

Las Pymes en México, entre la creación fallida y la destrucción creadora

Isaías Morales Nájjar*

Introducción

Este ensayo se orienta a realizar una reflexión en torno a la importancia que tiene la innovación para aquellos empresarios que desean iniciar, encabezar y gestionar algún tipo de empresa exitosa; innovación que no debe quedar en la iniciativa individual de cada empresario, sino debe convertirse en un imperativo social que empuje las capacidades del conjunto de los agentes económicos de un país hacia nuevos estadios de desarrollo. Este ensayo se dirige a jóvenes universitarios reunidos dentro del “V foro de economía de la empresa: el emprendedor universitario y su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente”, que la Facultad de Economía¹ organiza para impulsar la formación de nuevos emprendedores. Se considera que los centros universitarios son el crisol del conocimiento que favorecerá la formación de emprendedores con un sello especial: la avidez por innovar y ser exitosos.

Entre la crisis fallida y la destrucción creadora

El desenvolvimiento del capitalismo implica de suyo un proceso de expansión y contracción continua como consecuencia –entre otras cosas– de sus propios esfuerzos por elevar su rentabilidad, los cuales indudablemente le remiten a la búsqueda de la innovación que abata costos, eleve la producción e incremente las ganancias. Ese vaivén de valor no se presenta exclusivamente como resultado del carácter cíclico de la actividad económica sino en el día a día de la operación empresarial con la creación y destrucción de empresas.

Cuando este proceso lo referimos a la diversidad de empresas existentes en una economía específica, es decir al amplio tejido de empresas micro, pequeñas, medianas y grandes, la sobrevivencia o posicionamiento económico de una empresa deviene, en gran medida, de su capacidad o no de constituir a la innovación en el elemento cotidiano de su funcionamiento.

* Profesor de la División de Estudios Profesionales de la Facultad de Economía, UNAM, <mnajar@servidor.unam.mx>.

¹ Realizado en la Facultad de Economía, UNAM.

En forma similar, cuando dicho proceso lo consideramos en su totalidad social, la innovación es el motor sustantivo para que una sociedad evolucione de un estadio a otro. En este sentido, el capitalismo es una impresionante maquinaria de fuerzas productivas, donde la innovación debe ser apreciada como² la introducción de un nuevo producto en el mercado, de un nuevo método de producción, el inicio de un nuevo mercado, la apertura de nuevas fuentes de suministro de materias primas o bienes intermedios, la creación de una nueva organización de la industria que mejore las condiciones de operación y genere incentivos para el continuo crecimiento de la empresa. Entonces, la innovación es factor de cambio sustantivo que todo Estado debe emplear en su política de conducción de una sociedad hacia su mejor desenvolvimiento económico y social.

Esta innovación indudablemente que es un elemento compulsivo del proceso de acumulación de capital pues empuja a las empresas a mejorar su productividad al menos por arriba de los estándares de sus competidores para sobrevivir o posicionarse de un mercado. Esta inherencia hacia la innovación y la mejora tecnológica, es el motor del desenvolvimiento del capitalismo y explica en gran medida las diferencias entre diversas formaciones económicas. Cuando la innovación se convierte en un proceso no individual sino social, se asiste a la renovación continua de la estructura económica de una formación social. De forma particular, las empresas innovadoras tienen singular importancia por su efecto de arrastre en el aparato productivo, tanto en sus esquemas organizacionales como en sus procesos, eficiencias y rentabilidades. Empresas innovadoras insertas en nodos sustantivos de la actividad económica facilitan la armonización entre diversas empresas, al abrir nuevas y mejores rutas de producción y comercialización, inducir nuevas y mejores oportunidades de negociación, crear nuevos y mejores mercados. Las cadenas productivas así formadas pueden posibilitar que una rama o región económica se torne más competitiva, especialmente en mercados que tienden a ser globales.

Cuando la innovación está ausente, marginada o es insuficiente, la actividad empresarial de esa formación económica está condenada al estancamiento o a reproducir los moldes de otras sociedades exitosas. En algunas sociedades que han caído en la rutina de lo habitual o del mimetismo económico, usualmente las empresas consideran que se debe imitar la estrategia o modelo organizacional seguido por las empresas exitosas. Empero, este tipo de gestión empresarial –y de Estado– que tiene como práctica el ejercicio

² Joseph A. Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1967.

del negocio habitual, vive al borde de la vulnerabilidad pues el entorno de las últimas cuatro décadas se ha tornado cambiante, convulsivo. Dicha actitud debe ser radicalmente superada, debe ser compelida a innovar, no a copiar, pues no hay estrategias ni modelos infalibles. Para afrontar dicho entorno, la gestión empresarial debe estar presta a la concepción de nuevos productos y procedimientos, programas y objetivos. En otras palabras, las estrategias y prácticas económicas que en el pasado pudieron ser válidas para caminar por la ruta del éxito, en un contexto cambiante pueden ser contraproducentes. Una regla básica para sobrevivir es que no hay nada tan peligroso como replicar las estrategias y prácticas del pasado, sean estas propias o de terceros.

Los procesos innovadores son o deben ser la expresión cotidiana de una sociedad que se renueva continuamente, de una sociedad que cristaliza los esfuerzos de agentes económicos, instituciones sociales y del Estado para superar su actividad económica. Son cotidianas las referencias que aluden a las sociedades orientales –japonesa, china, coreana– en su tránsito a estadios superiores de desarrollo al lograr pasar de esquemas replicadores a innovadores. Cuando las nuevas ideas, inventos y mejoras se concretan en nuevas tecnologías asistimos a cambios en la actividad productiva, comercial y financiera, y por ende, en la renovación de una formación socioeconómica. La innovación no puede ser aislada o eventual sino debe ser la respuesta sistemática de una sociedad que ha logrado habilitar la infraestructura educacional y cultural para el cambio y ha tornado a sus empresarios en agentes dinámicos del mismo. La revolución tecnológica actual va asociada con cambios sociales, culturales, demográficos y políticos, a grado tal que las modificaciones en las concepciones y preceptos de la vida social y su reproducción son tan relevantes como los ocurridos bajo el impacto de la revolución industrial.

Como permea esta práctica o estrategia de innovación y cambio en el caso de la empresa Pyme en México, es lo que plantearemos brevemente en las líneas siguientes. En la generalidad de los países, las empresas micro, pequeñas y medianas representan el grueso de sus empresas, en algunos casos con más de 95% del total de sus empresas, siendo aportadoras de más de la mitad del producto interno bruto y más de 60% de los empleos.³ Por lo

³ En Estados Unidos estas micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) representan el 99% del parque empresarial, generan 51% del PIB y contribuyen con 52% de los empleos; en la Unión Europea, las cifras son 99, 55 y 70%, respectivamente; en Argentina, 99, 60 y 78%; mientras que en México: 99, 41 y 64%, en Small and Medium-sized Enterprises, OECD, junio de 2000. Citado por Secretaría de Economía, Documento Informativo sobre las Pequeñas y Medianas Empresas en México. México, 2001.

anterior, se convierten en el centro de atención de las políticas y las prácticas gubernamentales. Los estados deben preocuparse por su supervivencia y consolidación, de ahí el diseño e instrumentación de diversos programas de apoyo a las empresas, en particular a las micro y pequeñas. La cuestión reside en evaluar y medir el impacto de dichos programas en la creación, consolidación y fortalecimiento de esta estructura empresarial en línea con cierto proyecto de país.

México es un generador de pequeños y medianos negocios, los cuales tradicionalmente han sido abastecedores de producto y empleo.⁴ En la actualidad, existe un universo de 4.1 millones de empresas, 95.6% son microempresas, 3.4% son pequeñas y 0.8%, medianas.⁵ Solo 0.2% son grandes de empresas. Dicho universo es alimentado anualmente por 200 mil empresas nuevas. Estos datos aparentemente promisorios son resultado, entre otros aspectos y según información gubernamental, de la instrumentación de 134 programas económicos provenientes de 11 instituciones.⁶

Aunque no existe información puntual del comportamiento de las empresas mexicanas año por año, podríamos plantear que aquéllas han seguido un comportamiento similar al observado por las llamadas unidades económicas.⁷ La totalidad de dichas unidades mostró un sólido crecimiento entre 1993 y 1998 a un ritmo promedio anual de 9.6%, destacando el crecimiento del grupo de unidades micro que creció a 9.7% p/a., y el de las unidades grandes (11.3% p/a).

⁴ Según los censos económicos 2004 del INEGI, el sector manufacturero es el más importante de la economía, con la generación de producción bruta total con 43.3%, concentrando 10.9% de las unidades económicas y una de cuatro personas ocupadas.

⁵ Su clasificación: con menos de 10 trabajadores, de 11 a 50 y de 51 hasta 250, respectivamente.

⁶ "Documento Informativo sobre las Pequeñas y Medianas Empresas", Secretaría de Economía, México, marzo, 2001.

⁷ En los Censos Económicos se denomina de manera genérica *unidad económica*, a todo tipo de unidad de observación que es fija o semifija, no se consideran las unidades económicas que llevan a cabo su actividad de manera ambulante (como carritos o vendedores ambulantes) o con instalaciones que no están de alguna manera sujetas permanentemente al suelo (puestos que diariamente son armados y desarmados), ni las casas-habitación donde se efectúa una actividad productiva con fines de autoconsumo o se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio, como es el caso de los servicios de pintores de casas o plomeros.

**Industrias manufactureras, comercio y servicios.
Evolución de las unidades económicas clasificadas
por estratos de personal ocupado**

	1993	1998	2003	TCMA 93-98 %	TCMA 98-03 %
Total Nacional	1 889 740	2 729 976	2 923 048	9.63	1.72
Micro	1809496	2617823	2792678	9.67	1.63
Pequeñas	63066	88698	102589	8.90	3.70
Medianas	14141	18795	22081	7.37	4.11
Grandes	3037	4660	5700	11.30	5.17

Fuente: INEGI, *Censos Económicos*, 2004.

Este crecimiento puede explicarse en gran medida por dos factores: primero, por las acciones económicas gubernamentales del período salinista que se tradujeron en diversos créditos públicos y privados para apoyo a la actividad empresarial; y segundo, por la ola de ex empleados –en su gran mayoría procedente del sector público– que fueron liquidados y que se volcaron a crear sus propios micro y pequeños negocios. Empero, este esfuerzo gubernamental declinó en el período siguiente. Durante el lapso 1998-2003 las unidades económicas descendieron su expansión a un ritmo de 1.7% p/a. Relevante fue el impacto sobre las unidades micro y pequeñas pues crecieron a bajas tasas (1.6 y 3.7% p/a, respectivamente). Este descenso en la creación de unidades económicas, y muy probable aumento en la destrucción de otras, es resultado del impacto de la crisis de 1994-1997, la contracción del crédito bancario y el descenso del apoyo gubernamental a la actividad empresarial, pero también de las vulnerabilidades propias de esas unidades. Aunque, las unidades medianas y grandes también mostraron menores tasas de crecimiento respecto al periodo 1993-98, su comportamiento fue menos malo que el de las primeras en gran medida por su capacidad organizacional, experiencia en el mercado y mayor estabilidad económica.

La baja capacidad de sobrevivencia de estas unidades, o en su caso de las empresas micro y pequeñas, revela que en su gran mayoría –en ausencia de los apoyos gubernamentales– son entidades con diversas vulnerabilidades en su formación y vocación. No basta con la intuición para crear un negocio, es menester su formación profesional empresarial, que incluya capacidad organizacional, de gestión y de innovación. Este vaivén de valor, esta recurrente creación fallida, expresa las fragilidades del patrón de desarrollo económico en México y la existencia de un Estado tutelar interesado en su

clientela política antes que en la formación de una sólida y comprometida base empresarial.

Anunciar que se generan 200 mil empresas nuevas cada año produce un dulce encanto político en una sociedad ávida de mejor desarrollo económico. Pero cuando se reflexiona sobre la mortalidad de las recién creadas empresas o en la degradación de su tamaño, el dulce encanto se desvanece. De las nuevas empresas, 65% desaparece antes de dos años. Peor aún, 50% quiebra en el primero, 30% en el segundo. Al décimo año de su creación solo sobrevive 10%⁸ es decir se mueven a una tasa decreciente de 22.6% p/a. En otras palabras, esta mortalidad de empresas mexicanas solo permite que de cada 100 empresas nuevas, solo 10 logren tener posibilidades de consolidarse en el mercado formal al décimo año de operación.

De las 130 mil empresas que fallan en los dos primeros años, 66% fue ocasionado por falta de capacitación adecuada y oportuna, 34% restante no se especifican las causas. Indudablemente, dentro de 66% están implícitos factores relacionados con el desconocimiento del mercado, del tipo de producto requerido, de los competidores, con técnicas y calidad del producto, de habilidades para vender, de su inserción en la cadena productiva; es decir, factores de riesgo asociados con un bajo perfil innovador.

Lo relevante del tema, es que este vaivén de valor no va asociado a un proceso paralelo de fuerte competencia por diferencias innovadoras, sino más bien por la ausencia de las mismas, por malas prácticas empresariales⁹ y por carencia de recursos financieros. Es decir, no tenemos un proceso de destrucción creadora de empresas resultante de procesos o estrategias innovadoras altamente competitivas que desplacen a otras. La mortandad empresarial es preocupante, pues se presenta en los primeros años de vida, donde los programas gubernamentales aún no han logrado penetrar en la gestión empresarial y los recursos asignados no obtienen su posibilidad de retorno. La autoridad está derramando recursos sin lograr beneficios en cuanto a producción, creación de cadenas productivas, empleo de largo plazo, bienestar de la sociedad y mucho menos en la formación de un sector empresarial.

La gran mayoría de las empresas mexicanas carecen de apoyos destinados a su operación, aún más son escasas las que disponen de recursos para la innovación, proporcionados por el Estado o las instituciones crediticias,

⁸ Secretaría de Economía. "Documento informativo..." *op. cit.*

⁹ Desconocimiento del mercado por producto, competencia y demanda; carencia de tecnología de mercadeo y deficiencia en la organización empresarial.

dificultando su desenvolvimiento en las actividades económicas. En la práctica, dichas empresas no cuentan con tecnologías ni con los esquemas organizacionales que les permitan ser eficientes. Esas empresas cuando no disponen de recursos suficientes para su correcto funcionamiento, se ven obligadas a recurrir a prácticas operacionales que las tornan ineficientes o a mercados financieros informales con costos financieros excesivos o bien, en el mejor de los casos, a crédito de proveedores cuyos recursos son insuficientes y de corto plazo que imposibilitan al empresario a considerar proyectos de largo plazo, y mucho menos aquellos que implican mejoras o innovaciones tecnológicas.

Este patrón de mortalidad empresarial es muy similar al que ocurre en América Latina, donde entre 70 y 80% de las empresas cierra antes de cumplir un año de vida; de las que sobreviven, menos de 70% alcanzan los 5 años de vida.¹⁰

Podríamos plantear hipotéticamente que las empresas mexicanas no logran sobrevivir o migrar a estadios superiores (de micro a pequeña, y así sucesivamente) porque no logran resolver tres problemas básicos: la insuficiencia tecnológica y de innovación, el bajo nivel organizacional, y la carencia de financiamiento; los impactos del primer y segundo problema son significativos pues no solo expresan una fragilidad estructural de la empresa y de capacidad de afrontar el mercado, sino también quebrantan su capacidad de apalancamiento puesto que si fueran corregidos podrían ser dos valiosos activos intangibles para acceder al financiamiento.

En el caso de México, la insuficiente innovación en las empresas –y la sociedad como un todo– es la expresión de Gobiernos que no tienen la vocación de convertir a la educación en palanca del desarrollo, mucho menos de alentar la innovación tecnológica.

La educación es un factor importante para el desarrollo y aplicación de nuevas políticas que vinculen a la sociedad con la economía y el gobierno, pero sobre todo es un elemento necesario para el progreso social y económico. Si esta educación se entiende como la capacidad institucional para transmitir un conjunto de aptitudes y capacidades individuales y colectivas asociadas a la comprensión y desarrollo de habilidades y destrezas para organizar, interpretar y asimilar la información, transformando dicha información en nuevos conocimiento;¹¹ entonces la sociedad que ejerce la educación podrá potencializar sus elementos productivos para adentrarse a los mercados de una forma más eficiente y avanzar a nuevos estadios de desarrollo.

¹⁰ Empreser Sonora. “La mortalidad de las empresas en México”, en *El Periódico de México*, 14 de julio de 2007.

¹¹ Cohendet, Patrick & Steinmueller, W. Eduard, 2000, “The codification of knowledge: a conceptual and empirical exploration”, *Industrial and Corporate Change*, Oxford University Press, vol. 9(2), June, pp: 195-209.

En un corte representativo de la educación en México se muestran deficiencias para lograr que la sociedad se adentre a un mejor estadio de desenvolvimiento económico: para el año 2007, la absorción de población apta para estudiar la secundaria era de 95.4%, en nivel bachillerato de 85.4% y en profesional técnico de 10%.¹² De estos porcentajes de absorción, una gran cantidad de alumnos no logró terminar su ciclo y desertó (7.3, 14.7 y 22.6%, respectivamente por tipo de nivel educativo), lo cual pudo ser resultado de diversos factores, tales como la falta de recursos, la mala práctica educativa, o el mal asesoramiento y seguimiento de los estudiantes. De estos niveles es relevante el relativo a profesional técnico por su incidencia en la formación de cuadros organizacionales y productivos en las empresas y que revela la poca atención por parte de las autoridades educativas para formar empresarios profesionales.

En esta línea, las empresas Pequeñas y Medianas en México (Pymes) tienen ciertas características que las alejan de una entidad corporativa organizada y profesional, razón por la cual difícilmente podrían lograr innovaciones en sus procesos de gestión, administración u operación. Características que expresan las debilidades de la acumulación de capital en México y de la educación y formación de empresarios. 65% de las Pymes son de carácter familiar, gestionadas en más de 50% por personas que no alcanzaron un título de licenciatura; 54% de sus empleados tiene un nivel de escolaridad entre primaria y secundaria, mientras que sólo 26% ha logrado un bachillerato o equivalente técnico. Alrededor de 85% de ellas no instrumenta controles de calidad, mientras que 50% no aplica técnicas de mejora en calidad o productividad. Solo 24% dispone de una patente o licencia (en el sector de manufactura es de 39%). Finalmente, 35% de ellas aplica algún tipo de mecanismo para sondear las preferencias o satisfacción de sus clientes.

Un fruto acabado de la educación es la innovación, que posibilita proporcionar y crear nuevas y más sofisticadas técnicas y procedimientos para hacer mejor el quehacer económico. Por ello, la innovación debe de ser una capacidad inherente en las empresas para tornarlas en competitivas en los mercados local e internacional, pero sobre todo deber ser una práctica adquirida por la sociedad para alcanzar un bien común, como es el crecimiento y el bienestar social.¹³ En el caso de México, a la fecha el apoyo por parte de

¹² Con datos del Banco de Información Económica del INEGI.

¹³ En esta línea, muchos gobiernos han realizado acciones para impulsar los centros de investigación y desarrollo. Estos esfuerzos abarcan a países desarrollados y en desarrollo, dentro de estos últimos cabe citar a economías como China, Singapur, Taiwán, Corea del Sur, Chile, Brasil.

las instituciones privadas tiende a ser escaso, mientras que el proveniente de las instituciones públicas es insuficiente.

Como los procesos de innovación tecnológica, y en particular de investigación y desarrollo, involucran inversiones de largo plazo, no siempre las empresas se comprometen a su realización, especialmente cuando se compite en contextos económicos de alto riesgo en el país y el empresario está presto a obtener rendimientos inmediatos. Para que las empresas se involucren en la innovación es menester la certeza que deriva de los apoyos gubernamentales, pero en particular de los recursos financieros que provienen de la banca. En el caso de México, los financiamientos de todo tipo otorgados por la banca comercial a las empresas han mostrado una continua caída tras la crisis bancaria de 1994-1997, y en particular son irrisorios los destinados a la innovación. Como resultado de esta continua carestía de recursos bancarios, las empresas mexicanas han tenido que recurrir en gran medida a los créditos de proveedores (71% en 2007), es decir, operar cotidianamente su adquisición de mercancías a plazos que difícilmente rebasan los 90 días en promedio. ¿Cuándo un empresario se arriesgará a realizar inversiones de innovación con capital de corto plazo? Por su parte, la banca de desarrollo que podría ser el brazo operativo gubernamental para apuntalar dichas inversiones, ha mantenido participaciones mínimas en el apoyo a las empresas.

En este escenario ¿habrá empresarios osados que rompan la inercia del mimetismo? De acuerdo con INEGI en sus censos económicos, de un total de 19 266 empresas mexicanas manufactureras tan solo 1 705 empresas (9%) invierten en investigación y desarrollo tecnológico en el proceso productivo. De ellas, las que más invierten son las medianas y grandes, pues las micro y pequeñas es nula su participación. Similar comportamiento se presenta en las empresas de los sectores comercio y servicio. El número de empresas que cuentan con un departamento dedicado exclusivamente al diseño o creación de nuevos productos es nulo, lo mismo ocurre con el caso de la inversión en nuevos productos, materiales o componentes, el registro de patentes u obras de creación intelectual tiende a cero en todas las empresas ya sean micro, medianas o grandes.

Convertir a la innovación en práctica sustantiva de las empresas y de la sociedad es lograr que el Estado asuma una visión y estrategia diferente en sus apoyos a las empresas, que permita convertir a la educación en eje de la innovación tecnológica, que impulse la política económica hacia un nuevo pacto de desarrollo en el país, que convierta al sistema financiero en soporte de inversiones cuantiosas en la materia. En esta línea qué mejor respuesta

social a la innovación y al cambio, que mejor respuesta a la responsabilidad social, que aquella que proviene de sus centros universitarios, tanto en la producción de nuevas ideas y productos como en la formación de entidades empresariales. Estos centros pueden ser pivotes del cambio que ayuden a tomar la decisión del relevo, de la innovación, de “quemar las naves” y abandonar viejas estrategias, prácticas o formas de producir.

Bibliografía

Schumpeter, Joseph A., *Teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1967.

Small and Medium-sized Enterprises, OECD, junio de 2000, citado por Secretaría de Economía, Documento Informativo sobre las Pequeñas y Medianas Empresas en México, México, 2001.

INEGI, *Censos Económicos*, 2004.

Empreser Sonora, “La mortalidad de las empresas en México”, en *El Periódico de México*, 14 de julio de 2007.

Cohendet, Patrick & Steinmueller, W. Eduard, 2000, “The codification of knowledge: a conceptual and empirical exploration”, *Industrial and Corporate Change*, Oxford University Press, vol. 9(2), June, pp: 195-209.