

Iván Javier Villamar Varado ^a, Vladimir Alexander Guerrero Cortez ^b; Felix
Cristobal Hablich Sánchez ^c

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio
internacional

*Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. Vol. 2 núm.,
especial, mayo, ISSN: 2588-073X, 2018, pp. 971-985*

DOI: [10.26820/recimundo/2.esp.2018.971-985](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.esp.2018.971-985)

Editorial Saberes del Conocimiento

Recibido: 05/12/2017

Aceptado: 15/02/2018

a. Universidad de Guayaquil.

b. Universidad de Guayaquil.

c. Universidad de Guayaquil.

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

RESUMEN

Las Pymes constituyen aquellas empresas que se encuentran dentro de la clasificación estipulada por el INEC como pequeñas y medianas empresas, representan actores importantes en el desarrollo productivo de los diferentes países por su grandioso aporte en la generación de empleo, participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Sin embargo, por sus características la pequeña y mediana industria se deduce que sus exportaciones son mínimas, principalmente debido a su baja producción, poco conocimiento de los procesos de exportación, falta de información sobre mercados internacionales, insuficientes capitales de trabajo, ausencia de tecnología, deficiente control de calidad, entre otras razones. A partir de aquello, dentro del presente manuscrito se desarrollan aspectos teóricos referentes a las Pymes y la internacionalización de las mismas, cada uno de estos apartados cuenta con el sustento bibliográfico que ayuda a una mejor comprensión, es decir todo este enfoque desde una perspectiva bibliográfica.

Palabras Claves: Pymes, generación de empleo, número de empresas, producto interno bruto, mercados internacionales.

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

ABSTRACT

The Pymes are those companies that are within the classification stipulated by the INEC as small and medium enterprises, they represent important actors in the productive development of the different countries for their great contribution in the generation of employment, participation in the total number of companies and, to a lesser extent, by its weight in the gross domestic product. However, due to its characteristics, the small and medium industry can be deduced that its exports are minimal, mainly due to its low production, little knowledge of export processes, lack of information on international markets, insufficient working capital, lack of technology, poor quality control, among other reasons. From that, within the present manuscript are developed theoretical aspects of SMEs and the internationalization of them, each of these sections has the bibliographic support that helps a better understanding, ie all this approach from a bibliographic perspective.

Keywords: Pymes, employment generation, number of companies, gross domestic product, international markets.

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Introducción.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen actores importantes en el desarrollo productivo de los diferentes países por su aporte a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno (Tello, 2014). Su producción se encuentra directamente asociada al mercado local, por lo que gran parte de la población y de la economía dependen de su actividad. Sin embargo, a nivel local, la participación de las PYME en relación a las exportaciones es muy reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también es evidente en la brecha marcada de productividad en relación a las empresas grandes.

Ecuador constituye un país con un número elevado de PYMES cuya actividad económica se centra en el comercio, servicios y actividades industriales, actividades que sin duda alguna son indispensables para generar empleo en el país. Debido a su gran participación tanto en el mercado comercial como el laboral, juegan un papel sumamente importante dentro de la sociedad.

Las PYMES tiene gran incidencia en el desarrollo de un país, dado la vitalidad que representan desde el punto de vista económico y social ya que crean oportunidades de distinta índole en las transformaciones tanto productivas como sociales, es por ello que su accionar contribuye en gran medida para el crecimiento de un país. Dentro de las transformaciones estructurales económicas a la vista destacan las siguientes: la generación de empleo, la transformación tecnológica y la capacitación de mano de obra (Yu Lee, 2016).

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

A pesar que su estructura por ser pequeña ayuda enormemente a las PYMES a adaptarse a las exigencias tanto de clientes como del mercado existen ciertas limitaciones en su accionar dada la naturaleza emprendedora de los diferentes negocios, por ejemplo, entre las limitaciones más visibles se pueden citar: el acceso complicado a créditos, complejidad en la disponibilidad de recursos, etc.

Desarrollo.

Las pymes constituyen las pequeñas y medianas empresas, es decir, empresas que cuentan con un número total de trabajadores de entre 10 a 199 personas y una facturación moderada que registra valores entre \$ 100.000 y 5'000.000 (INEC, 2014). Bajo este contexto, las Pymes constituyen empresas que no registran mayor tamaño ni facturación, con un limitado número de trabajadores y que por sobre todas las cosas no tienen grandes recursos que las empresas de mayor tamaño si las poseen.

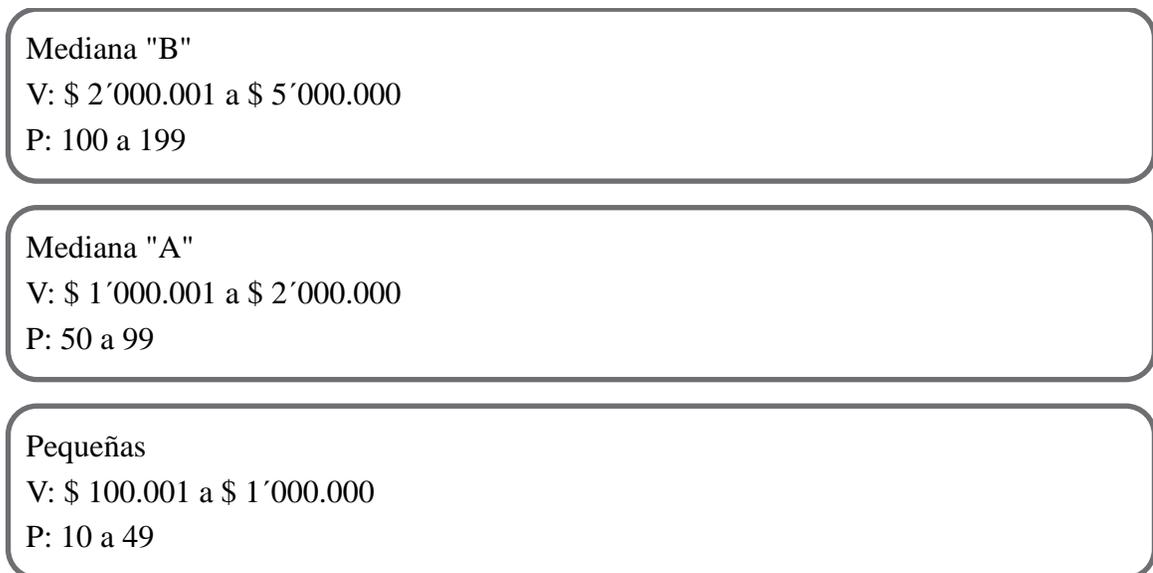
A continuación, en la tabla N 1, se especifica la clasificación de las empresas propuesta por el INEC, sin embargo, para el presente estudio únicamente se tomaron en cuenta a las empresas pequeñas y medianas que forman parte de las Pymes.

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Gráfico 1. Clasificación de empresas



Fuente: Adaptado del INEC (2014)

La literatura actual sobre competitividad mantiene que una estrategia para incrementar la productividad constituye el impulso de distintas maneras de asociatividad empresarial, específicamente en el caso de las PYMES, que, por su tamaño, muy difícil podrían impulsar economías de escala, acceso a mercados, calidad con base a estándares internacionales y una oferta consistente y constante. Es decir, las PYMES representan una importante fuente de empleo, se debe generar también políticas que estimulen la asociatividad de este sector empresarial (Aguiar et al., 2013).

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

La importancia de las Pymes se evidencia desde diferentes escenarios. En primer lugar, constituye una de las fuentes principales de empleo; resulta interesante dado que como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. Mientras que, en segundo lugar, puede convertirse en apoyo importante para la gran empresa dado que ayuda a resolver ciertos cuellos de botella que se producen en la producción. Es decir, se da oportunidad a que personas de bajos recursos económicos y sin empleo generen su empleo propio, y así mismo contribuyan con la producción de las empresas grandes (Tello, 2014).

La internacionalización de las PYMES

Lamentablemente, no se dispone de estadísticas históricas y actualizadas que permitan sacar conclusiones precisas sobre la participación y evolución de las PYMES en el comercio internacional, ni de la oferta exportable actual ni de los volúmenes y valores de sus exportaciones. Esta falta de información dificulta el diseño de políticas y estrategias para la inserción de las PYMES en los mercados internacionales (Jácome & King, 2013).

Por ciertas características de la pequeña industria se infiere que sus exportaciones son mínimas, principalmente debido a su baja producción, poco conocimiento de los procesos de exportación, falta de información sobre mercados internacionales, insuficientes capitales de trabajo, ausencia de tecnología, deficiente control de calidad, entre otras razones (Jácome & King, 2013).

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Por otro lado, el mayor porcentaje de las ventas de PYMES se realizan en la ciudad (44%), el 26% se destina a las provincias cercanas, 16% a otras provincias, el 8% a las provincias fronterizas y solamente el 6% se destina a la exportación. Así pues, los destinos principales de exportación de las PYMES constituyen los países de la CAN donde va el mayor porcentaje de exportación (44,5%), seguidamente en importancia Estados Unidos con el 16% y en menor medida Europa, países del Mercosur , Centroamérica (Aguiar et al., 2013).

La realidad actual de la “nueva economía”, acompañada con el acelerado proceso de globalización y avances tecnológicos experimentados por los países desarrollados, ha creado escenarios altamente competitivos e inciertos. Resultado de esta alta competitividad e incertidumbre aparece la necesidad de mayor innovación y flexibilidad en los procesos de salida a los mercados extranjeros. Bajo este contexto, en la actualidad, se pueden identificar dos aproximaciones en lo que se refiere al proceso de internacionalización de una empresa: siendo estas: la estrategia simultánea y el enfoque de red (Escolano & Belso, 2003).

La estrategia simultánea implica la necesidad de adoptar una estrategia global que permita diseñar un producto capaz de ser ofertado en segmentos amplios de mercados, fijar precios en función de la perspectiva de crecimiento rápido en las ventas, automatizar el proceso operativo y extender la oferta de forma agresiva. Mientras que el enfoque de red, surge de que las empresas se encuentran envueltas en un amplio conjunto de relaciones con clientes, proveedores, competidores, etc.se encuentra asociado, es decir el nivel de internacionalización depende de las características propias de las empresas (Rengifo, 2015).

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Por otra parte, según Ordóñez & Zabaleta (2014) la internacionalización constituye un proceso a través del cual las empresas despliegan capacidades para realizar negocios en otros países fuera de los mercados que conforman su medio geográfico natural; estableciendo un conjunto de operaciones que facilitan el desarrollo de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso creciente de proyección internacional e implicación.

Para el caso particular de las Pymes existen múltiples enfoques teóricos de internacionalización, sin embargo, Martínez (2016) propone un modelo de abordaje bajo tres perspectivas: modelos de fases, inversión extranjera directa y perspectiva de redes, en donde, el primer enfoque presenta cuatro formas para que una empresa desarrolle un adecuado proceso de internacionalización: 1) alianza de servicios posterior de la venta, 2) alianza para la distribución de los productos, 3) alianza para el desarrollo del producto y 4) alianza para establecer canales de distribución al menudeo tanto en mercados locales como globales. Por otro lado, el enfoque de inversión extranjera directa y crecimiento económico definen las estrategias (IED) para obtener recursos del mercado para incrementarlos. Finalmente, el enfoque de redes y relaciones presenta a la interacción social como agente importante para lograr relaciones sociales, es decir, los empresarios tienen gran peso en la expansión y crecimiento internacional.

Según Ordóñez & Zabaleta (2014) “al hablar de internacionalización, se debe hacer énfasis a la globalización de los mercados mundiales, trayendo consigo nuevas amenazas para las pequeñas y medianas empresas, una mayor posibilidad de competidores para acceder a un

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

mercado natural, incrementando así la competencia” (p. 6). Bajo este contexto, se incrementa enormemente las posibilidades de acceder a mercados exteriores.

En consecuencia, la internacionalización se muestra como la necesidad de buscar mercados nuevos en respuesta a la competencia fuerte dentro de un mercado natural. Esta debe abordarse como una actividad estratégica dentro de la Pyme, por lo cual se hace necesario utilizar metodologías de internacionalización que ayude a las empresas a desarrollar procesos competitivos.

El proceso de internacionalización empresarial constituye un acto dinámico y puede tomar varias formas en el tiempo y en el espacio. La forma de la internacionalización está relacionada a la forma en que las empresas se introducen en el mercado internacional, es decir, a la estrategia de penetración que se utiliza (León, 2008). Bajo este antecedente, la internacionalización de las empresas puede darse a través de tres tipos.

El primer tipo de internacionalización constituye a nivel comercial y está directamente relacionada con la internacionalización exportadora. Así pues, las exportaciones pueden ser de dos tipos directas o indirectas. En donde, las exportaciones directas constituyen aquellas en que las empresas no solo se ocupan del proceso de gestión de exportación, sino también de la distribución del producto entre los consumidores finales en el país de destino, mientras que las exportaciones indirectas constituyen aquellas donde el productor local no se encarga de las gestiones y procedimientos de exportación.

Tabla N 1. Tipos de exportación

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Exportación	Directa	Realización de operaciones internacionales desde el propio departamento de exportación
	Indirecta	A través de agentes independientes, a cambio de una comisión
		A través de la utilización de empresas locales especializadas en el sector (distribuidores)

Fuente: Adaptado de Escolano, C. & Belso, J. (2003) “Internacionalización y Pymes: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante”

Por otro lado, la internacionalización tecnológica consiste en la concesión de conocimientos y técnicas de producción y comercialización (know how) gestionados por la empresa doméstica para otras empresas para que lo implementen en el exterior. Mientras que la internacionalización productiva está relacionada con la inversión productiva en el exterior. En este caso, la empresa se involucra en la actividad de producción en el país de destino (Rengifo, 2015).

Los tres tipos de internacionalización reflejan diversos niveles de compromiso internacional. Es decir, el nivel de involucramiento o compromiso en el exterior es mayor en la inversión directa extranjera que en las exportaciones y en la transacción tecnológica, dado que significa una mayor asignación de recursos intangibles y tangibles hacia el exterior, además de que exige conocer con mucho más detalle el mercado, la cultura, las reglas institucionales, las reglas sociales, etc., del país de destino (Orlandi, 2013).

Bajo este contexto, en la literatura revisada, se reconoce que el proceso de internacionalización que con frecuencia utilizan las Pymes es el nivel comercial; la misma que

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

suele empezar con el desarrollo de ventas hacia un mercado o país limítrofe con el que comparte ciertos rasgos comunes (costumbres, idioma, tipos de producto). De este modo, al momento que se ha cogido cierta experiencia exportadora, la empresa pasa a la exploración de nuevos mercados (Sanguinetti, Bianchi, Pagliacci, & Scandizzo, 2013). En definitiva, la exportación representa el camino más sencillo y de menor riesgo, dado que reduce en gran medida los costos que se asocian al establecimiento de operaciones en otros países y la obtención de economías de escala, consecuencia de la centralización de la producción en una sola nación. (Escolano & Belso, 2003)

La internacionalización de las PYMES se puede medir a partir de diversos indicadores, tales como: 1) la proporción de ventas realizadas en el exterior en relación a las ventas totales, 2) la proporción de compras realizadas en el exterior en relación con las compras totales, 3) la proporción de los activos que tiene la empresa ubicados en otros países respecto a los activos totales, 4) el número de trabajadores que laboran en otros países entre el número total de trabajadores de la empresa, 5) el número de países donde opera y 6) el número de plantas o sucursales en el exterior (Mojica, Martínez, & Maldonado, 2013). Por otro lado, resulta importante destacar que recientes estudios consideran que hay cierto sesgo al entender a la internacionalización solo como la exportación de un bien o servicio, dado que esta también puede ser medida a través de la competitividad de la economía local, pues la internacionalización incrementa la competitividad nacional (Comisión Europea, 2014).

Conclusiones.

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

De forma general, dentro de la estructura propuesta por el INEC, las Pymes ecuatorianas se encuentran estructuradas por pequeñas y medianas empresas, donde las primeras generan ventas anuales entre \$ 100.001 y \$ 1'000.000 con un total de trabajadores de 10 a 49 personas, mientras que las empresas medianas generan ventas anuales entre \$ 1'000.001 y \$ 5'000.00 con un total de trabajadores de 50 a 199 personas.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son actores importantes en el desarrollo productivo de los diferentes países por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno, sin embargo, a nivel local la producción se encuentra direccionada en gran medida al mercado interno, además la participación de las PYME en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas.

El camino hacia la internacionalización de las Pymes nacionales constituye un proceso complejo dado que no existe estadística histórica y mucho menos actualizada que permita obtener conclusiones precisas acerca de la participación y evolución de las Pymes en el contexto internacional, la escasa información representa una barrera para el diseño de estrategias y políticas que permitan la inserción en los escenarios internacionales.

Finalmente, de acuerdo a la bibliografía consultada se registran múltiples enfoques teóricos de internacionalización siendo la que mayor resalta aquella propuesta por Martínez (2016) en la cual el modelo está direccionado bajo tres perspectivas (modelos de fases, inversión extranjera directa y perspectiva de redes).

Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio internacional

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich Sánchez

Bibliografía.

Aguiar, V., Arghory, A., Burgos, S., Gualavisí, M., Onofa, M., Ruiz, P., & Sáenz, M. (2013). *pequeña y mediana empresa*. (FLACSO, Ed.). Quito.

Comisión Europea. (2014). *Apoyo a la internacionalización de las PYME: Selección de buenas prácticas*. (Unión Europea, Ed.). Madrid.

Escolano Asensi, C. V., & Belso Martínez, J. A. (2003). Internacionalización y PYMES: Conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante. *Revista Asturiana de Economía*, 27, 169–195.

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). (2014). Contenido, 49.

Jácome, H., & King, K. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. (INEC, Ed.), *FLACSO, Sede Ecuador*. Quito. Retrieved from http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTRIALES_MIPYMES.pdf

León Mendoza, J. (2008). Determinantes del proceso de internacionalización de las PYME peruanas: caso sector confecciones. *Economía Y Sociedad*, 46–57.

Martínez Hellbusch, M. D. (2016). *Estrategias y determinantes en la internacionalización de PYMES en el contexto del Mercosur, Caso Uruguay*. Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Mojica Carrillo, E. P., Martínez Serna, M. del C., & Maldonado Gúzman, G. (2013). La internacionalización de las Pymes en el estado de Aguascalientes, M.C.I., 1–176.

Ordóñez Libreros, E., & Zabaleta Altamar, E. (2014). Internacionalización de las Pymes Cartageneras: situación actual y perspectivas, (11), 1–19.

Orlandi, P. (2013). Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional. *Series Del Centro de Estudios Para El Desarrollo Exportador–CEDEX*, 1–15.

Rengifo Hidalgo, C. P. (2015). *Políticas de internacionalización para las pymes: factores explicativos y una aproximación desde las instituciones, caso de estudio: Ecuador, 2007-2012*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Sanguinetti, P., Bianchi, E., Pagliacci, C., & Scandizzo, S. (2013). Perspectivas Análisis de temas críticos para el desarrollo sostenible. *Corporación Andina de Fomento*, 3.

Tello Cabello, S. Y. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*, 12(14), 199–218. Retrieved from

**Universalizar las pymes: un proyecto importante en materia de comercio
internacional**

Vol. 2, núm. Esp., (2018)

Iván Javier Villamar Varado, Vladimir Alexander Guerrero Cortez; Felix Cristobal Hablich
Sánchez

<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623/852>

Yu Lee, M. J. (2016). Economía & Pymes, Estudios y Análisis. *Economía & Pymes*, 2, 20–23.