

Los empresarios frente a las nuevas políticas económicas. El caso de la Provincia de Mendoza (Argentina)*

JEAN BUNEL Y MARIE-FRANCE PRÉVÔT SCHAPIRA¹

Resumen: *En Argentina, las políticas neoliberales de "salida" de la crisis han redefinido las reglas del juego de la economía y las relaciones entre el Estado y el empresariado. Este pasaje del voluntarismo estatal a la puesta en práctica de nuevas reglas y nuevas alianzas es el tema que hemos procurado analizar en un campo acotado: la Provincia de Mendoza. Sobre la base de una encuesta y entrevistas realizadas a cerca de cien empresarios, el análisis hace hincapié en el papel del territorio y de la identidad regional como resortes de la governance local así como en las estrategias empresariales y la acción patronal en el contexto de los años noventa.*

Abstract: *In Argentina, neo-liberal policies for emerging from the crisis have redefined the rules of the game in the economy and relations between the State and entrepreneurs. This shift from State voluntarism to the implementation of new rules and alliances is the topic the authors have attempted to analyze in a strictly delimited area: the Province of Mendoza. On the basis of a survey and interviews conducted on nearly 100 entrepreneurs, the analysis emphasized the role of territory and regional identity as engines of local governance as well as in entrepreneurial strategies and employers' actions in the context of the 90's.*

COMPRENDER LAS CONDICIONES DE CREACIÓN y desarrollo de las empresas, y de la competitividad de las regiones en el nuevo contexto de globalización de la economía, reviste para el continente latinoamericano un carácter fundamental. En efecto, las políticas económicas neoliberales de "salida" de la crisis han redefinido las reglas de juego de la economía y las relaciones entre el Estado y el empresariado.

En Argentina, como en muchos países de América Latina, una de las características de la fase de desarrollo, que descansaba en la sustitución de importaciones, era la extrema politización y estatización de la acción económica. En consecuencia, la productividad de las empresas no era la base de su desarrollo. El comportamiento especulativo o rentístico de los empresarios era el efecto de su orientación hacia el poder y de su dependencia respecto del Estado. Paradójica-

* Este artículo se basa en la investigación denominada "Argentine: les entrepreneurs sous le choc libéral. Une enquête dans la Province de Mendoza", llevada a cabo por los autores entre 1992 y 1993. Una primera versión fue presentada como ponencia al VI Seminario Internacional sobre "Empresarios y Estado en América Latina. Balance y perspectivas", organizado por el Grupo de Trabajo "Empresarios y Estado" del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), México, D. F., del 28 al 30 de septiembre de 1994.

¹ Dirigir correspondencia a CREDAL-CNRS, 27 rue Paul Bert, Ivry 94 200, Francia, Tel. Of. (33-1) 49-60-40-37, Fax (33-1) 46-71-85-06, correo electrónico guest.2Gmath.univ-paris13.fr

mente, al Estado corresponde ahora propiciar una separación entre la acción política y la acción económica.

La política económica del presidente Menem y de su ministro de Economía, Domingo Cavallo, reposa sobre el mismo discurso y los mismos conceptos en boga en diversos países latinoamericanos: repliegue y reforma del Estado, privatizaciones, desregulación económica y social, apertura comercial.

Lo que hemos procurado analizar, en un campo acotado: la provincia de Mendoza —sobre la base de los datos e informaciones recopilados y producidos en el curso de la investigación antes mencionada—, es este pasaje del voluntarismo estatal a la puesta en práctica de nuevas reglas de juego y nuevas alianzas. En tal sentido, nuestro trabajo se focalizó en las tres ramas de actividad presentes en el origen de un sistema industrial localizado: la vitivinicultura, la fabricación de productos de conserva alimenticia, y la actividad metal-mecánica, que se desarrolló en la provincia para responder a las necesidades de equipamiento, reparación y mantenimiento de la industria agroalimentaria. Alrededor de un centenar de entrevistas a empresarios de dichos sectores fue efectuado en 1992 y 1993, con el objetivo de recabar información sobre orígenes, tradición heredada, formas de socialización, experiencias profesionales, para luego —a la luz de todo ello— intentar comprender de qué manera los empresarios de la provincia hacían frente al “*shock liberal*”.²

Nuestro estudio se orientó en función de una doble perspectiva de análisis. En primer término: ¿de qué manera, en este nuevo contexto, reorientan y determinan los empresarios nuevas estrategias para hacer frente al desafío de la apertura y la competitividad? En el ejemplo de Chile, ¿se asiste al surgimiento de un nuevo actor empresarial? En segundo lugar: el corporativismo fue durante mucho tiempo una expresión del interés común del mundo patronal. ¿Se asiste ahora a un cambio de lógica, hasta ayer fuertemente corporativa, para pasar a una “lógica de influencias” que requiere una estructura inclusiva, adaptada al nuevo contexto? Se replantea de este modo la cuestión de la competitividad de los territorios, que justifica la focalización del estudio en un ámbito provincial.

EMPRESARIOS Y TERRITORIOS A LA HORA DEL LIBERALISMO

El mundo de las empresas y de los empresarios es conocido en Argentina a partir de los estudios sobre la concentración industrial en la aglomeración de Buenos Aires; las grandes empresas; las organizaciones patronales y la oligarquía dominante. La realidad económica de las provincias, de las pequeñas y medianas empresas del interior, es menos conocida, pese a que el dinamismo y el porvenir de la sociedad no dependen sólo del comportamiento de una elite restringida, sino

² El conjunto de los resultados de esta investigación ha sido publicado: Cf. J. Bunel y M. F. Prévôt Schapira, “Nouvelles politiques économiques et entrepreneurs: le cas de la Province de Mendoza”, en J. Bunel, C. Montero-Casassus y M. F. Prévôt Schapira, *Les entrepreneurs sous le choc libéral: le cas du Chili et de l'Argentine*, Documento de Investigación del CREDAL, París, junio de 1994.

también de las capacidades de acción económica y social de los responsables de empresas arraigadas en el ámbito territorial de las provincias e impulsadas por las orientaciones federales. Por ello procuramos dar cuenta de los efectos de la nueva política económica en la provincia de Mendoza, fronteriza con Chile —al oeste de los Andes—, caracterizada por su fuerte tradición industrial.

EL FIN DEL ESTADO “PREBENDARIO Y ARBITRARIO”

Se trataba de comprender lo que significaba para los actores, y en particular para los empresarios, el discurso sobre el “nuevo federalismo” promovido por el equipo del ministro Cavallo y sustentado por la idea de que el cambio económico ya no debe provenir del Estado, sino que el empresariado debe pasar a constituir la piedra angular del desarrollo local y regional. No repasaremos aquí las grandes orientaciones económicas ligadas al ajuste económico, que ya han sido ampliamente analizadas. Menos conocidas son, en cambio, las condiciones morales, sociales y políticas que aseguraron la credibilidad de esta “política de tabla rasa”, porque es preciso destacar hasta qué punto el éxito de una política macroeconómica resulta siempre, en mayor o menor medida, del modelo de la profecía autocumplida.³

Golpeados, con pocos meses de intervalo, por dos procesos hiperinflacionarios, los agentes económicos aparecen evidentemente bien dispuestos a acoger toda política orientada de manera prioritaria en favor de la estabilidad y, por tanto, a la posibilidad de restablecer los contratos disueltos por la hiperinflación. Aunque la nueva política económica reduzca los ingresos salariales, es apreciada, a pesar de todo, porque crea un futuro previsible, que no existe cuando la inflación alcanza niveles del 200% en un solo mes, como fue el caso en julio de 1989.

En segundo lugar, sólo un gobierno peronista —elegido por los sectores populares, heredero de una tradición nacionalista— podía hacer aceptar la reducción del rol del Estado, las privatizaciones y la desregulación de la economía. Cualquier otro gobierno se hubiera visto sometido a una fuerte presión popular y sindical.⁴ Inversamente, las clases dirigentes, las organizaciones patronales y los partidos políticos que reflejaban su punto de vista, muy pronto comprendieron hasta qué punto la coyuntura política y social era favorable a la realización de las transformaciones profundas que a menudo habían deseado, temiéndolas a la vez, porque los lanzarían a la aventura del mercado competitivo tanto interno como externo. Al respecto, la integración en el gobierno de Carlos Menem, a partir de 1989, de un alto dirigente de la empresa Bunge y Born, detes-

³ Cf. K. Merton, *Teoría y estructura sociales*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

⁴ Cf. J. Bunel, *Pactos y agresiones. El sindicalismo argentino ante el desafío neoliberal*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1992. La experiencia menemista ha dividido al movimiento sindical. También es cierto que fue creada una nueva central sindical, inscrita en el terreno de la autonomía; empero, reúne principalmente a diversas organizaciones de trabajadores del Estado, empleados públicos y del sector docente.

tada figura de la oligarquía apátrida en la mitología peronista, tuvo un carácter fundamental.

Por último, la confianza casi mística de Domingo Cavallo y su equipo en lo bien fundado de su filosofía y su política económica cimentó también su credibilidad. La imagen que el actual ministro de Economía proyecta de sí mismo —fundamentalista de la economía de mercado— está ligada a la trayectoria del grupo que concibió los remedios económicos que habían de aplicarse a Argentina, “enferma de estatismo”. No parece equivocada la opinión pública, que dio en llamarlos “mormones”, al percibirlos como disidentes, en fuerte ruptura con el pasado y animados por cierto fanatismo y una creencia casi religiosa en las virtudes del mercado.

LA FUNDACIÓN MEDITERRÁNEA

Recordemos que la carrera profesional y política de Domingo Cavallo es inseparable de la Fundación Mediterránea,⁵ cuya génesis se inscribe en una postura de oposición de los empresarios del interior —de la provincia de Córdoba, en un primer momento— al centralismo del puerto, y al mismo tiempo de defensa de los valores nacionales frente al cosmopolitismo de Buenos Aires. La asociación, que agrupa a los principales empresarios de Argentina, nació en 1977, cuando un grupo de empresarios de Córdoba decidieron hacer oír su voz ante las autoridades nacionales y participar en el proceso llamado de “Reorganización Nacional”, puesto en marcha por los generales en el poder.

La Fundación creó una estructura de investigación, respaldada por un grupo de economistas en torno a D. Cavallo y J. Schiaretti, que se autoproclamaban “seguidores de la Escuela del *public choice*”. Los investigadores de la primera generación del Instituto de Estudios Económicos sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IEERAL) eran todos egresados de la Facultad de Economía de la Universidad de Córdoba, en el seno de la cual se había desarrollado un centro de economía financiado por la Fundación Ford.

La reivindicación federal estuvo en el centro del pensamiento de la Fundación Mediterránea. La visión del equipo fue expresada en el libro *El desafío federal*, escrito por el ministro en colaboración con J. A. Zapata, economista fundador de la filial mendocina de la Fundación, actualmente secretario de Estado encargado de asuntos provinciales en el Ministerio del Interior.⁶ Las ideas allí desarrolladas delineaban las nuevas relaciones entre la nación y las provincias, entre el centro y la periferia, y su proyectada aplicación tendía a modificar —al menos para

⁵ Tradicionalmente, la provincia central del país, Córdoba (lugar de origen del ministro Cavallo), ha sido llamada “mediterránea”; lo cual no guarda, obviamente, ninguna relación con el mar Mediterráneo. Acerca de esta Fundación se puede consultar E. N’Haux, *Menem, Cavallo. El poder mediterráneo*, Buenos Aires, Corregidor, 1993.

⁶ D. Cavallo y J. A. Zapata, *El desafío federal. Una estrategia para que las economías del interior y la nueva capital impulsen el nuevo crecimiento industrial*, Buenos Aires, Sudamericana-Planeta, 1986.

ciertos grupos de empresarios que vivían al abrigo de la protección y subvenciones del Estado para algunos productos y en determinados espacios— las relaciones que ellos mismos mantenían con el “centro”.

El análisis así planteado va en sentido contrario del que había dominado desde los años cincuenta el pensamiento acerca de la organización económica del espacio argentino. Este último podría resumirse en los siguientes términos: si en su asignación de recursos a las regiones el Estado no se atenía más que a los criterios económicos, todas las inversiones tenderían a concentrarse en el centro del país. Sólo un cierto voluntarismo y políticas de subvención permitirían a las economías regionales vivir y desarrollarse.

D. Cavallo denuncia ese razonamiento, que supone en cierto modo un juego de suma cero en el cual se quita al centro para dar a las provincias. Para él, es preciso, al contrario, apostar a las economías regionales a fin de relanzar a la economía argentina. Para lograrlo, es conveniente hacer tabla rasa de todas las medidas que, desde su punto de vista, han sido obstáculos para el desarrollo de las economías locales, y hacer jugar las leyes del mercado en el ámbito de producción, transporte, organización portuaria, telecomunicaciones, tarifas de las empresas públicas. En suma, es preciso revisar el sistema de coparticipación de ingresos entre la nación y las provincias, así como también los monopolios corporativos que traban la circulación y encarecen el costo del transporte; suprimir las diferentes formas de regulación que alteran los precios, y aplicar el principio de “subsidiaridad” a los diversos niveles político-administrativos.

Este tipo de análisis se halla en perfecta concordancia con el de los organismos multilaterales de crédito (tales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial). Al respecto es preciso recordar que, en los años ochenta, muchos economistas de la Fundación Mediterránea se desempeñaron como consultores del Banco Mundial, por lo cual la circulación de hombres e ideas fue intensa entre ambas instituciones.

LOS EMPRESARIOS FRENTE AL *SHOCK* LIBERAL

¿En qué medida inscriben los empresarios su estrategia en esta dinámica de apertura, competitividad de los territorios y globalización de la economía? Las formas de organización sectoriales, verticales en referencia con el centro, ¿están siendo desplazadas en beneficio de nuevas formas de organización, más territorializadas o más reticulares?

Certidumbres e incertidumbres: las perspectivas de desarrollo

La política económica impuesta en Argentina por la actual administración representa un desafío para los empresarios. Ya hemos dicho cuál fue el objetivo de nuestro estudio empírico de 1992 y 1993 sobre el tema: analizar el cambio en actitudes y acción empresarial a la luz de las transformaciones de su entorno ideoló-

gico, político y económico; transformaciones introducidas por las opciones liberales de Carlos Menem y su ministro de Economía, Domingo Cavallo.

Cuando se les demanda a los empresarios cuál fue o cuáles fueron, en el curso de su gestión al frente de la empresa, las decisiones particularmente oportunas, satisfactorias o pertinentes que consideran haber adoptado —en otras palabras, cuál es su fuerza o cuál el secreto de la sobrevivencia o del logro alcanzado por sus empresas—, no responden mayoritaria y espontáneamente valorando sus innovaciones económicas, tecnológicas y sociales; felicitándose de los mercados conquistados o arrasados a la competencia, o bien de las exitosas inversiones realizadas. Esta valoración de su capacidad creativa y de desarrollo de la empresa está, desde luego, presente. Se nos mencionó, por ejemplo, “un mejoramiento de la calidad y de las estructuras comerciales”; “una buena inversión en una línea de acondicionamiento de duraznos”; “un esfuerzo personal de formación que revolucionó mi manera de pensar la empresa”. O también: “antes, la empresa era el capital, las paredes [del establecimiento], las máquinas [...] Ahora, he descubierto, con la ‘calidad total’, que son los hombres”; “una orientación exitosa hacia la exportación”.

Sin embargo, la respuesta mayoritaria fue más bien vanagloriarse de un comportamiento prudente, ajustado a las necesidades, de adaptación juiciosa a un contexto inestable e imprevisible. “La mejor decisión que tomé —nos manifestaron muchos empresarios— fue haber continuado; haber creído en el trabajo y haberme consagrado 100% a mi empresa, a la producción, evitando las tentaciones de la especulación.” Si la empresa sobrevive, es porque ellos no han apostado, “inflación mediante” —dicen—, al atractivo de los préstamos y los depósitos monetarios y bancarios (la “bicicleta financiera”); de las inversiones y las políticas comerciales demasiado audaces y arriesgadas. ¿Cuáles fueron entonces sus mejores decisiones? “Haber preferido devenir más pequeño antes que endeudarme”; “hacer sacrificios para soportar la inestabilidad”; “evolucionar poco a poco y no cambiar los productos”; “un crecimiento lento y progresivo”; “no dar un paso más allá de lo que es posible”; “saber adaptar la estructura de la empresa a las posibilidades del mercado”; “haber sabido cerrar, vender y desprenderme de los negocios no rentables”; “haber suspendido las inversiones en 1980”; “no haberme endeudado”.

Si se encuentran con tanta frecuencia estas actitudes timoratas, que no son las de los ganadores (a los cuales tiende a asimilarse demasiado rápido a los empresarios), es porque estamos en presencia de un empresariado traumatizado por las experiencias políticas y económicas que acaso él mismo ha ansiado largamente, pero también padecido. Hoy en día, cuando uno evoca con ellos sus insatisfactorias decisiones anteriores, los empresarios se recriminan por el hecho de haber confiado demasiado en las políticas económicas sucesiva y alternativamente puestas en práctica en los últimos veinte años; ya sea las de J. Martínez de Hoz, las de J. Sourrouille —el creador del Plan Austral adoptado en 1985, cuando Raúl Alfonsín estaba en el poder—, o los ocho planes puestos en vigor por los predecesores de D. Cavallo desde 1989. Sin embargo, al mismo tiempo, incluso aquellos que se felicitan por su prudencia, se reprochan a veces también

no haber sabido aprovechar las buenas ocasiones; no haber asumido riesgos; no haber aprovechado las oportunidades de importación cuando la moneda nacional estaba sobrevaluada, o de exportación cuando ésta se desmoronaba; en suma, se reprochan no haber sabido lucrar en los períodos o “nichos” de ganancia, en beneficio de sus propias empresas.

En 1993, nuevamente, los empresarios apostaban a la estabilidad de precios y a la victoria de la lucha contra la inflación, sin otorgar un cheque en blanco a toda la política gubernamental, a menudo criticada porque aún no ha permitido el desarrollo económico del país y porque ha destruido el tejido de pequeñas y medianas empresas, en provecho de los grupos económicos y los segmentos lanzados a la valorización financiera. Éstos habrían sido los beneficiarios de una política de privatización, no siempre bien conducida, que —entre otras cosas— favoreció la corrupción. Las reservas de los pequeños y medianos empresarios de Mendoza respecto de la política gubernamental son muchas; empero, casi todos ellos reconocen que el horizonte de su actividad se amplió gracias a la estabilidad de precios. Entonces, ¿cómo piensan construir ahora el desarrollo de su empresa?

Globalmente, el porvenir parece ahora más favorable que el pasado; pero es una escasa mayoría (49%) la proporción de empresarios que alberga perspectivas optimistas de crecimiento para los próximos años, y no nos sorprenderá descubrir que hay una fuerte correlación entre el logro de *performances* exitosas en el pasado y la confianza esperanzada de desarrollo a futuro. Al mismo tiempo, sólo 13% de los responsables de empresas entrevistados prevé un retroceso de sus niveles de facturación y venta (contra 35% que había visto disminuir sus negocios en el curso de los últimos cinco años).

Cuadro 1
EVOLUCIÓN DE LOS NIVELES DE FACTURACIÓN Y PERSPECTIVAS FUTURAS
(ESTIMACIÓN EN PORCENTAJES)

| | <i>No responde</i> | <i>Ha progresado</i> | <i>Ha sido estable</i> | <i>Ha retrocedido</i> | <i>Total</i> |
|---------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|--------------|
| No responde | 0 | 12% | 0 | 20% | 12% |
| Va a progresar | 100% | 64% | 50% | 27% | 49% |
| Permanecerá estable | 0 | 18% | 44% | 27% | 26% |
| Va a retroceder | 0 | 6% | 6% | 27% | 13% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| | (2) | (33) | (16) | (26) | (77) |

FUENTE: J. Bunel y M. F. Prévôt Schapira, “Nouvelles politiques économiques et entrepreneurs: le cas de la Province de Mendoza”, *op. cit.*

A su vez, los pesimistas son quienes acaban de conocer “años negros”; no obstante, son minoría los que piensan que su nivel de actividad seguirá decayendo. Algo más de una cuarta parte confía en la recuperación de su empresa; otra cuar-

ta parte cree que la decadencia se detendrá, mientras 20% no se pronuncia sobre el particular.

Los "bodegueros" que se han especializado en la producción de vinos finos ven para sí las mejores perspectivas; mientras los metal-mecánicos que producen para la industria vitivinícola y la industria agroalimentaria a menudo contemplan su porvenir con desesperanza. Puesto que prevalecen las empresas más antiguas, herederas de la segunda generación en la elaboración y el negocio del vino, uno tiende a deducir que tradición, pasado y oficio son los que permiten progresar. Pero este sector, que había estructurado la economía y la identidad de Mendoza, así como dinamizado al conjunto de la industria en razón de sus compras, actualmente ya no produce un efecto de arrastre, al menos en lo que se refiere a la industria metal-mecánica local. Las inversiones en curso no son efectuadas a partir de las compras a las empresas locales sino a partir de adquisiciones a proveedores extranjeros, principalmente italianos y, en segundo lugar, franceses.

LOS MERCADOS

La nueva política económica consiste en apertura, baja de los aranceles aduaneros, desarrollo de la competencia interna y externa. El modelo de industrialización por sustitución de importaciones, que había generado el proteccionismo y la estructura oligopólica de la oferta, se ha agotado. La nueva orientación era previsible y estaba prefigurada incluso antes de la puesta en práctica del plan Cavallo. J. Schvarzer había subrayado en 1989 el surgimiento de un sector industrial interesado en la apertura externa. "La tendencia exportadora de los empresarios, combinada con una apertura recíproca en la importación de bienes similares a los que son producidos localmente, podría acarrear un nuevo dinamismo del empresariado industrial."⁷

En la Provincia de Mendoza, los gobiernos de Bordón (1987-1991) y Gabrielli (1991-1995) habían iniciado esta política de apertura mediante la organización de misiones comerciales en el exterior (la más célebre de ellas reunió a los empresarios de la industria metal-mecánica en viaje de negocios a la URSS de Gorvachov) y la promoción en el extranjero de productos *made in Mendoza*. La nueva política económica de Cavallo profundiza entonces ese proceso de apertura de tal modo que la competitividad internacional de las empresas es ahora la clave de su desarrollo y elemento indispensable tanto en el ámbito del mercado interno como en los mercados del exterior.

Sin embargo, el gran impulso a las exportaciones tuvo lugar en las provincias en 1989 y 1990, en el mismo momento cuando la moneda nacional era devaluada y la demanda interna estaba deprimida. La nueva política económica, que reposa en una divisa nacional fuerte equiparada al dólar, ya no puede otorgar a las em-

⁷ J. Schvarzer, "Le comportement prévisible des chefs d'entreprise dans les dix prochaines années. Variables macro-économiques et conséquences politiques", *Cahiers des Pratiques Sociales et Travail en Milieu Urbain*, núm. 8, París, ORSTOM, 1989, p. 25.

presas una competitividad en el exterior fundada en la manipulación de las tasas de cambio. Ahora debe ser conquistada a partir de la calidad de los productos y la disminución en los costos de producción.

Entre 1990 y 1993, como pudimos registrarlo en el curso de nuestra investigación, lo que se observó fue más bien una cierta reconversión de las empresas de Mendoza hacia el mercado interno. Es, de manera irrefutable, uno de los resultados inesperados (y ¿perversos?) de la política de apertura de Cavallo, que debía hacer soplar sobre la economía argentina el gran viento de la competencia extranjera y que inflaría las velas de las naves encargadas de transportar la producción nacional con destino a la exportación. “Yo exportaba el 30% de mi producción —nos dijo un empresario—; ahora exporto el 0 por ciento.” Otro nos manifestó: “Yo pasé del 70% de mis volúmenes de facturación destinados a la exportación al 10 por ciento.” Algunos empresarios han retrocedido mucho en su actividad porque perdieron a sus clientes en el exterior, a raíz del encarecimiento automático de su producción, cuando la moneda nacional fue revaluada. Otros se reorientaron hacia el mercado nacional, a causa de su mayor rentabilidad. Por último, los empresarios mantienen o refuerzan su presencia sobre los mercados externos, no en razón de su rentabilidad inmediata, sino porque están convencidos de asegurar así el porvenir de su empresa.

A pesar de sus quejas y recriminaciones a propósito de la sobrevaluación de la moneda nacional, que representa una desventaja para la exportación, la mayoría de los empresarios está persuadida de que un cambio en la paridad monetaria acarrearía altos riesgos de inflación. Para alcanzar la competitividad externa, consideran que es preciso mejorar y bajar las tarifas de los servicios hoy en día privatizados (agua, gas, electricidad); ordenar la fiscalidad, e incluso (en la opinión de 35% de los empresarios consultados) subvencionar a las empresas que exportan; en definitiva: reducir el “costo argentino”, en el cual los gastos financieros y el precio del trabajo tienen la mayor importancia. Así, muchas veces escuchamos que las empresas de Mendoza no podían competir con las de Chile porque el costo de la mano de obra era dos o tres veces menos elevado al otro lado de los Andes. La gran ventaja de las ventas al exterior, nos señalaron, son los cortos plazos y las garantías de pago; mientras que los problemas de pago por parte de los compradores son permanentes en el mercado interno.

Es menos frecuente que los empresarios mencionen la insuficiencia de su política comercial, su desconocimiento de los mercados extranjeros, o bien el escaso conocimiento que hay acerca de los productos argentinos o su mala reputación. Vender en el exterior requiere necesariamente administrar a su empresa con mayor rigor: asegurar una calidad uniforme.

En suma, los empresarios afirman que, pese a las dificultades de la coyuntura, el porvenir es la exportación. Los productores de vinos finos parecen los más decididos a ubicarse en los mercados de Europa del Norte (los países escandinavos, Alemania, los Países Bajos, Gran Bretaña) y de Japón; los que no producen más que vino común se equipan para producir mosto, que sería exportado a Estados Unidos; en la industria metal-mecánica se piensa sobre todo en las exportaciones hacia Chile y el Mercosur; en cuanto a los industriales de los productos de

conserva alimenticia, América del Norte y del Sur constituirían su mercado de exportación.

Cuadro 2
RAMAS DE ACTIVIDAD Y MERCADOS: COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN SEGÚN DESTINO
PROPORCIONAL DE LOS VOLÚMENES DE FACTURACIÓN
(ESTIMACIÓN EN PORCENTAJES)

| | <i>Sólo destinado al mercado nacional</i> | <i>Menos del 10% destinado a la exportación</i> | <i>Entre 10% y 35% destinado a la exportación</i> | <i>Más del 35% destinado a la exportación</i> | <i>Total</i> |
|----------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------|
| Vinos finos | 33.3% | 41.7% | 25% | 0 | 100% (12) |
| Vinos comunes | 63.6% | 18.2% | 9.1% | 9.1% | 100% (11) |
| Conserva alimenticia | 31.9% | 18.2% | 13.7% | 36.4% | 100% (22) |
| Metal-mecánica | 40.6% | 21.9% | 15.6% | 21.9% | 100% (32) |
| Total | 40.2% (31) | 23.4% (18) | 15.6% (12) | 20.8% (16) | 100% (77) |

FUENTE: J. Bunel y M. F. Prévôt Schapira, "Nouvelles politiques économiques et entrepreneurs: le cas de la Province de Mendoza", *op. cit.*

En este contexto de apertura, ¿representa el Mercosur una esperanza de desarrollo? Su futuro divide fuertemente a los empresarios. Brasil es, desde luego, un formidable mercado que se abre a la economía argentina, y muchos empresarios sostienen la idea de que integrar a la economía nacional en una zona regional de libre comercio es un imperativo. En un mundo de bloques económicos, sería suicida jugar la única carta de los intercambios multilaterales. Sin embargo, las experiencias anteriores en materia de asociación latinoamericana de libre comercio no respondieron a las promesas que presuponían. La integración latinoamericana se vio siempre enfrentada a los nacionalismos y fue, sobre todo, una figura retórica. Asimismo, hay empresarios que tienden a considerar que también el

Mercosur habrá de fracasar. Y esto por dos razones principales. Una zona de libre comercio en el Cono Sur de América Latina que no incluya a Chile, actualmente tan dinámico, les parece problemática. Además, y la insistencia es aún mayor sobre este segundo punto, la competencia con Brasil se muestra demasiado desigual o desequilibrada.

El gran crecimiento de las importaciones, causa del déficit comercial actual, es consecuencia de la reactivación en la demanda interna producida por la estabilidad de precios y el sensible incremento de las ofertas de crédito para el consumo. Los productos extranjeros que ya no están sometidos, por otra parte, a derechos de aduana prohibitivos, pueden competir con la producción nacional. “El mercado interno es hoy un mercado externo”, observa uno de nuestros entrevistados. En última instancia, las empresas nacionales que no habían invertido mucho en los últimos años se vieron alentadas a hacerlo por los precios ventajosos en los bienes de equipamiento propuestos por las empresas extranjeras y por las interesantes condiciones de financiamiento que ellas ofrecen.

Innegablemente, las empresas de Mendoza se benefician con esta reactivación del mercado interno, causa principal del incremento de sus márgenes de rentabilidad. Desde hace tres años, los precios del vino están claramente en alza, y los fabricantes de productos de conserva alimenticia sacan provecho incluso de la epidemia de cólera, que produce un traspaso de la compra de productos frescos a la de productos transformados o acondicionados.

No obstante, este movimiento de recuperación de las inversiones y del consumo interno es negado por muchos empresarios (los de la industria metal-mecánica en particular), a quienes la recuperación de las inversiones de sus clientes no beneficia; asimismo en cierta manera, a estas “pyme”⁸ —que vivían del mantenimiento y la reparación de la maquinaria de sus clientes— la modernización les arrebató un mercado.

CONCLUSIÓN: LAS ORIENTACIONES ACTUALES DE LA ACCIÓN EMPRESARIAL

La fuerza de la identidad provincial

Hombres de su provincia (75% de los consultados nacieron allí), los empresarios reivindican su identidad provincial, a menudo bajo la forma de protesta y resistencia a la dominación de la capital y de los grandes grupos económicos. Son muchos (71%) los que piensan que no ejercen ni comparten el poder económico detentado entre ellos por los grandes grupos de siempre (los Macri, grandes empresarios de la industria automotriz, entre otros importantes sectores de actividad; Fortabat, en la industria del cemento y la construcción; Techint, en diversas ramas de la gran industria siderúrgica y petroquímica; los Bunge y Born, multinacional del comercio internacional de cereales, a la vez con una gran presencia en la industria agroalimentaria, química, etcétera). Esto es, los grupos económicos

⁸ Pequeñas y medianas empresas. (N. de la T.)

que están vinculados con la política de Cavallo (y que dicha política protege y refuerza), manteniendo, por ejemplo —contra sus principios—, cuotas a la importación en la industria automotriz o del papel.

Los empresarios se sienten también marginados en un país que nunca conoció una organización federal seria, ya que la capital acumula todos los recursos políticos, financieros, intelectuales. Es la razón por la cual se nos repitió muchas veces en el curso de las entrevistas: “Dios está en todas partes; pero atiende en Buenos Aires.”

Dominación y marginación entrañan siempre un proceso social de identidad comunitaria representado bajo la forma “ellos/nosotros”. El “nosotros” mendocino es de los pioneros y trabajadores que luchan contra el desierto, que crean oasis fértiles y producen riqueza a partir de la actividad y la ingeniosidad humanas. Allí el hombre no podría sobrevivir sin el trabajo o si simplemente tuviera confianza, como sus compatriotas de la Pampa, en el humus de la tierra y las bondades del cielo.⁹

Las dos vertientes del individualismo empresarial

Más aún que la identidad provincial, los empresarios reivindican su individualismo. No obstante, cabe distinguir dos tipos que deben ser considerados analíticamente como el soporte de proyectos y de acciones distintos.

Por un lado, hay un individualismo conquistador, pionero, fundado en la afirmación de sí y la capacidad de crear bienes y servicios, innovar y cambiar los modelos de producción y consumo. Este individualismo reivindica la autonomía de las empresas y la responsabilidad de sus titulares y directivos. Lo que se demanda al Estado —desde esta perspectiva— es que cumpla con sus funciones “regalías” y que intervenga lo menos posible en la actividad económica.

Por otra parte, hay un individualismo que es la expresión del miedo respecto del otro, y del frente a frente, de la búsqueda de independencia, de la sombra y la protección. Se apoya en la desconfianza, el secreto, los celos, la opacidad respecto de los pares, los competidores, los asalariados, el Estado y el extranjero. Está más bien fundado sobre la retirada y la perspectiva de una simple sobrevivencia.

Cuando se es poco competitivo, poco informado, dominado, el individualismo empresarial tiende a adoptar esta forma timorata, tan poco orientada hacia el desarrollo, ante todo tendente a preservar lo adquirido. Tales empresarios actúan entonces para obtener protecciones contra la competencia interna, la competencia extranjera, el poder de los asalariados y los sindicatos.

Las dos vertientes del individualismo han sido definidas aquí como “categorías analíticas”. No estamos seguros de que reflejen el mundo empresarial. Nos parece más bien que en el momento actual estos dos individualismos se hallan relacio-

⁹ Los autores hacen referencia a la modalidad extensiva de producción agrícola-ganadera que tendió a desarrollarse tradicionalmente en el ámbito de la Región Pampeana o de la “Pampa húmeda”, zona geográfica cuya extensión no coincide con el territorio de la Provincia de La Pampa, aunque lo abarca en parte. (N. de la T.)

nados: son dos figuras que, como dice Janus, componen el retrato de cada empresario y del empresariado.

El análisis de las respuestas a una de las preguntas de nuestras entrevistas es una buena ilustración al respecto. Habíamos preguntado a los empresarios cuál sería su decisión si tuvieran que elegir entre la expansión y el desarrollo de su empresa al asociarse o formar parte de otras empresas o bien estancarse y desarrollarse más débilmente pero manteniendo su autonomía. Descubrimos que 52% de los entrevistados optó por el desarrollo al precio de la pérdida de su independencia; 39% prefirió su autonomía al desarrollo de la empresa y 9% no respondió o bien dio respuestas ambiguas.

El deseo de establecerse por su cuenta y preservar su independencia personal en los muros de su empresa no son, a la luz de estos resultados, un componente masivo de la motivación empresarial. Una escasa mayoría, pero mayoría al fin, vincula estrechamente la función empresarial a objetivos de desarrollo. Son estos objetivos los que legitimarían la función empresarial. Esta interpretación aparece confirmada cuando se comprueba que el grupo de los “desarrollistas” está integrado sobre todo por los exportadores, quienes asumen riesgos financieros recurriendo al crédito bancario, el cual invierten no sólo en la tecnología sino también en el *marketing* y la calidad; en definitiva, quienes se dan una identidad y un espacio de acción que trasciende los límites de la provincia.

Sin embargo, se observa también que la búsqueda de la asociación está muy presente en el grupo de los empresarios que han fracasado y no han sabido desarrollar a su empresa. Han perdido la confianza en sí mismos, en los recursos de su empresa, de su provincia, y tal vez de su país. Cabe destacar que están persuadidos de que la política de Cavallo lesiona a la economía provincial. Inversamente, la defensa de la independencia a toda costa es el caso de quienes se han orientado hacia el mercado nacional, invierten con prudencia, únicamente autofinanciándose, no se plantean grandes objetivos, y afirman fuertemente su identidad mendocina. Pero también ellos han tenido mejores logros: sus volúmenes de venta y sus efectivos han aumentado y están convencidos de que la política de Cavallo favorece a su provincia.

¿El regreso del empresario?

El repliegue de la intervención del Estado y la instauración de nuevas reglas no tendrán consecuencias positivas para el desarrollo del país a mediano plazo, sino en la medida en que los empresarios muestren que creen en el porvenir de su empresa, porque habrán remplazado sus comportamientos especulativos por comportamientos de inversión y movilización de sus asalariados.

Nuestra investigación mostró que la confianza de los empresarios en su empresa no es general: sólo una escasa mitad de los empresarios afirma su confianza y un tercio continúa pensando más bien en explotar su empresa como si se tratara de un yacimiento minero que es abandonado cuando la veta del mineral se ha agotado. Nos parece que uno de los aspectos críticos y problemáticos en este retorno sobre la empresa reside en abandonar las estrategias de diversificación y de

extrema movilidad de los capitales, que era uno de los componentes dominantes de la especulación y la prudencia. Ello iría en beneficio de una profesionalización de los empresarios, de su identificación con un oficio y un producto, de la adquisición de nuevos modos de gestión, del conocimiento de un mercado nacional o internacional específico.

Traducción del francés: Susana Peñalva

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, C. H. (1992), "Empresarios y política" (parte III), en *Los empresarios de la crisis radical al "Cavallazo" (1988 a la actualidad)*, Buenos Aires, CEDES, marzo, mimeo., 35 pp.
- Benko, G. y A. Lipietz (1992), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, París, Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. y Martin M. De Saint (1978), "Le patronat", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núm. 20-21, marzo-abril.
- Bunel, J. (1992), *Pactos y agresiones. El sindicalismo argentino ante el desafío neoliberal*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bunel, J. y M. F. Prévôt Schapira (1994), "Nouvelles politiques économiques et entrepreneurs: le cas de la Province de Mendoza", en J. Bunel, C. Montero-Cassassus, y M. F. Prévôt Schapira, *Les entrepreneurs sous le choc libéral: le cas du Chili et de l'Argentine*, París, Document de Recherche de CREDAL, junio, 210 pp.
- Cavallo, D. y J. A. Zapata (1986), *El desafío federal. Una estrategia para que las economías del interior y la nueva capital impulsen el nuevo crecimiento industrial*, Sudamericana/Planeta.
- Merton, K. (1992), *Teoría y estructura sociales*, México, Fondo de Cultura Económica.
- N'Haux, E. (1993), *Menem, Cavallo. El poder mediterráneo*, Buenos Aires, Corregidor.
- Prévôt Schapira, M. F. (1993), "Argentine: fédéralisme et territoires", *Cahiers des Amériques Latines*, núm. 14.
- Reynaud, J. D. (1989), *Les règles du jeu*, París, Armand Colin.
- Schvarzer, J. (1989), "Le comportements prévisibles des chefs d'entreprises dans le deux prochaines années. Variables économiques et conséquences sociales", *Cahiers des Pratiques Sociales et Travail en Milieu Urbain*, núm. 8, París, ORSTOM, pp. 17-27.
- Touraine, A. (1992), *Critique de la modernité*, París, Seuil.