

# Emparejando la cancha para las pymes

**Ma. Soledad Etchebarne L.**  
 ▶ metchebarne@fen.uchile.cl  
 ▶ Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.



Las empresas y los grandes empresarios en Chile están enfrentado una época difícil por hechos y cuestionamientos públicos que no dejan de sorprender. Desde acusaciones por actos de colusión, falta de transparencia, información contable adulterada, aportes no legales a la política a través de boletas ideológicamente falsas, entre otras situaciones. Sumado a esto, no es muy alentador escuchar a Ben Ross Schneider, académico del MIT, quien ha señalado que en Chile tenemos un “capitalismo jerárquico” con sectores productivos oligopólicos, de baja productividad y muy poca inversión en investigación y desarrollo.

En este escenario complejo, a veces se nos olvidan otros actores que cumplen un rol relevante en nuestra economía y que son más bien observadores de estos acontecimientos: las pequeñas y medianas empresas (Pymes). A modo de ejemplo, en estos días ha sido titular de prensa el incremento en un 24% en el período de pago de las grandes empresas a las pequeñas y medianas empresas respecto a igual período del año 2016 (de 46 a 56 días), ante lo cual la Presidenta de la Asociación de Emprendedores de Chile señaló:

*Numerosos estudios señalan que las Pymes tienen un importante rol en el desarrollo económico de los países: generan riqueza, dan empleo, aportan a la innovación e incentivan la competitividad en los sectores en los que participan.*

“No debemos acostumbrarnos a que la cancha continúe dispareja para quienes generan más del 70% del empleo”. Efectivamente, numerosos estudios señalan que las Pymes tienen un importante rol en el desarrollo económico de los países: generan riqueza, dan empleo, aportan a la innovación e incentivan la competitividad en los sectores en los que participan. Por lo mismo, es necesario y prioritario continuar mejorando las condiciones y apoyos gubernamentales para estos segmentos de empresas.

Un desafío relevante es lograr que más Pymes se atrevan a incursionar en los mercados internacionales. En un mundo globalizado como el actual, y en especial en una economía abierta como Chile, las oportunidades de desarrollo de estas empresas dependen de su internacionalización. En la actualidad hay fuertes presiones que imponen los avances tecnológicos y presiones competitivas de la economía globalizada que hacen de la internacionalización muchas veces una necesidad. Se han realizado importantes esfuerzos desde Prochile, sin embargo, son pocas las pymes que se han atrevido a salir a los mercados internacionales, no más

*La principal conclusión es que las pymes latinoamericanas se encuentran en una fase temprana de internacionalización, donde predominan las modalidades básicas que son la exportación e importación. Las alianzas estratégicas son pocas y la inversión extranjera es prácticamente nula. El estudio concluye que esta escasa diversificación en su interacción con los mercados exteriores, “penaliza su inserción en las cadenas globales de valor y no favorece el upgrading en las mismas”.*

del 2% señalan las cifras, y muchas de ellas lo hacen de forma intermitente.

Un aporte en esta dirección, es un estudio que realizamos un grupo de académicos de países Latinoamericanos liderados por EULAC-CERALE. Se entrevistó a 225 empresarios de Pymes latinoamericanas, con el objeto de analizar las barreras que estas empresas deben superar para acceder a los mercados internacionales y a sus cadenas de valor, además de identificar factores susceptibles de mejorar desde la mirada de diversos actores claves: universidades, sector privado y sector público.

La principal conclusión es que las pymes latinoamericanas se encuentran en una fase temprana de internacionalización, donde predominan las modalidades básicas que son la exportación e importación. Las alianzas

estratégicas son pocas y la inversión extranjera es prácticamente nula. El estudio concluye que esta escasa diversificación en su interacción con los mercados exteriores, “penaliza su inserción en las cadenas globales de valor y no favorece el *upgrading* en las mismas”.

Como propuestas de políticas públicas, y pensando en la incursión de las Pymes a los mercados internacionales, en especial los europeos, el estudio identifica dos ejes de acción: la formación y la información. En materia de **formación**, el estudio señala que: “se sugiere promover las formaciones técnicas destinadas a reforzar las capacidades del personal; estimular la apertura internacional favoreciendo los intercambios de estudiantes y las estancias en otros países así como las prácticas empresariales; y favorecer las formaciones que

permitan desarrollar las capacidades gerenciales y la visión estratégica de los dirigentes de pymes así como sus habilidades interculturales y de negociación”. En relación a la **información**, el estudio señala lo siguiente: “se recomienda ofrecer espacios de intercambio de experiencias de internacionalización que permitan aprender de los demás y perder los “miedos”; no escatimar esfuerzos en informar sobre los mercados exteriores; comunicar más y mejor acerca de los acuerdos de libre comercio; y, hacer que los dispositivos de ayuda resulten de fácil uso para las Pymes para que estas recurran naturalmente a ellos”.

Finalmente, reitero la necesidad y urgencia de continuar emparejando la cancha para este sector económico relevante, tanto desde el sector de las grandes empresas como desde la política pública.