

# Medidas públicas que favorecen la internacionalización de las Pymes. El caso de la Unión Europea

**Luis Felipe Agramunt**

*Prof. Titular «Comercio Exterior»  
y «Comercialización Internacional».  
Facultad de Ciencias Económicas –  
Universidad Nacional del Litoral  
Email: lagramunt@fce.unl.edu.ar*

**María Fernanda Andrés**

*Prof. Asociada «Comercio Exterior»  
y «Comercialización Internacional».  
Facultad de Ciencias Económicas –  
Universidad Nacional del Litoral  
Email: mfindres@fce.unl.edu.ar*

**Marcela Cozzi**

*Cientíbecaria Facultad de Ciencias Económicas –  
Universidad Nacional del Litoral  
Email: cozzimarcela@gmail.com*

## Resumen

Fecha de recepción  
01/03/2014  
Fecha de aprobación  
16/09/2014

- Palabras clave**
- *Pymes*
  - *internacionalización*
    - *Estado*
    - *dificultades*
  - *competitividad*

En este trabajo se ofrece una revisión de la literatura internacional referida al proceso de internacionalización, se identifican los obstáculos que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) enfrentan al momento de internacionalizarse y se presenta el concepto de competitividad. El objetivo central consiste en determinar las acciones públicas posibles para mejorar la competitividad empresarial y atenuar los problemas que las Pymes encuentran en el proceso mencionado. En particular, se señalan las medidas que se han tomado en la Unión Europea (UE). Los resultados obtenidos muestran la necesidad de invertir en la internacionalización de las Pymes por parte del sector público.

## Abstract

This paper includes a review of the international literature regarding the internationalization process, identifies the obstacles that Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) face when internationalizing and present the concept of competitiveness. The main objective consists in the determination of possible actions to apply in the public sector as a way to improve business competitiveness and tackle SMEs' problems in the process named before. In particular, measures taken by the European Union (EU) are mentioned. The results show the necessity for public investment in SMEs' internationalization.

### Keywords

- SMEs
- internationalization
- State
- difficulties
- competitiveness

## 1. Introducción

Actualmente, estamos en presencia de un fenómeno que, si bien dista de ser nuevo,<sup>(1)</sup> en los últimos tiempos ha adquirido mayor intensidad: se trata de la globalización<sup>(2)</sup> de los mercados que, a la vez, es causa y consecuencia del fenómeno universal de la internacionalización de las empresas (Canals, 1994).

Como afirma Hessels (2004) la internacionalización es parte de la realidad actual de hacer negocios. Ningún negocio está aislado.

Frente a la globalización, la internacionalización es un proceso cada vez más importante para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) alrededor de todo el mundo. Por un lado, el comercio internacional de bienes y servicios lleva a una competencia más feroz en el mercado doméstico de la firma (Tiwari & Buse, 2007). Por otro lado, les ofrece una cantidad creciente de oportunidades para extender el número de consumidores potenciales más allá de las fronteras nacionales (Onkelinx & Sleuwaegen, 2008) y para internacionalizar las ventas en nuevos

y crecientes mercados, generando ingresos adicionales (Tiwari & Buse, 2007).

De esta manera, el panorama internacional, una vez considerado como sin límites para las nuevas empresas no sólo es una opción para algunas de ellas, sino también una ruta estratégica para la supervivencia (Oviatt & McDougall, 2005). Sin importar los motivos, la internacionalización provee a las empresas con oportunidades para mejorar su productividad e incrementar sus chances de supervivencia (Onkelinx & Sleuwaegen, 2008).

Como sostienen Hessels & Parker (2013), las Pymes son actores claves en las economías desarrolladas modernas. De acuerdo a datos de la Comisión Europea (2001a) las Pymes son importantes en la economía europea, alcanzando el 99 % de las empresas, de las cuales el 92 % son micro-empresas, constituyéndose de esa manera en el principal sostén de la economía. Ellas generan más de dos tercios del empleo del sector privado y juegan un rol principal en el crecimiento de la economía; razón

(1) *Vid.* Agramunt, L.F., & Andrés, M.F., con la colaboración de Puccinelli, F., & Leiva, M.L. (2012).

(2) *Vid.* Díaz Mier, M.A., & García Miranda, M. del C. (2007).

por la cual la identificación de los factores que contribuyeron a su internacionalización, así como los obstáculos con los que se enfrentan y las políticas a desarrollar es de sumo interés.

En comparación con lo que ocurre en la Unión Europea (UE), similar situación se presenta en América Latina. De acuerdo a datos publicados por la Comisión Europea en América Latina,<sup>(3)</sup> en Argentina las Pymes representan el 99,5 % de la cantidad de establecimientos industriales, generando el 70 % del empleo y el 54 % del valor agregado. Además, se destaca que el papel de las Pymes a nivel exportador es menor, lo que indica que hay un campo muy importante para poder crecer tanto en el valor económico de las exportaciones como en el número de las Pymes exportadoras, aumentando de esta forma el grado de internacionalización y competitividad de las mismas.

No hay dudas sobre la importancia de la internacionalización en el ámbito empresarial. Según Jonsson & Lindbergh (2010), la internacionalización ofrece oportunidades de crecimiento y de un mejor desempeño de las Pymes. Algunos estudios demuestran que los negocios que comercializan internacionalmente son más productivos que aquellos que no lo hacen. Ellos gastan más en innovación, el uso del capital es más intensivo y su productividad laboral es mayor (Reino Unido, Department of Trade and Industry, 2004).

Hoy en día la realidad muestra que las Pymes, cada vez más, están siendo confrontadas con la tendencia de internacionalizarse (Hessels, 2004), lo que representa un enorme desafío para la mayoría. Estas empresas afrontan condicionantes propios de sus deficiencias intrínsecas en materia de recursos y capacidades, y son más vulnerables que las grandes empresas a los cambios del entorno tanto en su país como en el extranjero (Zahra, 2005). Como consecuencia, la internacionalización de las Pymes no puede ser estudiada con las mismas pautas que

se utilizan para analizar la internacionalización de las grandes empresas, por lo que es necesario un estudio que considere sus condiciones en particular.

De acuerdo con Hessels & Parker (2013) la dependencia de un entorno externo desfavorable necesita ser manejada mediante el desarrollo de estrategias competitivas apropiadas. Ante esta situación surgen varios interrogantes: ¿existe algún factor que contribuya para que una Pyme se internacionalice exitosamente?, ¿cuál/es?, ¿cuáles son los factores que obstaculizan el proceso de internacionalización de las Pymes y tornan al entorno desfavorable?, ¿pueden tomarse acciones en la órbita pública al respecto? En primer lugar, se intentará dar respuesta a la primera pregunta. A continuación se presentarán las principales barreras a las que se enfrentan las Pymes. Luego, se detallarán las políticas que el Estado puede desarrollar para atenuar las dificultades enfrentadas por las Pymes, y por último, se nombrarán las medidas tomadas en la Unión Europea al respecto.

## 2. Marco teórico

A lo largo de los años, diversas teorías se han desarrollado con el propósito de intentar explicar el proceso de internacionalización, cada una con un enfoque y considerando aspectos diferentes.

Por un lado, algunos autores se enfocan en las operaciones de las empresas. Hessels (2004), por ejemplo, define a la internacionalización como la realización de negocios en el exterior. Por su parte, también siguiendo este enfoque, Łoszczyków–Stachowiak (2013) define a dicho proceso como aquel por el cual las empresas aumentan su conciencia sobre la influencia directa e indirecta que tienen las transacciones internacionales en su futuro, y establecen y conducen transacciones con otros países.

Zhou, Wu & Luo (2007), en cambio, hacen hincapié

(3) Extraído de <http://www.al-invest4.eu/pymes-y-economia-de-la-region>. Consultado: 03/08/2013.

pié en el aspecto social y en las relaciones que surgen de este proceso (*network positions*) y afirman que la internacionalización es un proceso dinámico a través del cual empresas orientadas internacionalmente se comprometen en relaciones e intercambios transfronterizos. En el mismo sentido, Johanson & Vahlne (1990) ven a este fenómeno como un proceso acumulativo en el cual continuamente se establecen, desarrollan, mantienen o disuelven relaciones con el fin de lograr los objetivos de la empresa.

Otros investigadores, definen este fenómeno como un proceso de acumulación de conocimiento (Svetlicic, Jaklic & Anze, 2007), que implica diversas formas de aprendizaje y de desarrollo del conocimiento a través de las fronteras (De Clerq *et al.*, 2012).

Por otro lado como afirma Hessels, J. (2004), cabe destacar que la internacionalización es un tema que hasta hace poco sólo se enfocaba en las grandes empresas. Sin embargo, actualmente ha habido más atención por la internacionalización de las Pymes, puesto que se reconoce que cada vez están más involucradas en mercados internacionales y se destaca su papel clave como actores económicos transformadores de la sociedad.

### 3. Metodología

A la hora de abordar la amplitud del campo de la internacionalización, se siguieron las etapas destacadas por Crossan & Apadydin (2010), a saber: recolección de información, análisis de los datos y síntesis.

- *Recolección de información.* Los investigadores pueden obtener información de distintas formas: utilizando un panel de expertos para identificar los trabajos relevantes, utilizando conocimiento sobre la literatura existente para seleccionar artículos, y usando palabras claves para buscar en bases de datos. En esta investigación, se ha seguido el enfoque estructurado recomendado por Webster & Watson (2002) que consiste en determinar las fuentes de información de la reseña teniendo en cuenta lo siguiente:

- 1) El uso de distintas bases de datos para identificar los artículos principales. Luego, para determinar cuáles de dichos artículos deberían ser incluidos en la reseña, se seleccionaron los más citados y aquellos de publicación más reciente.

- 2) Recurrir a revistas técnicas (*Journals*); ya que es probable que las mayores contribuciones estén en ellas.

- 3) Revisión de las referencias contenidas en los artículos identificados en los puntos 1 y 2 con el fin de detectar los artículos citados en más de una de las investigaciones anteriormente seleccionadas y así determinar los nuevos artículos a considerar.

- *Análisis de los datos.* Una vez que los artículos han sido seleccionados para su revisión, el análisis de los datos procede de forma distinta según el objetivo de la misma. Como el propósito de esta investigación es lograr una apreciación integral y una consolidación conceptual del proceso de internacionalización, los métodos que se utilizaron para analizar los resultados fueron descriptivos.

- *Síntesis.* Es el principal resultado de una reseña, al producir mayor conocimiento basado en un detallado proceso de recolección de datos y cuidadoso análisis (Crossan & Apadydin, 2010). A partir del análisis de los datos descriptos previamente, se identificaron los elementos de la Estrategia Competitiva de las Pymes de los países europeos elegidos que han sido decisivos en su éxito internacional, las barreras más significativas que obstaculizan el proceso de internacionalización y las políticas que se pueden desarrollar con el fin de atenuar dichas dificultades.

### 4. Definición de internacionalización

Las definiciones de internacionalización abundan, cada una enfatizando un aspecto distinto de dicho proceso. En las tablas 1 y 2 se pueden ver distintos conceptos según el autor y el enfoque del mis-

mo. En función de los ellos se presenta un concepto integral de elaboración propia que se corresponde con el amplio alcance de este trabajo. La *internacionalización* es: *producción o adopción, acumulación y adaptación de los recursos, conocimientos y operaciones de la empresa para realizar negocios en el exterior; establecimiento, mantenimiento y desarrollo de relaciones con agentes económicos internos (personal de la empresa) y externos; y la toma de conciencia sobre la influencia de las operaciones internacionales en las actividades de la empresa. Es tanto un proceso como un resultado.*

**Tabla 1. Definiciones seleccionadas de la internacionalización de las Pymes clasificadas según se enfoque**

Autor	Definición	Enfoque
Welch and Luostarinen (1993)	La internacionalización es el movimiento hacia afuera de las operaciones internacionales de una empresa.	Procesos, operaciones de la firma
Calof and Beamish (1995)	La internacionalización es el proceso de creciente participación en operaciones internacionales.	Procesos, operaciones de la firma
Johanson and Mattson (1993)	La internacionalización es el proceso de adaptar las operaciones de la firma (estrategia, estructura, recursos, etc.) a los entornos internacionales.	Procesos, operaciones de la firma
Johanson and Vahlne (1990)	La internacionalización es un proceso acumulativo en el cual continuamente se establecen, desarrollan, mantienen o disuelven relaciones con el fin de lograr los objetivos de la empresa.	Relaciones, proceso
Lehtinen and Penttinen (1999)	La internacionalización como desarrollo de redes de vínculos de relaciones de negocios en otros países a través de la extensión, penetración e integración.	Redes de vínculos; relaciones
Lehtinen and Penttinen (1999)	La internacionalización concierne las relaciones entre una empresa y su entorno internacional, su origen proviene del desarrollo y del proceso de utilización de la disposición cognitiva y actitudinal del personal y es concretamente manifestada en el proceso de desarrollo y utilización de diferentes actividades internacionales, fundamentalmente hacia adentro, hacia el exterior y operaciones de cooperación.	Relaciones, operaciones de la firma, proceso, entorno internacional
Ahokangas (1998)	La internacionalización es el proceso en el cual se movilizan, acumulan y desarrollan existencias de recursos para actividades internacionales.	Recursos, proceso

Fuente: extraído de Ruzzier, Hisrich & Antoncic (2006), p. 479.

**Tabla 2. Definiciones seleccionadas de la internacionalización de las Pymes clasificadas según se enfoque**

Autor	Definición	Enfoque
Hessels (2004)	Realización de negocios en el exterior. Actitud de la empresa hacia las actividades internacionales (adopta el concepto de «internacional” de Kindleberger, 1969).	Operaciones de la empresa
Bell, Crick, & Young (2004)	Proceso de progresiva participación en los mercados internacionales (adoptan el concepto de Welch y Luostarinen, 1988).	Proceso, operaciones de la empresa
Crick, & Spence (2005)	Estrategia que potencialmente incluye actividades de valor agregado. Puede ser vía estrategias planeadas o no. Lo importante es la manera en que los emprendedores identifican y aprovechan oportunidades.	Estrategia, operaciones de la empresa
Ruzzier, Hisrich, & Antoncic (2006)	Expansión geográfica de las actividades económicas de la empresa por sobre el límite de un país.	Proceso, operaciones de la empresa
Svetlicic, Jaklic & Anze (2007)	Internacionalización como un proceso de acumulación de conocimiento. Es la única manera de sobrevivir para las Pymes en el largo plazo en un contexto de mercados globales liberalizados y mejorar competencia extranjera.	Proceso, conocimiento
Zhou, Wu & Luo (2007)	Proceso dinámico a través del cual empresas orientadas internacionalmente se comprometen en relaciones e intercambios transfronterizos.	Proceso, relaciones
Meyer & Gelbuda (2006)	Proceso evolucionario de desarrollo de relaciones de negocios internacionales.	Proceso, relaciones
Jonsson & Lindbergh (2010)	Realizar negocios en el extranjero.	Operaciones de la empresa
Hilmersson & Jansson (2012)	Es el resultado de las acciones de la firma para establecer relaciones, fortaleciendo su posición en las redes sociales.	Resultado, redes de vínculos, relaciones
Kuivalainen, Saarenketo & Puimalainen (2012)	Proceso de adaptación de las operaciones de la empresa (estrategia, estructura, recursos, etc.) a los entornos internacionales (e.g. Calof & Beamish, 1995, p. 116).	Proceso, operaciones de la empresa
De Clercq, Sapienza, Yavuz & Zhou (2012)	Acto emprendedor que implica varias formas de aprendizaje y de desarrollo del conocimiento a través de las fronteras.	Proceso, conocimiento, aprendizaje
Łoszczyków–Stachowiak (2013)	Proceso por el cual las empresas aumentan su conciencia sobre la influencia directa e indirecta de las transacciones internacionales en su futuro, y establecen y conducen transacciones/operaciones con otros países (adopta el concepto de Beamish, 1990).	Proceso, operaciones de la empresa

Fuente: elaboración propia.

## 5. Competitividad

De acuerdo con Canals (1994), la estrecha relación entre competitividad internacional e internacionalización de las empresas implica que este segundo proceso no se produce sin el primero; de allí su importancia.

Cientos de definiciones existen en torno al concepto de competitividad,<sup>(4)</sup> pudiendo diferenciarse entre aquellas que analizan el tema desde un punto de vista micro, es decir desde el nivel empresa, y aquellas que lo hacen desde un punto de vista macro, considerando la intervención del Estado. No obstante, en concordancia con el objetivo de este trabajo, se hará mayor énfasis en las definiciones del segundo tipo.

En el primer grupo, se destacan autores como Porter (1990) y Nelson (1991; 2008), quienes resaltan la importancia de las capacidades I&D y la inversión permanente en innovación. Barney (1991), hace hincapié en la importancia de los recursos empresariales y Achtenhagen (2011) distingue cuatro tipos de competencias: orientación internacional personal, capacidades organizacionales, conocimiento del mercado y conocimiento del entorno institucional.

En un análisis más macro del tema, Canals (1994) resalta la importancia de las condiciones que ofrece un país para garantizar la competitividad internacional y propulsar el proceso de internacionalización de sus empresas. Por un lado, se puede considerar al país como origen de los recursos humanos y productivos que las empresas utilizarán para competir internacionalmente y por otro, se lo puede contemplar como un sistema más o menos integrado que ofrece ventajas a las empresas que operan desde allí.

En este último caso, un gobierno puede dirigir ciertos recursos públicos hacia usos socialmente más productivos, como la creación de factores avanzados o especializados, es decir, aquellos que son específicos para determinados sectores,

tal como pueden ser un instituto de investigación especializado o una escuela profesional de capacitación de cierto ámbito técnico. Lo que se espera, es que el gobierno actúe de forma cooperativa con las empresas del sector, no creando ventajas competitivas artificiales a través de subvenciones, sino potenciando las ventajas competitivas naturales o potenciales de las empresas (Canals, 1994).

En su página web<sup>(5)</sup> la UE sitúa a la competitividad como una de sus prioridades políticas, establece que una economía competitiva es una economía con una alta tasa de crecimiento productivo y destaca el papel de las Pymes. Además considera que para ser competitiva, la UE debe superar a sus competidores en lo que se refiere a investigación e innovación, información y tecnologías de la comunicación, emprendedorismo, competencia, educación y capacitación.

Siguiendo esta idea, en su Informe sobre la Competitividad Global 2012–2013, el Foro Económico Mundial (2012) define competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país, y establece pilares determinantes de la misma. Ellos son:

- Instituciones. Aquí se hace referencia al marco legal y administrativo, se considera la calidad de las instituciones, la actitud del gobierno hacia el mercado, honestidad, corrupción, confiabilidad, transparencia y las finanzas públicas.
- Infraestructura (transporte, telecomunicaciones, suministro eléctrico).
- Entorno macroeconómico, en el que se destacan las cuestiones de estabilidad e inflación.
- Salud y educación primaria, medidas por la cantidad de establecimientos y calidad de la enseñanza.
- Educación superior y capacitación, medida por la cantidad de matrículas de escuelas secundarias y estudios terciarios, la calidad de la educación y educadores.

(4) *Vid.* Warner, A. (2003).

(5) Extraído de: [http://ec.europa.eu/enterprise/glossary/index\\_en.htm#c](http://ec.europa.eu/enterprise/glossary/index_en.htm#c). Fecha de consulta: 16/09/2013.

- Eficiencia del mercado de bienes, donde se consideran aspectos como la existencia de competencia leal, impedimentos, orientación del cliente, consumidores sofisticados y las condiciones de la demanda.

- Eficiencia del mercado de trabajo, donde se evalúan cuestiones como la eficiencia, flexibilidad, existencia de barreras de entrada, incentivos, y la equidad entre el hombre y la mujer.

- Desarrollo del mercado financiero, lo que implica la evaluación del riesgo, atraer inversiones y la confiabilidad y transparencia del sector bancario.

- Disposición/preparación tecnológica, es decir la capacidad y agilidad en la incorporación de tecnología, acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y adaptabilidad de tecnologías existentes a la propia producción.

- Tamaño del mercado, aludiendo a la apertura del comercio y el grado de integración de las economías.

- Prácticas de negocios sofisticadas, es decir, la calidad de las relaciones de negocios un país, calidad de las estrategias y operaciones de las firmas individuales.

- Innovación, en la que influyen aspectos tales como la inversión en I&D, la presencia de instituciones de investigación científica de alta calidad, la colaboración entre las universidades y la industria en temas de investigación y la protección de la propiedad intelectual.

En los últimos años, la importancia de la competitividad ha ocupado un lugar central en la agenda tanto de los empresarios como de los gobiernos de los distintos países y esto se debe en gran medida a la internacionalización de las empresas y a la creciente rivalidad que ello supone. Incluso ha sido plasmada como un objetivo básico por algunos, como en la Estrategia de Lisboa de la UE.

## 6. Barreras a la internacionalización de las Pymes en la UE

Por sus características particulares, las Pymes se enfrentan a mayores desafíos que las grandes empresas a la hora de incursionar en mercados extranjeros. Onkelinx & Sleuwaegen (2008) distinguen entre barreras internas y externas y establecen subcategorías dentro de cada una de ellas. Dentro de las primeras, distinguen:

- *Barreras de información*, referidas a los problemas que se presentan a la hora de identificar, seleccionar y contactar mercados internacionales debido a las ineficiencias en la información. Ejemplos de estas barreras son: localizar y analizar mercados extranjeros, encontrar información sobre dicho mercado, identificar oportunidades de negocios en el extranjero, contactar clientes en el exterior.

- *Barreras funcionales*, relacionadas con las ineficiencias en las funciones dentro de la misma empresa, tales como en los recursos humanos, la producción y en las finanzas. Ejemplos son: tiempo limitado para tratar con las exportaciones por parte de la gerencia, personal de exportación inadecuado y falta de capital circulante para financiar la exportación.

- *Barreras de marketing*, en donde se incluyen las decisiones relativas al producto de la empresa, decisiones sobre precios, distribución y actividades de promoción en el exterior.

De acuerdo con los artículos científicos analizados, la barrera interna más importante para las Pymes de la UE se refiere a los activos y recursos financieros limitados. Otra barrera importante se relaciona a la ausencia o precariedad de experiencia internacional en el equipo gerencial de la empresa. En tercer y cuarto lugar en el ranking de las barreras internas se encuentran la falta de ambición de internacionalizarse y el conocimiento limitado de las redes sociales (*social networks*) internacionales. Luego, siguen las barreras causadas por el poco conocimiento de los mercados internacionales, las barreras de información y, en último lugar,



se encuentran las dificultades relacionadas a las características de los productos, debido a que es necesario el desarrollo de nuevos productos o la

adaptación de los existentes a las preferencias de los nuevos consumidores extranjeros. Los resultados se pueden visualizar en la *Figura 1*.

**Figura 1. Barreras internas a la internacionalización para las Pymes de la UE**



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, dentro de las barreras externas a la empresa Onkelinx & Sleuwaegen (2008) mencionan:

- *Barreras de procedimiento*, relacionadas a los aspectos operacionales de las transacciones con clientes extranjeros. Estas barreras son causadas por la falta de familiaridad con las técnicas y procedimientos, problemas en la comunicación y la lenta recaudación de pagos.

- *Barreras gubernamentales*, como apoyo e incentivos limitados (tanto para los exportadores actuales como para los potenciales), marcos regulatorios restrictivos y acciones proteccionistas como las barreras de tarifas.

- *Barreras en la tarea comercial*, referidas a los clientes y competidores de la empresa en mercados extranjeros.

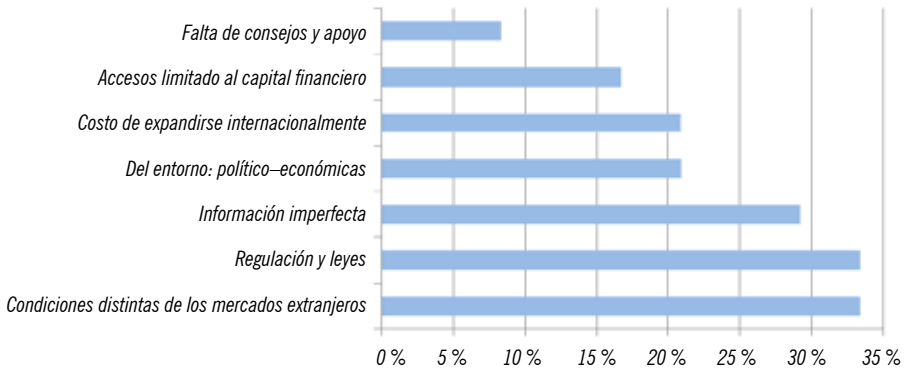
- *Barreras del entorno*: político, legal, económico y socio-cultural.

De acuerdo a la información analizada en este trabajo, las barreras externas a la empresa más

significantes para las Pymes de la UE son las leyes y las regulaciones junto con las condiciones propias de cada mercado extranjero (lenguaje, costumbres, cultura de negocios, etc.). En tercer lugar, se encuentra la información imperfecta seguida por las barreras del entorno político-económico y el costo de expandirse internacionalmente. En último lugar, están las barreras referidas al acceso limitado al capital financiero por parte de las Pymes y la falta de consejos y apoyo por parte del Estado. En la *Figura 2* se puede ver el ranking de dificultades externas a las empresas más influyentes a la hora de internacionalizarse para las Pymes.

A pesar de que las barreras internas son sumamente importantes y constituyen un área de investigación fundamental a la hora de identificar los factores de éxito que favorecen el proceso de internacionalización de las Pymes, en este trabajo sólo se tendrán en cuenta las barreras externas por ser aquellas sobre las que el Estado puede influir.

Figura 2. Barreras externas a las Pymes de la UE para la internacionalización



Fuente: elaboración propia.

## 7. Medidas públicas

El Estado cumple un rol muy importante a la hora de guiar y coordinar la actividad industrial y complementar al mercado (Nelson, 1992), ya que si bien muchas acciones se pueden llevar a cabo a nivel de empresas con el fin de favorecer el proceso de internacionalización de las mismas, existen aspectos que superan la capacidad de acción y los recursos de los agentes privados; cuestiones que están por sobre todos los intereses particulares.

En este sentido, se enmarca el enfoque de Competitividad Sistémica defendido por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), visión que distingue 4 niveles de actuación: meta (gobernabilidad y competitividad industrial), macro (estabilidad y capacidad de transformación), meso (apoyo a los esfuerzos de las empresas) y micro (requerimientos tecnológicos e institucionales). Hernández (2001) señala que

el concepto de competitividad sistémica (...) es una aproximación analítica para entender los factores que contribuyen a lograr un desarrollo industrial exitoso. Ofrece también una buena aproximación para comprender los factores

que determinan la competitividad de las Pyme. El concepto trata de ir más allá de la discusión contrapuesta entre Estado y mercado y se centra más en encontrar el equilibrio adecuado entre las fuerzas del mercado y la intervención (formulación e implementación de políticas dirigidas a promover el desarrollo industrial y competitivo) (9).

De acuerdo con Grosso Grazioli (1998), en primer lugar, es necesario lograr condiciones estables en el sistema económico, lo que se alcanza con políticas económicas que den estabilidad y previsibilidad, políticas presupuestarias y monetarias adecuadas, un sistema financiero que funcione adecuadamente, un esquema fiscal transparente y un régimen de comercio exterior claro. Sin embargo, dichas políticas por sí solas no son suficientes, es preciso que el gobierno vaya más allá e intervenga activamente modelando ventajas competitivas.<sup>(6)</sup>

Lo principal, continúa, es (re)construir y expandir las regiones económicas, los asentamientos industriales y optimizar continuamente el comercio exterior. Un Estado que actúa competentemente puede corregir

(6) Vid. Barney, J. (1991).

los fallos del mercado y regular la subsistencia de la industria sobre la base de: una política industrial específica y una política comercial que apoye y proteja a las empresas con objetivos claros y de evolución; política de promoción del comercio exterior;<sup>(7)</sup> una política tecnológica que aliente a las empresas a emplear I+D y establezca institutos tecnológicos; una política que fomente el diálogo entre las empresas, el gobierno y la ciencia; una legislación que proteja el empleo y condiciones adecuadas para la mediación de conflictos entre empleado y empleador; y una política educativa que proporcione tanto una educación general básica como un entrenamiento técnico y científico para las necesidades de la sociedad.

De igual manera lo destaca Sergio Drucaroff, Jefe del Departamento PYME de la Unión Industrial Argentina (UIA) (nivel meso) —organismo que cuenta tanto con servicios directos a las empresas como con programas en articulación con el Sector Público—: «No hay uno, es una suma de todos y muchos factores. Uno siempre escucha en los diarios que se pide por la devaluación. La verdad que el tipo de cambio es una de las variables que afecta a la competitividad pero hay un montón de cosas. Hay algunas que están del lado del gobierno, otras que están del lado del sector privado y algunas que están del lado de la coordinación entre ambas, es un combo de muchas cosas». Concluyendo con: «No es una cuestión de la empresa individual, hay que tratar de mejorar la competitividad en forma sistémica, tanto del punto de vista de los sectores como del punto de vista de todas las cosas que les están pegando a la empresa por distintos lugares: financiamiento, mejora de procesos productivos, personal adecuado, educación (que es una agenda de largo plazo), transferencia de innovación al sector productivo, promover sectores estratégicos (software, equipamiento de tecnología), etc.» (Cozzi, 2014).

Se cree que el camino a seguir es el de la asignación de recursos públicos al desarrollo de políti-

cas específicas tendientes a mejorar la cooperación entre instituciones públicas (universidades, centros de ciencia e investigación), organizaciones intermedias estatales (gobierno) y grupos de interés (empresas), y a promover las industrias estratégicas, que tienen un alto ritmo de progreso técnico. De esta manera, los obstáculos enfrentados por las Pymes se podrían identificar oportunamente y se podrían diseñar medidas tendientes a mejorar su competitividad y así favorecer su internacionalización.

## 8. Apoyo institucional al sector Pyme en la UE

Las Pymes en la UE se caracterizan por contar con un importante número de instituciones que apoyan el desarrollo del sector: organismos públicos, privados, financieros, instituciones de cooperación internacional, instituciones sin fines de lucro, educativas, entre otras. Este trabajo se centra en las acciones derivadas de los primeros, específicamente, de la Comisión Europea (CE).

Una de las principales barreras externas a la empresa enfrentadas por las Pymes a la hora de comercializar en mercados extranjeros, está dada por las regulaciones y las leyes existentes en el mercado de destino (Alemania, Deutsche Bank Research, 2011), lo que afecta su competitividad y su habilidad para crecer y contratar nuevos empleados. Es por esto, que la reducción de la carga regulatoria y administrativa para las Pymes es uno de los principales objetivos de la CE. De acuerdo con su Informe 2011, se han tomado diversas acciones con el fin de producir propuestas legislativas amigables a las Pymes, como por ejemplo, eximir a las micro—empresas de los requerimientos legales innecesarios en materia de directivas contables o de brindar información anualmente con el fin de estar registradas en el Reglamento Comunitario de

(7) Vid. Andrés, M. F. & Del Barco, S. (2012).

Ecogestión y Ecoauditoría, entre otras.<sup>(8)</sup> Además, señala posibles futuras exenciones.

En lo que respecta a las diferentes condiciones que se presentan en los mercados y los conflictos que ello representa, es relevante destacar la Política Regional de la Comisión Europea, la que incluye tres programas de cooperación entre las distintas regiones y países que conforman la UE. La cooperación puede ser: transfronteriza, tanto para áreas separadas por una frontera de la UE como también por aquellas que limitan con países que son candidatos potenciales; transnacional, es decir, para un área mayor, como por ejemplo el Espacio Alpino; o Interregional, para todas las regiones de la UE. Con estos programas se persiguen los siguientes objetivos: afrontar problemas comunes a las regiones; compartir conocimiento, infraestructura y otros activos; que las personas se integren y establezcan redes de relaciones más allá de las fronteras y alentar el intercambio de buenas prácticas.

Como se señala en el libro *Building Bridges Between People*, cada vez se acepta más la idea de que tratar de abordar temas en forma aislada, ya sea mediante la creación de política de sectores o usando un alcance geográfico limitado, es ineficiente y hasta puede ser contraproducente (Comisión Europea, 2011b). Es más, ayudando a las personas a trabajar juntas más allá de las fronteras para encontrar soluciones conjuntas a desafíos comunes y conjuntamente desarrollar los potenciales de sus regiones, las barreras creadas por las fronteras pueden ser reducidas. Aprender de la experiencia del otro también asegura que el dinero y el tiempo son usados eficientemente y que soluciones efectivas son aplicadas. (Comisión Europea, 2011b).

En este sentido los arreglos de cooperación han recibido mayor atención como medio para afrontar los desafíos que acarrea el proceso de internacio-

nalización (Fink, Harms & Kraus, 2008). Las redes sociales (*social networks*<sup>(9)</sup>) son esenciales en el proceso de internacionalización de las Pymes para identificar oportunidades en los mercados internacionales (Zhou, Wu, & Luo, 2007; Hessels, 2005), pues proporcionan conocimiento e información valiosos a las empresas provenientes de los otros miembros de la red, entre otras ventajas.

Otro aspecto a resaltar, es el permanente suministro de información con que las Pymes cuentan gracias al Portal Web de la CE. Allí, se puede encontrar información sobre cómo ponerse en contacto con socios comerciales de otros países, sobre prácticas desleales y la política relativa a los consumidores, eBusiness y eGovernment, nuevas formas de financiación, entre otras.<sup>(10)</sup>

Las barreras económicas, es decir, los costos de expandirse internacionalmente y la falta de capital, son otro obstáculo recurrente a la hora de internacionalizarse (Svetlicic *et al.*, 2007). Como respuesta, la CE posibilita el acceso a financiación a través de diferentes vías: subvenciones, préstamos, garantías y la financiación de proyectos específicos. También se han constituido diversos Fondos destinados a las Pymes, como el Fondo de Desarrollo Regional Europeo, cuyo objetivo es fortalecer la cohesión política y social en la UE mediante la corrección de las asimetrías entre regiones y la iniciativa Recursos Europeos Comunes para las Micro y Medianas Empresas (JEREMIE, según sus siglas en inglés).

Con respecto a la última barrera externa identificada relacionada a la falta de apoyo y asesoramiento por parte del Estado, la CE establece varias redes de comunicación para ayudar y aconsejar a las Pymes en la UE en temas como: el acceso a los mercados dentro del bloque o fuera de él, la solicitud de fondos, estandarización de sus productos, información sobre buenas prácticas, traducciones y puntos de contacto.

(8) Vid. Comisión Europea (2011a).

(9) Vid. Johanson, J. & Vahlne, J.-E. (2003).

(10) Vid. [www.ec.europa.eu/small-business](http://www.ec.europa.eu/small-business)

Por último, cabe destacar que todas las acciones anteriores se desarrollan en el marco del Acta para Pequeños Negocios, considerando el Principio *Think Small First* (Pensar primero en pequeño). En dicho documento se establecen diez principios que constituyen la guía en la formación y adopción de políticas, tanto por parte de la UE como órgano supranacional, como a nivel de cada uno de sus Estados Miembros.

Periódicamente, dichos lineamientos se comparan con las acciones gubernamentales realizadas y se determinan y publican los logros alcanzados y los trabajos que aún se encuentran pendientes.

## 9. Conclusión

Las Pymes constituyen un elemento clave tanto en las economías de los países desarrollados como en las economías de los países en desarrollo y como tal, se encuentran dentro de los primeros lugares en las agendas públicas.

A lo largo del trabajo se presenta la situación a la que se enfrentan las Pymes cuando introducen sus productos en mercados extranjeros. En esencia, se mantiene que en este mundo globalizado, el sector

PYME enfrenta nuevos desafíos acentuados por la apertura de los mercados y la creciente rivalidad que ello conlleva. Dichas dificultades se intensifican por las características propias de estas empresas, provocando que se encuentren frente a inconvenientes mayores que difieren de aquellos que afrontan las grandes empresas a la hora de internacionalizarse.

En este campo, existe la necesidad de tomar medidas que sean pensadas y diseñadas teniendo en mente sólo al Sector PYME y a sus necesidades particulares. Con ello, se pueden detectar las dificultades a tiempo e implementar diversas acciones con el fin de resolver y atenuar los problemas, así como también mejorar la competitividad del sector.

Como responsable de esta tarea, se nombra al Estado, único agente económico que cuenta con los recursos necesarios para semejante tarea y encargado de velar por el interés colectivo y el bienestar de la sociedad en su conjunto.

En suma, se cree que el camino a seguir es el de la inversión en políticas específicas tendientes a mejorar la situación de las Pymes, con lo que se favorece el crecimiento de la economía, el desarrollo y así, el bienestar de la población.

## Bibliografía

- Achtenhagen, L. (2011). *Internationalization competence of SMEs*. Estocolmo, Suecia: Entrepreneurship Forum.
- Agramunt, L. F. & Andrés, M. F., con la colaboración de Puccinelli, F., & Leiva, M. L. (2012). *El Entorno Económico del Comercio Internacional*. Santa Fe, Argentina: Universidad Nacional del Litoral.
- Alemania. Deutsche Bank Research (2011). *SMEs in the Netherlands. Making a difference*.
- Andrés, M. F. & Del Barco, S. (2012). *Promociones del Comercio Exterior*. Santa Fe, Argentina: Universidad Nacional del Litoral.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bell, J., Crick, D. & Young, S. (2004). Small Firm internationalization and Business Strategy. An Exploratory Study of «Knowledge-intensive» and «Traditional» manufacturing Firms in the UK. *International Small Business Journal*, 22(1), 23–56.
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa. Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Comisión Europea (2007). *Supporting the internationalization of SMEs*. Bruselas, Bélgica.
- ——— (2008). «Think Small First». A «Small Business Act» for Europe. Bruselas, Bélgica.
- ——— (2011). *Review of the «Small Act» for Europe*. Bruselas, Bélgica.

- ——— (2011a). *Minimizing regulatory burden for SMEs. Adapting EU regulation to the needs of micro-enterprise*. Bruselas, Bélgica.
- ——— (2011b). *European territorial cooperation. Building bridges between people*. Bruselas, Bélgica.
- Cozzi, M. (2014). Hacia una aproximación del concepto de competitividad aplicado a Pymes. Medidas que favorecen la competitividad. *XXII Jornadas de Jóvenes Investigadores AUGM*. Ciudad de Valparaíso, Chile: Universidad de Playa Ancha.
- Crick, D. & Spence, M. (2005). The internationalisation of «high performing» UK high-tech SMEs: a study of planned and unplanned strategies. *International Business Review*, 14(2), 167–185.
- Crossan, M. M. & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation. A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1150–1191.
- De Clercq, D., Sapienza, H. J., Yavuz, R. J., & Zhou, L. (2012). Learning and knowledge in early internationalization research: Past accomplishments and future directions. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 143–165.
- Díaz Mier, M. A. & García Miranda, M. del C. (2007). Globalización, antiglobalización y «la otra globalización». Ponencia presentada en la IX Reunión de Economía Mundial, Madrid, España.
- Fink, M., Harms, R. & Kraus, S. (2008). Cooperative internationalization of SMEs: Self-commitment as a success factor for International Entrepreneurship. *European Management Journal*, 26(6), 429–440.
- Foro Económico Mundial (2012). *Informe de Competitividad Global 2012–2013*. Ginebra, Suiza.
- Grosso Grazioli, A. D. (1998). Análisis de los cuatro niveles de competitividad sistémica en el Mercosur. *Cuaderno de Negocios Internacionales e Integración*, 4(16–17), 23–31.
- Hernández, R. A. (2001). *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano*. Naciones Unidas, CEPAL/ECLAC, Unidad de Desarrollo Industrial.
- Hessels, J. (2004). The effect of EU enlargement on the internationalisation of SMEs in the European Union; a Dutch perspective (SCALES—paper N200415). Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- ——— (2005). *Internationalisation of Dutch SME's* (Research Report M200507). Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- Hessels, J. & Parker, S. C. (2013). Constraints, internationalization and growth: A cross-country analysis of European SMEs. *Journal of World Business*, 48(1), 137–148.
- Hilmersson, M. & Jansson, H. (2012). International network extension processes to institutionally different markets: Entry nodes and processes of exporting SMEs. *International Business Review*, 21(4), 682–693.
- Johanson, J. & Vahlne, J.-E. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), 11–24.
- ——— (2003). Business Relationship learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 83–101.
- Jonsson, S. & Lindbergh, J. (2010). The impact of institutional impediments and information and knowledge exchange on SMEs' investments in international business relationships. *International Business Review*, 19(6), 548–561.
- Kuivalainen, O., Saarenketo, S. & Puimalainen, K. (2012). Start-up patterns of internationalization: A framework and its application in the context of knowledge-intensive SMEs. *European Management Journal*, 30(4), 372–385.
- Loszczyków-Stachowiak, D. (2013). *The internationalisation of European SMEs*. Unpublished master's thesis. Erasmus University of Rotterdam, Rotterdam, Países Bajos.
- Meyer, K. E., & Gelbuda, M. (2006). Process perspectives in international business research in CEE. *Management International Review*, 46(2), 143–164.
- Nelson, R. R. (1991). Why do firms differ, and how does it matter? *Strategic Management Journal*, 12(2), 61–74.
- Nelson, R. (1992). Recent Writings on Competitiveness: Boxing the Compass. *California Management Review*, 34, 127–137.
- Nelson, R. (2008). Why Do Firms Differ and How Does It Matter? A Revisitation. *Seoul Journal of Economics*, 21(4), 607–619.
- Onkelinx, J. & Sleuwaegen, L. (2008). *Internationalization of SMEs* (Research Report). Flanders DC and Vlerick Leuven Gent Management School.
- Oviatt, B. M. & McDougall, P. P. (2005). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 29–41.
- Porter, M. E. (1990). La ventaja

competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 73–91.

- Reino Unido. Department of Trade and Industry (2004). *A Government Action Plan for Small Business. Making the UK the Best Place in the World to Start and Grow a Business: The Evidence Base*. DTI, Small Business Service, Londres, Inglaterra.
- Ruzzier, M., Hisrich, R. D. & Antoncic, B. (2006). SME Internationalization Research: past, present and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476–497.
- Svetlicic, M., Jaklic, A., & Anze, B. (2007). Internationalization of Small and Medium–Size Enterprises from

Selected Central European Economies. *Eastern European Economics*, 45(4), 36–65.

- Tiwari, R. & Buse, S. (2007). *Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate Their Effects?* in Proceedings of the First European Conference on Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D, Sevilla, España. Disponible en [https://www.tuhh.de/tim/downloads/.../Working\\_Paper\\_50.pdf](https://www.tuhh.de/tim/downloads/.../Working_Paper_50.pdf). Consulta: 1 de diciembre de 2014.
- Warner, A. (2003). Definición y evaluación de la competitividad: Consenso sobre su definición y medición de su impacto. Nota informativa elaborada para el BID por el Natio-

nal Bureau of Economic Research en Cambridge, Massachusetts y por el Center for Global Development en Washington DC.

- Webster, J. & Watson, R. T. (2002). Analysing the past to prepare for the future: Writing a Literature Review. *MIS Quarterly*, 26(2), 13–23.
- Zahra, S. (2005). A theory of international new ventures: a decade of research. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 20–28.
- Zhou, L., Wu, W. & Luo, X. (2007). Internationalization and the performance of born–global SMEs: the mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 673–690.

#### Registro bibliográfico

Agramunt, L., Andrés, M. F., y Cozzi, M. (2014). Medidas públicas que favorecen la internacionalización de las Pymes. El caso de la Unión Europea. *Revista Ciencias Económicas*, 11(02), 9–23.