

## ESPECIALIZACION, RECONVERSION FRENTE AL

### MERCADO COMUN

Con la puesta en marcha del Mercado Común Europeo ha nacido una gran inquietud entre las pequeñas y medias empresas en los seis países que lo componen. Se piensa que la realización de un gran mercado de 170 millones de habitantes tendrá por efecto el acelerar el proceso de concentración industrial y, por consecuencia, la eliminación de un gran número de empresas marginales o de coyuntura. ¿Están justificados tales temores? ¿Dichas empresas deben ver en el Mercado Común una ocasión de expansión o una amenaza para su existencia misma?

Lo primero que podemos decir es que el Mercado Común favorecerá el movimiento hacia la concentración técnica financiera, que es la base misma de la evolución económica de los países industrializados. Se dan diversas explicaciones: 1º Hasta ahora el estrechamiento de los mercados nacionales - fenómeno más acusado en el Benelux - y las trabas al comercio exterior han sido un obstáculo decisivo para impedir la constitución de grandes establecimientos. Y uno de los motivos del Mercado Común es precisamente la eliminación de estos obstáculos. 2º La puesta en competencia de economías hasta ahora protegidas normalmente aumentará la importancia relativa de las empresas con alto nivel de productividad. Aquellas no tendrán ya, como lo tienen actualmente, la posibilidad de mantener sus precios elevados, los cuales permitían vivir a la sombra de las grandes sociedades a un gran número de empresas marginales medias. 3º La intensificación de la competencia incrementará el ritmo de lanzamiento de productos nuevos. Esto hará necesaria la puesta en marcha de métodos constantemente renovados de producción y distribución. Está por ver si las medias y pequeñas empresas serán capaces de marchar a esa cadencia.

La segunda observación es que los problemas de adaptación serán muy diferentes según se trate, por un lado, de artesanado y pequeñas empresas - las que ocupan de 20 a 50 obreros - y, de otra, de medianas empresas industriales - hasta 200 obreros y en algunos casos hasta 500 - . Probablemente serán estas últimas las que acusarán rápidamente el golpe del M.C. ¿Por qué?. Sencillamente porque las empresas medias fabrican a menudo artículos que compiten directamente con la producción de las grandes unidades y porque sus posibilidades de venta sobrepasan en general las necesidades de un pequeño mercado local que suele quedar a menudo al abrigo de las redes de distribución de los grandes establecimientos.

Estas empresas medias, si no quieren parecer, deberán elevar su productividad al nivel de las grandes unidades de fabricación. ¿Cuales son las recetas para hacer frente? Se llaman especialización en ciertos casos, fusión y reconversión, cooperación en materia de investigaciones técnicas, cooperación en materia comercial (compras en común, publicidad común, creación de mercados colectivos), etc.

Respecto a la especialización, se ha venido diciendo que la estructura industrial de los países del Mercado Común era parecida y al amparo de las protecciones, cada país ha desarrollado todas las ramas de la actividad industrial. Esta estructura se ha elaborado sin tener en cuenta los mercados internacionales del trabajo. También se ha venido creando un clima de que la puesta en aplicación del Mercado Común llevaría aparejado en cada país poco menos que la desaparición de sectores enteros de la producción.

Los "expertos" europeos no piensan nada de eso ahora. La especialización no se hará por sectores, sino por productos. Se tiende a aprovechar la experiencia del benelux. Los intercambios entre Holanda y la unión belgo-luxemburguesa son por ramas industriales, desarrollados en los dos sentidos.

Las repercusiones del Mercado Común en el artesanado y en las industrias pequeñas, al contrario, se espera sean muy diferentes y, desde luego, mucho menos brutales. En primer lugar, las empresas de artesanía y las pequeñas industriales fabrican productos que apenas se prestan a la competencia con los que fabrican las grandes empresas. Encuentran su salida entre una clientela local que generalmente conocen personalmente. Tienen la gran ventaja debido a sus proposiciones y a su mercado geográficamente limitado de adaptarse a los deseos particulares de su clientela de suministro rápido. Además, este tipo de pequeñas industrias o de artesanía aparecen en un gran número de ramas - de entretenimiento y reparación, principalmente- como complementarias de la industria grande.

Sin embargo, las pequeñas empresas deberán vigilar más atentamente de cuanto lo han hecho hasta ahora las transformaciones de la demanda las posibilidades que se les ofrecerán de jugar el papel de auxiliares o en las innovaciones técnicas aplicables en los pequeños talleres. Habrá de hacer un esfuerzo muy particular para mejorar su trabajo y la atención de la clientela. Probablemente habrá que mirar mucho más los costos y hacer mayor uso de la contabilidad. Nada de a ojo de buen cubero, cargando la mano hacia arriba para cubrirse de cualquier eventualidad. Su cliente tendrá mucho donde elegir y puede perderlo.