

COLABORADOR INVITADO

¿Es viable una política empresarial regional-sectorial?

Por ENRIQUE DUSSEL PETERS

Desde ya hace algunas semanas se nos ha anticipado que próximamente se dará a conocer el Programa Sectorial de la Secretaría de Economía. Las expectativas son enormes, no sólo por el pésimo momento que vive actualmente la economía, sino que particularmente debido a las expectativas que creó el propio Ejecutivo desde diciembre del 2000.

Recordemos que se planteó hacer énfasis en el fomento a las empresas de menor tamaño, con recursos frescos y personal especializado, así como con una batería de instrumentos para apoyar el desarrollo de las empresas instaladas en México. Desde entonces, e incluso anteriormente en los Equipos de Transición, se señaló que la política pública no reemplazará los esfuerzos empresariales, pero que sí pudiera ser un catalizador significativo para incentivar estas actividades. Bajo el lema de "crecimiento con calidad" se propuso cambiar cualitativamente la estructura comercial y los flujos de inversión extranjera con el objeto de lograr una mayor integración del aparato productivo. Se entreveía que las políticas macroeconómicas no han sido suficientes, en el mejor de los casos, para "aterrizar" y beneficiar a la mayoría de las empresas.

¿Cómo proceder **operativamente** al respecto? Seguramente existen una serie de opciones y extremos. Una, la de continuar con propuestas y visiones desde el centro (y aparentemente nacionales): el centro propone sectores y prioridades; el resto del país **dispone** a que, con suerte, se vea beneficiado por los sectores a ser fomentados. Si una región específica no es incluida, habrá que esperar al siguiente sexenio, con base en la experiencia histórica.

Otro es el planteamiento de una reciente publicación de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), titulada "Claroscuros. Integración exitosa de las pequeñas y medianas empresas en México". Contraria a la postura y experiencia anterior se propone, entre otras cosas, una política empresarial de fomento a agrupamientos de empresas de menor tamaño a nivel regional-sectorial y con base en promotores empresariales *in situ*. Desde esta perspectiva, **el orden de los factores sí altera el producto**: los sectores a apoyarse deben partir de una visión y definición regional, y **no de una imposición sectorial-nacional**. Lo anterior no sólo se debe a las enormes diferencias entre sectores a nivel regional -muy poco en común tiene la industria de la confección en Baja California con la de Oaxaca, por ejemplo-, pero también porque son las propias regiones las que mejor conocen su especialización y debilidades. Adicionalmente, el planteamiento de ambas instituciones sugiere el apoyo a **agrupamientos** de empresas de menor tamaño a nivel regional-sectorial, asumiendo que las políticas públicas no pueden tratar directamente con alrededor de tres millones de empresas y que las mismas requieren de hacer un esfuerzo inicial propio de organización para solicitar el **apoyo colectivo** del sector público. Por último, se insta al sector público a implementar medidas específicas a nivel regional-sectorial con recursos y personal especializado: una empresa metalmeccánica en Ciudad Juárez, por ejemplo, requiere de instrumentos y personal "a la medida", los cuales muy difícilmente podrán otorgar un funcionario "todólogo".

Las implicaciones de la propuesta de Canacintra/CEPAL son relativamente sencillas, aunque requieren de una enorme madurez política por parte del Gobierno federal: la transferencia de recursos y personal a las regiones, por el momento a las entidades federativas y a los municipios, para que éstas decidan las actividades y agrupamientos de empresas a ser fomentadas. Este planteamiento tiene sus riesgos -incluyendo la falta de experiencia y opciones de corrupción- aunque permite, al menos en el mediano plazo, el **real acercamiento con las empresas**. De otra forma, el "ombligo del mundo empresarial" (sic) continuará estando entre Insurgentes Sur y la Condesa.

Al respecto, a mediados de octubre la Cadena Productiva de la Industria Electrónica (CADELEC), la Secretaría de Promoción Económica del Gobierno de Jalisco (SEPROE), CANIETI, CEPAL y la UNAM, entre otras, organizaron un evento de tres días sobre la electrónica en México. Entre empresarios, funcionarios y académicos nacionales e internacionales se concluyó con respecto a la seriedad de la situación actual -en nueve meses del año se habían perdido entre el 30 y el 40 por ciento de los empleos, revertiendo los esfuerzos de varios años en Jalisco-, pero también con respecto a la necesidad de "aterrizar" las necesidades y requerimientos de las empresas para su mayor integración territorial. Sin embargo, las respectivas instituciones cuentan con mínimos recursos y personal para hacer frente a estas dificultades **específicas**. Como ésta existen innumerables experiencias a lo largo y ancho de México.

¿Están las instituciones federales dispuestas a cumplir con sus promesas y a hacer frente a estos retos regionales-sectoriales con los recursos, el personal y las necesidades empresariales en forma **real**? ¿Han madurado políticamente lo suficiente? Esperemos las respuestas y propuestas de la Secretaría de Economía y otras. Los diversos enfoques y múltiples análisis no dan lugar a futuras excusas.

Enrique Dussel es profesor de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Su e-mail: dussel@servidor.unam.mx.

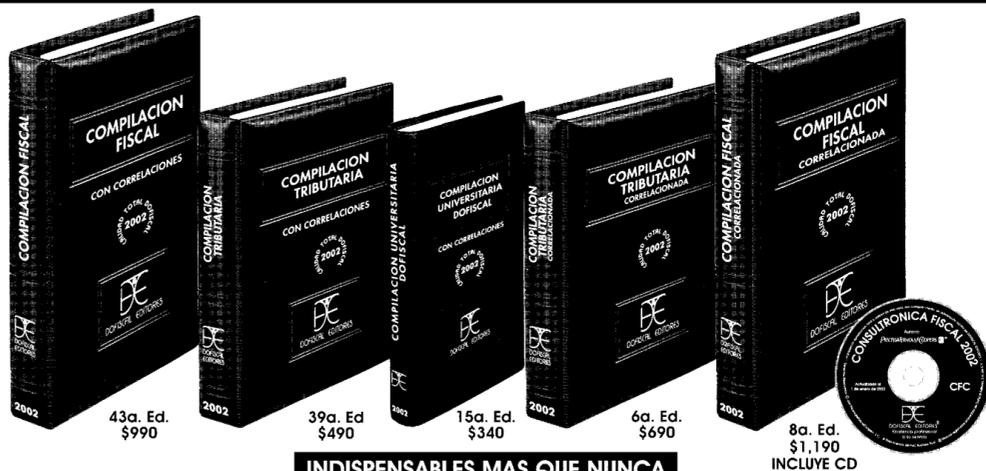


DOFISCAL 2002

PREVENTA

Válida hasta el 30 de noviembre de 2001

A PRECIOS DE REGALO
¡SOLO AHORA!



INDISPENSABLES MAS QUE NUNCA

Quedan pocos días para que termine la PREVENTA 2002... ¡NO LA DEJE PASAR!

Av. México 203, Col. Hipódromo Condesa, 06100, México, D.F. Conmutador: 5564-4132 • DOFIFAX: 5564-4133
Larga distancia sin costo: 01-800-719-29-29 • Ventas en línea: www.dofiscal.com • E-Mail: ventas@dofiscal.com

CHEVROLET SILVERADO 2002



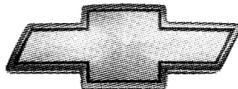
DESDE \$152,900 FORMA PARTE DE LA FUERZA DEL TERRITORIO SILVERADO

Estrena una
Chevrolet Silverado 2002
C1500 desde \$152,900*
o una C2500 desde \$158,700,**
mismo precio de contado
o financiamiento, con
35% de enganche y desde 6
hasta 36 mensualidades fijas.

Haz tuya la productividad, resistencia, comodidad y rendimiento de una Chevrolet Silverado:

- Poderoso motor Vortec.
- Dos bolsas de aire para mayor seguridad de sus pasajeros.
- Barras de seguridad reforzadas en puertas laterales.
- Aire acondicionado (equipo opcional).
- Frenos de disco en las 4 ruedas.
- Agarre en todo camino por su tracción 4x2.
- Transmisión automática (equipo opcional).
- Cómoda cabina, la más grande del mercado.
- Manejo suave y firme por su famosa suspensión Chevrolet.

TERRITORIO



SILVERADO

Visita a tu Distribuidor General Motors más cercano.



Asistencia GM: DF 5329 0800, LADA sin costo 01800 5080 000



*Válido para Chevrolet Silverado 1500, paquete "B". **Chevrolet Silverado 2500, paquete "F". Financiamiento GMAC sujeto a aprobación de crédito. No aplica a flotillas. Vigencia al 30 de noviembre del 2001.