

## **Capítulo 3: La Situación de la PYME en México**

Las PYMES como en toda economía juegan un rol importante para el desarrollo de cada país, en México no es la excepción, según datos de la propia Secretaria de Economía, de las 4 millones de empresas que existen en el país, el 99 por ciento representan a las MIPYMES, es decir a las micro, pequeñas y medianas empresas generando una fuerza laboral formal del 72 por ciento y contribuyendo con la producción de alrededor del 52 por ciento del Producto Interno Bruto del país<sup>1</sup>. La importancia económica pues, es más que obvia, sin embargo al ser un sector de la economía muy disperso y diversificado, aun sigue existiendo mucha volatilidad en la creación y crecimiento de estas empresas, pues según los datos de la misma Secretaria, las posibilidades de éxito en el mercado local de estas empresas es en promedio de entre el 25 y 30 por ciento muy por debajo de la media mundial que se sostiene alrededor del 40 por ciento. Por tal motivo es de suma importancia el encontrar mecanismos y crear el ambiente propicio para su desarrollo.

En México el camino comenzó a ser trazado en 2002 con la creación de la Subsecretaria de la Pequeña y Mediana Empresa (DiarioPyme, 2008) dependiente de la Secretaria de Economía y que tiene como tarea principal diseñar, fomentar y promover herramientas y programas para el desarrollo, consolidación y creación de las micro, pequeñas y medianas empresas. A la par de la creación de esta subsecretaria, nacieron otros organismos tanto privados como públicos y de orden local y regional. Todo esto propiciado por una estrategia de gobierno que a palabras del aquel entonces Presidente Vicente Fox, debía estar enfocada a la “*changarrización*”<sup>2</sup> de la economía, es decir, al desarrollo y consolidación del sector formado por las PYMES, todo esto ratificado en el Plan de Desarrollo Nacional que actualmente y con variantes se continua llevando a cabo por el gobierno en turno<sup>3</sup>. Dicho Plan fue elaborado en base a cinco pilares y objetivos básicos los cuales son:

- 1) Manejar la economía de forma transparente
- 2) Mejorar la competitividad global del país
- 3) Promover una forma de desarrollo participativo,
- 4) Asegurar un desarrollo armonioso
- 5) Crear las condiciones propias para un desarrollo sustentable del país.

---

<sup>1</sup> Datos adquiridos en el portal de la Secretaria de Economía, <<http://www.economia.gob.mx/?P=7000>>

<sup>2</sup> La Changarrización de la Economía, se refiere al hecho de que los pequeños negocios tomen fuerza y presencia en el desarrollo económico del país. La palabra “changarro” es un mexicanismo usado para nombrar a un negocio pequeño ya sea familiar o personal, con cualquier tipo de actividad.

<sup>3</sup> Plan Nacional de Desarrollo, 2007-2012

En Diciembre del mismo año la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa fue votada por las Cámaras de Diputados y Senadores, para posteriormente ser ratificada y publicada por el Poder Ejecutivo mediante el Diario Oficial de la Federación. Dicha ley tiene como principal objetivo promover el desarrollo nacional favoreciendo la creación de PYMES y apoyando su productividad, competitividad y durabilidad. Esta ley está enfocada a aumentar la presencia de las PYMES en el mercado interior y exterior, promoviendo la creación y desarrollo de cadenas de valor más productivas, lo cual tendría como resultado el crecimiento del empleo y el aumento del bienestar económico y social (OCDE, 2006).

El desarrollo de la política economía para las PYMES en México es notable, aunque a decir de muchos dicha política es aún insuficiente tomando en cuenta el tamaño y el peso que representa el sector para la economía del país. Por lo tanto para proseguir con nuestro trabajo es de suma importancia conocer el estado real de las PYMES en el país, a lo largo de todo este capítulo analizaremos que tan desarrollado esta el sector de la pequeña y mediana empresa, cuáles son sus determinantes, cuales son los principales obstáculos a los que se enfrentan y cuales sus incentivos o motores más importantes para comenzar su camino a la aventura internacional.

### 3.1 Política MIPYME “Hecha en México”

En México es la Secretaría de Economía a través de la Subsecretaria PYME, la encargada de realizar y administrar todos los apoyos dirigidos hacia las pequeñas y medianas empresas, para esto, la Secretaría estableció a través de la Ley sobre el Desarrollo y Competitividad de la PYME, la clasificación para estas empresas, en base a su sector de actividad y en base al número de empleados, (en algunos países también se incluye la clasificación por ingresos netos<sup>4</sup>), para las empresas dedicadas al Comercio, la Micro empresa debe tener entre 0 y 10 trabajadores, la Pequeña entre 11 y 30 y la Mediana empresa entre 31 y 100; para las Empresas dedicadas al sector industrial, la micro empresa debe contar con 10 o menos trabajadores, la pequeña entre 11 y 50, la mediana entre 51 y 250; Finalmente para el sector Servicios la regla es parecida, las micro empresas deben tener entre 1 y 10 trabajadores, la pequeña entre 11 y 50 y la Mediana entre 51 y 100 empleados (Morales, 2002).

---

<sup>4</sup> Observatorio de las PYMES Europeas realizado por la Comisión Europea sobre la Internacionalización de las PYMES, 2003.

La política Pública del país orientada a las PYMES y dirigida por la Subsecretaria PYME, no se basa solo en el otorgamiento de créditos o de financiamientos a las empresas, como muchos pueden pensar. Sin lugar a dudas un paso acertado en la creación y desarrollo de la política PYME en el país fue el entender que las empresas requerían atención diferenciada, en función no solo a su tamaño y sector, si no en base a sus objetivos, estrategias y a la propia capacidad de la empresa. Es cierto que aún falta mucho camino por recorrer, pero no se puede negar que la política emprendida hasta ahora no es del todo errada (Mundo Ejecutivo, 2005). Uno de los primeros aciertos de dicha política, fue el agrupar todos los programas y herramientas de apoyo a estas empresas en una sola subsecretaria, pues anteriormente los programas estaban dispersos por las diferentes Secretarías de Estado y en otras instituciones dependientes también del Gobierno Mexicano. Posteriormente el siguiente acierto ha sido sin duda la clasificación y diferenciación que se ha logrado en los planes de desarrollo de la subsecretaria, la cual decidió que para mejorar las acciones de los diferentes segmentos, habría que clasificar a las empresas en cinco áreas principales: las microempresas, las empresas pequeñas y medianas, las empresas gacelas, las empresas tractoras y un sistema de emprendedores para la creación de nuevos proyectos empresariales. Dichas empresas reciben cinco productos principales por parte de la Subsecretaria y son: la comercialización, el financiamiento, la capacitación y consultoría, la gestión e innovación y el desarrollo tecnológico (Secretaría de Economía, 2009).

### 3.2 Observatorio PyME Mexicano

Un paso importante dado en México por parte de la Secretaría de Economía en el ámbito de las políticas de las PYMES, ha sido la creación del Observatorio PYME, en alianza con la Universidad de Bologna en Argentina, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), dicho observatorio forma parte también del Proyecto lanzado por el mismo Banco (BID) para la creación de un Observatorio PYME Latinoamericano.

El proyecto del Observatorio Mexicano de la PYME tiene como objetivo generar información cualitativa y cuantitativa sobre el desempeño de la pequeña y mediana empresa en el país<sup>5</sup>. Asimismo dicho proyecto tiene la capacidad de hacer evaluaciones acerca del impacto causado por los diversos instrumentos y acciones realizadas por el Gobierno en relación a las PYMES, da seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo desde una perspectiva PYME, promueve la investigación científica aplicada a este sector y

---

<sup>5</sup> Toda la información en relación a la Organización y los resultados del Observatorio 2003 para las PYMES puede ser consultada en la página web dispuesta para este proyecto <http://www.cipi.gob.mx/html/observatorio.html>

colabora con otras instituciones, universidades y organismos tanto locales como internacionales, para el intercambio de información y el desarrollo de nuevas técnicas de estudio. Para proseguir con nuestro análisis acerca de las PYMES, este estudio nos servirá de guía y con datos complementarios intentaremos dar un panorama general de la situación por la que atraviesa este sector actualmente.

Aunque han pasado un par de años desde la publicación de este Observatorio, la carencia de datos actualizados sobre el mismo impide conocer avances o retrocesos sobre la actual situación de las PYMES. No obstante, mediante un análisis y una comparación entre datos brindados por el Observatorio y otros estudios sectoriales recientes, que ciertamente sirven como complementos y actualizaciones, será posible dibujar un panorama general sobre el estado que guardan actualmente las PYMES en México.

Tomando como base la estructura del Observatorio PYME, dividiremos la siguiente parte de este proyecto en seis partes principales que nos permitirán al término del capítulo dibujar un panorama general sobre estas empresas y en especial sobre los asuntos que nos interesan en este proyecto.

### 3.2.1 *Características Generales de las PYMES*

El observatorio arrojó resultados muy importantes para comprender características de constitución acerca de las PYMES, pues del 99 por ciento que representan estas empresas se encontró que **el 65 por ciento son empresas de tipo familiar**. De estas solo el 45 por ciento tienen una antigüedad de 12 años en el mercado y un 12 por ciento son empresas con menos de 4 años en el mercado, es decir que hay un porcentaje pequeño de creación de empresas en comparación de aquellas que ya tienen más tiempo en el mercado.

Sin embargo la principal característica que debe ser primordial para la continuación de nuestro estudio es el hecho de que estas empresas son de ***tipo familiar*** y por lo tanto como nos dice Poza (2009) suelen tener problemas para su consolidación, pues el estrecho nexo que existe entre las personas que la dirigen a veces impide la toma de medidas o decisiones difíciles para la empresa. A este problema se le tiene que añadir el hecho de que estas empresas que representan más de la mitad de las firmas en México muchas veces carecen de preparación adecuada para navegar en contra de las muchas limitaciones.

Finalmente otra de las características analizadas dentro de esta sección, fue el sector donde mayormente se desenvuelven estas empresas y se encontró que principalmente se desarrollan en las áreas de servicios y manufactura. De igual manera con el estudio se pretendió analizar que tanto recurren estas empresas a la afiliación a alguno de los organismos empresariales existentes y se encontró que una de cada tres recurre a la afiliación y participación en estos organismos empresariales. Mas sin embargo en el sector servicios la

afiliación es muy baja pues dos de cada tres empresas no pertenecen a ninguna red u organismo empresarial.

### 3.2.2 Perfil del Empresario y Características Empresariales

En término de los dirigentes de las PYMES, el Observatorio pudo realizar un perfil muy sencillo sobre los dirigentes en cuanto a nivel educativo. La mayoría de estos poseen solo estudios de Licenciatura, mientras que a nivel de los empleados una gran mayoría presenta a personas con nivel educativo hasta la secundaria y en segundo lugar la preparatoria.

Finalmente, en esta del estudio también se intentó exponer que tanto recurren las empresas a la capacitación y a la preparación de sus empleados. Los resultados obtenidos por el Observatorio fueron variados pues en el sector servicios, **el 69 por ciento** de las PYMES encuestadas indicaron que recurren a la capacitación de sus empleados mientras que del lado de las empresas manufactureras solo un **43 por ciento** apoya a sus empleados con capacitación y preparación en diferentes ámbitos.

### 3.2.3 Inversión y Financiamiento

Sin lugar a dudas el tema del financiamiento y los créditos es uno de los más relevantes en cuanto al estudio de la situación de la PYME en México, ya que muchos empresarios argumentan que el principal problema al que se enfrentan y que se convierte en el objetivo que deben perseguir los programas de gobierno, es el Financiamiento. La Asociación de Bancos de México por otra parte asegura que año con año los montos de los créditos han ido aumentando y que tan solo a mitades de este año, dicho financiamiento logró crecer 97 por ciento en relación al año anterior, lo que significa que la Banca ha logrado otorgar 149 mil créditos lo que representa un saldo por 100 mil millones de pesos (ABM, 2009). En contraparte, un estudio realizado por parte de la CANACINTRA (2009)<sup>6</sup> sobre el papel de la Banca en México, asegura que los créditos han ido disminuyendo a lo largo de estos últimos años lo cual ha provocado que la participación crediticia del país sea bastante baja en comparación con la de otros países, dicha **participación crediticia** estimada en un **4.3 por ciento del PIB** es inferior a la participación crediticia de países como El Salvador, Bolivia, Honduras, Nicaragua y resulta mucho más inferior a la participación de países emergentes e Industrializados, como es el caso de Brasil que tiene una participación de 9.6, Chile de 9.0, España 19.6, Japón 24.0 y Estados Unidos 29.4 solo por citar algunos ejemplos<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Cámara Nacional de la Industria de la Transformación

<sup>7</sup> La fuente principal de este estudio de la CANACINTRA, es el World Development Report 2009, realizado por el Banco Mundial.

Sin lugar a dudas en el país se ha descuidado la parte crediticia, pues el mismo estudio de la CANACINTRA, señala que los créditos del año pasado fueron similares a los de hace 14 años y aunque se ha registrado un repunte, para este 2009 el nivel de la participación crediticia aun es muy baja. Siguiendo con este tema, el estudio señala que solo el 21 por ciento de las empresas Mexicanas utilizan algún crédito otorgado por la banca comercial, mientras que el porcentaje para las PYMES se reduce a 17 por ciento, esta disminución ha sido propiciada por la falta de información y de confianza (manifestada con el aumento en las garantías exigidas) entre los actores del financiamiento y sobre todo por el aumento que han sufrido las tasas de interés. Sin embargo el efecto mayor sobre esta desconfianza mutua entre la banca y las empresas, ha ocasionado que los proveedores se conviertan en los principales financiadores de las PYMES, con un porcentaje muy alto con respecto a la Banca Comercial y de Desarrollo, pues según este estudio basado en las fuentes del Banco de México, los proveedores resultaron ser la principal fuente de financiamiento con un porcentaje de 56, contra un 21 por ciento de la Banca Comercial y un 1.7 por ciento de la Banca de Desarrollo, los datos más claros los podemos encontrar a continuación.

### Principales Fuentes de Financiamiento 3.2.3

	Proveedores		Banca Comercial		Banca de Desarrollo	
	2000	2009	2000	2009	2000	2009
<b>Total</b>	4.8	5.6	2.4	2.1	1.7	1.7
<b>Medianas</b>	4.8	5.5	2.6	2.3	0.9	1.8
<b>Pequeñas</b>	5.8	6.3	1.7	1.7	2.8	1.6

Fuente: Banco de México

Otro punto importante a resaltar es la paradoja que ha representado la disminución del valor del dinero y la inmovilidad de las tasas de interés, este fenómeno ha ocasionado que las empresas prefieran no contratar o solicitar algún crédito.

Si esta situación complicada para el financiamiento es difícil de manejar por grandes empresas, las PYMES entonces se enfrentan a un problema aun mayor, pues cuentan con menos garantías, menos experiencia, flujos de caja menos predecibles y una gestión financiera no tan desarrollada en la mayoría de los casos. Esta sequía financiera ha ocasionado que las PYMES en México limiten su avance hacia la modernización, obstaculicen la creación de nuevas empresas, impidan la innovación en productos y limiten la inversión en tecnologías y en diferentes estrategias y gestiones, en términos de productividad, calidad, capacitación humana y sobre todo en la expansión a nivel internacional.

Por su parte, el Observatorio de la PYME también pudo evaluar el acceso al financiamiento por parte de este sector y se encontró con los siguientes resultados: Solo el **13 por ciento de las PYMES encuestadas ha solicitado algún tipo de crédito**, de este porcentaje el 76 de 100 recibieron el crédito. Dentro de este mismo estudio se señalan las principales causas por las cuales existe un porcentaje tan bajo de empresas con acceso a algún crédito, entre las que se destacan la falta de interés por parte de la Banca en prestar dinero, la falta de garantías exigidas por los Bancos a las PYMES y la falta de información en la materia y conocimiento de los procesos.

Otro problema no mencionado anteriormente por los estudios aquí citados, es sin duda la falta de liquidez que enfrenten las PYMES. Como Alonso Gómez (2009) señala, el 2010 puede ser un año difícil para estas empresas y se debe evitar al máximo cualquier mal manejo, desafortunadamente el mismo Gómez señala que dicha práctica no podrá ser solucionada sin ayuda de programas que enseñen a las PYMES a gestionar su tesorería y automatizar sus procesos y que “el reto más importante para las PYMES es mantener el ingreso, la venta y recuperar lo más pronto posible su facturación y su cobranza” (Gómez, 2009), a este reto debemos añadirle la difícil tarea de reducir los costos, según un estudio presentado por la Empresa VISA y Nielsen (2008) los costos a los que incurren las PYMES son por la cantidad promedio de 3 mil 200 pesos al mes, de los cuales el 71 por ciento son pagados con efectivo, lo que representa sin duda un flujo de caja importante.

Dentro de esta sección de financiamiento, debemos tomar en cuenta algo más que sin duda contribuye a las finanzas de todas las empresas, no en términos de cómo recibir más dinero, sino por el lado de que tanto dinero del generado se puede quedar en la empresa para poder cubrir diferentes gastos o generar utilidades tras cubrir el pago de las obligaciones de la empresa al gobierno en forma de impuestos.

En los últimos años el régimen fiscal Mexicano ha sufrido diversos cambios, algunos muy importantes como la consolidación fiscal, los cambios a las tasas del valor agregado y del impuesto sobre la renta, la aparición de nuevos impuestos especiales sobre ciertos sectores o productos y el intento de agilizar y simplificar las declaraciones de impuestos.

No obstante a estos cambios, la tasa de recaudación con respecto al PIB ha permanecido casi sin movimiento y se ubica entre las más pequeñas del continente en términos de la población general (García, 2003). Lo cual ha ocasionado que año con año en las misceláneas fiscales aprobadas por el Congreso se traten de añadir nuevos sistemas y vías de recaudación.

En México las personas morales, incluyendo las Pymes, son sujetas a impuestos dependiendo de la actividad en la que se desarrollen, los principales impuestos que gravan al contribuyente son el ISR o Impuesto Sobre la Renta y el Impuesto al Valor Agregado, también conocido como IVA. Ambos

representan según datos de la Secretaría de Hacienda (2009) el 73 por ciento de los ingresos tributarios totales del país.

Un estudio realizado por el Colegio de Contadores reveló que *el 89 por ciento de los encuestados consideran que el régimen fiscal con el cual se trata a las PYMES no es el adecuado para fomentar el crecimiento de estas empresas,* debido principalmente a la complejidad para la determinación de los impuestos (38%), por la gran carga administrativa para cumplir con el régimen fiscal (20%) y por las altas tasas impositivas (13%). Del mismo modo un 93 por ciento de los encuestados cree que este régimen fiscal no contribuye a la creación y desarrollo de más PYMES en México y al contrario en muchas ocasiones representa una amenaza para las empresas que prefieren ingeniárselas para evadir los impuestos. Dentro del mismo estudio también se indicaron algunas formas por las cuales el marco tributario pudiera ser modificado y generaría un contexto más competitivo y eficiente para la PYME. Dentro de las propuestas mencionadas por las empresas, esta la simplificación administrativa y la simplificación del régimen, es decir, el cálculo del impuesto que muchas veces suele ser complicado y requiere que las empresas subcontraten a otras personas especializadas en el rubro y esto les genere costos y pérdida de tiempo. Otro dato sin duda interesante, es lo relacionado con los estímulos fiscales, pues el 78 por ciento de las PYMES no los utiliza en parte por:

- **35%** Por la falta de información
- **16%** Por los costos administrativos que genera la asesoría para poder cumplir con ellos
- **7%** Porque señalan que dichos estímulos en realidad no son estímulos.

El régimen fiscal en México aplicable a las PYMES, es aun complejo y representa un gran costo administrativo para estas empresas, pues gracias a su complejidad, las PYMES se ven obligadas a subcontratar a especialistas. Del mismo modo el régimen fiscal no ofrece a ojos de las PYMES, un ambiente que estimule la creación y desarrollo de estas empresas, mas aun muchos tachan al régimen fiscal como un verdadero obstáculo a la competitividad de las PYMES (García, 2003). A todo esto hay que añadirle que la regulación sobre el mismo es descrita por muchos como obsoleta y mal diseñada generando obstáculos innecesarios para estas empresas.

Por otro lado, en materia de apoyos a la internacionalización de las PYMES, el terreno aun está muy poco explorado, pues apenas se incorporan algunas exenciones de la Ley de IVA para empresas que se incorporen a las cadenas productivas de exportación, o la devolución de este mismo impuesto a las empresas calificadas como altamente exportadoras.



Finalmente, en materia de simplificación fiscal los regímenes de intermedio y de pequeños contribuyentes resultan ser interesantes, el único problema es que dichos regímenes solo están disponibles para personas físicas, lo cual desalienta la creación de empresas formales, pues aun la ley fiscal no autoriza estos regímenes para personas morales y los autorizados por la ley son complejos y requieren de una gran parte de inversión, por tal motivo este tipo de circunstancias ha propiciado que muchas micro empresas opten por la informalidad (García; ITAM, 2003)

#### 3.2.4 Problemas y Debilidades de las PYMES

Como mencionamos en párrafos anteriores muchas de las PYMES no logran consolidarse o desarrollarse como se pudiera esperar de ellas (Secretaría de Economía, 2009) y su tasa de éxito se encuentra aun debajo de la media mundial con valores alrededor de los 25 y 30 por ciento, contra un 40 por ciento que representa esta media mundial. Sin lugar a dudas muchos son los motivos por los cuales estas empresas pueden fracasar en sus esfuerzos por la supervivencia y por el crecimiento, mas sin embargo el Banco Mundial en un estudio que realizo en conjunto con la Secretaría de Economía observo que *el financiamiento, la falta de asesoría empresarial, una deficiente administración, recursos humanos no calificados, desconocimiento de mercados y tecnologías y una mala organización* contribuyen en una baja competencia de las PYMES en nuestro país (Banco Mundial, 2008).

Asimismo López y Martínez (2008) aseguran que estas empresas han tenido que superar diversos obstáculos como la falta de una estructura productiva, el acceso a los créditos, la falta de una cultura de conocimiento, la poca innovación hacia los clientes y proveedores, el acceso e utilización de la tecnología y la falta de certificaciones de calidad entre otras. En términos de calidad, el Observatorio PYME también descubrió un dato similar, respecto a que *el 80 por ciento de las empresas de este tipo no cuentan con ningún tipo de certificación de calidad y lo peor aun es que el 50 por ciento no realiza ninguna técnica para la mejora de la misma.*

Por otro lado en términos de innovación solo el 24 por ciento de las empresas es dueña de alguna patente o licencia, el nivel de inversión hacia procesos mismos de la empresa o hacia alguna otra herramienta necesaria solo lo realizan el 41 por ciento de las PYMES estudiadas y en términos de satisfacción al cliente solo el 35 por ciento de ellas cuenta con algún instrumento de sondeo sobre la satisfacción del cliente.

López y Jiménez (2008), también señalan a la tecnología como un factor que puede jugar a favor o en contra de las PYMES. Dentro de este contexto una herramienta tecnológica de suma importancia que ha adquirido mucha fuerza en los últimos años, es el Internet, en México datos otorgados por la OCDE

revelan que el 70 por ciento de estas empresas cuentan con acceso a internet, mas sin embargo solo un **40 por ciento** de las empresas que tienen el acceso, planean adquirir algún dominio electrónico y comenzar a promocionar y comercializar sus productos mediante esta herramienta. Aunque el porcentaje no es del todo malo, en otros países como Finlandia, el 90 por ciento de las micro empresas cuentan con acceso a internet, mientras que para las pequeñas y medianas el porcentaje se incrementa hasta el **96 por ciento**<sup>8</sup>. No obstante a estos altos números, el acceso a internet no significa automáticamente que estas empresas utilicen esta herramienta tecnológica para realizar alguna actividad relacionada con el desarrollo de la empresa, de hecho según datos de Wilson (2005) en países como México o Argentina y Brasil existe un gran desconocimiento acerca de cómo obtener un dominio o identidad en Internet, por lo tanto las empresas de estos países y esta región no están del todo conscientes acerca de los beneficios y el provecho que se le puede sacar a esta fabulosa herramienta tecnológica.

Del mismo modo Wilson (2005) argumenta que en México las empresas son poco receptivas al uso del internet como herramienta de trabajo y por lo tanto prefieren invertir en otros rubros. Aun así el crecimiento en la base de dominios por parte de empresas mexicanas creció en un 22 por ciento de un año al otro, mas sin embargo este porcentaje engloba a todas las empresas grandes y pequeñas del país y no existe una herramienta que nos permita saber que parte de este 22 por ciento representa a las PYMES.

En este contexto de la tecnología, se puede afirmar que cuando una empresa tiene acceso más rápido y sencillo a herramientas tecnológicas e innovadoras, tendrá por ende más oportunidades para lograr su desarrollo. Desafortunadamente muchas veces, la empresa que accede a esta tecnología es la competencia y si tomamos en cuenta de que el 75 por ciento de las PYMES en México señalan que el ambiente es altamente competitivo, entonces el acceso a la tecnología e innovación se vuelve un requerimiento básico en la estrategia de cualquier empresa. La necesidad de dichas estrategias muchas veces es más notoria en empresas manufactureras como lo expresa el Observatorio PYME al indicarnos que ***el 42 por ciento de las empresas ven a su competencia con mejores herramientas tecnológicas***, mientras que en el sector servicios el nivel de percepción es de alrededor del 25 por ciento.

El problema surge cuando estas empresas desarrollan muchas actividades de tipo local y muy difícilmente pueden competir con empresas más allá de su radio de operación. En este contexto una situación muy parecida ocurre con los proveedores de estas empresas los cuales el **78 por ciento de las veces se encuentran en un radio de distancia de 20 kilómetros** (Observatorio PYME, 2003). Por lo tanto podemos afirmar que las actividades de las PYMES muy difícilmente se desenvolverán a cabo en

---

<sup>8</sup> Datos del año 2001 proporcionados por el estudio de la OCDE Measuring the Information Economy, y citado en el documento final del Observatorio PyME 2003.

contextos internacionales o regionales, pues la mayoría de sus actividades son dirigidas a un mercado local muy pequeño en extensión geográfica.

Bajo este contexto del nivel de localía de las PYMES y la poca participación regional o internacional de estas mismas, analizaremos en los próximos párrafos los principales obstáculos que representa para estas empresas salir de sus fronteras ya no solo regionales si no nacionales. Sobre esta premisa, cabe señalar que si existe un alto nivel de fracaso de las PYMES en el país y estas se engloban principalmente en mercados locales, muy difícilmente el panorama en el extranjero pudiera ser diferente. Entonces podemos afirmar que las PYMES suelen tener grandes dificultades para entrar en mercados extranjeros. Mas sin embargo muchas de estas dificultades como Boleno (2008) señala suelen ser muy básicas, y eso no significa que no sean importantes o urgentes a resolver.

Muchos autores e instituciones han señalado la mayoría de los obstáculos que encuentran las empresas al emprender la aventura internacional, por ejemplo:

**Kauffman** citado por Boleno (2008) señala que un **proceso administrativo** ineficiente, la carencia de **tecnologías**, un **financiamiento** poco competitivo, **regulaciones** ambientales y **fiscales** restrictivas y la **falta de apoyo** al gobierno son factores que repercuten negativamente en la internacionalización de las empresas.

Por su parte **Palomo** (2005) señala la falta de **liquidez**, los altos **costos** de operación, la poca **calidad** y **competitividad** de la empresa, la falta de **cultura de la innovación** y la ausencia de la **tecnología** también representan obstáculos a vencer en una estrategia internacional.

La **OCDE** (2006) por otro lado, agrupa a los obstáculos encontrados por una empresa en dos secciones, la primera de ella, los obstáculos **internos** (acceso a la información, **personal poco calificado, producto, precios, conocimiento, logística y mala negociación**) y la segunda engloba a todos los obstáculos de tipo **externo** (**infraestructura, recursos financieros, políticas regulatorias, entorno empresarial, falta de apoyos**).

Mas sin embargo, una de las explicaciones más organizadas y mejor elaboradas en torno a los obstáculos que se presentan durante el inicio de la actividad internacional la da la Comisión Europea (2003) órgano de dirección de la Unión Europea, la cual agrupa a los obstáculos en cuatro diferentes vertientes.

- La primera de ellas las barreras liadas al Conocimiento: en esta vertiente aparecen obstáculos como la falta de conocimiento del mercado, la falta de experiencia, la falta de información tanto de ayudas otorgadas como de condiciones de pago, regulatorias y de la competencia; asimismo otras barreras como el desconocimiento de la cultura y la lengua del país destinatarios de las estrategias internacionales de la empresa son contempladas en esta vertiente
- La segunda barrera está completamente liada a la Falta de Recursos: principalmente de orden financiero, humano y tecnológico. Aunque también engloba la falta de recursos y condiciones del país destinatario en cuanto a programas de apoyo e infraestructura.
- El tercer tipo de barrera es en relación al Procedimiento: Estas surgen durante el proceso de internacionalización y están relacionadas con las barreras arancelarias, de comportamiento de la PYME, de transporte, legales, de documentación, de mala gestión de talentos, de permisos, de acompañamientos inoperantes por parte de instituciones de apoyo, entre otros.
- La cuarta y última vertiente de barreras son las de tipo Exógenas: como la inestabilidad política y económica de las naciones involucradas, algunos obstáculos externos como la corrupción y la burocracia, el riesgo del país y el nivel de confianza en el clima de negocios, este último será analizado más profundamente en el capítulo cinco de nuestro proyecto.

Finalmente, a pesar de los obstáculos mencionados por varios autores e instituciones que en su conjunto representan sin duda todos o la gran mayoría de los innumerables obstáculos que se presentan en el proceso de internacionalización de las PYMES, la realidad del contexto mexicano nos sugiere según a las investigaciones realizadas que son cuatro los principales obstáculos y debilidades de las empresas mexicanas y son: los altos costos que el proceso representa, la lentitud y dificultad en las operaciones o trámites aduanales o de otra índole, la falta de información especializada y completa sobre los mercados de destino de la estrategia y la última de ellas, la falta de capacidad financiera, administrativa y humana de la empresa.

### *3.2.5 Estrategias y Posicionamiento Internacional*

Como hemos visto en los párrafos anteriores el desarrollo de cualquier economía está completamente ligado al desarrollo de sus PYMES, en México a pesar de tener un número importante de este tipo de empresas, son pocas las que se han atrevido a incursionar en mercados internacionales. Según el

Observatorio PYME *el 83 por ciento de estas empresas no realiza ninguna actividad en el extranjero.* Pero eso no es lo peor, pues según datos de la propia Secretaría de Economía (2009), **alrededor de 240 mil millones de dólares dejan ir las PYMES para surtir a las grandes multinacionales que son atendidas por otros proveedores extranjeros,** dejando así pasar oportunidades que bien podría aprovechar por su característica de localia para mejorar su incursión en el comercio internacional.

No obstante a estos datos **Jiménez** (2002) asegura que hay muchos factores a favor de las PYMES que bien podrían funcionar como factores claves o motores para el desarrollo de las estrategias internacionales de la PYME, dichos *factores varían dependiendo de la empresa, de la localización y del mercado.*

Mientras tanto para **Calderón** (2009) estos motores pueden originarse bajo dos perspectivas, la primera de ellas, desde un punto de vista *directo, es decir, como estrategia propia o necesidad de la empresa* y la segunda de ellas vista de una forma *indirecta, generada principalmente por el mercado.*

Estos factores explicados por Jiménez (2002) y Calderón (2009) entre otros, han hecho que algunas PYME si se aventuraran a expandir sus mercados, la gran mayoría de estas empresas lo han hecho bajo la forma de la exportación directa o la importación, aun así los datos aun son muy poco alentadores pues según un estudio de la OCDE (2007) sobre las PYMES **en México, solo un uno por ciento de estas empresas exportan regularmente** y aunque las exportaciones representan un motor importante en el crecimiento del país, estas suelen estar muy mal diversificadas y van a parar a los mismos lugares de siempre y con los montos de casi siempre. La alta dependencia a la Economía de los Estados Unidos, sigue siendo obstáculo para la no diversificación de las exportaciones, pues según Arruti y García (2006) de las exportaciones realizadas el **85 por ciento van dirigidas a nuestro vecino del Norte,** desaprovechando así muchos de los tratados comerciales firmados con otros países, ni siquiera con la Unión Europea se ha podido alcanzar un máximo rendimiento del tratado pues en 2005 alcanzaban el 4 por ciento del total, mientras que en 2007 apenas lograron subir a 5 por ciento, todo esto ocasionado por el poco nivel de internacionalización de las empresas Mexicanas y por la falta de un proyecto nacional dedicado únicamente al fortalecimiento y aumento de la actividad internacional del país.

La baja participación de las PYMES, puede darse como resultado de un entorno que no favorece para nada el desarrollo de este tipo de estrategias y hasta cierto punto es entendible que la mayoría de las PYMES prefieran ocupar sus esfuerzos en otro tipo de estrategias que les darían mejor posicionamiento local que aventurarse a realizar proyectos de tipo internacional.

Aun así los indicadores son claros, México no ha sabido exprimir todos los beneficios de los Tratados Internacionales firmados, ocasionando que en el 2007, nuestro país disminuyera su posición en el ranking de los países exportadores del 12 al lugar 15 según el Banco Mundial (2008), quien también advirtió sobre la preocupante desaparición en 2007 de alrededor de 1,655 PYMES exportadoras en el país. Muchas de estas desapariciones de empresas se deben a que la mayoría de las veces se tiende a dar más apoyo a las grandes empresas pues se piensa que el sector exportador es exclusivo de ellos y miles de empresas que bien pudieran competir en el extranjero o que desean promover sus productos a nivel internacional, no cuentan con el suficiente apoyo (Terpstra & Russow, 2000). No obstante, reflejo de las ganas de algunas PYMES por participar en el sector internacional, **las PYMES** han incrementado su porcentaje en las actividades exportadoras del país para contribuir con un **6.7 por ciento del total de las exportaciones totales de la nación** (Secretaría de Economía, 2009).

### 3. 2. 6 *Utilización y Percepción de los Apoyos Gubernamentales y Privados.*

En esta sección detallaremos brevemente la percepción por parte de las PYMES, acerca de los apoyos otorgados para su desarrollo. El Observatorio PYME (2003) reveló que el **86 por ciento de estas empresas desconoce la existencia de apoyos y solo un 1.8 por ciento los ha utilizado**. De estos apoyos, los más conocidos son los apoyos al financiamiento como los otorgados por *NAFIN* y *BANCOMEXT* y el programa para la certificación de la calidad ISO 9000, mientras que el menos utilizado es PROMODE, un apoyo a la capacitación del comercio detallista.

Por otro lado los empresarios de la PYME, señalan a través del Observatorio, que los programas existentes del gobierno y la iniciativa privada deben estar enfocados primordialmente a la adquisición de bienes, al financiamiento, a la integración del capital de trabajo y a la contratación de consultores expertos en dirección estratégica

### 3.3 Consideraciones Finales del Capítulo:

Como bien hemos podido ver a lo largo de este capítulo la situación de la PYME mexicana no es del todo cómoda, no solo para iniciar sus estrategias de internacionalización, sino también para ser competitivas en el país. Actualmente estas empresas se debaten entre ser o no competitivas en los entornos locales que cada vez están llenos de mas participantes extranjeros y que vuelven el entorno más exigente y por lo tanto más difícil para sobrevivir en el, sobre todo por parte de aquellas empresas con más debilidades que fortalezas. Porter (1995) por su parte, como solución a esta situación propone una ruta por la cual las empresas pueden llevar a cabo tres estrategias competitivas: el liderazgo en costos, la diferenciación y la

alta segmentación. Bajo esta premisa las empresas deben estar en continuo proceso de innovación, proceso que solo se alcanza si hay una sinergia entre varios factores propios de la empresa, pero también en factores propiciados desde el exterior de esta. Por tal motivo a lo largo de este capítulo se abordaron temas relacionados con la política y la situación actual de las PYMES en el país, no solo en términos financieros sino también en el contexto tecnológico, de innovación, capacitación e internacionalización. En el siguiente cuadro se puede llegar a resumir en cifras la realidad de las PYMES en el país.

**Clasificación:** 0 a 10 → Micro, 11 a 30 → Pequeña, 31 a 100 → Mediana (Base Num. Trabajadores)

**Afiliación:** 2 de cada 3 no pertenecen a ninguna afiliación o Red Empresarial

**Recurren a la Capacitación:** entre 43 y 69 por ciento dependiendo del sector

**Tipo de Empresa:** 65 por ciento de Tipo Familiar

**Financiamiento:** 13 por ciento lo han solicitado, Principal Financiado → Proveedores, Obstáculo Principal → Garantías

**Régimen Fiscal** → 89 por ciento creen que no es el adecuado por: Falta de Información, Por lo costoso y complejo que es calcularlo; Porque no son Estímulos

**Problemas:** Falta de Acceso a la Tecnología, No Certificaciones de Calidad, Muy dependientes del mercado local

**Apoyos:** el 86 % los Desconoce, solo un 1.8 % los ha utilizado

### **Internacionalización**

→ 83 por ciento no realiza ninguna actividad

→ Solo 1 % exporta significa un 6% del Total de exportaciones

#### **Obstáculos a la Internacionalización**

Internos: Información, Personal, Producto, precios, Logística Mala Negociación

Externos: Infraestructura, Recursos Financieros, Políticas, Entorno, Apoyos Insuficientes

#### **Motores**

Acceso a Mercados más Grandes, Búsqueda de costos más bajos, Precios más Competitivos, Seguir a un Proveedor, Intercambio de tecnología y Conocimiento, Aprovechar de ventajas de mercado.

En este contexto y bajo las políticas de desarrollo económico nacional, México se ha destacado en la plataforma macroeconómica por estar entre las 15 principales economías a nivel global durante los últimos quince años, desafortunadamente pertenecer a este grupo de elite o al llamado top 20 de las economías, no se ha traducido en un creciente dinamismo y competitividad como bien podría suceder. En los últimos años el crecimiento ha ido disminuyendo a tasas menores a las esperadas e incluso menores que las de muchos países de la región. La realidad económica del país es para tomarse muy seriamente en consideración, pues aunque se han hecho algunos cambios importantes aunque aun no trascendentales, el país sigue sin tener un crecimiento sostenido. Producto de esta complejidad de la economía, resulta plantearse un ambiente igual de complejo para las PYMES, que sin duda tras este periodo de crisis, necesitaran más que nunca del apoyo sostenido por parte de la iniciativa privada y pública.

Por tal motivo en el siguiente capítulo nos daremos a la tarea de analizar de una manera breve los diferentes programas que forman parte de la política económica orientada a la creación, desarrollo y consolidación de las PYMES, y se hará especial hincapié en algunos programas que pudieran servir en el futuro o que sirven actualmente para promover y desarrollar la capacidad internacional de estas empresas.