

La mesoempresa como alternativa empresarial para el desarrollo económico local sostenible*

The meso-firm as an entrepreneurial choice for a local sustainable economic development

Álice Araujo Lobo*

Recibido: 07-05-07 / Aceptado: 14-09-07. Códigos JEL: O32, P42, R12

Resumen

En el presente ensayo se argumenta sobre una alternativa empresarial viable para aumentar la pertinencia universitaria e incrementar el desarrollo local a partir de los clusters formados por un nuevo tipo de empresa –la mesoempresa–, perfectamente distinta tanto de las denominadas PYMEs como de las grandes empresas, por ser esencialmente una organización innovadora, que agrega valor y que se inserta en el paradigma del desarrollo local. Dada su dependencia del conocimiento, la mesoempresa ha de permanecer en estrecha relación con la universidad o con centros generadores de innovación tecnológica. Por ello, esta iniciativa que emerge en otras latitudes pero que aún no se le identifica con ningún nombre en particular, estimula la aparición de redes y alianzas estratégicas, además propicia la diversificación de la producción, la exportación y la calidad de vida de los habitantes, de aquellos territorios que le sirven de hábitat.

Palabras clave: Mesoempresa, representaciones sociales, desarrollo económico local, innovación.

Abstract

The present essay argues about increasing both, the university pertinence, and the local economic development by creating a new type of firm called “meso-enterprise”. The meso-enterprise is characterized by being an independent and hierarchical organization; depending on knowledge an innovations, and with a high jointed-value production which can be interchangeably in national and international markets. To perform in this way, it is necessary that the meso-enterprise remains itself in a tie relationship with the knowledge creator’s institutions. Besides that, the meso-enterprise is able to form part of enterprising networks and clusters. In consequence, with this type of enterprise it is possible to diversify the production, and export it, as well as to improve quality life in those territories where these enterprises establish itself.

Key words: Meso-enterprise, social representations, local economic development, innovation.

* Universidad de Los Andes. Departamento de Ciencias Administrativas. e-mail: conny_ve@yahoo.com

1. Introducción

Producto de la internacionalización de la economía, las transacciones o intercambios comerciales son cada vez más complejos, variados y transculturales. Paralelamente a ello, las innovaciones, independientemente de su país de origen son rápidamente difundidas al resto del planeta. Por ello y de cara al futuro, las empresas modernas deben desarrollar el factor conocimiento, la innovación tecnológica, la gerencia flexible e imaginativa y establecer ventajas competitivas sostenibles basadas en estrategias que no vayan dirigidas a competir sólo en costos, sino que se fundamenten en propósitos más difíciles de copiar por la competencia y que sean sostenibles en el tiempo.

El insumo básico de las empresas exitosas de hoy se relaciona cada día más con los activos estratégicos, vale decir, con las habilidades y el conocimiento, así como con las rutinas organizativas, la experiencia y la cultura organizacional: en otras palabras, con el *know how*. Por esta razón, mantenerse al lado de las instituciones generadoras de conocimiento constituye una ventaja para las organizaciones innovadoras¹.

Hoy está planteado que las organizaciones se involucren en actividades ligadas a la investigación e innovación, o en su defecto, que estrechen sus relaciones con aquellas proveedoras de dicho insumo, con la finalidad de aumentar su capacidad para innovar y crear nuevos productos o nuevas formas de prestar un servicio. No en vano se afirma que “la capacidad para innovar, puesta al servicio del espíritu empresarial, es lo que mejor explica la riqueza de las naciones en los albores del siglo XXI” (Francés, 1999, p. 158).

En este ensayo se presenta una alternativa científicamente validada para mejorar el bienestar de los habitantes de las zonas geográficas donde, pese a funcionar instituciones de educación superior, se percibe un tímido desarrollo económico. Durante la investigación se recurrió básicamente al enfoque lógico racional, la abducción y el análisis documental, así como a las entrevistas y el registro de datos como recursos metodológicos, para generar un nuevo concepto de empresa comprometida con el desarrollo local, ya que durante la fase de exploración y definición de los objetivos de investigación, y al revisar la bibliografía

sobre las PYMEs (ver anexo A), se detectó que tras la figura de estas organizaciones, no existe una concepción de empresa propiamente dicho. Bajo la denominación de PYMEs se encuentran mayormente, unidades de negocio dedicadas a la compra y venta de productos terminados, y la calificación de pequeña o mediana empresa viene dada, en esencia, por el número de trabajadores que la organización emplea, o por el volumen de ventas o el monto de sus activos.

El presente ensayo, en parte, devela una investigación realizada en Mérida, a 14 personas, el 48% de la población muestral, entre representantes de organismos oficiales, académicos, y empresarios seleccionados, bien por intervenir en el establecimiento y diseño de políticas de desarrollo para el Estado, o por estar a cargo de asignaturas relacionadas con el tema del desarrollo, o ser emprendedores innovadores, exitosos, dueños de empresas registradas ante la Alcaldía Libertador del Estado Mérida, respectivamente, quienes tuvieron a bien asistir a un taller convocado para prestar su colaboración y compartir sus criterios sobre el futuro empresarial. Para ello se trabajó con la prospectiva estratégica de Michel Godet (1999) y el mapeo conceptual de William Trochim (1989), y se les solicitó estos “expertos” listar las principales características que permitirán describir a las empresas innovadoras comprometidas con el desarrollo local entre 15-20 años (futuro deseable). Esas características, a su vez, fueron enriquecidas con el análisis de la bibliografía especializada sobre las PYMEs, de donde se formularon algunos factores de éxito de las pequeñas empresas innovadoras que agregan valor.

Con el listado de variables, inicialmente de 37, se realizó un análisis estructural (Matriz de Impactos Cruzados o MIC) ya que el mismo permite jerarquizar las variables de acuerdo a su grado de dependencia, y comprender mejor el sistema de variables intervinientes. Sin embargo, al aplicar la matriz de impactos cruzados para hallar las variables clave del sistema, la distribución de éstas adoptó la forma propia de los sistemas inestables, concentración alrededor de la diagonal (ver gráfica 1), razón por la cual se acudió a la multiplicación matricial o método MIC-MAC aplicado a una clasificación, cuyo principio se basa en las propiedades clásicas de las matrices booleanas (Godet, 1999), que permite clasificar las variables en función de la influencia que ejercen o reciben, tomando

en cuenta toda la red de relaciones indirectas. La gráfica 1 muestra que además de la variable ubicada en el primer cuadrante (CE o clusters empresariales), había que tomar en cuenta las variables distribuidas alrededor de la diagonal, como variables altamente dependientes, características de los sistemas inestables reduciéndose las variables del sistema a 20 (ver definición de las variables en el cuadro 1) para, posteriormente,

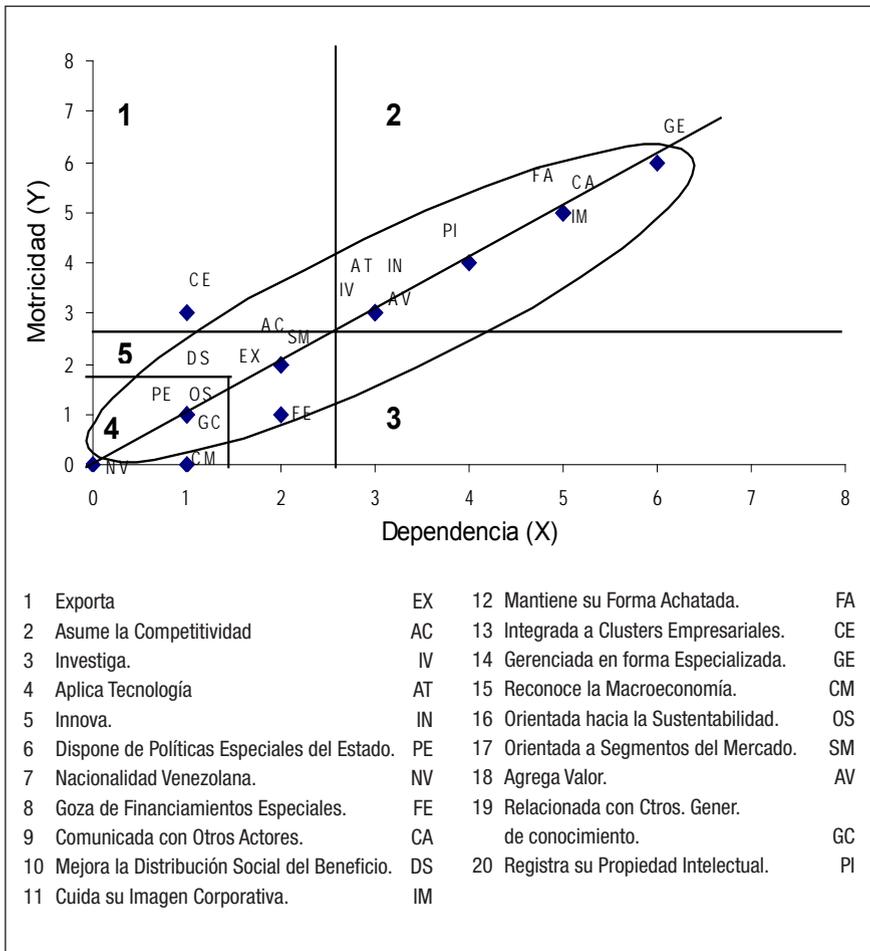


Figura 1. Plano de Motricidad y Dependencia

construir con ellas tres hipótesis explicativas acerca del escenario futuro de la mesoempresa:

Hipótesis 1: La consolidación y concentración en medios regionales, entre aproximadamente 15-20 años, de empresas especializadas e innovadoras, productoras de bienes de alto valor agregado (mesoempresas), propiciará la formación de clusters empresariales regionales. Hipótesis 2: La existencia de políticas públicas regionales orientadas a diversificar la producción así como a facilitar la inversión privada, y desarrollar los territorios según sus ventajas competitivas, facilitará dentro de 15-20 años la formación de clusters empresariales regionales. Hipótesis 3: La capacidad acumulada para competir, el posicionamiento en el mercado de sus bienes y servicios, el cumplimiento de estándares de calidad internacional y la aplicación de conocimiento, le permitirá a la mesoempresa, dentro de 15-20 años, iniciarse en actividades de exportación.

Las probabilidades simples y condicionadas de ocurrencia de cada hipótesis fue determinada de acuerdo al juicio de esos expertos y a los métodos prospectivos, así como al método SMIC PROB-EXPERT (LIPSOR, 2001), resultando como escenario futuro (escenario más deseado y más probable) el que se plantea en el presente ensayo. Es decir, que de acuerdo a los expertos, “en aproximadamente 15-20 años, la consolidación y concentración de mesoempresas en torno a clusters regionales, apoyados por la existencia de políticas públicas estimuladoras tanto de la diversificación de la economía, como la inversión privada y el desarrollo de esos territorios según sus ventajas competitivas, involucrará a la mesoempresa en actividades de exportación” (Araujo, 2006). Desde esta perspectiva, entonces, se evidencia, una vez más, que con la actual concepción de las comúnmente denominadas PYMEs, pese a que éstas representan el 98% de las empresas venezolanas (García, 2001, p. 1), no es suficiente para avanzar hacia un desarrollo local. Pues bajo el término PYMEs se agrupan fundamentalmente “unidades de negocio” o unidades comerciales con no más de 150 trabajadores de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas (INE), sin importar la naturaleza de sus procesos, ni su contribución a la economía.

En este marco el concepto de mesoempresa, entonces, viene a cubrir aquella necesidad que se percibía al referirnos a una empresa de

Cuadro 1. Definición de las variables del sistema teórico sobre la mesoempresa.

Código variable	Características de la mesoempresa
AV	1. Agrega Valor: conocimiento que incorpora la mesoempresa a su proceso gerencial y/o de transformación de un insumo o recurso, desde su ingreso hasta convertirlo en un bien o servicio intercambiable
AT	2. Aplicar Tecnología: aplicación de procedimientos, métodos, principios, software, y cualquier otro tipo de conocimientos, que hace la mesoempresa para llevar a cabo sus procesos e investigaciones.
AC	3. Asume la competitividad: capacidad y disposición de la mesoempresa para competir en mercados exigentes y cambiantes, sean nacionales o internacionales
CA	4. Comunicado con otros actores: comunicación permanente que mantiene la mesoempresa con otros actores del sistema económico: Gobierno y la Universidad
CM	5. Reconocimiento de la macroeconomía: consideración que hace la mesoempresa de la importancia para su dinámica, de las principales variables macroeconómica: Control de precios, variaciones en la demanda y la oferta, niveles de importación, índice inflacionario, control de divisas, regulaciones presupuestaria, estabilidad cambiaria, y demás variables macroeconómicas.
DS	6. Mejora la distribución social del beneficio: Potencial de la mesoempresa para retribuir mas y mejores salarios, a un numero mayor de trabajadores, lo cual redundo en mejor distribución del beneficio.
EX	7. Exporta: talento de la mesoempresa para colocar su producción en mercado extranjeros satisfaciendo los estándares de calidad internacional
FE	8. Acceso a financiamientos especiales: privilegios del que goza la mesoempresa para acceder para financiamientos especiales por parte de instituciones financieras públicas y/o privadas.
FA	9. Forma achatada: Jerarquía Organizacional de la mesoempresa caracterizado por pocos niveles, lo cual se refleja en un organigrama mas achatado que en las tradicionales formas piramidal
GE	10. Gerencia especializada: asignación de responsabilidades que hace la mesoempresa basada en la meritocracia y profesionalización del personal
IM	11. Imagen corporativa. Conjunto de rasgo y cultura organizacional con lo cual la mesoempresa desea se le reconozca en adelante
IN	12. Innovación: potencial de la mesoempresa para: a) realizar mejoras moderadas o incrementales a los productos, servicios o procesos ya existente; b) crear una nueva combinación de productos o servicios; o C) crear nuevos productos, nuevos servicios o nuevas técnicas
CE	13. Integrada a clusters Empresariales: competencia de la mesoempresa para incorporarse a las cadenas productivas de los clusters empresariales
IV	14. Investiga: conjunto sistemático de actividades intelectuales que lleva a cabo la mesoempresa de manera directa, o por intermedio de otra(s) organización(es), con el propósito de descubrir o aumentar el conocimiento de su interés
NV.	15. Nacionalidad Venezolana: interés de la mesoempresa para conservar su domicilio principal y patentes en Venezuela sin que ellos le prive la posibilidad de crear sucursales o alianzas estratégica en el extranjero
SM	16. Orientación al segmento del mercado: talento de la mesoempresa para tender la demanda de nichos o segmentos específicos del mercado
OS	17. Orientar hacia la sustentabilidad: aptitud de la mesoempresa en pro de una cultura de conservación y preservación del entorno ecológico.
PE	18. Políticas Especiales del Estado: Privilegio del que goza la mesoempresa por medio de políticas especialmente diseñadas por el estado, para facilitarle su crecimiento y desarrollo
PI	19. Registra su propiedad intelectual: registro legal y oportuno que hace la mesoempresa de sus invenciones.
GC	20. Relacionada con centro generadores de conocimiento: disposición de la mesoempresa para mantener su relación con centros especializados en investigación y desarrollo a objeto de transferir desde estos conocimientos, realizar investigaciones, o formar a su personal

pequeñas dimensiones, innovadora, que manufactura algún producto o lleva a cabo un proceso de transformación de materia prima, y cuya calificación no depende del número de trabajadores que está dispuesta a contratar. Este concepto remite a una nueva concepción de empresa, estrechamente comprometida con el desarrollo local e intensiva en conocimiento. En adelante, se denominará mesoempresa a aquella empresa que, sin llegar a ser una organización de grandes dimensiones, reúne los atributos que se exponen a continuación.

2. La concepción de mesoempresa

El concepto de mesoempresa parte de reconocer que las capacidades, habilidades distintivas, y el conocimiento, son los factores que le permiten a las organizaciones empresariales mantener una sólida ventaja competitiva y sostenible, y que para ello resulta esencial lo siguiente:

- a) Reconocer al emprendedor y al empresario como generadores de riqueza (Sorman, citado por Francés, 1999).
- b) Reconocer que las empresas de pequeñas dimensiones² pueden llegar a convertirse en organizaciones protagonistas del desarrollo del país, cambiando la actual concepción de las PYMEs por la concepción de mesoempresa.

Mesoempresa es el nombre dado a toda forma de organización económica, jurídicamente independiente, innovadora, intensiva en conocimiento y tecnología, con una producción de alto valor agregado, y creada con el propósito de: i) Cubrir demandas insatisfechas a través de nuevos productos o servicios, o nuevas formas de prestar servicios, así como de integrarse a cadenas de producción, encargándose de actividades relacionadas con la transformación de materias primas, o a la fabricación de productos intermedios; ii) establecer ventajas competitivas derivadas del conocimiento y la tecnología, es decir, del *know how* para colocar sus productos en mercados nacionales e internacionales; iii) generar empleo y contribuir con el bienestar de los habitantes de su territorio; en síntesis, contribuir con el desarrollo económico local sustentable.

Desde esta perspectiva, la mesoempresa se define como aquella unidad organizacional propiedad de una persona o unos pocos socios, innovadora, comprometida con su responsabilidad social como agente del sistema económico, cuya función principal consiste en agregar valor a los procesos que lleva a cabo, con la finalidad de producir bienes o servicios diferenciables y con calidad internacional, capaces de ser colocados en mercados nacionales e internacionales³.

El prefijo “meso” se escogió para diferenciarla tanto de las denominadas comúnmente PYMEs, como de la gran empresa, siendo válido enfatizar que la mesoempresa no se asocia a un número determinado de trabajadores, sino a una nueva concepción empresarial contemporánea y emergente, construida sobre nuevos valores, principios y capacidades, e imbricada al desarrollo económico local. Ésta no se plantea absorber un número determinado de trabajadores como en el caso de las PYMEs para conservar su clasificación; la mesoempresa debe su nombre al rol socio-económico que asume en su territorio y a la contribución que hace al desarrollo local, como a la demanda de conocimiento para sus recursos humanos. Esta nueva concepción de empresa, fundamentada sobre una cultura organizacional como consecuencia de guiarse por nuevos valores y principios organizacionales reflejados en nuevas prácticas y procesos, se sustenta en tres premisas básicas, a saber:

Primero: Concibe la empresa como el ente dinamizador del sistema económico cuyo principal objetivo es contribuir con el desarrollo local, vale decir, adopta el concepto schumpeteriano de empresa y la función del empresario como los principales dinamizadores de los ciclos económicos y del progreso.

Segundo: Supone que el desarrollo local sostenible, además de crecimiento económico, persigue mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, distribuir más equitativamente los ingresos, así como mejorar el uso y aprovechamiento de los recursos naturales para una valoración económica superior del capital natural -ambiente-.

Tercero: Subordina el desarrollo y sobrevivencia empresarial al factor conocimiento ya que de éste depende su capacidad innovadora, para lo cual habrá que diseñar estrategias formales de relación entre empresa y universidad.

La concepción de mesoempresa esencialmente se fundamenta sobre una nueva representación socio-económica de las empresas y la adopción del paradigma del desarrollo local sostenible, lo cual implica, por una parte, que el sector empresarial adquiera tanto el conocimiento como las competencias necesarias, para incrementar su capacidad de innovación y competitividad en el ámbito nacional e internacional. Por otra parte implica que la ciudadanía esté mejor informada y formada para exigirle a los entes gubernamentales de cada territorio, llevar a feliz término todos aquellos proyectos dirigidos a mejorar las condiciones de vida, salud, educación, vialidad, transporte, servicios, entre otros asuntos; así como que las instituciones publicas se adecuen a los tiempos por venir y sirvan de instrumento a la sociedad en su afán por encontrar la mayor satisfacción del hombre. En esta concepción se integran: crecimiento económico, formación y desarrollo. Por ello, se plantea como una opción viable para propiciar el desarrollo de territorios deprimidos económicamente.

La mesoempresa está dispuesta a incursionar en nuevos mercados, acudir al *outsourcing*, celebrar alianzas con otras empresas y a aprovechar la sinergia. Para ella es prioritario contar con recurso humano especializado, trazar estrategias de desarrollo a largo plazo, y trabajar localmente en planes a mediano y largo plazo. En síntesis, la mesoempresa ha de asumirse como una forma de organización innovadora, dependiente del conocimiento y económicamente productiva, características que la distinguen de las unidades de comercio denominadas PYMEs y de las “grandes empresas” u organizaciones fabricantes de productos industriales a gran escala e intensivas en capital de trabajo.

Esta nueva concepción empresarial no sólo constituye una alternativa en el ámbito económico, sino también en lo social cuyos resultados podrán apreciarse a largo plazo, porque la formación de esos nuevos valores sobre los cuales se ha de fundamentar esta representación, así como la internalización y concreción de mesoempresas, requieren de tiempo. Ahora bien, para desarrollar y consolidar esta concepción de mesoempresa, es necesario crear, en primer lugar, lo que Ulrich (1997) denomina “actitud mental compartida” entre empresa, gobierno, y universidad, lo cual pasa por compartir los referentes teóricos acerca de

cambiar un paradigma empresarial, los principios del desarrollo local sustentable, y la relación universidad-mesoempresa, cuyo análisis consume buena parte de este trabajo.

3. Cambio de paradigma empresarial

Cada quien tiene su percepción de lo que son las organizaciones y basados en sus marcos de referencia se comporta de una forma u otra; es decir, cada quien tiene su propia representación acerca de las organizaciones. Por ello, cuando se quiere cambiar la conducta de éstas, su imagen, o idiosincrasia, es indispensable cambiar la representación que se tiene de las mismas, no sus procedimientos, ni sus normas, ni su estructura.

“La representación es un *corpus* organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social” (Mora, 2002). De allí que toda representación: a) Es socialmente elaborada y compartida. b) Tiene un fin práctico de organización del mundo. c) Participa en el establecimiento de una visión de la realidad común por un grupo social o cultural determinado (Jodelet, citado por Calonge, 2000). En otras palabras, las representaciones son como imágenes creadas por el individuo, con las cuales él asocia cada idea, o hecho, a objeto de comprenderlo mejor y saber qué conducta asumir frente al mismo, a fin de ser reconocido por la sociedad o evitar ser excluido. Sin embargo, las representaciones sociales son algo más que imágenes, son distintas de las actitudes, estereotipos, percepciones, opiniones, e ideologías (Banchs, 1991). Las representaciones sociales constituyen las visiones que el individuo se forma de las cosas que lo rodean y lo inducen a actuar de una manera determinada. Éstas pueden cambiar, son dinámicas y responsables del comportamiento humano.

La idea que cada individuo tiene de las organizaciones, y de las empresas en particular, no siempre es la misma, ésta depende de sus experiencias, conocimientos y actitudes. Por consiguiente, es allí donde debe iniciarse el cambio, en los valores, principios, creencias y percepciones, cuando de cambiar una representación se trata.

Al analizar el proceso de formación de las representaciones sociales se identifica una determinante central, relacionada con la cultura global de la sociedad a la que pertenecen tanto los grupos como los actores sociales, representados en la figura 2 por círculos sombreados e integrados. También se identifica en esa figura una determinante social lateral, conformada por el grupo dentro de la sociedad, al cual pertenecen los actores sociales. A estas dos determinantes identificadas por Moscovici, Banchs (1991) le suma otra determinante, también social, representada en este caso por el individuo. Esto significa que en el proceso de elaboración de las representaciones sociales intervienen elementos de tres tipos de fuentes: la cultura global, la cultura grupal y la cultura individual. Como se sabe, todo individuo pertenece a un grupo el cual, a su vez, pertenece a una sociedad, por tanto sus juicios y opiniones de cierta manera, no develan sus creencias originales, sino que sus opiniones son el resultado de lo que piensa a él individualmente, modificado por lo que piensa tanto el grupo al cual él pertenece como por las creen-

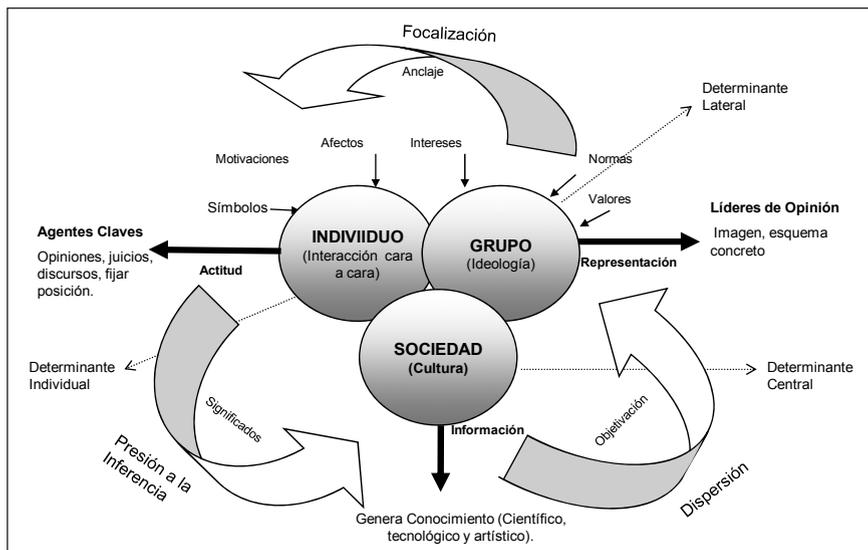


Figura 2. Proceso de formación de las representaciones sociales

Fuente: Basado en Banchs (1991)

cias de la sociedad más próxima él. En este marco, los intereses, deseos y motivaciones del individuo, frecuentemente se ven afectados por la influencia de las normas y valores que impone la sociedad, así mismo, el individuo es presionado a inferir a partir del conocimiento que la sociedad genera y difunde. Por otra parte, el individuo como se expresa en la gráfica referida anteriormente, puede emitir su opinión, o fijar posición con relación a un tema, pero toda representación, es decir todo sentido común o esquema concreto, es en esencia social, es propia de los colectivos. Por analogía, las organizaciones expresan la representación que de ellas tienen sus miembros, reflejan las creencias, valores y principios sociales de quienes las conforman, así como el conocimiento existente en su medio más inmediato.

En virtud de que las organizaciones son creación del hombre, cuando él cambia su representación acerca de las empresas, hace que las mismas cambien, ya que las organizaciones son, esencialmente, estructuras de realidades sociales que descansan en la mente de sus miembros, concretadas en reglas, relaciones y estructuras (Morgan, 1996: 118), ellas son el reflejo cultural de una sociedad.

Cada aspecto de las organizaciones (estilo gerencial, liderazgo, estructura y forma de disponer los equipos dentro de las oficinas) tiene un significado para aquellos trabajadores que comparten ciertas creencias y valores. Mientras más creencias y valores compartan sus miembros, más homogénea es la organización, mejor su interrelación, más fácil su coordinación y más fluida su comunicación.

Así como los marcos de referencia de las organizaciones han de ampliarse, cada vez, con nueva información para estar más a tono con lo experimentado fuera de ellas, las organizaciones deben renovarse, adoptar el nuevo lenguaje, compartir nuevos significados, y ajustar su actuación a los nuevos guiones y marcos de referencia. Esto equivale a decir que las organizaciones deben modificar su forma de pensar —sus representaciones sobre sí mismas. Cuanto mayor sea la correspondencia entre la concepción de las empresas y las creencias de la sociedad, mayor será la probabilidad del éxito organizacional.

En efecto, para conocer la actual representación que tiene el colectivo acerca de las pequeñas empresas, se realizó una encuesta a una

muestra seleccionada aleatoriamente de 30 representantes de PYMEs inscritas ante la Alcaldía Libertador del estado Mérida. La encuesta develó de algún modo que existe egoísmo, desconfianza hacia los trabajadores y poca credibilidad de que puedan competir en mejores condiciones (Cuadro 2). Asimismo, ésta permitió conocer que las pequeñas y medianas empresas están fuertemente influenciadas por los principios conservadores de la administración científica y por ciertas creencias de esa época como la autoridad, unidad de mando, jerarquía, separación entre los trabajadores pensantes y los operarios, no reconocimiento del lado humano de las organizaciones, condiciones que generan un clima poco propicio para la identificación de trabajador con la empresa, la colaboración, la cooperación, y el sentido colectivo, principios básicos de la mesoempresa.

Cuadro 2. Concepción de los pequeños empresarios acerca de su empresa

Concepción de la Dimensión:	Opinión del Empresario:
1. Naturaleza de su empresa	El 50% concibe a su empresa como una unidad productora de bienes y/o servicios terminados; un 20% como una unidad comercial, y sólo un 17% como unidad que incorpora conocimiento a un proceso.
2. Estructuración de la empresa	El 40% concibe a su empresa como una agrupación de cargos a desempeñar, y un 16,7% como una estructura jerárquica de poder y autoridad.
3. Sostenibilidad de la empresa	El 73% (22 de 30 empresarios) declaró que su empresa depende básicamente de su intuición para hacer negocios.
4. El personal de la empresa	El 50% piensa que su personal son simples operarios que desempeñan un cargo específico. Un 16,7% que es un recurso desarrollable en el que se debe invertir. Sólo un 33% considera necesario contratar personal con cierta destreza o especialización, y el 50% dijo poder funcionar con personal de una mediana calificación, (aunque no indispensable).
5. Razón para haberse convertido en empresario	El 53% considera que la razón de ser empresario se debía a deseos de ser independiente, tener poder, alcanzar mayores ingresos, aprovechar una oportunidad, etc.
6. Relación de la empresa con el entorno: calidad de vida, globalización, generación de riqueza	El 40% considera que su empresa no contribuye a mejorar la calidad de vida. El 60% cree no verse influenciado por la globalización. Y el 86,7% considera que su empresa no genera riqueza para el país.

Fuente: Elaboración propia.

Obviamente, con creencias como las reveladas por esos pequeños empresarios merideños se dificulta cualquier cambio de cultura organizacional, antes será necesario cambiar muchos valores y principios por otros, más afines con la concepción de mesoempresa. La cultura organizacional de la mesoempresa se fundamenta en valores tales como: participación, competitividad, iniciativa, cooperación, conciencia grupal, pensamiento sistémico, visión a largo plazo, responsabilidad social, equidad, confianza, honestidad, creatividad, flexibilidad, sentido de pertenencia, entusiasmo por el trabajo, comunicación abierta, identidad con la empresa, cortesía y humildad, adaptación y asimilación, voluntad para mejorar, relación entre bienestar del individuo, la empresa y la nación, gratitud, solidaridad con la empresa. Esto genera un ambiente armónico, caracterizado por el compañerismo, donde los miembros de la organización se sienten parte de un equipo, sienten que pertenecen a un colectivo con intereses comunes, y donde la confianza tanto en el conocimiento como en los individuos, sumada a la responsabilidad, permite comprometerse en proyectos de envergadura con un menor número de trabajadores, así como planificar a mediano y largo plazo y adaptar sus procesos con relativa facilidad a los cambios del entorno.

Del análisis anterior se deduce que la primera tarea a realizar para cambiar un paradigma empresarial es identificar lo que valoran quienes forman parte de la organización y, luego, es necesario explicar por qué algunos valores requieren ser sustituidos por otros más efectivos, más consistentes con la época y el entorno. En otras palabras, todo cambio de paradigma empresarial implica cambiar las representaciones del colectivo acerca de lo que son las organizaciones y del rol de las mismas en la sociedad. A este respecto la dirección por valores, también conocida por la siglas DpV, sostiene que el futuro empresarial se configura articulando valores, metáforas, símbolos y conceptos que orienten la creación de valor de los empleados.

En la medida que los valores organizacionales se conjuguen con los proyectos sociales, humanos y productivos, en esa medida la organización tiene más oportunidades de contar con la participación y colaboración de su gente. Por ello, toda cultura organizacional debe difundir y socializar los valores de los cuales depende su éxito, y así la persona

que se integra por primera vez a una organización sabrá de inmediato cuáles son las reglas de juego y cuáles expectativas tienen los demás con relación a ella (Siliceo, Casares y González, 1999).

Al interpretar a Etkin (1993), se tiene que los valores estimulan la conducta organizacional, se basan en lo moral, se complementan con lo cultural y reflejan lo ético (figura 3).

En dicha figura se representa en la parte más interna o núcleo la moral la cual comprende normas de conducta cotidianas que obedecen al “debo hacer”; además es de carácter intuitivo y emocional. Más hacia afuera del núcleo, se encuentran los valores absolutos, éstos son imperativos, guiados también por la intuición, regulan circunstancias o contingencias, obedecen al “deber ser” y se relacionan con lo espiritual o moral. En esta categoría de valores se ubican la justicia, la libertad, la verdad. Ahora bien, ubicados un poco más hacia afuera de los valores absolutos, aparecen los valores culturales, entendiéndose por tales las preferencias, deseos e intereses de los colectivos; se relacionan con la sensibilidad de los actores y obedecen a lo que se “quiere hacer”. Allí se ubican la com-

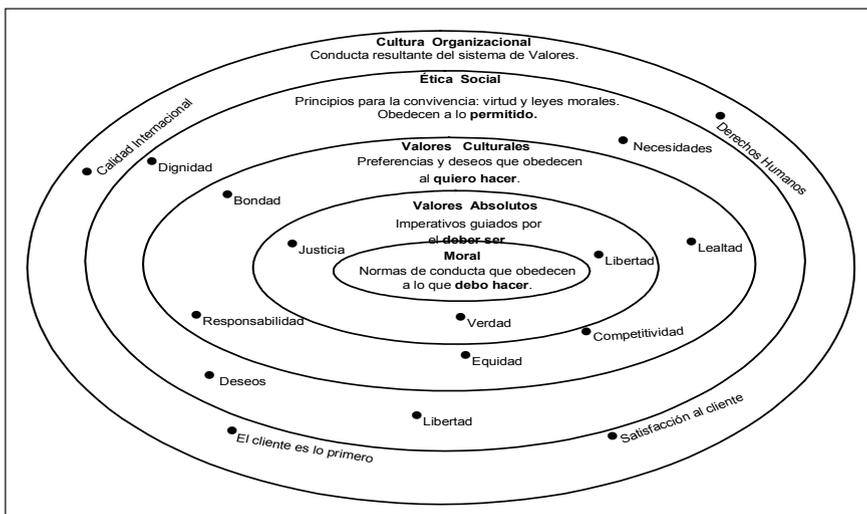


Figura 3. Sistema axiológico de las representaciones sociales

Fuente: Elaboración propia

petitividad, la bondad, la responsabilidad y la equidad. Luego, un poco más hacia afuera, se halla la ética social, ésta se refiere al establecimiento de principios y preceptos que trascienden a lo particular, requieren de un orden prioritario, y se crean para vivir en armonía. Allí se encuentran los deberes de virtud y leyes morales. Todos estos valores y principios antes referidos, forman un tejido axiológico que sirve de sustento al último nivel, donde se encuentra la cultura organizacional (Figura 3), expresión del sistema valorativo de sus miembros y modelada de acuerdo a las normas y reglas establecidas.

En consecuencia, la cultura organizacional constituye el sistema por medio del cual las organizaciones expresan sus significados y valores a través de sus relaciones con sus miembros y con el entorno. Las prácticas organizacionales son el lado visible de la cultura y los valores encargados de dirigir la cultura, estos se infieren a partir de la actuación de las personas. Por ello, si lo que se requiere es cambiar la cultura de una organización, se habrá de comenzar por cambiar aquellos valores y principios que han perdido vigencia e implantar unos nuevos más a tono con la sociedad que se desea construir.

4. El paradigma del desarrollo local sustentable y la conformación de clusters a partir de mesoempresas

La sola concepción de este nuevo tipo de organización empresarial sería insuficiente para pretender el desarrollo local, es necesario analizar adicionalmente el entorno en el cual habrá de insertarse la mesoempresa, así como el tipo de relaciones que deberá establecer con el resto de los actores económicos y con las otras empresas.

Desde el paradigma del desarrollo local que se comparte en este ensayo, cada territorio debe diseñar su plan de desarrollo en base a la visión que tenga de la zona y de los recursos, tanto humanos como de otra naturaleza, estén éstos disponibles o sean potenciales. Se trata de estimular el desarrollo de cada territorio por separado, tomando en cuenta su actual grado de crecimiento, potencialidades y recursos, respetando sus condiciones sociales, políticas, culturales, ecológicas, económicas y

educativas. Se busca que cada territorio explote sus ventajas competitivas, independientemente de sus ventajas comparativas.

El paradigma de desarrollo local pretende diversificar las actividades productivas, mejorar la productividad y competitividad, enriquecer la cualificación de los recursos humanos y del mercado de trabajo, promover nuevos emprendimientos empresariales, incrementar la demanda de conocimiento y tecnología, así como mejorar el aprovechamiento de los recursos naturales, para cada territorio. Esto requiere, a su vez, de una cultura local basada en la concertación entre los principales agentes locales (empresarios, gobierno y universidad), sobre el proyecto de territorio a construir. Igualmente, necesita de la participación de dichos agentes, en el establecimiento de políticas sobre desarrollo, capacidad creativa, iniciativa y organización empresarial, así como una administración moderna de las instituciones públicas, mayor movilidad social, además de la conservación y preservación de los recursos naturales del territorio.

El desarrollo local se construye pensando en el hombre y para el hombre, sin menoscabar, por supuesto, la estabilidad macroeconómica. Por ello al gobierno le corresponde acompañar las políticas macroeconómicas de políticas locales dirigidas a desarrollar cada territorio, buscar un equilibrio entre zonas desarrolladas y regiones deprimidas, controlar la inflación y especulación, garantizar cierta estabilidad cambiaria y de precios, invertir en proyectos productivos así como en desarrollo social, estimular la inversión tanto privada como extranjera, disminuir el riesgo país, ampliar la política fiscal e invertir los recursos recaudados en infraestructura, educación y asistencia médica, con la finalidad de hacer atractiva la inversión en el país.

En ese mismo orden de ideas, para desarrollar el país se requiere estimular la creación de empresas, como las descritas en este ensayo, ya que las mesoempresas, por ser intensivas tanto en conocimiento como en tecnología y agregar valor a sus insumos, producen bienes o servicios comercializables nacional e internacionalmente, lo cual le da la oportunidad al país de mejorar su productividad, enfrentar la competencia internacional, ampliar su capacidad exportadora y racionalizar las importaciones. Además, sólo las empresas altamente innovadoras y com-

petitivas pueden dar lugar a la conformación de los llamados clusters empresariales o clusters industriales, reconocidos en la actualidad como la fuerza conductora de la actividad económica y agentes del crecimiento económico local.

Estas formas de integración de empresas especializadas y concentradas geográficamente también estimulan y demandan investigación y desarrollo por parte de las instituciones de educación superior, propician la reducción de costes de transacción entre empresas y favorecen la difusión del conocimiento, generándose así economías externas no comerciales (Vázquez, 1999, p. 107). Tales economías de escala y reducción de los costes de transacción le dan a estas agrupaciones de empresas, tipo mesoempresas, la capacidad de competir en mercados internacionales de igual forma que las grandes empresas y les provee otros beneficios, entre los cuales vale la pena resaltar los siguientes:

- Comparten el mismo mercado de trabajo, servicios públicos y sociales, así como el sistema de transporte y comunicaciones (Vázquez, 1999).
- Multiplican las oportunidades para el aprendizaje, la transferencia de conocimiento, el intercambio de información y mejoran las comunicaciones entre ellas.
- Aprovechan el conocimiento técnico y las innovaciones venidas de otras empresas.
- Incrementan la oferta de los recursos humanos capacitados.

Entonces, se deduce que la articulación entre las dimensiones económicas, sociales y culturales de un territorio son básicas para la conformación de los clusters empresariales. Las condiciones socio-territoriales son las que permiten el funcionamiento de los sistemas productivos locales (Vázquez, 1999), y para ello es esencial que la percepción por parte de los agentes focales sobre el desarrollo, la empresa, y la sociedad que todos quieren, sea compartida y fundamentada sobre un mismo sistema valorativo; vale decir, sobre una representación social concensuada.

Existen otros factores influyentes en la conformación de los clusters empresariales que merecen mencionarse aunque de forma rápida

porque no son parte del objetivo principal de este ensayo. Se trata del sistema relacional jerárquico representado por la interacción empresarial, las alianzas estratégicas, las redes empresariales⁴, y el entorno innovador. Los clusters no obedecen a una estructura estática; ésta se va formando en la medida que se celebran acuerdos formales e informales entre las empresas para, de manera sinérgica, conseguir un propósito determinado. La estructura de ese sistema relacional es flexible y dinámica, crece en cuanto a su alcance y número de contactos en la medida que su interdependencia sea mayor, seguidamente se analiza el porqué.

Las alianzas estratégicas son el resultado de la voluntad expresa de las empresas que deciden unirse formalmente para compartir tecnología, conocimiento, productos, mercados, y/o destrezas, con el objeto de incrementar su capacidad competitiva en nuevos mercados e integrarse a redes empresariales. Por ejemplo, al dividir el trabajo de acuerdo a las áreas funcionales de comercialización, ventas, producción u otras, cada mesoempresa puede especializarse en cualquiera de esas áreas y así integrarse a una cadena de producción, una red empresarial, o un cluster empresarial y aprender de las otras empresas aquello que aún no domina.

Gracias a estos nuevos acuerdos o sociedades entre empresas, surge un sistema relacional o redes que facilita el aprendizaje, la difusión de las innovaciones entre clusters y el desarrollo endógeno. En economías abiertas y expuestas a la competencia internacional, las alianzas estratégicas permiten hacerle frente a la competitividad, aumentar el valor agregado de los productos o servicios, y prestar colaboración o solicitarla al resto de las empresas aliadas.

Por los motivos antes referidos, las mesoempresas son las organizaciones que por sus características están llamadas a conformar clusters, obtener las economías provenientes de la proximidad entre ellas y celebrar alianzas estratégicas con empresas similares de cualquier parte del globo. Éstas representan una alternativa para que el país salte la brecha tecnológica que lo separa del desarrollo.

5. Entorno innovador

Michael Porter, en su afán de investigar por qué unas naciones permiten a sus empresas crear y, sobre todo, mantener una ventaja competitiva en determinados campos, descubrió que: a) Las diferencias en estructuras económicas, valores, culturas, instituciones e historias contribuyen grandemente al éxito competitivo. b) Las empresas de más éxito suelen concentrarse en determinadas ciudades o provincias (o estados) pertenecientes a una nación, y c) La política gubernamental a nivel estatal, provincial y/o local desempeña un papel de gran importancia a la hora de conformar la ventaja nacional (Porter, 1991).

Porter llegó a la conclusión que las empresas, para alcanzar el éxito, han de decidirse a competir basando sus estrategias en el mejoramiento continuo y la innovación, en la comprensión de su entorno nacional y en la forma de mejorarlo. De allí que cada país deba establecer sus propias estrategias para alcanzar el éxito a partir de la identificación de aquellos sectores en los cuales tenga, o pueda llegar a desarrollar, fuertes competencias distintivas, lo cual va a depender mayormente de la vocación o disposición de sus empresarios y, obviamente, del entorno.

Esto significa que, aparte de la inversión en investigación y desarrollo, existen otras condicionantes sociales e institucionales, que contribuyen a generar un entorno innovador, tales como la disposición empresarial para cooperar, educación de la fuerza laboral, grado de modernización en infraestructura, espíritu creador, estímulos para la innovación, políticas gubernamentales locales afines, conciencia conservacionista del ambiente, pensamiento a largo plazo, apoyo y asesoría al sector productivo, articulación entre universidad y sector productivo, desarrollo de investigaciones por parte de empresas, entre otras.

Estos factores, de carácter esencialmente social e institucional,⁵ reflejan rasgos culturales que suelen estar más presentes en unas comunidades que en otras, los cuales se pueden desarrollar en el mediano y largo plazo, con la ayuda de un cambio en las representaciones sociales relacionadas con el rol de las empresas. Para ello hay que combinar los esfuerzos dirigidos a mejorar la posición económica del país, con esfuerzos que apunten a crear nuevas bases sociales, sobre las que se

pueda construir una nueva cultura hacia el trabajo fundamentada, sobre todo, en la confianza, de manera tal que no se trabaje en dirección de conseguir sólo crecimiento económico, sino también bienestar social, es decir desarrollo.

El entorno que se genera al construirse esa nueva plataforma valorativa, de la cual se habló con anterioridad en el punto 2, y sobre la cual se puedan asentar mesoempresas o desarrollar clusters, también permite tejer redes empresariales para hacer más atractivo el entorno. Una red no es más que “el sistema de relaciones y/o contratos que vinculan a las empresas/actores entre sí, cuyo contenido puede referirse a bienes materiales, información o tecnología” (Vázquez, 1999, p. 98). Castells (2001: 210), al respecto, considera que la red es el elemento esencial del que estarán hechas las nuevas organizaciones”. Mirés (2000, pp. 64-65) por su parte, sostiene que “las redes son relaciones que toman la (imaginaria) forma de redes, que son los actores, al relacionarse, quienes las van configurando”, mientras tanto, Reich (1993, pp. 101-104) sostiene, que el poder, hoy, no está en manos de la autoridad formal, sino “en la capacidad para agregar valor a las redes empresariales”. Hoy se puede afirmar que la red es la extensión y concreción del mercado (Vázquez, 1999, pp. 104-105). Las redes representan para las organizaciones empresariales la nueva forma de organizarse de manera sinérgica, así como de lograr un alto grado de cooperación y confianza, para enfrentarse a la competencia con productos o servicios que por sí solas no pudieran hacerlo.

Cervilla, Viana y Malavé (2001) sostienen que la capacidad tecnológica de una empresa es función de la calidad de sus recursos humanos, la cantidad y complejidad de sus tecnologías, así como de los “vínculos” con los otros participantes de la cadena productiva. Sin embargo, la existencia de empresas innovadoras “aisladas” no garantiza su contribución en la transformación del sector productivo, ni en el crecimiento de la economía. Es necesario fortalecer los vínculos y las interacciones entre empresas, a través de redes.

Para las empresas que aún no se han incorporado a alguna cadena de producción,⁶ las redes constituyen una valiosísima oportunidad para integrarse a la actividad productiva y realizar algunas de las actividades que se encuentran en manos de empresas extranjeras. Pero, previamente,

se necesita cambiar la concepción sobre las empresas, su representación, manejar tecnología y, sobre todo, asumir las empresas como organizaciones inteligentes que están dispuestas a aprender, porque a través de la teleinformática y la misma red, pueden recibir el conocimiento que les hace falta.

La conformación de un entorno innovador también puede ser fuertemente estimulada a través de acuerdos formales celebrados entre este tipo de empresa y la universidad u otros centros de innovación tecnológica. La cercanía a los centros generadores de conocimientos, así como una cultura proclive a las exportaciones y la competitividad, genera confianza y atrae a las empresas. Está demostrado que los territorios dotados de una adecuada, suficiente y moderna infraestructura, no tardan en convertirse en una concentración de empresas especializadas, para cuyo caso se recomienda diseñar estrategias específicas tendientes a celebrar acuerdos formales entre la universidad y las mesoempresas, a objeto de contribuir a aumentar tanto la pertinencia universitaria, como el bienestar de los ciudadanos.

Dependiendo de la situación particular de cada territorio, se dispone de dos grupos de estrategias para relacionar la universidad con las mesoempresas, las cuales por razones de espacio sólo se mencionan en este ensayo, las mismas son:

1. Estrategias de formación y desarrollo de recursos humanos: Talleres para la industria, cursos de educación continua, cooperación educativa, empleos vacacionales, programas profesionales de actualización, educación a distancia, CDs interactivos e Internet.
2. Transferencia de conocimiento y tecnología: Oficinas de relación con la industria, empresas con base en conocimiento universitario (University Spin-off Companies), parques tecnológicos, institutos integrados con base universitaria y empresas asociadas⁷.

En síntesis, la fuerza de una nación para promover cambios tecnológicos lógicamente depende, además, de la capacidad para generar conocimiento, de la capacidad para transferir tecnología y divulgar las innovaciones, capacidades que están fuertemente condicionadas por la presencia tanto

de factores culturales, creencias y concepciones que tienen los ciudadanos, como por la existencia de políticas gubernamentales dirigidas a apoyar la actividad empresarial. Brasil y Corea del Sur son dos ejemplos de países que han logrado altas tasas de crecimiento económico y desarrollo con inversiones relativamente bajas en investigación y desarrollo (Freeman, 1993). Sin embargo, en el caso de las industrias italianas, es indudable que las actividades técnicas distintas a las de investigación y desarrollo han jugado un papel decisivo.

Para finalizar, se pueden tomar las lecciones de estos países para el caso de Venezuela e iniciar el cambio de las actuales representaciones sociales que se tiene de las pequeñas empresas, las cuales se comentaron en el punto 2, sustituyendo antes algunos valores por otros más a tono con la nueva sociedad del conocimiento y afines a los requeridos para la construcción de las mesoempresas caracterizadas en el punto 1 de este ensayo.

6. Conclusiones

Se trata pues, de estimular la creación de mesoempresas con la concepción debatida en este ensayo, para coadyuvar con ello al crecimiento económico, de tal manera que éste funja como detonante para mejorar tanto el capital humano, como los valores compartidos, la cultura, las capacidades para actuar sinérgicamente, así como para generar redes y concentraciones hacia el interior de la sociedad (Kliksberg, 1997). Las empresas, como dicen Siliceo, Casares y González (1999, pp. 61-62), deben integrar su cultura organizacional con la visión global de la realidad humana, mantener en línea sus metas con el proyecto social de país, fijar sus políticas y estrategias sobre la base de una gestión exitosa y un futuro humano materialmente sustentable y socialmente solidario. Ello equivale a decir que las organizaciones son pilares fundamentales para construir un país, por tanto si se trata de incrementar la calidad de vida de una sociedad, y de crecer económicamente, es obvio que los gobiernos deben diseñar políticas macroeconómicas en donde el sector productivo tenga un rol protagónico.

Ahora bien, en ese sector productivo se ubican tanto las empresas manufactureras como las unidades de negocio sin hacer grandes distinciones entre unas y otras. En este ensayo se ha expuesto un sistema teórico cuyo motor dinamizador del desarrollo es la mesoempresa que se integra a clusters para aprovechar las sinergias, las economías de cercanía, así como para compartir conocimiento y cooperar, entre otras bondades. El término mesoempresa, entonces excluye aquellas unidades de comercio dedicadas a la compra y venta de productos terminados o semi-manufacturados. En su lugar, la mesoempresa representa a la organización innovadora, intensiva en conocimiento, competitiva, dispuesta a exportar, y en estrecha relación con los centros generadores de conocimiento, por ello está más capacitada para crear más fuentes de empleo calificado, contribuir a diversificar la producción, y fabricar productos mercadeables internacionalmente.

Esta nueva concepción empresarial obviamente implica cambios en muchas dimensiones: cambiar valores y principios sobre los cuales se pueda construir esta nueva imagen empresarial como la descrita en este ensayo, cambiar las medidas que en materia económica se han tomado para desarrollar el país, cambiar la relación entre los principales actores económicos: universidad, sector productivo y gobierno, para trabajar coordinadamente en pro del desarrollo y alcanzar una mayor pertinencia de esas organizaciones.

No obstante, “nada cambia sin transformación personal” decía Deming (Senge, 1992, p. 13), por ello, cuando en los ambientes organizacionales se plantea la necesidad de un cambio profundo y sostenido, está implícito el trabajar con y para el individuo. El cambio que subyace en el fondo de esta nueva concepción empresarial impone privilegiar el conocimiento como el factor de producción y procurar un desarrollo económico sostenible: desarrollar estrategias territoriales sobre nuevas actividades económicas con un alto componente tecnológico e innovador, que contribuyan a diversificar la producción para crear empleo, riqueza y bienestar para la población. De allí que los procesos, normas y prácticas organizacionales de la mesoempresa se corresponden con los valores y principios sobre los cuales se ha de construir la sociedad del futuro.

La propuesta que se ha formulado en este ensayo, de cierta manera, refleja el sentir de algunos empresarios, académicos y representantes de organismos oficiales, que fueron contactados para determinar el escenario futurible del sector productivo del estado Mérida a partir de la concreción de esta nueva concepción de mesoempresa. Para estos actores el escenario futurible viene dado porque, para el horizonte 2020-2025, los clusters empresariales se convertirán en la forma de organización predominante en la región, como resultado de la concreción y concentración geográfica de mesoempresas y la existencia de políticas públicas, que además de impulsar su formación, estimularán tanto la diversificación de la economía, como la inversión privada y el desarrollo económico local, de tal manera, que este nuevo tipo de empresa se verá involucrada a partir de ese horizonte en actividades de exportación (Araujo, 2006).

Para finalizar, en aras de iniciar el recorrido establecido, se necesitará diseñar estrategias tanto a corto como a mediano y largo plazo para crear confianza, sentimientos de colectividad, capacidad para innovar y un espíritu emprendedor, en quienes se están formando en las instituciones de educación superior, así como en los empresarios y funcionarios públicos comprometidos con el desarrollo del país. Se puede comenzar por celebrar relaciones entre universidad, sector productivo, y gobierno para apoyar la creación de mesoempresas por las razones argumentadas en el presente ensayo y difundir en medios académicos la propuesta como tal.

7. Notas

- * Algunos puntos contenidos en este ensayo, fueron difundidos durante una charla dictada en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de Universidad de Los Andes, con motivo de crearse la Línea de Investigación “*Relación Universidad-Sector Productivo*”, adscrita al CIDE, y forman parte de la tesis doctoral “*Mesoempresa, Universidad y Desarrollo Local Sostenible*” aprobada con mención publicación, en la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, en julio de 2006.

- 1 Todas estas consideraciones constituyen parte importante de las premisas que se plantean en la tesis doctoral intitulada “Mesoempresa, Universidad y Desarrollo Local Sostenible”, aprobada en el 2006 en la Universidad del Zulia, Maracaibo, como requisito final para optar al título de Doctora en Ciencias Humanas, en la cual se plantea un nuevo tipo de empresa, imbricada al desarrollo económico local sostenible y en estrecha relación con los centros generadores de conocimiento –la mesoempresa-.
- 2 Sobre esta base del “deber ser” y la planeación prospectiva, se desarrolla el presente ensayo ya que el mismo plantea una alternativa viable en el mediano o largo plazo para el desarrollar territorios deprimidos económica y socialmente.
- 3 Este concepto de mesoempresa fue, en parte, construido con aportes de los propios actores económicos a través del mapeo conceptual de William Trochim, asimismo fue validado por expertos para quienes, utilizando métodos prospectivos, la concepción de mesoempresa estimulará la formación de clusters empresariales en el país, en aproximadamente 10-15 años.
- 4 Mires hace la distinción entre alianza y red, en el sentido que “toda red implica una o más alianzas, pero no toda alianza implica la formación de redes” (2000, p. 68).
- 5 Aquí se adopta el concepto de North (1993) acerca de las instituciones; es decir, se entiende por institucional, las reglas y normas creadas por el hombre para regularizar la interacción humana.
- 6 En Venezuela la mayor parte de las pequeñas empresas está incorporadas a las cadenas de distribución de productos de consumo masivo, en lugar de incorporarse a cadenas de empresas que participan en alguna de las fases del proceso productivo, o a aquellas donde se agrega valor.
- 7 Para mayores detalles acerca de estos tipos de estrategias, ver Espinoza (1999, pp. 59-76)

8. Referencias

Araujo Lobo, Alice (2006). *Mesoempresa, Universidad y Desarrollo Local Sostenible*. (Tesis Doctoral, Mención Publicación). Maracaibo, Venezuela,

- Universidad del Zulia; División de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación; Doctorado en Ciencias Humanas, julio. 249 pp.
- Banchs, María A. (1991) "Representaciones Sociales: Pertinencia de su Estudio y Posibilidades de Aplicación", en *Boletín de AVEPSO*, (Venezuela), XIV, 3: pp. 3-16
- Becerra S. Ligia M. (2000). "La planificación estratégica aplicada a la pequeña y mediana Industria: cuatro casos de estudio en el Estado Trujillo". (Tesis de Maestría). Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 261 pp.
- Carland, Jim y JoAnn Carland. (1990). *Small business management. Tools for success*. Boston, U.S.A.: PWS-Kent Publishing Company, 696 pp.
- Calonge, Sary (2000) "La representación de lo pedagógico en el discurso mediático" en Representaciones sociales y educación. (Venezuela). CEPFHE, Cuaderno de Postgrado, pp. 13-32
- Castells, Manuel (2001). "La ciudad de la nueva economía". *Papeles de Población*. (México). 7, 27 (enero-marzo): pp. 207-221.
- Centro Regional de Ayuda Técnica para el Desarrollo Internacional. (AID). (1971). *Factores de éxito y fracaso en la pequeña empresa*. Buenos Aires, Argentina: Editorial CODEX, 41 pp.
- Cervilla, María A., Horacio Viana y José Malavé (2001). "Efectos de la apertura sobre la industria venezolana". *Revista IESA*. (Caracas, Venezuela). VI, 3. (Enero-Marzo): pp. 21-26.
- Clifford, Donal K, Jr. y Richard E. Cavanagh. (1989). *Estrategias de éxito para la pequeña y mediana empresa*. (Trad. Thema Equipo Editorial). Barcelona, España: Ediciones Folio, 404 p. (The winning performance, 1989).
- Cohn, Theodore y Roy A. Lindberg. (1974). *Survival & growth*. New York, U.S.A: Amacon, 228 pp.
- Concha Vergara, Mario H. (2001). *Microempresas y Microempresarios. Una visión total*. Caracas, Venezuela: Vadell Hermanos Editores, 209 pp.
- Espinoza R. Rafael. (1999). *Naturaleza y Alcance de la Relación Universidad Sector Productivo*. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- Etkin, Jorge R. (1993). *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada*. México: McGraw-Hill-Interamericana. España, S.A., 328 pp.

- Francés; Antonio. (1999). *Venezuela Posible Siglo XXI*. Caracas, Venezuela: IESA. 308 pp.
- Freeman, Christopher (1993). *La Experiencia de Japón. El Reto de la Innovación*. (1ª ed., Sergio Barrio. Trad.). Caracas, Venezuela: Galac. 200 p. (Technology Policy and Economic Performance, 1987).
- García Otero, Pedro (2001). “Comercio Acapara Actividad Productiva”. *El Universal*. 2 p. 1. junio 10, Caracas-Venezuela.
- Gibb, Allan. (1999). “Creating an entrepreneurial culture in support of SMEs”. *Small Enterprise Development*. 10. 4. Londres, Inglaterra. (Diciembre), pp. 27-38.
- Godet, Michel (1999). *De la anticipación a la Acción. Manual de Prospectiva y Estrategia*. (Emilia Pagés i Visan y Jaime Gavaldá Posiello, Trad.) Santafé de Bogotá, Colombia: ALFOMEGA, pp. 289-299.
- Hernández, Lissette, J. Romero de Cuba, R. Portillo M., y R. Hernández. (2001). “Alternativas de financiamiento a corto plazo de la pequeña y mediana industria (PYMI). Caso sector confección en el Estado Zulia-Venezuela”. *Investigación Económica*. México, D.F.: Facultad de Economía de la Universidad Autónoma, pp. 99-160
- Hernández, Lissette, J. Romero de Cuba, A. Acosta y R. Hernández. (2002). “La pequeña y mediana industria y el mercado laboral en la región Zulia-na”. *Ciencias de Gobierno*. Maracaibo, Zulia. 8. Diciembre, pp. 97-111.
- Jerez B. Jessica A. (1998). “*La asociación como una estrategia para que las pequeñas y medianas empresas del Estado Trujillo alcancen una mayor productividad y competencia: un estudio exploratorio situacional*”. (Tesis de Maestría). Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 133 p.
- Katz, Jerome A y Robert H. Brockhaus. (Editores). (1993). *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 1, Connecticut, U.S.A: Jai Press Inc., 236 pp.
- Kliksberg, Bernardo (1997) “Repensando el Estado para el desarrollo social; más allá de dogmas y convencionalismos.” *Tecnología Administrativa*. Medellín, Colombia, XI, 25, (Septiembre-Diciembre), pp. 97-155.
- Laboratory for Investigation in Prospective Strategic and Organization (LIP-SOR) (2001). Disponible: http://www.3ie.org/lipsor/download/telechargement_uk.php?code=kfxxhXE8VNNeh4aFaKAM&email [Consulta: 12-07-2005].

- Levicki, Cyril. (Editor). (1984). *Small business: Theory and policy*. Sydney, Australia: The Grehan Press, 152 pp.
- Márquez R. Albio E. (1999). *Evaluación y planificación financiera en una empresa pequeña: herramientas para la toma de decisiones*. (Tesis de Maestría). Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 214 pp.
- Mires, Fernando (2000). Teoría Política del Nuevo Capitalismo o el discurso de la globalización. Venezuela: *Nueva Sociedad*, 127 pp.
- Mora, Martín. (2002) “*La Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici*”. Athenea Digital. 2. Otoño, 2002. 25 pp. Disponible en: <http://blues.uab.es/atenea/num2/mora.pdf>
- Morales, Mariher, J. Romero de Cuba y N. Andrade (2002). “Competitividad de la industria de la confección del municipio Maracaibo – Estado Zulia”. *Revista de Ciencias Sociales* (RCS). Maracaibo, Venezuela, VIII, 3, (Septiembre – Diciembre), pp. 464-485.
- Morillo M. Marisela M. (2000). *Impacto financiero de los créditos otorgados por FONFIMER en la pequeña y mediana industria del Estado Mérida*. (Tesis de Maestría). Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 248 pp.
- North, Douglass C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. (20 reimp., Agustín Bárcena. Trad.) México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, pp. 13-22.
- Morgan, Gareth (1996). *Imágenes de la Organización* (Trad. Ra-Ma Editorial) México: Alfaomega. 408 pp. (Images Of Organization, s/f).
- Peña, Alirio M. (1998). “*Impacto de la reforma tributaria en las finanzas de pequeñas y medianas empresas*”. Tesis de Maestría no Publicada. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 196 pp.
- Peña G. Aura E. (1998). “*Validez de la aplicación de la contabilidad financiera como herramienta gerencial en la pequeña y mediana empresa en del área metropolitana de Mérida: un estudio situacional*”. Tesis de Maestría. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 340 pp.
- Philip A. Neck (Dir.) (1997). *Desarrollo de las pequeñas empresas. Políticas y programas*. México, D.F.: Limusa Editores, 254 pp.

- Porter, Michael E. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. (Rafael Aparicio Martín, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Vergara, 1025 pp. (The Competitive Advantage of Nations).
- Reich, Robert B. (1993). *El trabajo de las Naciones Hacia el capitalismo del siglo XXI*. (Federico Villegas, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Vergara, 314 pp. (The Work of Nations, 1991).
- Resnik, Paul. (1992). *Como dirigir una Empresa. Decálogo de la supervivencia y el éxito*. Madrid, España: McGraw-Hill-Interamericana, 204 pp.
- Rico F. Marco A. (2002). “Normas de ajuste por inflación en las pequeñas y medianas empresas del municipio Libertador del Estado Mérida para el período 1996-2000: diagnóstico y propuesta metodológica para su aplicación”. Tesis de Maestría). Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 260 pp.
- Rosales Linares, Ramón. (1996). *Estrategias gerenciales para la Pequeña y Mediana Empresa*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA, 131 pp.
- Sanchis Palacio, Juan Ramón y Domingo Ribeiro Soriano. (1999). *Creación y Dirección de PYMES*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, 273 pp.
- Senge, Peter M. (1992) *La Quinta Disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. (Trad. Carlos Gardine) Argentina: Granica, 492 pp. (The Fifth discipline, 1990)
- Siliceo, Alfonso A., D. Casares A y J. L. González M. (1999). *Liderazgo, valores y cultura organizacional. Hacia una organización competitiva* (Gabriel Zadanaisky, Trad.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, 220 pp.
- Scott, Michael; Allan Gibb, John Lewis y T. Faulkner (Editors). (1986). *Small firms growth and development*. Hampshire, England: Gower Publishing Company Limited, 235 pp.
- Timmons, Jeffrey A. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. (Fifth ed.). Boston, U.S.A: Irwing/McGraw-Hill, 612 pp.
- Trochim, William (1989). An introduction to concept mapping for planning and evaluation. In W. Trochim (Ed.) A Special Issue of *Evaluation and Program Planning*. [Revista en Línea] Disponible: <http://www.conceptsystems.com/papers/PublishedArticles.cfm> [Consulta: 2003, 03, 04].

- Ulrich, Dave (1997). *Recursos Humanos Champions. Cómo pueden los Recursos Humanos cobrar valor y producir resultados*. Buenos Aires, Argentina: Granica, 439 pp.
- Vázquez Barquero, Antonio. (1999). *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid, España: Pirámide, 268 pp.
- Veciana, José María. (Coordinador). (1994). *SMEs: Internationalization, network and strategy*. Londre, Inglaterra: Athenaeum Press, 636 pp.
- Webb, Terry, Thelma Quince y David Watkins. (1982). *Small Business research. The development of entrepreneurs*. Hampshire, Inglaterra: Gower Publishing Company Limited, 218 pp.
- White, M., H., J. Braczyk, A. Gobadian y J. Niebuhr. (1988). *Small firms innovations. Why regions differ*. Londres - Inglaterra: Policy Studies Institute, 131 pp.
- Zerda Sarmiento, Álvaro y Nicolás Rincón Gille. (1998). *La pequeña y mediana industria en la encrucijada*. Santafé de Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia/Facultad de Ciencias Económica, 226 pp.

9. Anexo a.

Estado del arte de la bibliografía sobre las pequeñas y medianas empresas (pymes)

En este espacio se han incluido algunos de los trabajos relacionados con las PYMEs consultados con el propósito de conocer el concepto y la filosofía de sus autores sobre estas empresas. Los mismos se agruparon en cinco categorías como se muestra a continuación:

I. Entre los trabajos relativos a los factores de éxito y fracaso en las pequeñas empresas destacan los siguientes:

1. *Small business management. Tools for success*, de Jim Carland y JoAnn Carland, para quienes dos elementos son indispensables si se ha de lograr éxito en las pequeñas empresas: las herramientas gerenciales y las de la planeación. De allí que el objetivo fundamental del libro sea cómo desarrollar éstas. Además, ellos sostienen que la pequeña empresa se caracteriza por ser independiente en cuanto a su propie-

- dad y forma de operar, así como por ser una empresa no dominante en su mercado y competir en un solo tipo de negocio o industria.
2. Factores de éxito y fracaso en la pequeña empresa, del *Centro Regional de Ayuda Técnica para el Desarrollo Internacional*. (AID). Esta obra consta de varios trabajos de autores norteamericanos independientes, quienes tratan “de informar, advertir y orientar al empresario independiente”, sobre diversos elementos a tomar en cuenta para el éxito y para evitar el fracaso en su negocio o empresa.
 3. *Estrategias de éxito para la pequeña y mediana empresa*. Escrito por Donal K. Jr Clifford y Richard E. Cavanagh, este libro ofrece una serie de recomendaciones para que las empresas pueden obtener buenos resultados en relación a su crecimiento y beneficio, vale decir, para reforzar su posición competitiva en el mercado. El libro es el resultado de estudios hechos en Norteamérica a empresas medianas, que según los mismos autores, ya casi pasando a ser clasificadas como grandes empresas. Allí se destaca el papel de las estrategias empresariales y el liderazgo para el éxito de este tipo de empresa.
 4. *Cómo dirigir una Empresa. Decálogo de la supervivencia y el éxito*, escrito por Paul Resnik, este libro está orientado al establecimiento de un conjunto de requisitos básicos para lograr éxito en el mundo de la pequeña empresa, pero no se encuentra allí una concepción acabada sobre estas empresas. Se destacan principios y habilidades que ha de manejar el director de esas empresas, así como los factores que más inciden en el éxito empresarial.
- II. Bajo el título aspectos teóricos acerca de la Pequeña Empresa, se agruparon textos y artículos publicados en revistas especializadas, tales como:
5. De Concha Vergara, Mario H. *Microempresas y Microempresarios. Una visión total*; en donde su autor plantea crear microempresas con empresarios capacitados por el Estado para combatir el desempleo. En esta obra se realiza un recuento de cómo algunos países latinoamericanos han recurrido a la creación de microempresas para solventar un poco el problema de la pobreza. Se clasifican, además,

- en ocho tipos las microempresas en Venezuela y se adopta la definición de Ernesto Parra Escobar sobre microempresa, enfatizando que ésta tienen características de manufactura, no tiene especialización de la mano de obra, su medio de producción es mayormente la herramienta y no la máquina, y hace uso de tecnología media o baja.
6. Allan Gibb, en su artículo “*Creating an entrepreneurial culture in support of SMEs*” resalta lo fundamental que resulta el clima cultural” (cultural climate) para apoyar el desarrollo de la pequeña empresa. Es decir, analiza el entorno y la cultura como condicionantes para la acción empresarial.
 7. Editado por Cyril Levicki, el libro *Small business: Theory and* apunta a comparar tanto la concentración como el crecimiento empresarial en Gran Bretaña y otros países, especialmente Estados Unidos, con la finalidad de demostrar el altísimo crecimiento del sector de las pequeñas empresas, y de cómo éste puede ser estimulado desde el gobierno.
 8. Por su parte, Jeffrey A. Timmons en *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*, se refiere a un cuerpo de conocimientos, conceptos y herramientas para que los empresarios puedan obtener ventajas y ser proactivos en sus negocios.
 9. Coordinado por José María Veciana, el libro *SMEs: Internationalization, network and strategy*, trata sobre los trabajos presentados en The Sixth European Workshop sobre Recent Research on Entrepreneurship, en la Universidad Autónoma de Barcelona-España, en donde se aborda el tema de la internacionalización de las PYMEs, las dificultades y fortalezas de éstas y su inserción en el mercado europeo.
 10. M., H. White, A. Gobadian Braczyk, en su libro *Small firms innovations. Why regions differ*, presentan el proceso de innovación en las pequeñas empresas así como el rol y la importancia que éstas han tenido en ciertas regiones y su impacto en el empleo.

III. De la misma manera, se agruparon en la categoría Gerencia de las PYMEs los textos que a continuación se enumeran:

11. *Estrategias gerenciales para la Pequeña y Mediana Empresa*, de Ramón Rosales Linares, quien trata la gerencia de la PYME y las caracteriza en función de su estrategia para desarrollarse. Allí se proponen diversos criterios para dividir las PYMEs, basados en sus características y estrategias de desarrollo. Además se estudia la evolución de los distintos modelos o “filosofías” gerenciales.
12. *Small Business research. The development of entrepreneurs*, coordinado por Terry Webb, Thelma Quince y David Watkins. Este libro lo conforman doce papeles de trabajo presentados ante una Conferencia de Investigación en el Ashridge Management College (Hertfordshire, England) en octubre de 1979. Allí se trata fundamentalmente la forma cómo deben formarse a los futuros emprendedores de pequeñas empresas, a fin de proveerlos de la asistencia efectiva para el desarrollo de sus empresas.
13. *Creación y Dirección de PYMES*, escrito por Palacio Sanchis, Juan Ramón y Domingo Ribeiro Soriano, pretende ser una guía sencilla para los que desean constituir una empresa. Establece los conceptos fundamentales en el proceso de su construcción: empresa; empresario y entorno. Estudia el concepto integral de empresa identificando cuatro clases de fenómenos empresariales: fenómenos técnico-económicos, financieros, político-sociales y jurídico-contractuales, para agregar, que por su complejidad y, por ser uno de los agentes más importantes del desarrollo de todo sistema económico, es necesario concebir a las PYMEs como un sistema. Sin embargo, no establece una concepción de empresa como la que se aborda en esta tesis.

IV. Con el nombre Crecimiento y Desarrollo de las Pequeñas Empresas, se clasificaron interesantes textos entre los que vale la pena mencionar los siguientes:

14. De Theodore Cohn y Roy A. Lindberg, existe el libro *Survival & growth*, donde se trata la sobrevivencia de las pequeñas firmas y su desarrollo, es decir, los desafíos que tienen que enfrentar estas

empresas. Sus autores también diferencian las grandes empresas de las pequeñas, básicamente por sus ventas, para ellos las pequeñas empresas son aquellas cuyas ventas oscilan entre USA \$ 1 millón y USA \$ 25 millones, mientras las grandes empresas son aquellas cuyo volumen de ventas supera en al menos 10 veces a las pequeñas.

15. Jerome A. Katz, y Robert H. Brockhaus, editan *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*. Los estudios que se incluyen en ese libro, están relacionados con características demográficas, como sexo, religión, raza, edad, etc., y cómo ello influye de manera importante en la empresarialidad de un país, especialmente en la creación de pequeñas empresas.
16. Neck Philip A., dirige *Desarrollo de las pequeñas empresas. Políticas y programas*, un libro colectivo en el que se dibuja un panorama sobre la importancia socioeconómica que tiene el sector de la pequeña empresa. Trata temas como políticas, tipos de estructuras, implicaciones de la programación, pasando por un enfoque conceptual. Estudia iniciativas de desarrollo de las pequeñas empresas en un grupo de países con diferentes formas de organización social.
17. Michael Scott, Allan Gibb, John Lewis y T. Faulkner editan *Small firms growth and development*. En dicho libro se analiza el desarrollo de las nuevas firmas y de las ya existentes, identificando como las primeras necesidades de este tipo de empresas la educación y el entrenamiento. También se encuentran allí un conjunto de propuestas para investigaciones y discusiones futuras.

V. Finalmente, bajo la categoría de Casos Particulares, se agruparon algunos textos, artículos científicos y Tesis de Maestría, relacionados con temas muy específicos en torno a la dinámica de las PYMEs y cuyo contenido se deduce a partir de su títulos, tales como:

18. *La pequeña y mediana industria en la encrucijada*, de Sarmiento Alvaro Zerda y Nicolás Rincón Gille quienes estudia el rol de la Pequeña y Mediana Industria en el desarrollo de la economía de Colombia, entre 1974-1991. Para estos autores la pequeña y mediana industria es igual a pequeña empresa. El trabajo tiene

un indudable valor, pues incursiona a un nivel teórico y empírico sobre las pequeñas empresas, abordando el ámbito conceptual en una amplia discusión que comporta la reconstrucción histórica de las PMI.

19. “Competitividad de la industria de la confección del municipio Maracaibo – Estado Zulia” de Mariher Morales, J. Romero de Cuba y N. Andrade.
20. “Alternativas de financiamiento a corto plazo de la pequeña y mediana industria (PYMI). Caso sector confección en el Estado Zulia – Venezuela”, de Lisette Hernández, J. Romero de Cuba, R. Portillo M., y R. Hernández.
21. “La pequeña y mediana industria y el mercado laboral en la región Zuliana”, cuyos autores son Hernández, Lisette, J. Romero de Cuba, A. Acosta y R. Hernández.
22. Además se consultaron las siguientes Tesis de Maestría: “Evaluación y planificación financiera en una empresa pequeña: herramientas para la toma de decisiones”, presentada por Albio E. Márquez R. “La planificación estratégica aplicada a la pequeña y mediana Industria: cuatro casos de estudio en el Estado Trujillo”, de Ligia M. Becerra S. “La asociación como una estrategia para que las pequeñas y medianas empresas del Estado Trujillo alcancen una mayor productividad y competencia: un estudio exploratorio situacional”, de Jessica A. Jerez B.

Así mismo, “Impacto financiero de los créditos otorgados por FONFIMER en la pequeña y mediana industria del Estado Mérida”, de Marisela M. Morillo M. “Validez de la aplicación de la contabilidad financiera como herramienta gerencial en la pequeña y mediana empresa en el área metropolitana de Mérida: un estudio situacional”, de Aura E. Peña G. “Impacto de la reforma tributaria en las finanzas de pequeñas y medianas empresas” cuyo autor es Alirio M. Peña. Y “Normas de ajuste por inflación en las pequeñas y medianas empresas del municipio Libertador del Estado Mérida para el período 1996-2000: diagnóstico y propuesta metodológica para su aplicación”, de Marco A. Rico F.