológica, la integración de los mercados financieros y la revolución en las comunicaciones confirman adicionalmente el carácter inevitable del fenómeno de la globalización. Ante esta realidad, es manifiesto que los hombres y mujeres de empresa que demandan los países de América Latina son aquellos capaces de concebir al mundo como su mercado y como su fuente de suministro de insumos.

Al transformarse, ya sea brusca o gradualmente, los mercados locales en mercados internacionales, el reto de la competitividad como estrategia desarrollo, se presenta a todas las unidades productivas, independientemente del estrato en que se les clasifique. En este contexto la internacionalización empresarial deja de ser un simple deseo o una aspiración de largo plazo, para convertirse en una táctica urgente de sobrevivencia y protagonismo.

Ante este ya evidente o ineludible encuentro de las micro, pequeñas y medianas empresas latinoamericanas con la competencia internacional, adquieren en mi opinión relevancia dos propuestas de acción estratégica.

El desarrollo de ventajas competitivas

La acción conjunta como fórmula de internacionalización

Es ya ampliamente reconocida la cada vez mayor relevancia que están teniendo las muy pequeñas unidades productivas en los países industrializados, no sólo como las únicas capaces de registrar una generación neta positiva de puestos de trabajo, sino como contribuyentes importantes al equilibrio de las respectivas balanzas comerciales, mediante el incremento acelerado de su competitividad internacional.

Este protagonismo desbordante de las micro, pequeñas y medianas empresas, se ha fincado en buena medida en la capacidad de los emprendedores y emprendedoras de estos países para capitalizar y desarrollar las ventajas competitivas que se derivan justamente de las reducidas dimensiones de sus establecimientos productivos.

Las muy pequeñas unidades productivas de los países industrializados no han imitado a las grandes empresas. Esta es una lección particularmente valiosa sobre la que vale

la pena profundizar

Es cierto que son diversas e importantes las ventajas competitivas de las muy pequeñas unidades productivas, como también lo es que estas no son atribución particular y exclusiva de las micro, pequeñas y medianas empresas de países industrialmente avanzados, sino que también lo son de las unidades productivas latinoamericanas.

Pero lo que la experiencia parece mostrar como un hecho evidente, es que la identificación y desarrollo de estas ventajas competitivas no ha sido precisamente una preocupación inquietante o una prioridad de atención de los emprendedores y emprendedoras latinoamericanos. Y no perdamos de vista que todas las ventajas empresariales son potenciales y únicamente si se les impulsa oportuna y adecuadamente pueden convertirse en verdaderos factores de competencia.

Existen en efecto importantes ventajas competitivas de las más pequeñas unidades productivas, entre las que destacan:

La capacidad de incorporar con mucho mayor velocidad y menor costo las innovaciones tecnológicas y los cambios de mejoramiento técnico;

La posibilidad práctica de incorporar un sentido personal a la relación de negocio con clientes y proveedores y de traducirlo en un vínculo sistematizado de información e inteligencia empresarial;

La posibilidad exclusiva de adoptar el paradigma de la especialización flexible, factor de éxito en diversos países industrializados;

La capacidad única de atender los requerimientos particulares e incluso los caprichos de nichos de mercado exigentes y de elevados ingresos.

Sobre esta última ventaja competitiva vale la pena destacar que efectivamente las muy pequeñas unidades productivas conforman el único estrato con posibilidades de responder con rentabilidad y oportunidad a la tendencia hacia la diferenciación de los patrones de consumo que se manifiesta de manera creciente en los mercados de todos los países.

Ante esta gran oportunidad, resultaría lamentable aceptar lo que, en opinión de algunos, la experiencia parece poner de manifiesto, en cuanto a que, en función de las ventajas competitivas que se derivan de la condición de pequeña, un porcentaje, preocupantemente mayoritario de las micro y pequeñas unidades productivas de América Latina, están produciendo lo que no debieran producir, están vendiendo donde no debieran vender y están comprando donde tampoco debieran comprar. Ojalá que estos indicios estén infundados y sean meras expresiones alarmistas de algunos analistas exagerados. Me atrevo a advertir, sin embargo, sobre la importancia de verificarlo

Y no sólo debieran ser capitalizadas adecuadamente las ventajas estructurales de las micro y pequeñas empresa, también es recomendable impulsar las ventajas competitivas de las mujeres empresarias.

En efecto, la mujer, en virtud de su formación y de la asignación de roles familiares, ha desarrollado un talento especial y habilidades particulares que la vienen proyectando

en muy diversos y diferentes países como una emprendedora eficaz y, sobre todo, como una empresaria prudente, eficiente y crecientemente competitiva.

Por lo que hace al segundo factor (la propuesta de la acción conjunta como estrategia de internacionalización empresarial) esta afirmación parte del reconocimiento de que la principal limitación y desventaja de las micro y pequeñas e incluso medianas empresas latinoamericanas, no se deriva de sus reducidas dimensiones, en términos de establecimientos y volúmenes de operación, sino de que actúan solas en un contexto de actividad económica de cada vez más profunda y compleja interdependencia.

La nueva realidad para América Latina parece confirmar que para muchas empresas de la región, la única posibilidad de desarrollarse y de permanecer activas, dependerá de su capacidad y de su decisión oportuna de conjugar esfuerzos con otras unidades productivas, en actividades e inversiones diversas de beneficio común, con el fin de incrementar colectivamente su capacidad de competencia.

La acción conjunta que parece aconsejable en la región latinoamericana no se concibe, sin embargo, como la formación de organizaciones productivas con sustento cooperativo o con sentido de fusión; la acción conjunta que parece más idónea es la que se expresa como un instrumento activo de colaboración empresarial, como una alianza estratégica que, respetando el principio de la individualidad, propicia y facilita el esfuerzo conjunto para acrecentar las capacidades de negociación y de concreción colectiva; pero una alianza en la que los resultados y el ingreso para cada emprendedor o emprendedora dependen directamente de la calidad y de la magnitud de su propio esfuerzo individual.

En el sentido de tal dirección, la alianza estratégica entre empresas de países diversos tiende a constituirse en la fórmula más eficaz para alcanzar los niveles de internacionalización que parecen exigir los tiempos modernos de la relación económica

Una “América sin fronteras”, sin duda habrá de constituir un reto, probablemente el más grande que hayan enfrentado las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, un desafío y una oportunidad para los emprendedores y emprendedoras que no están en espera pasiva del respaldo asistencialista del estado; para quienes no existen obstáculos estructurales ni barreras infranqueables, para aquellas y aquellos que reconocen los peligros, pero buscan con imaginación y entusiasmo las oportunidades, con sustento en la convicción de que los vientos de la globalización soplan indudablemente en los dos sentidos.