

PROGRAMAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES

Criterios de selección de Pymes para la aplicación
de programas

Entidades de apoyo al comercio internacional

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PYMES: Experiencias propias y ajenas

- Las experiencias propias se refieren a cuestiones vistas en el Pronex (CABA); Programas sectoriales de exportación SICPYME; 1000 Nuevos exportadores pymes permanentes PBA y Desarrollo exportadores pymes C. Rivadavia.
- Las ajenas fundamentalmente el Programa PIPE – España – 1997/2013 y los diversos programas de CORFO Chile.
- No hay una receta única, pero lo más importante será observar si realmente hay motivación en la dirección y potencial capacidad exportadora más allá de si ha exportado o no.

Criterios de Selección (2)

- Con esos dos criterios como guía – con un grado de detalle que veremos luego – se puede elaborar una grilla de aspectos a contemplar que servirán para establecer “un pasa no pasa” indispensable para no derrochar recursos fiscales, no hacer perder tiempo a firmas pymes y orientar la labor de las entidades de apoyo con experiencia en la materia.
- Detectar la motivación para internacionalizarse de quienes dirigen la pyme es clave, porque la experiencia indica que frente a los primeros obstáculos, muchas firmas abandonan el intento.
- Detectar la capacidad exportadora es más importante que si la firma pymes ya exportó algunas veces o participó de acciones de promoción comercial, pues esa capacidad ya desarrollada es la que dará sustento en el futuro a una corriente exportadora permanente.

Criterios de Selección (3)

- También es conveniente definir ciertos requisitos mínimos para evitar incluir en programas de capacitación, asistencia técnica y tutoría a firmas por ejemplo muy pequeñas, que por más que se le brinden diversas herramientas de apoyo, no podrán asumir los compromisos y obligaciones propios de los mercados externos. Esto nos pasó en los programas sectoriales donde la selección fue lábil y así tuvimos en algunos sectores, mipymes de dos personas, sin facturación verificable y a contrario sensu subsidiarias de ET con facturación de empresa mediana. Esto obedeció a que en los criterios no hubo participación de entidades de apoyo y fueron definidos o “no definidos” por el sector público involucrado.

Crterios de seleccin (4)

- Entre los requisitos mnimos a cumplir – Programa PBA y Comodoro - se encuentran:
- Empresas radicadas, con actividad principal y domicilio legal en la jurisdiccin.
- Productora de bienes y servicios exportables.
- No exportadoras o exportadores ocasionales por montos menores a U\$S/aao. Pueden participar firmas cuyos productos hayan sido adquiridas en MI para su X por terceros.
- Facturacin no inferior a \$ 500.000.- y no menos de 5 personas que trabajen en la misma, incluidos propietarios y socios (Esto es menos que la calificacin de F. Observatorio Pyme pero sirve para incluir servicios)
- Con dotacin de recursos compatible con una estrategia exportadora de mediano/largo plazo: infraestructura, capital, recursos humanos y de organizacin.
- Clara y explcita decisin por parte de la direccin de involucrarse en un proceso de transformacin estructural como es la internacionalizacin que generar nuevas oportunidades y tambin amenazas.

Criterios de selección (5)

- Si pasa los primeros requisitos hay luego un cuestionario – parte del mismo surge del APE español denominado “autodiagnóstico de capacidad exportadora” que en unas quince preguntas de rápido llenado permite conocer aptitudes de la pyme para ingresar a un Programa.
- Que se le pregunta: Productos que considera exportables; participación o no en actividades de promoción incluido el envío de muestras o exportación ocasional; porqué considera adecuado incursionar ahora en otros mercados y si lo intentó antes y como lo fue; que ventaja tienen sus productos vis a vis la competencia; con quienes compiten sólo locales o también extranjeros; capacidad instalada disponible, integración del personal; superficies del local; adaptabilidad del producto a requerimientos del exterior, si posee clientes exigentes en materia de calidad, certificaciones de planta o producto; si posee certificaciones técnicas; si tiene marcas; si tiene página Web y como la usa; que crédito otorga y que recibe, si opera con bancos a crédito y cómo; si participaría en proyectos asociativos; si conoce y utiliza programas públicos.

Criterios de selección - Conclusiones

- Todo Programa de Promoción que incluya herramientas de capacitación, asistencia técnica, tutoría y acciones específicas de promoción comercial debe necesariamente incluir adecuados criterios de selección de las Pymes participantes
- Estos podrán ser mas o menos específicos y exigentes dependiendo de los objetivos buscados, pero la propia experiencia indica que habrá menor pérdida de esfuerzos y recursos cuanto mejor definidos se encuentren.
- En este sentido ocurre algo similar a los instrumentos de apoyo para las Pymes, estos funcionan adecuadamente si están realmente previstos para estas: definido el universo de alcance, simplificado los mecanismos de acceso, transparentada su ejecución, verificado el grado de utilización y relación C/B

Entidades de apoyo al comercio internacional

- La experiencia acumulada a través de la FSTB, la UNTREF y desde el ámbito de SSDE antes SS de la Producción de la CABA permite desde la praxis evaluar el papel que juegan las entidades de apoyo al comercio internacional.
- La interacción entre el sector público – diversos niveles – y las pymes a través de entidades de apoyo actúa positivamente para las tres partes involucradas: El sector público delegando parte o toda la ejecución de un Programa en quienes son especialistas en un tema, estos nutriéndose de la actualización constante de su conocimiento y las pymes de la experiencia acumulada de las entidades.
- De los casos vistos en los últimos años he tomado los PSE porque permitieron a mi entender aprehender la evolución de sectores a través de casos de pymes integrantes de los mismos.

Entidades de apoyo al comercio internacional (2)

- Los PSE en que la FSTB actuó conjuntamente con Deloitte permitieron a través de entrevistas y cuestionarios a empresarios pymes formar un cuadro de situación de cada sector (FODA) y de estas en particular.
- Se llevaron a cabo cursos de capacitación para pymes no exportadoras y exportadoras; se trajeron expertos del mercado objetivo definido y se organizaron misiones inversas.
- Se obtuvieron conclusiones relevantes para el sector, para las cámaras empresarias representativas y para las autoridades políticas.

Entidades de apoyo al comercio internacional (3)

- De los resultados obtenidos se destacan que de uno de los sectores atendidos, ya funciona un nuevo grupo exportador – material eléctrico –; que en otro han encarado un estudio de factibilidad en el mercado brasileño – equipamiento médico – y que algunas firmas han tomado contacto con Fontar para el desarrollo de nuevos productos.
- Fue sumamente valiosa la transmisión de experiencias de pymes exitosas en su internacionalización a las sin experiencia exportadora.
- Para las cámaras empresarias – que funcionan – surge que hay un vasto camino de profesionalización a recorrer, ya que el apoyo a sus pymes debe provenir de estas, sobretodo en materia de información tecnológica, de mercados, normativas y de relacionamiento con los organismos científico-tecnológicos.

Entidades de apoyo al comercio internacional (4)

- Para las autoridades políticas quedaron una serie de recomendaciones producto de la recopilación de las entrevistas y cuestionarios a los empresarios en lo relativo al conocimiento, utilización y alcance de los instrumentos que en teoría están a disposición de las pymes. Es preferible menos instrumentos que funcionen realmente para las pymes, que muchos escasamente aplicables.
- Al mismo tiempo recibieron de las entidades de apoyo informes sectoriales con un grado de detalle que les permitirá desarrollar nuevos instrumentos y/o perfeccionar los existentes, así como profundizar determinadas acciones en mercados donde existe elevado potencial de inserción, pero que hasta la fecha se encuentran escasamente explotados.

Entidades de apoyo al comercio internacional – Conclusiones -

- Para ser competitivo en el mundo actual, no basta con que se desarrollen las capacidades de las empresas, también los sectores públicos y las entidades intermedias de carácter privado deben desarrollarlas, articulando entre sí y en permanente interacción con el sistema educativo, académico y el complejo científico-tecnológico.
- Un buen ejemplo es la actividad que llevan a cabo las entidades de apoyo al comercio internacional interactuando con el sector público y las pymes
- En ese sentido se ha avanzado, pero en comparación con otros países hay todavía mucho por hacer !!