

Cuadro 8.3

La investigación sobre el aprendizaje en las empresas pequeñas

Entre los diferentes caminos para verificar si las hipótesis que se formulan en el texto son de aplicación a determinadas empresas o sectores se encuentra el estudio de las obligaciones mutuas y los sistemas normativos que regulan las relaciones sociales en el interior de las firmas pequeñas, tales como usos, prácticas o reglamentos. Para realizar esta tarea se requiere definir dimensiones de análisis y diseñar instrumentos adecuados, lo que en Argentina sólo se ha concretado para sectores aislados, tales como las pequeñas empresas lácteas (Pujol, A., 2004). Estos estudios, complejos y de alto costo, se justificarían fundamentalmente en el caso de las empresas innovadoras para las que habría que analizar “un nivel macro, constituido por el entorno socio institucional y un nivel micro, que comprende las modalidades de gestión, las características educativas y tasas de riesgo de los empresarios, la historia previa de las firmas en términos de activos competitivos (...) y la capacidad de diseño de estrategias” (Pujol, A., 2004). Habría que analizar también cómo se produce el complejo proceso de generación y circulación de innovación o, alternativamente, la existencia muy habitual de bloqueos que constituyan obstáculos internos a la modernización de las empresas, que impedirían reconfigurar la organización del trabajo. En este proceso se podrían capturar patrones de aprendizajes generalizables y, fundamentalmente, singularidades. Desarrollar esta tarea es un desafío metodológico y operativo en el que se está avanzando muy lentamente y que sólo brinda respuestas muy parciales a quienes deben diseñar políticas de carácter masivo o al menos sectorial.

Otra estrategia es el análisis de experiencias concretas de capacitación requeridas por procesos de cambio tecnológico, de reorganización de la gestión de los recursos humanos, de introducción de nuevos productos, de organización de cadenas productivas o de cambios en las mismas orientados a agregar valor a lo largo de dicha cadena (Labarca, G.; Novick, M.; Abramo, L.; Valle, R.; Dussell, E.; Silveira, S.; en Labarca, G., 1999). Los valiosos trabajos que se han producido brindan respuestas a quienes se interesan en las cadenas productivas, las industrias maquiladoras o las grandes industrias de exportación (ya sea a nivel del primero, segundo o tercer anillo en la cadena) pero son de utilidad más limitada para la reflexión sobre políticas o programas cuando el objeto en análisis está conformado por el universo de pequeñas empresas industriales, comerciales y de servicios de menos de veinte empleados.

Las técnicas de indagación cuantitativa tropiezan con la dificultad que implica estudiar un universo cuyo comportamiento es el resultado agregado de acciones complejas que realizan miles de firmas individuales. Los porcentajes de respuestas que se obtienen cuando se realizan indagaciones telefónicas – que permiten alcanzar muestras estadísticamente significativas a un costo razonable – son sumamente reducidos, lo que introduce dudas sobre la validez de algunos de los resultados. Incluso en un país en el que la disponibilidad de recursos es muy elevada, como Estados Unidos, en dos indagaciones sobre capacitación realizadas por la Small Business Administration sólo se obtuvieron, en 1992, un 35,78% de respuestas (sobre una muestra de 3600 firmas) y en el 2001 un 18,96% (sobre una muestra

de 5400 firmas) (Looff, C., Berger, M., Barron, J. y Black, D., 2001). Estas limitaciones en lo que hace a la disposición a responder de las firmas de la muestra se presentaron pese a que los recursos tecnológicos y humanos que se utilizaron fueron muy importantes.¹ Dificultades similares a las que se presentaron en Estados Unidos se han encontrado en Argentina para el programa que se analiza en esta obra.

¹ Personal de la Universidad de Kentucky, entrenado y con amplia experiencia en este tipo de indagaciones, trabajó más de 5 meses para obtener los resultados expuestos. Utilizó un sistema informatizado de asistencia a los encuestadores y supervisores y 16 líneas telefónicas.