

Emprendimiento: dimensiones sociales y culturales en las Mipymes

Rubén Molina Sánchez

Ricardo Contreras Soto

Alejandra López Salazar



El texto subraya tres aspectos que no se encuentran en otros textos que abordan el análisis de las Mipymes:

- a) La importancia de los elementos y procesos socioculturales en el ámbito del análisis económico de racionalidad y ajuste a través del mercado.
- b) El análisis sociológico de *habitus*, *campo* y *capital* propuesto por el sociólogo Pierre Bordieu y llevado a un análisis regional por los autores de este texto.
- c) La importancia del trabajo de campo para rescatar elementos empíricos que sustentan las afirmaciones en el campo de la Administración. (contribución al desarrollo de teorías de rango intermedio)

Este estudio fue realizado en el año 2007, se respalda con el trabajo de campo con 420 organizaciones tipificadas como Mipymes en el área de Celaya, Guanajuato. Es un texto publicado por Pearson y la Universidad de Guanajuato bajo los auspicios del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional PIFI. Está organizado en torno a la discusión sobre la Mipyme como objeto de estudio. ¿Qué elementos se deben de considerar para que organizaciones de este tipo puedan sobrevivir en mercados concentrados? ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan? ¿Cuáles han sido las estrategias que han desarrollado? ¿Qué podemos aprender de aquellas que han logrado sobrevivir?

El texto está organizado en 6 capítulos y un anexo. El primer capítulo expone la teoría marco en la que se ampara el trabajo de campo, el segundo capítulo muestra el método y el procedimiento de análisis de la información recabada en el campo. Los siguientes tres capítulos muestran los procesos socioculturales de la emprendeduría analizados en actividades económicas diferentes, clasificadas de acuerdo al sector de actividad económica. Corres-

pondiendo el trabajo que se presenta a las actividades secundarias o de transformación de los sectores 31 y 33 de actividad económica o de manufactura y a las actividades terciarias, específicamente la distribución de bienes de los sectores 43 y 46 de comercio.

En Celaya, Guanajuato, se incluye así, el análisis de las empresas de dulces y pastelerías, incluyendo las cajetas, los helados y paleterías; los talleres de carpintería, muebles de madera, herrería, tornos y artesanía y las industrias de alimentos, procesamiento de papel y cartón, materiales para la construcción, metalmecánica, autopartes y química. Se muestra una tipología de gremios y las estrategias de innovación y aprendizaje presentadas por estas organizaciones. Cierra el libro un capítulo sobre recomendaciones y conclusiones.

Algunos elementos importantes del trabajo que nos presentan los autores del texto son los siguientes:

El análisis de las Mipymes más allá de la lógica económica o del management nos lleva a descubrir otros elementos –de carácter cultural- que determinan el desarrollo y permanencia de las organizaciones de este tipo. Como ya se mencionó al inicio, éste es un elemento eje en el documento y constituye su mayor riqueza ya que provee al lector con elementos de análisis desde el campo de la sociología y antropología. Constituye también una alternativa a los estudios formalistas y sustantivistas dentro de la antropología económica.

Los autores ubican a las Mipymes en su complejidad diacrónica y sincrónica al analizar los diferentes aspectos en la formación del capital entre los empresarios.

La primera ventaja del texto es precisamente ubicar estos aspectos en un trabajo dentro del área económico administrativa y no de antropología cultural o etnografía como ya se había mencionado. Y podría agregar que el texto se entiende mejor por lo que no trata de analizar. Los autores enfatizan en forma implícita que el análisis sobre los elementos culturales no se realiza desde los elementos tradicionales de lo que se ha dado en llamar cultura corporativa en Administración, ni se considera tampoco el enfoque que establece que los elementos de la cultura organizacional son heurísticos para incrementar los volúmenes de producción o el rendimiento por trabajador como comúnmente se observa en muchos trabajos de Administración. Por otra parte, tampoco busca presentar la información cultural como el resultado de un diagnóstico sobre cultura organizacional midiendo aspectos sobre ésta como un elemento “fuerte” o “débil”, disonante o en concordancia con la misión y la visión de la organización.

Presenta en su lugar un texto rico por el análisis sociológico realizado en forma minuciosa, que no tiene como objetivo la manipulación de los elementos culturales sino el mostrar con un método particular los procesos socioculturales que generan prácticas particulares determinadas por la socialización y la estructura social en espacios donde los sujetos tienen posiciones determinadas y donde es posible la acumulación de capital no solamente en términos económicos, sino culturales, simbólicos, sociales, comerciales, financieros y tecnológicos.

El objeto de estudio es la Mipyme en un proceso de emprendimiento o desarrollo donde el *habitus* o

prácticas sociales determinadas por la estructura económica y social determinan una forma dada de comportamiento en el proceso de emprendimiento.

El empresario está sujeto a un medio donde interactúa y del cual obtiene información en red; este capital social permea y empodera lo que se ha dado en llamar la cultura emprendedora. Las redes (personal, de negocios e informal) permiten evaluar los costos de oportunidad del emprendimiento e inversión.

“Las redes que se establecen no se dan en abstracto, es decir existen relaciones de poder y contextos histórico sociales particulares, así como diferentes formas de acceso al capital cultural, simbólico y económico que están determinadas por el poder que se detenta” La estructura social y la lógica determinada por el intercambio de favores determina también la posición del empresario en una dinámica económica particular.

La capacidad de operación y conocimiento de la Mypime depende del capital cultural que tenga. Se entiende por éste al conjunto de información sociotécnica y cultural de prácticas individuales y de grupo, así como la experiencia y su capacidad de adaptación al campo y a los procesos de innovación tecnológica. La sinergia está en función no sólo de los elementos técnicos sino también de la capacidad de identificación en los equipos de trabajo. Este reconocimiento de sí mismo en relación al otro en un equipo de trabajo buscando un logro económico-financiero se relaciona en forma directa con el tipo de capital simbólico que es capaz de manejar y construir el empresario. Su acción

social, sus valores, su autoridad y jerarquía social son partes del capital simbólico.

Los tres tipos de capital mencionado, -social, cultural y simbólico- determinan en cierto sentido el curso del capital comercial, financiero económico y tecnológico ya que el dominio de un *habitus* en un campo históricamente dado permite el acceso a estrategias comerciales determinadas. El capital simbólico apoya el acceso al capital financiero y la presión de los factores exógenos buscará en el capital tecnológico una especie de homeostasis de mercado.

El libro ubica en la arena económica una trama o contexto particular y una expresión de los actores o drama particular. El análisis estructural de tipo macroeconómico cede al particular o microeconómico del empresario emprendedor de la Mipyme.

El método que se utilizó en el trabajo fue cualitativo de exploración hermenéutica. La pregunta central de investigación fue la de encontrar las causas de la subsistencia o fracaso de las acciones de emprendeduría en el área de Celaya, Guanajuato. La muestra fue de 420 empresas, siendo las microempresas las de mayor porcentaje. Se utilizaron los censos del INEGI para la clasificación por giro encontrándose que las de panadería y repostería y elaboración de cajeta y dulces tradicionales son las que tienen también un mayor número de empresas pequeñas. El material de las encuestas y entrevistas se clasificó de acuerdo a la tipología de capital señalada con anterioridad. Se utilizó un software SPSS para cada dimensión (trama/drama y capital). El

eje vector del análisis es el emprendimiento en un contexto socio cultural particular.

Los resultados muestran que el emprendimiento es una actividad que está determinada por la competencia y la confianza más que el saber hacer para el caso de las empresas de cajeta y dulces regionales. Para el caso de la panadería y repostería la emprendeduría está determinada por el género y la tradición familiar. Esto ocurre también en los talleres de carpintería y talleres de herrería donde se observó una masculinización

El apoyo familiar es importante para el caso de una actividad de emprendeduría donde no existe tradición de género como es la de las tortillerías, paletterías y heladerías. La tradición de padres a hijos se observa en las panaderías y en la elaboración de cajetas.

El capital tecnológico aparece como un elemento importante en la industria de alimentos, las empresas de productos lácteos y las empresas de papel y cartón. A su vez existen industrias como la de autopartes, metalmeccánica y química que por la característica de los productos tienen relación con empresas más grandes. El impacto del capital tecnológico y financiero es importante.

Para concluir, el tema sobre el emprendimiento en la región de Celaya, sugiere el desarrollo de estrate-

gias de gestión específicas: crecimiento, supervivencia, innovación, desarrollo-sustentabilidad, y afinación-consolidación. El empresario emprendedor busca obtener el máximo beneficio posible de la red social que se construye a su alrededor, de la información sobre los procesos de producción transmitida en el gremio y de las condiciones exógenas.

La emprendeduría es una actividad no sólo económica sino también socio cultural, determinada por la posición de los actores sociales en el entramado social y por su capacidad organizacional para gestionar, innovar y generar sinergias en equipos de trabajo.

La tercerización de la economía en países con economías en desarrollo va acompañada de la limitación en el sector secundario a la maquila y a ciertos productos de demanda local de baja tecnología y en el de servicios con el crecimiento del comercio informal, de ahí la importancia del empoderamiento de los empresarios en la región.

Los procesos socioculturales deben considerarse cuando se habla de desarrollar la competitividad y el impulso a las economías basadas en el conocimiento con innovación y donde las Mipymes pueden funcionar como agentes de cambio.