



Universidad Laica
VICENTE ROCAFUERTE
de Guayaquil

VISIÓN GLO_{EC}AL

de las PYMES

Darwin Ordoñez Iturralde
Rosa Hinojosa de Leimberg
Susana Hinojosa de Aguilar
Karina García Hinojosa

VISIÓN GLOCAL

de las PYMES

Darwin Ordoñez Iturralde
Rosa Hinojosa de Leimberg
Susana Hinojosa de Aguilar
Karina García Hinojosa

VISIÓN GLO^{CAL} de las PYMES



Darwin Ordoñez Iturralde
Rosa Hinojosa de Leimberg
Susana Hinojosa de Aguilar
Karina García Hinojosa

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Visión Glocal de las Pymes

Primera edición: Septiembre de 2017

Darwin Daniel Ordoñez Iturralde
Rosa Hinojosa Dazza de Leimberg
Susana Hijoñosa Dazza de Aguilar
Karina Soraya García Hinojosa

Los autores son docentes de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

© ULVR, 2017

De esta edición:

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, ULVR
Av. de Las Américas s/n frente al Cuartel Modelo
Conmutador: (00-593) 4 259 6500
Guayaquil - Ecuador
www.ulvr.edu.ec

Coeditado por:



Editorial ULVR
edilaica@ulvr.edu.ec
Av. de Las Américas s/n frente al Cuartel Modelo
Conmutador: (00-593) 4 259 6500, Ext.: 195



ManglarEditores
manglareditores@gmail.com
Cda. La Garzota Mz. 59 Sl. 37 - Cel.: (00-593) 9 9 2882503
www.manglareditores8.wixsite.com/misitio

ISBN: 978-9942-920-41-6

Derecho de Autor: GYE-008597

Impresor:

Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador – Medios Públicos EP
Edificio El Telégrafo. Km. 1.5 Av. Carlos Julio Arosemena s/n. Guayaquil, Ecuador

Lugar y fecha de impresión: Guayaquil, 6 de septiembre de 2017

Tiraje: 100 ejemplares

Diseño y diagramación: Patricia Navarrete Zavala, lnavarretez@ulvr.edu.ec
David Arcos Abad, darcosa@ulvr.edu.ec

El contenido de este libro puede ser utilizado, citando la fuente, de acuerdo a las Normas APA 6a edición:

Ordoñez, D., Hinojosa, R., Hinojosa, S. y García, K. (2017). *Visión Glocal de las Pymes*. Guayaquil, Ecuador: Editorial Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil - ManglarEditores.



El libro *Visión Glocal de las Pymes*, fue arbitrado por ManglarEditores, bajo la metodología *peer review*. En el proceso participaron las siguientes personas:

Evaluadores

PhD. Hernán Arturo Rojas Sánchez, Universidad Estatal de Bolívar

Mg. Alfredo Armando Rodríguez Guzmán, Universidad Estatal de Bolívar

Revisión de citas y referencias

Econ. Patricia Navarrete Zavala, Dipl.

Revisión gramatológica

Lcda. Gladys Gaviláñez Alvia, MSc.

Dra. Jacqueline Bermúdez Johnson

Dra. Rosa García Ronquillo

Consejo Editorial ULVR

PhD. Aimara Rodríguez Fernández, *Rectora*

PhD. Sonia Guerra Iglesias, *Vicerrectora Académica de Investigación, Grado y Posgrado*

Lcdo. Washington Villavicencio Santillán, MSc., *Vicerrector Administrativo*

Dr. Darwin Ordoñez Iturralde, *Decano, Facultad de Administración*

Econ. Luis Cortez Alvarado, MSc., *Decano, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho*

Dra. Margarita León García, *Decana, Facultad de Educación*

Mg. July Herrera Valencia, *Decana, Facultad de Ingeniería, Industria y Construcción*

Sr. Alfredo Aguilar Hinojosa, *Director del Departamento de Marketing y Relaciones Públicas*

Econ. Patricia Navarrete Zavala, Dipl., *Coordinadora de la Editorial ULVR*

Queda rigurosamente prohibido, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.



Índice

De los autores, 15

Prólogo, 21

Lo local, lo global y lo glocal / La nueva reconfiguración territorial del mercado de consumidores, 25

La Globalización y las Pymes / Abriendo mercados, abriendo fronteras, 33

Las Pymes en el mercado internacional / Obstáculos y Facilidades, 43

Los organismos internacionales y las Pymes / Una visión global, 55

La Unión Europea y las Pymes, 57

La Cumbre de Lisboa 2000, 60

El Séptimo Programa Marco, 65

Programa marco para la innovación y la competitividad (PIC), 68

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y las Pymes, 73

El Banco Interamericano de Desarrollo y las Pymes, 79

Corporación Interamericana de Inversiones, 80

Oportunidades para la Mayoría, 82

Fondo Multilateral de Inversiones, 86

El Banco Mundial y las Pymes, 91



Una mirada al acceso al crédito / Barrera al desarrollo de las Pymes, 101

Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina / Impulsando las unidades productivas, 117

Las Pymes en el Ecuador / Historia y evolución, 123

Las Pymes en el Ecuador / Enfoque Local, 137

Políticas del Gobierno del Ecuador / Para promover la internacionalización de las Pymes ecuatorianas, 145

Producción, Empleo y Competitividad, 151

Comercio Exterior e Inversiones, 155

Industrias y Productividad, 164

Fomento a las exportaciones Pymes: Programa Exporta País, 166

Vendiendo en todo el mundo: Programa Exporta Fácil, 170

Referencias, 174

Anexos, 185



Índice de tablas

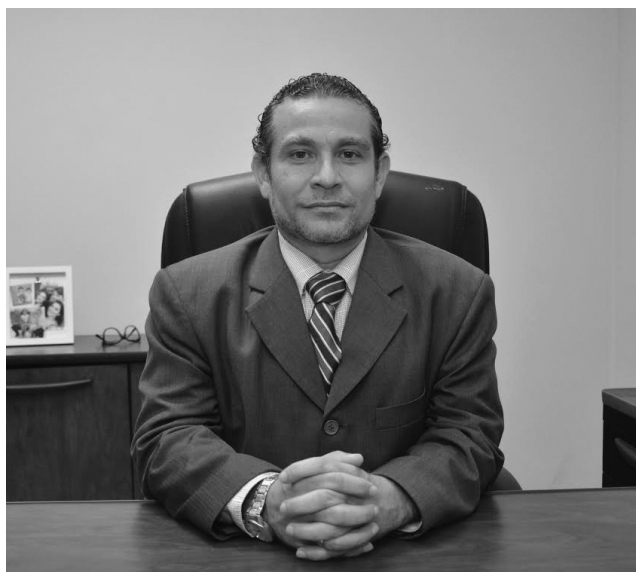
- Tabla 1.** Barreras seleccionadas por las Pymes encuestadas, 44
- Tabla 2.** Barreras seleccionadas por países miembros, 44
- Tabla 3.** Políticas de fomento de la UE a las empresas y Pymes, 59
- Tabla 4.** Programas principales y presupuesto del Séptimo Programa Marco de la EU (2007-2013), 67
- Tabla 5.** Programas que conforman el Programa marco para la innovación y la competitividad, 71
- Tabla 6.** Etapas de estudio de la obra de la Cepal, 77
- Tabla 7.** Énfasis temáticos de la Cepal, 77
- Tabla 8.** 11 áreas de regulación empresarial que compara Doing Business, 95
- Tabla 9.** Clasificaciones en facilidad de hacer negocios en los países de América Latina según Doing Business. Periodo 2014-2017, 96
- Tabla 10.** Productividad laboral en dólares de venta por empleado, 105
- Tabla 11.** Principales actividades económicas de las Pymes ecuatorianas por número de establecimientos, 107
- Tabla 12.** Objetivos nacionales de desarrollo humano del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, 128
- Tabla 13.** Objetivos nacionales del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 128
- Tabla 14.** Matriz de responsabilidad para el Objetivo 12, numeral 12.3 del PNBV 2013-2017, 149
- Tabla 15.** Estrategias para desarrollar las Pymes ecuatorianas, en la ATP 2010-2013, 154
- Tabla 16.** Socios estratégicos de Pro Ecuador, 159
- Tabla 17.** Actividades cofinanciadas por Exporta País, 169
- Tabla 18.** Exportaciones Mipymes realizadas a través de Exporta Fácil, 171

Índice de figuras

- Figura 1.** Círculo vicioso de la internacionalización de las Pymes, 49
- Figura 2.** Ventas de los establecimientos económicos a nivel nacional, 132
- Figura 3.** Estratos de personal ocupado por los establecimientos económicos a nivel nacional, 132
- Figura 4.** Distribución geográfica de los establecimientos económicos a nivel nacional, 133
- Figura 5.** Ventas de los establecimientos económicos a nivel nacional por distribución geográfica, 133
- Figura 6.** Evolución de la TEA en el Ecuador. Periodo 2009-2016, 143
- Figura 7.** Negocios nacientes y negocios nuevos en el Ecuador. Periodo 2010-2016, 143



[illegible]



Darwin Daniel Ordoñez Iturralde

Ingeniero Comercial (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Diplomado en Economía Ecuatoriana e Internacional (Universidad de Guayaquil). Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior (Universidad de Guayaquil). Doctor en Educación (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima). Ha cursado estudios en Gestión Estratégica del Desarrollo Local y Regional, Marco Lógico para la Formulación de Proyectos de Desarrollo Local y Regional (Cepal, Santiago de Chile); Metodología y Lectura Crítica para estudios de posgrado (Flacso, Ecuador); Nuevas Oportunidades de Mercado para las Mipymes (OEA, Washington); Investigación en Emprendimiento usando el GEM (Espae - Graduate School of Management - Espol, Guayaquil). Conferencista internacional, ha participado en congresos en México, Argentina, Brasil, Cuba, Perú, Colombia, Panamá y Chile. Autor de varios libros y artículos sobre desarrollo local, economía ecuatoriana, educación, investigación, política exterior y comercio internacional. Actualmente se desempeña como docente de las cátedras de Ingeniería Financiera y Negocios Internacionales. Es Decano de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Editor General de la Revista Enfoque Administrativo, y Director de los boletines Enfoque Administrativo y Contador Laico.





Rosa Hinojosa Dazza de Leimberg

Ingeniera Comercial (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Magíster en Ciencias de la Educación con mención en Investigación Educativa (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Candidata a Doctora en Educación (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima). Conferencista invitada, ha presentado ponencias en Argentina, Perú y Cuba. Actualmente es docente de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Administración, y directora de Dirección Académica de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.





Susana Hinojosa Dazza de Aguilar

Licenciada en Lengua y Literatura (Universidad de Guayaquil). Doctora en Ciencias de la Educación, Magíster en Ciencias de la Educación mención en Investigación Educativa (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Magíster en Asesoría Pedagógica Familiar (Centro Universitario Villanueva de la Universidad Complutense de España). Doctorante en Educación (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima). Condecoración al mérito educativo por H. Congreso Nacional (2002); y Federación de Establecimientos Particulares de Educación Laica (2007). Docente del Año por el Movimiento Cultural de Educadores, Monseñor Leónidas Proaño (2012). Directora General del Centro Educativo Miraflores. Autora de artículos y libros sobre educación, gerencia educativa y liderazgo. Actualmente es Promotora Institucional de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil y docente de la Facultad de Administración de la ULVR.

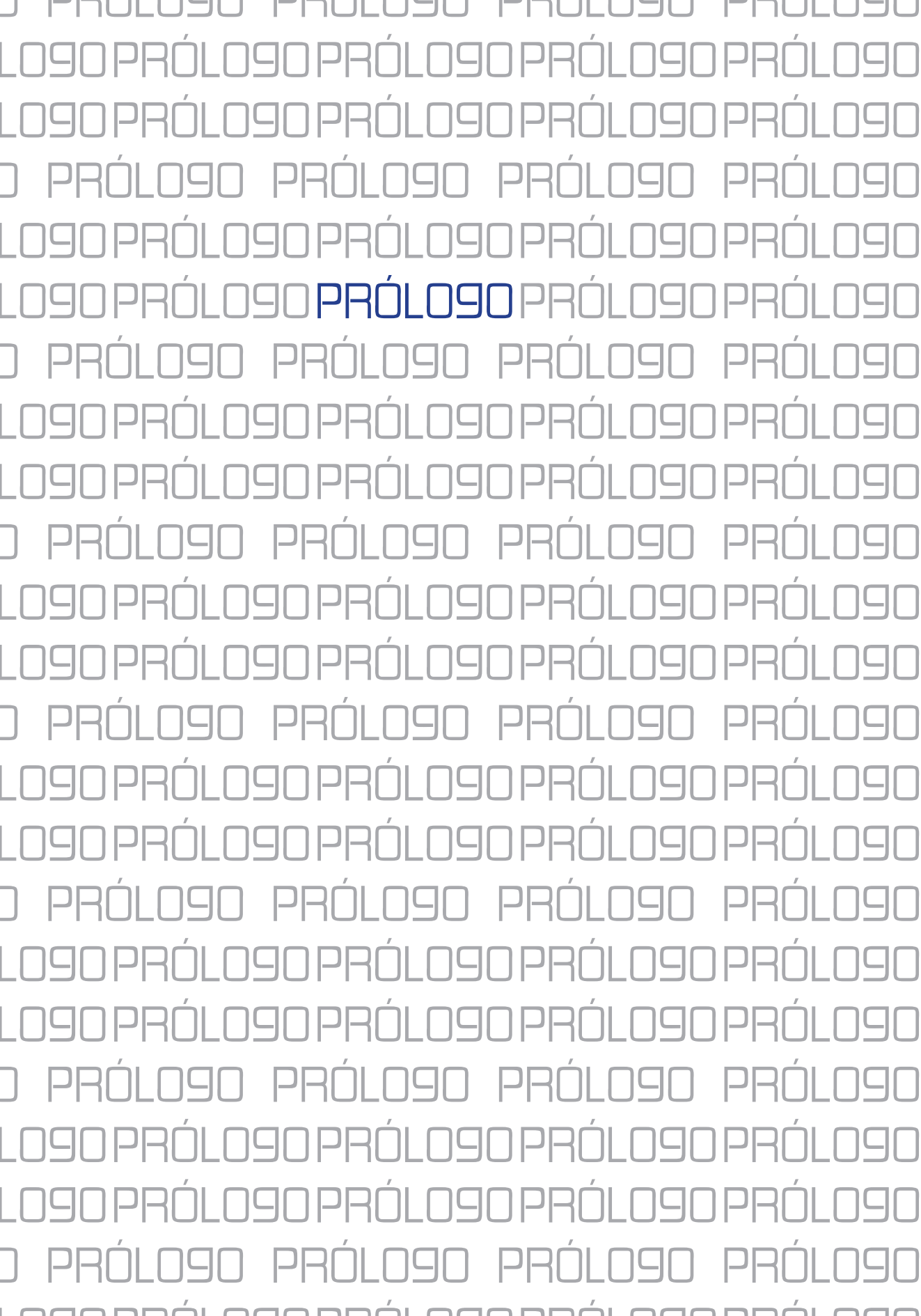




Karina García Hinojosa

Ingeniera Comercial (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Magíster en Ciencias de la Educación con mención en Investigación Educativa (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Magíster en Administración de Empresas con mención en Administración Estratégica (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil). Candidata a Doctora en Educación (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima). Se ha desempeñado como Asesora Académica en el área de Inglés de Grupo Editorial Santillana y Grupo Macmillan. Conferencista internacional, ha presentado ponencias en México, Chile, República Dominicana, Venezuela, Honduras, Guatemala y Cuba. Formadora de formadores, ha dictado capacitación docente en universidades nacionales y extranjeras. Como Evaluadora Externa del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador (CEAACES), ha participado en varios procesos de acreditación de Universidades e Institutos Tecnológicos en el Ecuador. Actualmente es docente de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Administración y directora del Departamento de Posgrado de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.





Prólogo

Amigo lector, si Usted desea realmente conocer la problemática que envuelve a las PYMES, no solo desde una perspectiva local sino también global, no suelte este valioso documento que tiene ahora en sus manos sino hasta agotar sus páginas por medio de una profunda revisión, que más que una lectura, le recomiendo lo transforme una reflexión respecto a este vital sector de la economía mundial.

Esta obra es el producto de la amplia experiencia y conocimiento de sus autores en la temática abordada, pero por sobre todo, es el resultado de una ordenada y rigurosa investigación de datos que soportan los postulados aquí mostrados, datos que enseguida nos llevan a replantar ideas previamente concebidas respecto a lo que hasta ahora pensábamos que las pequeñas y medianas empresas aportaban en la economía local y global, o como tan ingeniosamente los autores han denominado, el mercado glocal. Así pues, conoceremos cómo las Pymes, que en el Ecuador aportaron en 2017 con un importante porcentaje de la estructura de la población económicamente activa, al mismo tiempo son generadoras de miles y miles de plazas de trabajo y de una generosa tajada de las ventas en el comercio nacional.

Los autores de esta magnífica obra señalan a la diferenciación tal vez como la más importante estrategia a la cual deben apuntar las PYMES para competir en un mercado glocal, haciendo un estudio del comportamiento del consumidor y explicando claramente las razones de sus propuestas. De



igual modo, el papel protagónico hoy tiene la tecnología de la comunicación es analizado y expuesto como factor clave de esta glocalización de consumidores derribando barreras geográficas para quedar expuestos únicamente a las barreras mentales de aquellos que simplemente desean quedarse fuera de la competencia glocal. Siempre recordaré una interesante frase comentada en un espacio académico que señalaba que la tecnología de comunicación permitía hoy en día acercar a aquellos que estaban lejos, pero al mismo tiempo alejaba a los que estaban cerca. Lo anterior nos lleva a pensar que los clientes están tan lejos cuando distante puedan llegar las tecnologías de comunicación modernas tal como lo sostienen los autores de este libro.

Esta obra de investigación, reflexión y análisis señala de manera coherente las limitaciones que tienen las PYMES para exportar, resaltando, entre otros, dos aspectos críticos como lo son la falta de un representante confiable para exportar y el acceso a financiamiento formal.

Este libro también es propositivo y plantea de manera técnica el modelo de negocio adecuado para impulsar el comercio de las PYMES destacando el hecho de contar con un socio o representante en otros países como línea base para el inicio y desarrollo de las operaciones. Como parte de dicho modelo se hace hincapié también en la identificación adecuada de oportunidades en los mercados locales buscando canales adecuados para acceder a ellos, basándose en estrechas relaciones con los clientes y rodeándose de los recursos claves para el crecimiento del negocio.

Las experiencias y profundos conocimientos de los autores se han plasmado en este excelente libro que cuida de tal



manera los aspectos formales que no deja de lado la revisión y análisis de realidades en mercados más desarrollados tal como lo es el de la Unión Europea y sus políticas respecto a las PYMES, políticas que deberían formar parte de la visión impulsadora para este sector en nuestro país de manera que sea reorientado a lograr una actitud emprendedora, un mejor desempeño comercial y en consecuencia un mejor clima de negocio generándose de esta manera un círculo virtuoso que conduce ineludiblemente a una mayor competitividad y crecimiento tal como lo explican los autores.

Esta obra contribuye en gran medida a entender y determinar cuáles son aquellas organizaciones internacionales que forman parte de la estructura básica que soporta el crecimiento glocal de la PYMES y que evidentemente juegan un rol protagónico en el análisis general del sector. Es así como se presentan ordenadamente las funciones y roles que desempeñan, entre otras, instituciones tales como la Cepal y el Banco Mundial, revistiendo de cultura e información a aquellos que profundicen en la lectura del impacto de dichos organismos sobre las PYMES.

Acompañemos entonces, queridos lectores, a los autores de esta magnífica obra a través este interesante recorrido histórico, actual y prospectivo del desarrollo de las Pymes en el Ecuador, de los factores claves que afectan su desarrollo y de las alternativas que aquí se presentan para el fortalecimiento del que tal vez sea el sector más importante para el crecimiento económico ecuatoriano en el mercado glocal.

Rafael Iturralde Solórzano



[illegible]

Lo local, lo global y lo glocal

La nueva reconfiguración territorial del mercado de consumidores

El mundo actual es un *open market* donde las estanterías han sido reemplazadas por websites desplegados en un monitor, Tablet o smart phone; la lista de compra es ahora un pedido *on line* hecho a medida que no deja margen para el error.

De hecho, la reconfiguración de las identidades “glocal”, virtual y física, obliga a reflexionar sobre la necesidad de un mayor equilibrio entre el espacio comercial y el espacio público. En este contexto creemos que es urgente repensar los supuestos tradicionales sobre la creación de marca, imaginación y experiencia, especialmente en el campo emocionante de la marca de lugar. (Govers y Go, 2009).

Los clientes provienen de tantos lugares como conexiones a Internet se cuentan en el mundo y los productos se escogen de acuerdo a cómo se presentan, no los palpamos ni los tocamos, solamente *los sentimos o percibimos*, con los sentidos desarrollados a fuerza de vivir mirando una pantalla, a través de la gama de colores con la que los diseñadores gráficos engañan nuestros sentidos,



induciéndonos la necesidad de comprar, y comprar más. Brenner (2011) nos muestra esta nueva reconfiguración territorial:

La escala estatal no está siendo erosionada, sino rearticulada y reterritorializada en relación con las escalas sub y supraestatales. La configuración resultante redimensionada de la organización territorial del Estado es provisionalmente etiquetada como un Estado “glocal”. Como nodos de acumulación, las ciudades globales son sitios de formas post-fordistas de industrialización global. Como coordenadas del poder territorial estatal, las ciudades globales son los niveles local y regional dentro de una matriz reterritorializada de instituciones estatales cada vez más “glocalizadas”. La reescalada del Estado es una estrategia de acumulación importante a través de la cual estos estados territoriales “glocales” transformados, intentan promover la ventaja competitiva global de sus principales regiones urbanas. Por lo tanto, la formación global de la ciudad y el reescalamiento del Estado son momentos dialécticamente entrelazados de una única dinámica de reestructuración capitalista global.

El globo ha cambiado, ha mutado, y el mercado también. Quienes desean participar en este juego tallado por el mercado globalizado deben apostar a la diferenciación, a la novedad, para ganar a los millones de consumidores conectados a la web, aquí el valor agregado es el As.

De hecho, los usuarios de Internet se están convirtiendo en “glocalizados”, es decir, están muy involucrados tanto en las relaciones locales como en las de larga



distancia. Ellos vecinos, en y fuera de línea, se conectan con amigos lejanos y familiares, en su mayoría en línea. Pero la naturaleza cableada de la Internet actual significa que cuanto más personas están en línea, más deben permanecer físicamente arraigadas a computadoras personales fijas y conexiones a Internet en casa, en el trabajo, en la escuela o en lugares públicos. Paradójicamente, incluso cuando las personas se conectan a nivel mundial, están bien situadas para ser conscientes de lo que está sucediendo en su entorno inmediato. (Wellman, 2004, p. 29).

La globalización abre el mundo, nos da la vitrina ideal para competir, para mostrar nuestros productos, nuestros servicios... pero también nos puede limitar cuando no se cuenta con las herramientas necesarias para llegar a esos clientes, a ese nicho donde arraigar y crecer.

En el mundo actual de experiencias paralelas virtuales y “reales”, nuestras expectativas extravagantes parecen sólo aumentar. El dicho común, “Es un mundo pequeño” es cada vez más cierto. En contraste con la pregunta de Boorstin sobre lo exótico que puede ser el cercano, ahora nos preguntamos qué tan cerca está el exótico. Y no lo familiar que puede convertirse el exótico, sino la forma de preservar lo exótico de lo desconocido. Pero Boorstin fue profético cuando observó que “ahora [en el siglo XXI más que nunca] todos nos frustramos por la expectativa de que podemos hacer de lo exótico una experiencia cotidiana (sin dejar de ser exótico); y de alguna manera puede hacer desaparecer la misma trivialidad.” (Boorstin, citado en Govers and Go, 2009, p. 1).



Dentro de este contexto la producción en masa tiende a perder terreno. La individualidad es a lo que apuntan las personas, a ese plus que los haga diferentes de los demás, pero aun así incluidos en grupos, esta es una fortaleza que puede ser aprovechada por las PYMES.

La fragmentación del consumo debido a una serie de imperativos competitivos parece haber sustentado la cambiante naturaleza del empleo y la producción en una sociedad glocal y posmoderna. Además, la individualización del discurso del consumo ha sido fundamental para el surgimiento de la nueva economía. Junto a este desarrollo se encuentra un cambio en la naturaleza social del consumo y su papel en la construcción social de la realidad. (Conde y Alonso, 2002).

Las PYMES son pequeñas, dinámicas, adaptables y maleables a la necesidad del ser únicos.

Si el mercado es una construcción social, hay que repensarlo en función de las necesidades sociales, pues sin el cual no existirían las economías de escala, ni los beneficios y los saltos cuantitativos y cualitativos en la productividad técnico-económica (...) surge con inusitado vigor el concepto de lo local dentro de lo global y hacia lo global. Se requiere una “glocalización” puesta en marcha desde lo local, y no una “glocalización” desde la perspectiva global de los intereses de las empresas transnacionales o de los centros de poder político mundiales, que valoran lo local en función de sus racionalidades globales y en algunos casos simplemente para pulir su imagen social o ambientalista. (Acosta, 2003).



El mercado local se convierte en la barrera a franquear. La aldea global encierra el nicho que se disputan miles de vendedores desde sus ordenadores.

Las ciudades globales están mucho más cerca unas de otras de lo que están de las regiones de sus propios estados. Bauman señala que estos cambios tecnológicos y urbanos ocurren en conjunción con un nuevo grupo de códigos establecidos para definir el apego personal al lugar. La cultura cotidiana se encuentra en aumento, determinada por una combinación de signos y conceptos que se extraen tanto de lo local como de lo global (lo glocal), y el campo simbólico en el cual se forman las identidades culturales se mezcla cada vez más con símbolos híbridos y globales. Ya tenemos lo que algunos críticos han llamado *la deterritorialización de la cultura contemporánea*, estructurada por fuerzas semicaóticas y turbulentas, por patrones desiguales de intercambio cultural. Los centros metropolitanos son testigos de los avances tecnológicos mientras que la mayoría del mundo ni siquiera está conectado con las formas básicas de la telecomunicación. (Power, 2003, p. 67).

La comunicación instantánea ha facilitado exponencialmente el acceso a mercados distantes, rompiendo (o adaptando) la estructura cultural y económica a la de los usuarios, limitando a un click la posibilidad de acceder –o no– a consumidores ávidos de novedades y ofertas.

Los términos “estrategia glocal” y “glocalización” de las actividades empresariales se introducen para mejorar la exactitud del uso actual por los eruditos y por los profesionales del término estrategia global y el



fenómeno a menudo descrito como la globalización de las actividades empresariales. (Svensson, 2001).

Actualmente, ya no se pueden concebir las relaciones internacionales únicamente como un acto entre gobiernos. La globalización se permea en todas las capas de la sociedad. Las empresas y los individuos, a través del Internet, crean sus propios sistemas e interactúan de acuerdo a sus reglas. El espacio-tiempo se despliega en formas inimaginables. El territorio se vuelve abstracto y el individuo se adecúa a este.

En esta contribución, la nueva posición de la ciudad en la economía política urbana será considerada en el contexto de las realidades cambiantes que caracterizan un (dis) orden mundial cada vez más hibridante y cosmopolita. Argumentaremos que la globalización es paralela a una reestructuración de la ciudad y con una creciente importancia de lo urbano en un contexto de intensificación de la competencia interurbana. El éxito de las ciudades depende de su “incrustación” local en las redes institucionales y otras redes de poder. Se prestará atención al papel de las élites locales ya la necesidad de forjar “coaliciones de crecimiento”. Concluiremos que la formación de una coalición de crecimiento inclusiva y cohesiva es una condición clave para el futuro desarrollo de Bruselas en un contexto de intensa competencia interurbana. Sin embargo, esto plantea una serie de problemas políticos. No en lo más mínimo, el hecho de que las nuevas élites “glocales” a menudo se nieguen a participar en redes institucionales o políticas locales. El compromiso de colocar eso invariablemente viene con una mayor inserción institucional “local” que puede ir



en contra de sus estrategias y aspiraciones globales. La cuestión clave para la política “local” se convierte en una forma de forjar redes y vínculos que obligan a las élites glocal a insertarse activamente en las estructuras regionales de gobierno. (Swyngedouw y Baeten, 2001).



[illegible]

La Globalización y las Pymes

Abriendo mercados, abriendo fronteras

Globalización es un término que ha sido objeto de innumerables estudios, libros y documentos, que no llegan sino a convertirse en un análisis de la apreciación personal, en unos casos, y en el estudio concienzudo, en otros, de un fenómeno del cual ningún habitante del planeta debería sentirse aislado.

Esta globalización ha generado pasiones encontradas, unos la apoyan, viendo en ella a una aliada para la integración y desarrollo comercial, económico y tecnológico de los países, y otros la ven como generadora de desigualdades transfronterizas, especialmente en el aspecto de la explotación de la población y de los recursos naturales, por parte de la empresa huésped, sin que exista una retribución real de los beneficios económicos o de transferencia de tecnología y conocimientos hacia el país anfitrión. (Ordoñez, 2014).

El Banco Mundial ve a la globalización como una:

Globalización económica, que adopta las formas de comercio internacional, inversión extranjera directa y



flujos del mercado de capitales que tiene lugar entre personas que viven en países diferentes. (...) La mejor forma de hacerle frente a los cambios ocasionados por la integración internacional de los mercados de bienes, servicios y capitales es ser francos y abiertos hacia ellos (...) la globalización genera oportunidades, pero también ocasiona riesgos (...) las autoridades a cargo deben enfrentar el desafío de mitigar los riesgos para la población más vulnerable [mientras] (...) se aprovechan las oportunidades de mayor crecimiento y mejor nivel de vida que trae consigo una mayor apertura. (abril, 2000).

El término globalización no es un concepto nuevo, más bien ha sido un proceso que se ha desarrollado a lo largo de los años. En 1983, Theodore Levitt hablaba ya de una *sociedad global* refiriéndose a ella como:

Una entidad única, que vende la misma cosa, en el mismo mundo, por todas partes y que gracias a ello, ofrece la posibilidad a las empresas que poseen las fuerzas y las dimensiones adecuadas (especialmente las multinacionales) de contar con una demanda unificada tan amplia que es suficiente para realizar economías a escala, y por tanto recuperaciones de beneficios que los siempre más asfixiados mercados nacionales no garantizan más.

Robert Cox en 1990, manifestaba que:

Las características de la globalización incluyen la internacionalización de la producción, la globalización de las finanzas y seguros comerciales, el cambio de la división internacional del trabajo, el vasto movimiento



migratorio del Sur hacia el Norte y la competencia ambiental que acelera estos procesos. Se incluyen también los cambios en la naturaleza de los estados y en los sistemas de estados. Los estados están siendo internacionalizados en sus estructuras internas y funciones. (...) [En este punto, el estado como protector de la economía nacional frente a los embates extranjeros y cuya prioridad era el bienestar de sus habitantes, tuvo que modificar su estructura para adaptarse a las exigencias de la economía mundial, si deseaba entrar en el juego de la globalización]. El estado se está volviendo una cadena de transmisión de la economía mundial a la economía nacional. (Citado por Octavio Ianni, 2004, p. 12).

Kenichi Ohmae, en 1990, extiende la noción de globalización hacia la creación de la cadena valor que promueve la investigación y el desarrollo, la ingeniería, la producción, la comercialización, los servicios y la banca, lo que en algún momento resultará en que las empresas que pertenecen a un mismo grupo [empresa multinacional] producirán su propia investigación y desarrollo, financiarán sus inversiones y reclutarán a su personal, realizando una gestión totalmente integrada a escala mundial. Al representar estas empresas multinacionales una parte importante de la producción mundial, se convierten en protagonistas en el arbitraje entre los diversos espacios nacionales, los cuales se ven forzados a ajustarse a sus exigencias gracias a la extrema movilidad de que se benefician las multinacionales en materia de comercio e inversión, de la Banca y de la investigación y el desarrollo. Ohmae entonces reflexiona



en que la globalización es el proceso a través del cual las empresas más internacionalizadas tratan de definir para su propio beneficio las reglas del juego anteriormente impuestas por los estados-naciones. (Citado en Moreno Cruz, s. f., p. 219).

En el prefacio de su libro *La sociedad global*, escrito en enero de 1992, Octavio Ianni manifiesta que la idea de la globalización está en muchos lugares. Aparece en los hechos e interpretaciones relativas a todo lo que es internacional, multinacional, transnacional, mundial y planetario (...) [le] confiere nuevos significados a individuos y sociedad (...) permite pensar el presente, rebuscar el pasado e imaginar el futuro, y concluye: todo puede ganar otra luz cuando se ve desde la perspectiva abierta por la globalización.

Gerardo Contreras, cuando en 1954 escribió sobre la globalización –a pesar de los años de diferencia con la obra de Ianni– concordó con lo dicho por él, cuando manifestó que “globalización se ha convertido en una palabra común del lenguaje popular en el último decenio; unos, para dar una nota diferente, plantean como sinónimo el vocablo de mundialización.” (2005, p. 13).

Para Daniels, Radebaugh y Sullivan, la “globalización se refiere a la integración de las economías del mundo por medio de la reducción de barreras que dieron paso al movimiento del comercio, capital, tecnología y personas (...) se la puede considerar como parte de un proceso continuo en constante expansión que integra a las economías” (2010, p. 2-3), por lo tanto se la puede interpretar como un proceso que fomenta el desarrollo del comercio a



través de la globalización, y que para dinamizarse y crecer, ambos deben ir de la mano hacia la integración económica mundial.

Un claro ejemplo de cómo funciona la globalización está en el grupo BMW, que fabrica sus productos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, en 14 sedes distribuidas por todo el mundo:

Para los autos BMW: 6 factorías en Dingolfing, Leipzig, Múnich, Ratisbona (Alemania), Rosslyn (Escocia) y Spartanburg (Estados Unidos). Una unión temporal de empresas en Shenyang (China). Socios externos para la producción en serie en Graz (Austria). Plantas CKD¹ en Chennai (India) y Rayong (Tailandia), operadas por BMW, y, confiadas a sus socios, en Yakarta (Indonesia), El Cairo (Egipto), Kaliningrado (Rusia) y Kuala Lumpur (Malasia).

Para la producción del MINI: 3 factorías en Oxford (planta de carrocería y cadena de montaje), Hams Hall (motores) y Swindon (piezas prensadas) (Reino Unido).

Para los autos Rolls-Royce, se utiliza una fábrica construida especialmente para este proceso en Goodwood (sur de Inglaterra), donde estos autos exclusivos se producen principalmente a mano.

1. CKD: Completely Knocked Down (Kit para ensamblaje) es un kit que contiene las partes necesarias para la fabricación de un automóvil, pero sin incluir el motor, caja de cambio y transmisión, entre otras piezas, las cuales son fabricadas e incorporadas en el país de ensamblaje. Este kit ingresa al país donde se ubica la ensambladora como partes para ensamblaje logrando con esto la reducción de los impuestos que se ocasionarían en el caso de importar el vehículo completo. Estas plantas CKD, por lo general, no requieren del uso de robots para el armado del vehículo sino que emplean mano de obra local barata en comparación con lo que pagarían al obrero del país de origen. Las plantas CKD permiten además la fabricación de bajo volumen, la transferencia de tecnología y el ingreso de vehículos a un mercado que de otra forma estaría negado para la empresa. (N. de A.).



Las motocicletas BMW se fabrican en Berlín (Alemania).

Los motores se fabrican en 3 factorías: Hams Hall (Reino Unido), Múnich (Alemania) y Steyr (Austria); y los componentes en Berlín, Eisenach, Landshut y Wackersdorf (Alemania).

Sin embargo las competencias de evaluación y control de los campos de diseño, motores, compras, ensayos, servicio postventa y garantía, permanecen dentro del grupo BMW, al igual que los correspondientes conocimientos técnicos.

El grupo BMW, cuenta con sedes internacionales de investigación y de desarrollo que colaboran con el Centro de Investigación e Innovación (FIZ) de Múnich. Además, ha implementado más de 300 modelos de horario laboral, lo que le permite a la empresa reaccionar ante las oscilaciones del mercado y ocuparse de las necesidades de sus trabajadores. Mantiene un programa de formación continua, el *job sharing*, periodos sabáticos, y estancias en el extranjero. Además esta empresa ocupa el primer puesto dentro de la industria del automóvil en los índices de sostenibilidad Dow Jones². (Grupo BMW, 2007, pp. 4-7, 14).

Reflexionando acerca de la globalización, se podría preguntar entonces ¿cómo una pequeña y mediana empresa podría competir contra una multinacional que funciona a escala mundial?

2. Índice que evalúa a nivel mundial las mejores prácticas de gestión social, ambiental y económica en el mundo. Para mayor información ingresar a <http://www.sustainability-indices.com> (N. de A.).



Podría decirse, que:

No es que todas las Pymes deban exportar [o competir en los mercados internacionales] pero muchas de ellas lo lograrían si existiese la institucionalidad adecuada, generada y promovida por el Estado, con lo cual se podrían paliar algunos de los problemas que las aquejan. (2004, p. 6). [tales como] (...): financiamiento, capacitación, investigación y desarrollo, acceso y manejo de información, entramamiento burocrático, informalidad y cultura empresarial (Unión Costarricense de Cámaras y Asociados del Sector Empresarial Privado, citado por Ólger González, 2004, p. 6).

Si se ve a la globalización como un proceso, tal como se lo manifestare anteriormente, las Pymes bien organizadas podrían ingresar en él y competir en los mercados (internos y externos) donde las grandes empresas (menos flexibles) no llegan o no tienen intención de hacerlo, al menos por el momento.

Continuando con esta línea de pensamiento, Benjamín Coriat (citado por Cleri, 2007) argumenta que:

Sólo es posible entender la globalización como un proceso, ya que, desde el origen del ser humano, el valor de vivir en comunidad fue creciendo en la medida en que se tomó conciencia de la convivencia de distribuir el trabajo según habilidades y conocimientos.

En este proceso [de globalización] las empresas ocuparon un rol central, pusieron al Estado a su servicio y utilizaron la información y el saber como pilares del éxito económico. Se formaron bloques de naciones



para ampliar el mercado, y se evitó así encorsetar a las fuerzas productivas, lo que constituye el hecho más importante e irreversible de la era actual. Los países y las personas se hacen cada vez más interdependientes. Se consumen bienes que no son elaborados localmente y se ofrecen productos o servicios que no compran los conciudadanos. (pp. 116-117).

Las tecnologías de la información y la comunicación, han puesto al mundo al alcance de un ordenador y este factor es clave en el proceso de internacionalización de las Pymes.

La información de las necesidades de los mercados mundiales que se pueden obtener en páginas de Internet especializadas, brindan una herramienta muy útil al momento de buscar nuevos mercados para colocar los productos locales.

No se trata de hablar de exportaciones de gran volumen, al menos no al principio, pero sí algo que les permita a las Pymes introducirse y, luego mantenerse, en un mercado extranjero.

La comunicación es la clave para estar conectados y de toda la negociación. Facilita el intercambio de datos y las relaciones comerciales vía electrónica se han vuelto cada vez más necesarias, en especial para las Pymes que no cuentan con un andamiaje corporativo tal, que le permita negociar presencialmente con sus futuros clientes.

Por tanto, las Pymes deben recurrir al correo electrónico, las redes sociales y las páginas web para mostrar(se) sus productos y captar el nicho al que las grandes corporaciones no han llegado.



La información y la comunicación, ambas herramientas modernas de comercio internacional, son posibles gracias al uso del Internet, lo que vuelve este comercio en *electrónico*, demandante de respuestas ágiles e innovadoras, en donde las Pymes podrían tener una oportunidad para crecer.



OBSTÁCULOS Y FACILIDADES LAS PYMES EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Las Pymes en el mercado internacional

Obstáculos y Facilidades

Aunque sea difícil de reconocer, no todas las Pymes deberían exportar, porque no todas cuentan con productos exportables, que más bien son absorbidos por el mercado local; así como no todas tendrán la misma reacción ante los obstáculos que conllevan el incursionar en el mercado internacional.

El *Centre for Entrepreneurship SME and Local Development* (CFE), realizó un estudio acerca de las Pymes y el espíritu emprendedor dentro del marco de la internacionalización de las Pymes, que fue publicado en el 2009, en donde se lista una serie de barreras para las Pymes en su proceso de internacionalización. Estas barreras fueron seleccionadas por las Pymes y por los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), para realizar una posterior comparación, los resultados pueden ser observados en las tablas 1 y 2.

Al comparar los resultados arrojados por los dos grupos encuestados se puede apreciar que son coincidentes en seis aspectos, aunque no en el mismo orden, que son: Escasez de activo circulante para financiar exportaciones, correcta



Tabla 1. Barreras seleccionadas por las Pymes encuestadas.

1	Escasez de activo circulante para financiar exportaciones
2	Correcta identificación de oportunidades extranjeras de negocio
3	Limitada información para localizar/analizar mercados
4	Inhabilidad para ponerse en contacto con potenciales clientes extranjeros
5	Obtención de una confiable representación en el extranjero
6	Falta de tiempo de la gerencia para lidiar con la internacionalización
7	Inadecuada cantidad y/o personal poco entrenado para la internacionalización
8	Dificultad para empatarse con los precios de los competidores
9	Falta de ayuda o incentivos por parte del gobierno local
10	Excesivos costos de transporte

Tomado de: OCDE (2009).

Tabla 2. Barreras seleccionadas por países miembros.

1	Inadecuada cantidad y/o personal poco entrenado para la internacionalización
2	Escasez de activo circulante para financiar exportaciones
3	Limitada información para localizar/analizar mercados
4	Correcta identificación de oportunidades extranjeras de negocio
5	Falta de tiempo de la gerencia para lidiar con la internacionalización
6	Inhabilidad para ponerse en contacto con potenciales clientes extranjeros
7	Desarrollo de nuevos productos para el mercado extranjero
8	Desconocimiento de las prácticas de comercio internacional
9	Desconocimiento de los procedimientos y documentación de exportación
10	Cumplimiento de especificaciones de calidad estandarizadas en los productos de exportación

Tomado de: OCDE (2009).



identificación de oportunidades extranjeras de negocio, limitada información para localizar/analizar mercados, inhabilidad para ponerse en contacto con potenciales clientes extranjeros, falta de tiempo de la gerencia para lidiar con la internacionalización e inadecuada cantidad y/o personal poco entrenado para la internacionalización.

El factor más importante que frena la internacionalización de las Pymes es la escasez del crédito bancario o las barreras para el acceso al mismo, es un aspecto que se empata con la falta de información crediticia del sector de las Pymes o de sus propietarios, a quienes se les hace difícil probar documentalmente su historial de cumplimiento de pagos. Al no poder demostrar su capacidad de endeudamiento y pago, entonces deben recurrir a fuentes de crédito poco regulares o a préstamos familiares o de amigos, práctica que los mantiene fuera del perímetro bancario formal.

La escasa información de los mercados a los cuales las Pymes puedan exportar es poco comprensible ya que ahora es una época en que la información se encuentra disponible en línea (Internet), sin embargo el desconocimiento para procesar esos datos o el no indagar un poco más, podrían también ser culpables de esta barrera.

Para contactar con potenciales clientes en el extranjero las Pymes deberían contar con un representante o un socio en esos países, sin embargo en la práctica esto es complicado, porque los agentes que se presentan en el Internet, a través de sugestivas páginas web, muchas veces no pasan de especuladores o buscadores de comisiones, entonces las Pymes pueden caer en este error y en lugar de conseguir clientes o analizar mercados, lo que conseguirán será perder tiempo y dinero.



La falta de tiempo para gerenciar la internacionalización, así como el escaso entrenamiento del personal en esta materia, dificultan que las Pymes puedan superar con éxito las fronteras nacionales. La percepción que tiene el cliente extranjero de la falta de conocimiento de quienes dirigen las Pymes del mercado internacional, y también del personal de la empresa, se convierte en una barrera para no comprometerse con ellos a la compra de sus productos.

Adicionalmente, en el grupo de las Pymes se puede observar que a más de estas seis coincidencias, el sector reporta como barreras a la internacionalización a la obtención de una confiable representación en el extranjero, dificultad para empatarse con los precios de los competidores, falta de ayuda o incentivo por parte del gobierno local y excesivos costos de transporte.

Estos factores limitantes bien podrían explicarse por la naturaleza misma de la organización de las Pymes que muchas veces se encuentran operando de manera poco ejecutiva, es decir, sin procesos administrativos formales y establecidos lo que no les facilita empatarse con posibles representantes en el extranjero que evalúen seriamente su propuesta de negocios.

En cuanto a los precios, tal vez los procesos de producción o el costo de la materia prima (posiblemente como resultado de aranceles más altos), la inexistencia, la lejanía o el difícil acceso a zonas preferentes de producción que se encuentren liberadas de pagos de impuestos de productos exportables, puedan ser, individualmente o en su conjunto, la causa por la cual los precios de sus productos no puedan competir en mercados ya maduros.



El incentivo local que requieren las Pymes necesita de un andamiaje que comprende no solo el tema de exoneración de pagos de aranceles de materia prima, sino también la promoción en mercados extranjeros, el acceso al crédito de la banca pública, la debida legislación que enmarque las actividades de las Pymes, etc.

Los costos de transporte encarecen cualquier producto en cualquier parte del mundo, y tiene más impacto tratándose de exportaciones Pymes que, posiblemente no tengan ningún tipo de tarifa diferenciada o que sus volúmenes de exportación no sean lo suficientemente grandes como para que la venta pueda absorberlos.

En cuanto a las respuestas de los países miembros, se observa que ponen atención a otros aspectos como son: desarrollo de nuevos productos para el mercado extranjero, desconocimiento de las prácticas del comercio internacional, desconocimiento de los procedimientos y documentación de exportación y cumplimiento de especificaciones de calidad en los productos de exportación.

El primer aspecto, desarrollo de nuevos productos, tiene mucho que ver con el grado de tecnología e innovación del país donde las Pymes realizan sus actividades, a menor grado de desarrollo tecnológico, menor grado de innovación en productos.

En cuanto al desconocimiento de las prácticas del comercio internacional y de los procedimientos y documentos de exportación, van de la mano, si las Pymes no conocen cómo se realizan las actividades de comercio en el mundo y no manejan la documentación adecuada, ya sea por falta de capacitación en el tema, o por lo esporádico de una venta,



entonces difícilmente podrán insertarse en el mercado global.

El último aspecto que se refiere al cumplimiento de normas de calidad, influye de manera importante en la elección de un producto, ya que mundialmente se usan y se observan normas y estándares de calidad para casi todo lo que se produce, y si las Pymes no son capaces de cumplir con estas exigencias, el resultado que obtendrán será el que no puedan comercializar sus bienes fuera de las fronteras nacionales.

Adicionalmente a estas barreras también se puede mencionar los medios de pago, las trabas burocráticas para el despacho de las mercaderías, las dificultades técnicas y administrativas de que adolecen las Pymes, así como el incumplimiento de la documentación adecuada para el envío y recepción de los bienes (proceso comercial), lo que genera problemas al momento de realizar el pago de la exportación. A esto se le debe sumar la competencia por los mercados extranjeros.

Las Naciones Unidas (2013), a través de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), condensa en cuatro aspectos el círculo vicioso de la internacionalización de las Pymes como se observa en la figura 1.

Frente este círculo vicioso las Pymes deben optar por ser innovadoras, fortaleciendo sus capacidades y la de su recurso humano, mejorando la calidad de sus productos, para lo cual deben acceder a la tecnología y buscar la reducción de sus costos; esto podría lograrse a través de la especialización productiva.



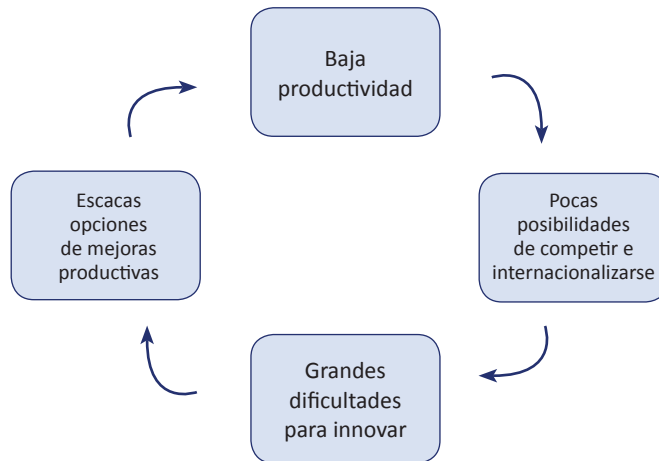


Figura 1. Círculo vicioso de la internacionalización de las Pymes.

Tomado de: Cómo mejorar la competitividad de las Pymes en la Unión Europea y América Latina y El Caribe. Naciones Unidas (2013, p. 12).

En el caso ecuatoriano, las Pymes pueden aprovechar la apertura que el gobierno da a la compra de bienes elaborados localmente, a través del portal de compras públicas, también de la promoción a las exportaciones y a la búsqueda de mercados que realiza el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad a través del Ministerio de Comercio, el Ministerio de Industrias y Productividad y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Además, los créditos al sector de economía popular y solidaria y Mipymes que otorga la Corporación Financiera Nacional.

Pese a todas las barreras descritas anteriormente, las Pymes quieren internacionalizarse, y existen oportunidades que pueden ser aprovechadas durante este proceso.

Nos dicen al respecto Rico y Reygadas:



Las empresas indirectamente exportadoras pueden jugar un papel importante, especialmente las pequeñas y medianas empresas (Pymes) para insertarse en la nueva división internacional del trabajo. (...) La especialización productiva para el mercado externo implica un nuevo perfil industrial cuya implantación genera altos costos sociales (...) las Pymes tienen entre sus características relevantes la de generar un importante volumen de empleo y un menor costo por empleo generado. Considerando que las Pymes: poseen una mayor flexibilidad que las empresas para enfrentar los cambios de mercado; una fracción de ellas tiene capacidad incluso de internacionalizarse; y pueden cumplir con la función de desarrollo de un nuevo tipo de empresas (“semilleros de empresarios”). (2000, pp. 96-98).

En el contexto de la globalización nos dice Cleri que las Pymes pueden aprovechar:

1. Los cambios en los gustos, necesidades e intereses de los consumidores que se han vuelto vertiginosos e imprevisibles. El equilibrio, base de la economía clásica ya no existe. La velocidad impide la armonía.
2. Los cambios demográficos, psicográficos y ambientales ofrecen renovadas oportunidades de negocios.
3. El comercio internacional, ha dejado de ser explicado por la dotación de factores de la producción (capital, tierra y trabajo) para ser, el resultado de la propiedad de valores intangibles creados por el hombre (marca, prestigio, identidad, imagen de calidad, etc.).



4. El riesgo y la incertidumbre de depender de proveedores, que dieran lugar a estructuras integradas, han sido superados por sistemas asociativos entre proveedores y clientes. La integración vertical en el seno de una compañía dejó de ser la manera más eficiente de organizar un negocio.
5. Las pequeñas empresas pueden aprovechar la cooperación y amalgamar relaciones respetuosas con grandes grupos económicos, o unir sus fuerzas con unidades que enfrentan el mismo desafío para sobrevivir.
6. Las grandes empresas se desligan de los negocios que no hacen sinergia, no son rentables o son mejor realizados por unidades pequeñas.
7. La integración vertical, las economías de escala, los sistemas jerárquicos y las empresas *elefante*, están dando paso a la tercerización (outsourcing), la subcontratación, la minimización de escala, los centros de beneficios, las redes y otras formas de organización.
8. Antes era importante el tamaño de la empresa. Ahora es importante la escala del grupo.
9. El progreso económico depende ahora del saber aplicado. El poder competitivo está en la inteligencia (*brain power*).
10. El conocimiento es la materia prima del nuevo sistema de creación de riquezas. Ahora se lo gestiona. Es vital la posesión de información clave.



11. Los que tienen capacidad para inventar prácticas novedosas son los que ganan.
12. Coexiste una tendencia de consumo de productos típicos o regionales que expresa la defensa de las identidades autóctonas. (2007, pp. 125-134).

Hernández ratifica el hecho de que la globalización debe ser vista como una oportunidad de crecimiento para las Pymes:

La globalización y su efecto en el desarrollo de las Pymes, se podría comprender desde la posición de que ha sido ésta, [la globalización] la que ha originado el inmenso desarrollo de las ciencias, las tecnologías y el conocimiento. Pero desde otro lado, las ciencias, las tecnologías y el conocimiento han proyectado a su vez ese desarrollo globalizador, el cual, sin aquellas no habría alcanzado sus dimensiones del momento, y se puede entender al contrario (...) Este hecho involucra la vida de las investigaciones científicas, el desarrollo de las economías y dentro de ellas, de las Pymes, y hasta la vida cotidiana de las personas; por ello, para cualquier desarrollo empresarial, de grandes o pequeñas empresas (Pymes), se hace indispensable partir de una muy clara comprensión de los retos que impone esa Globalización a la Administración Empresarial. Esos retos se pueden analizar en dos niveles: uno, en relación con los impactos de la Globalización sobre el empresario (grande o pequeño, o sea, Pymes) y su formación; otro, referido directamente al componente técnico de la actividad gerencial y empresarial, también, sea esta de Pymes o de empresas grandes. (s. f., p. 65).



Analizando en forma general a las Pymes y su desempeño en el mercado internacional, se puede inferir que sin importar su origen, las Pymes del Ecuador y del mundo, se enfrentan a problemas que les son comunes en el proceso de su internacionalización: la falta de recursos, el poco acceso a la tecnología o el escaso uso de ellas, la inhabilidad para relacionarse externamente; la falta de personal calificado; la inobservancia de normas de calidad exigidas internacionalmente; el desconocimiento de cómo funciona el comercio internacional y del manejo de la documentación para operaciones de exportación.

Sin embargo, las Pymes también cuentan con oportunidades que les pueden facilitar su incursión en el comercio internacional de manera exitosa y permanente, entre estas la innovación, su flexibilidad para adaptarse a los gustos cambiantes de los consumidores, el potencial asociativo para producir encadenamientos económicos que permitan producciones a escala, el apoyo del gobierno a través de la promoción y búsqueda de mercados así como de líneas de crédito especializadas, la transferencia de conocimiento a través del Internet, los nichos de mercado que están desatendidos por las grandes corporaciones, son acaso las más generales, pero sin duda son importantes ventajas que las Pymes pueden y deben aprovechar para desenvolverse con éxito en el mundo de los negocios internacionales.



LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y LAS
SIÓN GLOBAL LOS ORGANISMOS INTERNAC
PYMES UNA VISIÓN GLOBAL LOS ORGA
ACIONALES Y LAS PYMES UNA VISIÓN GLO
ISMOS INTERNACIONALES Y LAS PYMES UN
LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y LAS
SIÓN GLOBAL LOS ORGANISMOS INTERNAC
PYMES UNA VISIÓN GLOBAL LOS ORGA
ACIONALES Y LAS PYMES UNA VISIÓN GLO
ISMOS INTERNACIONALES Y LAS PYMES UN
LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y LAS
SIÓN GLOBAL LOS ORGANISMOS INTERNAC
PYMES UNA VISIÓN GLOBAL LOS ORGA
ACIONALES Y LAS PYMES UNA VISIÓN GLO
ISMOS INTERNACIONALES Y LAS PYMES UN
LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y LAS
SIÓN GLOBAL LOS ORGANISMOS INTERNAC
PYMES UNA VISIÓN GLOBAL LOS ORGA
ACIONALES Y LAS PYMES UNA VISIÓN GLO
ISMOS INTERNACIONALES Y LAS PYMES UN
LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES Y LAS
SIÓN GLOBAL LOS ORGANISMOS INTERNAC

Los organismos internacionales y las Pymes

Una visión global

Este apartado se basa en documentos extraídos de las páginas oficiales de la Unión Europea, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, el Banco Interamericano de Desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas y el Banco Mundial, organismos representativos a nivel mundial para objeto de este estudio. Además se ha contado con libros y publicaciones impresas de los organismos seleccionados para este análisis.

Estos documentos aportaron para la construcción del enfoque que cada organización le da a las Pymes, desde su propia óptica y experiencia. Se usó la palabra clave Pymes como eje transversal a crédito, empleo, microcrédito, emprendimiento y desarrollo, con el objetivo de obtener una visión más amplia, pero no atomizada, de la influencia que, sobre el accionar de las Pymes, tiene una o más variables, así como la incidencia que las Pymes, a su vez, puede tener sobre ellas.

Lo expuesto en las siguientes páginas se encuentra a disposición del público en los sitios web oficiales de los organismos estudiados, cuya reproducción se encuentra autorizada, citando su fuente. Para la redacción se tomaron partes textuales, además se empleó el parafraseo, el resumen o la síntesis, para hacer más comprensible la vasta información a la cual se tuvo acceso para realizar este capítulo, respetando los derechos de propiedad intelectual de sus autores e investigadores originales.



La Unión Europea y Las Pymes

La Unión Europea y las Pymes

La Unión Europea (UE) nace en los años 50, gracias a la visión de sus fundadores Joseph Bech (luxemburgés), Konrad Adenauer (alemán), Johan Beyen (neerlandés), Winston Churchill (británico), Alcide de Gasperi (italiano), Walter Hallstein (alemán), Sicco Mansholt (neerlandés), Jean Monnet (francés), Robert Schuman (francés), Paul-Henri Spaak (belga) y Altiero Spinelli (italiano) con el “anhelo de acabar con los frecuentes y cruentos conflictos entre vecinos que habían culminado en la Segunda Guerra Mundial” (Unión Europea, 2015).

La primera etapa de construcción de la Unión Europa se desarrolla entre los años 1945–1959 y se autodenomina “Europa por la paz – los albores de la cooperación”, la fundan seis países: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos, se caracteriza por la guerra fría entre el este y el oeste, la exploración espacial y la firma del tratado de Roma con el cual se constituye la Comunidad Económica Europea (CEE). A esta le sigue la década de 1960-1969 denominada “Los ‘vibrantes 60’ – una etapa de crecimiento económico”, caracterizada por estimular una revolución cultural al mismo tiempo que la brecha generacional se agranda, al tiempo que la eliminación de los derechos de aduana cobrados entre sí por el intercambio comercial, permite a la UE generar un excedente de producción agrícola, resultado de un control conjunto de su producción alimentaria.

Entre 1970-1979, la UE aumenta el número de Estados miembros a 9, denominando a esta etapa “La Comunidad



crece – primera ampliación”, tiempo en el cual caen las últimas dictaduras europeas mientras que el Parlamento Europeo empieza a ejercer mayor influencia en los asuntos de la UE, y en 1979, por primera vez, sus miembros son elegidos a través del sufragio. La década 1980-1989, llamada “Europa cambia de cara” se caracteriza por la caída del muro de Berlín, el protagonismo de Lech Walesa como líder sindical polaco, la incorporación de Grecia, España y Portugal, y la firma del Acta Única Europea que da origen al *mercado único*.

En el período 1990-1999, denominado “Europa sin fronteras”, se consolida el mercado único con la promulgación de las cuatro libertades de circulación: mercancías, servicios, personas y capitales, se incorporan Austria, Finlandia y Suecia. En el periodo 2000-2009 la EU se amplía aún más con la incorporación de 12 países, el euro se erige como la nueva moneda de muchos de los países miembros, el 11 de septiembre del 2001 marca la guerra contra el terrorismo y la delincuencia. La crisis económica del 2008 logra fortalecer los lazos de cooperación económica en la UE y se firma el Tratado de Lisboa. Desde el 2010, que arranca con una grave crisis económica a nivel mundial causada por la *burbuja inmobiliaria* –originaria de los Estados Unidos–, la UE invierte más en tecnologías ecoamigables, con el propósito de lograr un crecimiento estable que proporcione bienestar a los ciudadanos de sus países miembros, haciendo de la cooperación su mejor herramienta.

Sin embargo, la Unión Europea (UE) no presta ayuda directamente a las empresas, es la Comisión Europea el organismo que coordina (a través de la Dirección General



de Empresa e Industria) las políticas de apoyo a las Pymes y a todas las empresas en general. Para realizar esto se organizan y llevan a cabo eventos en los cuales se propicia el intercambio de conocimientos y experiencias, se diseñan proyectos piloto y se crean redes temáticas.

La tabla 3, recoge las políticas de fomento industrial de la UE a las empresas, y en especial a las Pymes.

En las siguientes páginas se recogen los principales postulados de los programas Agenda de Lisboa 2000 llamada también Cumbre de Lisboa 2000, Séptimo Programa Marco para la Investigación (FP7) y Programa para la Innovación y Competitividad (PIC).

Tabla 3. Políticas de fomento de la UE a las empresas y Pymes.

Objetivos y acciones para las empresas europeas	Objetivos y acciones que afectan a las Pymes europeas
Simplificación de las normas: regulación inteligente	La Agenda de Lisboa 2000
Mejorar el acceso a la financiación para las empresas	Séptimo Programa Marco para la Investigación (FP7)
Reforzar el Mercado Único	Programa para la innovación y competitividad (PIC)
Estandarización y normalización	Iniciativa por una Europa eficiente en recursos
Comercio internacional	Fondos de cohesión que apoyan a la política de cohesión territorial en la UE
Garantizar el acceso a las materias primas y productos críticos	
Eficiencia de recursos, energía y reducción de emisiones de carbono	
Responsabilidad social corporativa	

Tomado de: Unión Europea-Cepal, diciembre 2011, Primer Diálogo Público-Privado Unión Europea-América Latina, *Inversión extranjera directa y Pymes.*



La Cumbre de Lisboa 2000

El Consejo Europeo, reunido en Lisboa, en marzo del 2000, declaró la *Estrategia o Agenda de Lisboa* con el propósito de *convertir a la Unión Europea en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejores empleos y con mayor cohesión social*. Dentro de las directrices microeconómicas que se planteaban estaba el de *promover la iniciativa empresarial y crear un entorno favorable para las Pymes*, tornando a Europa en un lugar más atractivo para invertir y trabajar, permitiendo a las pequeñas y medianas empresas³, un mejor entorno empresarial que permita crear más empleo y de mayor calidad.

Para esto, el 11 de febrero del 2004, la Comisión de las Comunidades Europeas, diseñó el *Action Plan: The European agenda of Entrepreneurship* (Plan de Acción: La agenda europea para el espíritu emprendedor), a través de la resolución COM(2004) 70 final. En este documento se afirma que:

La UE no está explotando totalmente su potencial emprendedor, ya que del 47% de los europeos que prefieren ser independientes, sólo el 17% ha cumplido con esta ambición; en cuanto a las iniciativas de nuevos emprendimientos, sólo el 4% de los europeos han creado y se mantienen como emprendedores con una antigüedad de por lo menos tres años, en comparación con el 11%

3. Las pequeñas y medianas empresas europeas representaban el 99% de todas las empresas que operan en la UE y generan el 33% de empleo, al momento de la Cumbre de Lisboa en el 2000.



de emprendedores en los Estados Unidos” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003, p. 3).

Este Plan de Acción, provee un marco estratégico para impulsar los emprendimientos en la UE, basados en una consulta pública de diez preguntas (llevada a cabo por la Comisión Europea), que recibió 240 respuestas tanto de emprendedores como de organizaciones que representaban a asociaciones de emprendedores a nivel nacional, regional o local, proveedores y universidades⁴. Estudio que dio lugar al *Green Paper “Entrepreneurship in Europe”* (Libro verde. El espíritu empresarial en Europa) donde se levantaba información acerca de dos temas fundamentales para Europa: ¿Cómo producir más empresarios? y ¿Cómo conseguir más empresas para crecer?, documento que sirvió de base para que el Consejo Europeo solicitara a la Comisión Europea, durante la reunión en Bruselas de 2003, presentar un plan de acción para el emprendimiento en el Consejo Europeo que se reuniría en la primavera del 2004.

En el *Green Paper* se confirmaba que no existe una *silver bullet*⁵ para crear una Europa más emprendedora, ya que el potencial sin explotar que posee Europa parece provenir de un juego complejo de interacciones que se desarrollan dentro de un marco (poco definido) de condiciones, actitudes y habilidades.

Las actitudes que fomentan el espíritu emprendedor versus el balance entre los riesgos y las recompensas parecen haber mermado en el europeo el deseo de convertirse en

4. Para mayor información de este estudio se puede consultar en el link http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/index.htm.

5. El término *silver bullet* podría ser interpretado en alusión al término latino de que no existe una *fórmula secreta o mágica* que, para efecto de este estudio, logre impulsar el emprendimiento. (n. de los A.).



empresarios. Esto se une a la escasez de sucesores que asuman el mando de las empresas frente a un número cada vez mayor de empresarios en edad de jubilarse. Educar el espíritu emprendedor se vería entonces como una importante vía para crear actitudes más emprendedoras entre los jóvenes. Dentro de este contexto, las empresas familiares también realizan grandes esfuerzos para facilitar la transferencia de los negocios de una generación a otra.

El escaso capital de riesgo y los impuestos sobre las ganancias también son señalados por los encuestados como obstáculos que frenan el crecimiento de potenciales empresas, así como poco el acceso a un financiamiento más barato.

Para fomentar el desempeño de las Pymes, los encuestados mencionaron que los empresarios deberían tener acceso a un apoyo dirigido y de calidad, entrenamiento y monitoreo. Además, que los clúster⁶ podrían proporcionar un impulso al crecimiento del comercio y a la internacionalización de los negocios por toda Europa, además de propiciar una transferencia de conocimiento más eficaz de la investigación a los negocios, a través de la promoción de la innovación.

El Plan de Acción definió cinco políticas estratégicas:

1. *Impulso a las actitudes emprendedoras*, promoviendo la enseñanza del espíritu emprendedor en universidades, donde la información debe estar

6. El término *clúster* fue acuñado por Porter en 1990, en su estudio sobre la ventaja competitiva de las naciones, en el que consideraba que la agrupación de empresas y su correspondiente especialización en determinadas actividades productivas contribuía favorablemente sobre los cuatro polos del diamante que explica la ventaja competitiva: las condiciones de los factores productivos, las condiciones de la demanda, los sectores de apoyo y afines y la rivalidad y estrategias de las empresas del sector.



disponible para estudiantes, de todas las áreas, con énfasis en las universidades técnicas.

2. *Fomentar que más personas se conviertan en empresarios*, reduciendo el desequilibrio entre el riesgo y la recompensa, facilitando el intercambio comercial y diseñando esquemas de seguridad social que los acoja.
3. *Crear un engranaje que permita a los empresarios crecer y ser competitivos*, fomentando la internacionalización de las Pymes, y ampliando su participación en el mercado local. Esta política está dirigida especialmente hacia las mujeres y los grupos minoritarios. Para lo cual se crearán redes, asociaciones y clúster que asistan a los empresarios, a través de la capacitación. Las relaciones inter empresariales también serán fomentadas.
4. *Mejorar el flujo de financiamiento*, a través del acceso al crédito, factor que es crucial para que las empresas puedan desarrollarse, utilizando instrumentos financieros diseñados para las Pymes.
5. *Crear un marco regulatorio y administrativo más amistoso con las Pymes*, que fomente el diálogo con las Pymes, y buscan reducir la complejidad que existe en las leyes, especialmente en lo que se refiere a las leyes tributarias.

Estas políticas dieron como resultado un mejor desempeño empresarial en la UE, en aspectos como:

Actitud emprendedora. Más personas expresaron su preferencia por el emprendimiento; se iniciaron más



negocios, que incluyen a grupos minoritarios; un mayor número de empresarios se han hecho cargo de negocios establecidos y otros han empezado uno nuevo luego de experimentar un fracaso.

Mejor desempeño comercial se traduce en mayor competitividad y crecimiento. Mayor número de Pymes comercian en el mercado interno, creando más empleo y creciendo a un ritmo acelerado.

Mejor clima de negocio. Menor tiempo y costos para cumplir requisitos legales y de regulación para la implementación de una empresa o emprendimiento.



El Séptimo Programa Marco

El Séptimo Programa Marco (2007-2013) desempeña una función primordial para el crecimiento y el empleo en Europa, a través de este la Comisión Europea pretende desarrollar el *triángulo del conocimiento*, formado por las políticas de investigación, educación e innovación, y consolidar el Espacio Europeo de la Investigación que pone el conocimiento al servicio del dinamismo económico y del progreso social y medioambiental.

Con este programa se busca estimular la inversión en I+D pública y privada a fin de maximizar el valor añadido europeo y sentar las bases para crear una sociedad basada en el conocimiento y de baja emisión de carbono. Este programa articula cuatro principales que son Cooperación, Ideas, Personas y Capacidades.

A través del programa **Cooperación** se estimula los vínculos entre la industria y la investigación, en nueve campos temáticos: salud; alimentos, agricultura y biotecnología; tecnologías de la información y la comunicación; nanociencias, nanotecnologías, materiales y nuevas tecnologías de producción; energía; medio ambiente (incluido el cambio climático); transporte (incluida la aeronáutica); ciencias socioeconómicas y humanidades; y la seguridad y el espacio.

El programa **Ideas** reforzará la investigación exploratoria que posibilite un cambio en la visión actual del mundo y el modo de vida, apoyando investigaciones más ambiciosas e innovadoras, bajo la coordinación de un consejo científico.



El programa *Personas* busca mejorar la perspectiva de carrera de los investigadores en Europa y atraer a jóvenes investigadores de calidad. Fomenta la formación y movilidad para explotar el potencial investigador en Europa.

El programa *Capacidades* ofrece a los investigadores las herramientas que potencien y refuercen la calidad y competitividad de la investigación europea. Invierte en infraestructura de investigación en regiones deprimidas, en formación de polos regionales de investigación y en investigación a favor de las Pymes, haciendo énfasis en la cooperación internacional y el papel de la ciencia en la sociedad.

Para llevar a cabo estas acciones la Comisión Europea destinó un presupuesto de 50.521 millones de euros para el periodo de vigencia de este programa macro, el mismo que se distribuye como se aprecia en la tabla 4.

Este presupuesto (35% más que del sexto programa macro) demuestra la importancia que la Comisión Europea concede al tema de la creación y transferencia de conocimientos a través de la investigación, dando al saber y a la tecnología los títulos de *activos principales de Europa*, los cuales representan a su vez la base del crecimiento y el empleo.



Tabla 4. Programas principales y presupuesto del Séptimo Programa Marco de la EU (2007-2013)

Programa	Presupuesto asignado (en millones de euros)
Cooperación	32.413
Ideas	7.510
Personas	4.750
Capacidades	4.097
Acciones no nucleares del Centro Común de Investigación	1.751
Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom)	2.700
Total	50.521

Tomado de: Plan de Acción para el Espíritu Empresarial (2004).



Programa marco para la innovación y la competitividad (PIC)

De acuerdo a la Comisión de las Comunidades Europeas, las PYMES son un componente fundamental de la industria europea, pues aportan hasta el 80% del empleo en algunos sectores industriales (textil, construcción, muebles, entre otros), en la UE existen 23 millones de PYME que proporcionan cerca de 75 millones de puestos de trabajo y representan el 99% del número total de empresas.

Las PYMES son una fuente importante de capacidades empresariales e innovación y contribuyen a la cohesión económica y social. Se agrupan dentro del término PYME a las empresas que cuentan con menos de 250 empleados, de acuerdo a la Recomendación 2003/361/CE de la Comisión de las Comunidades Europeas. (2005, p. 3).

El Programa marco para la innovación y la competitividad (PIC) está conformado por varios programas comunitarios que centran su accionar en la iniciativa empresarial, la competitividad industrial, la innovación, el desarrollo, políticas para las PYME y el uso de las TIC, las tecnologías ecológicas y la energía inteligente, como se observa en la tabla 5.

Junto con el Séptimo Programa Marco, sientan las bases para el desarrollo micro empresarial, así como la innovación, la asociación, la movilidad y la transferencia del conocimiento, buscando alcanzar los objetivos de la Estrategia de Lisboa, respaldando al mismo tiempo la capacidad competitiva de Europa.



Adicionalmente, la Comisión Europea desarrolló un marco estratégico que comprende siete iniciativas emblemáticas, denominado *Estrategia Europa 2020*, que busca convertir a Europa en una economía sostenible e integradora; dos de estas iniciativas se enfocan en la promoción de las Pymes, la *Unión por la innovación* y *Una política industrial integrada para la era de la globalización*.

La ***Unión por la Innovación***, propaga mejores condiciones y más acceso a la financiación para la actividad innovadora de las empresas europeas; con el propósito de que las ideas innovadoras cuenten con el marco más adecuado para que puedan transformarse en productos y servicios que generen crecimiento y empleo. Busca reforzar las relaciones encadenadas desde la investigación hasta la comercialización, acelerándolas a través del uso del Internet. Creando una cadena de valor con énfasis en las Pymes. A su vez, complementa otros programas como *Agenda digital*, *Juventud en movimiento* y *Agenda de nuevas cualificaciones y empleos*.

Esta estrategia tiene tres objetivos concretos:

1. Convertir a Europa en una potencia científica mundial,
2. Eliminar los obstáculos a la innovación, como por ejemplo la fragmentación del mercado, la falta de financiación, o la infrautilización de la contratación pública para la innovación; y
3. Cambiar radicalmente el modo en que los sectores público y privado trabajan juntos, especialmente a través de los Partenariados Europeos de Innovación



(EIPs), en los que participan las instituciones europeas, las autoridades públicas nacionales y/o regionales y las empresas. (Unidos por la Innovación, 2013, par. 3).

Una política industrial integrada para la era de la globalización, estrategia emblemática recogida en el documento de la Comisión Europea MEMO/10/532, del 28 de octubre del 2010:

Persigue la recuperación económica en la industria y la fabricación (...) en momentos en que los Estados miembros que han sufrido el estallido de la burbuja inmobiliaria salen de la crisis económica más lentamente que los países en los que solo ha habido un hundimiento temporal de la producción manufacturera (...) donde las perspectivas del mercado laboral mejoran y el fuerte crecimiento asiático prosigue, lo que también deberá estimular el crecimiento de la exportación y la producción en Europa. (European Commission, 2015).

Con esta iniciativa la UE busca crear el entorno empresarial más favorable para que se inicien, crezcan y se desarrollen las Pymes, para lo cual buscan reducir las trabas administrativas a la conformación de las empresas, mejorar la infraestructura (que incluye la interconexión, Internet, generación de energía limpia), e incentivar la competitividad, especialmente en el sector de los servicios.



Tabla 5. Programas que conforman el Programa marco para la innovación y la competitividad.

Programa	Objetivo
<i>Programa para la iniciativa empresarial y la innovación</i>	Presta especial atención a las Pymes, se propone fomentar la innovación y la gestión de la innovación, las asociaciones entre entidades públicas y privadas y las agrupaciones. Además, facilitará el acceso a financiación, en especial el <i>capital inicial</i> .
Programa de apoyo a las políticas de TIC	Promueve el uso de TIC en la empresa, la administración y los servicios públicos.
Programa <i>energía inteligente-Europa</i>	Pretende apoyar el desarrollo de fuentes de energía ecológicas y sostenibles.

Tomado de: Comisión Europea (s. f.).



el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes La Comisión
económica PARA América LATINA y el CARIBE
(CEPAL) y Las Pymes La Comisión económica
PARA América LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las
Pymes La Comisión económica PARA América
LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes
Comisión económica PARA América LATINA
y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes La Comisión
económica PARA América LATINA y el CARIBE
(CEPAL) y Las Pymes La Comisión económica
PARA América LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las
Pymes La Comisión económica PARA América
LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes
Comisión económica PARA América LATINA
y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes La Comisión
económica PARA América LATINA y el CARIBE
(CEPAL) y Las Pymes La Comisión económica
PARA América LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las
Pymes La Comisión económica PARA América
LATINA y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes
Comisión económica PARA América LATINA
y el CARIBE (CEPAL) y Las Pymes La Comisión

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y las Pymes

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) es una de las cinco comisiones regionales que promueve las Naciones Unidas, creada mediante resolución 1984/67 del 27 de julio de 1984, encaminada a fortalecer las relaciones económicas de los países miembros entre sí y, al mismo tiempo, con los demás Estados en el mundo. Cuenta con dos sedes subregionales (una en México y otra en Puerto España), cuatro oficinas nacionales (Buenos Aires, Bogotá, Brasilia y Montevideo) y una oficina de enlace en Washington.

La secretaría de la Cepal, de conformidad con lo establecido en el boletín ST/SGB/1997/5, titulado “Organización de la Secretaría de las Naciones Unidas” tiene entre sus funciones:

1. Prestar servicios sustantivos de secretaría y documentación a la Comisión y a sus órganos subsidiarios;
2. Realizar estudios, investigaciones y otras actividades de apoyo de conformidad con el mandato de la Comisión;
3. Promover el desarrollo económico y social mediante la cooperación y la integración a nivel regional y subregional;
4. Recoger, organizar, interpretar y difundir información y datos relativos al desarrollo económico y social de la región;



5. Prestar servicios de asesoramiento a los gobiernos a petición de éstos y planificar, organizar y ejecutar programas de cooperación técnica;
6. Planificar y promover actividades y proyectos de cooperación técnica de alcance regional y subregional teniendo en cuenta las necesidades y prioridades de la región y cumplir la función de organismo de ejecución de esos proyectos;
7. Organizar conferencias y reuniones de grupos intergubernamentales y de expertos y patrocinar cursos de capacitación, simposios y seminarios;
8. Contribuir a que se tenga en cuenta la perspectiva regional, respecto de los problemas mundiales y en los foros internacionales y plantear en los planos regional y subregional cuestiones de interés mundial;
9. Coordinar las actividades de la Cepal con las de los principales departamentos y oficinas de la Sede de las Naciones Unidas, los organismos especializados y las organizaciones intergubernamentales a fin de evitar la duplicación y lograr la complementariedad en el intercambio de información.

La Cepal cuenta actualmente con 44 estados miembros y 13 países miembros asociados (ver Anexo 1) de América Latina y el Caribe, América del Norte, Europa y Asia, y registra su último ingreso en mayo del 2014.

Con más de 50 años de funcionamiento, los estudios realizados por la Cepal se han vuelto referencia obligatoria para quienes estudian la historia económica de América Latina, ya que a través de sus documentos, ha ido forjando



el *pensamiento de la Cepal*, siguiendo atentamente los cambios que se han producido en la región (y también en el mundo) en materia económica, social y política, en temas tan diversos como igualdad de género, inserción comercial, Pymes, inflación, deuda pública, comercio internacional, organización comercial, desarrollo sostenible, identidad regional, entre otros.

La evolución del *pensamiento cepalino* ha ido de la mano con el desarrollo del *método histórico-estructural* (de creación propia), el cual ha sido aplicado para leer la realidad económica circundante, analizando a las instituciones y las estructuras productivas heredadas enfocadas en la manera en como estas han ido condicionando el desarrollo de los países y su formas de comportamiento frente a las naciones más desarrolladas. Para esto la Cepal ha adoptado la filosofía de que:

En este método no hay “estadios de desarrollo” uniformes. El “desarrollo tardío” de nuestros países tiene una dinámica diferente al de aquellas naciones que experimentaron un desarrollo más temprano. Las características de nuestras economías son mejor captadas por el término “heterogeneidad estructural”, acuñado en los años setenta. (Evolución del pensamiento de la Cepal, 2013)

La obra de la Cepal puede ser clasificada en cinco etapas de estudio (ver tabla 6) y tres énfasis temáticos (ver tabla 7) que han marcado la historia y la evolución de la investigación económica, social y política de este organismo a lo largo de su vida institucional.

Es precisamente, debido a la importancia e influencia, de los



estudios que la Cepal ha realizado en el área de las Pymes, que es imperativo incorporar algunos de ellos al presente estudio, para mostrar cuál es la línea de pensamiento y el nivel de importancia que este organismo le concede a este segmento económico dinamizador y en constante crecimiento.

Estas investigaciones mayormente se han realizado en países como Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú, y en algunos países del este de Asia como Korea, Malasia y Japón, cuyas Pymes han logrado romper las barreras fronterizas y comercializan su producción en el mercado internacional.

Es importante mencionar que existen pocos estudios acerca de las Pymes en países como Ecuador, Bolivia y El Salvador, considerados como países pequeños en el contexto latinoamericano, cuyas Pymes no han logrado una inserción comercial exitosa en el mercado internacional.



Tabla 6. Etapas de estudio de la obra de la Cepal.

Orígenes y años 50	Industrialización por sustitución de importaciones.
Años 60	Reformas para desobstruir la industrialización.
Años 70	Reorientación de los “estilos “ de desarrollo hacia la homogeneización social y hacia la diversificación pro exportadora.
Años 80	Superación del problema del endeudamiento externo mediante el “ajuste con crecimiento”.
Años 90	Transformación productiva con equidad.

Fuente: Cepal (s. f.).

Tabla 7. Énfasis temáticos de la Cepal.

1	El papel central que desempeña la modalidad específica de la inserción internacional de nuestras economías, es decir, su estructura de especialización y la dependencia de flujos inestables de capital.
2	La transmisión del cambio tecnológico desde los países que generan conocimiento hacia los nuestros, cuyas imperfecciones generan dinámicas que no facilitan la convergencia en los niveles de desarrollo en ausencia de intervención estatal.
3	La equidad y su relación con el proceso global de desarrollo, ya que tanto la forma como las estructuras productivas y de propiedad condicionan la distribución de los frutos del desarrollo y como ésta última afecta la estructura y dinámica económicas.

Fuente: Cepal (s. f.).



as pymes el Banco Interamericano
Desarrollo y las pymes el Banco
InteramericanodeDesarrolloylasPymes
Banco Interamericano de Desarrollo
as pymes el Banco Interamericano
Desarrollo y las pymes el Banco
InteramericanodeDesarrolloylasPymes
Banco Interamericano de Desarrollo
as pymes el Banco Interamericano
Desarrollo y las pymes el Banco
InteramericanodeDesarrolloylasPymes
Banco Interamericano de Desarrollo
as pymes el Banco Interamericano
Desarrollo y las pymes el Banco
InteramericanodeDesarrolloylasPymes
Banco Interamericano de Desarrollo
as pymes el Banco Interamericano

El Banco Interamericano de Desarrollo y las Pymes

El Banco Interamericano de Desarrollo se autodefine en su website *como la mayor fuente de financiamiento para el desarrollo de América Latina y el Caribe*, que pese a funcionar como un banco propiamente dicho en el aspecto de ser prestatarios de dinero, también realiza donaciones, ofrece asistencia técnica y desarrolla investigaciones, económicas y sociales⁷, muchos de los cuales son publicados en el texto “Desarrollo en las Américas” considerado su publicación insignia.

En relación a las Pymes ha elaborado más de 140 documentos relacionados directa o indirectamente a este sector, en aspectos tales como competitividad, logística, asistencia técnica, exportación, capacitación, financiamiento, internacionalización y productividad.

El BID ofrece financiamiento directo a las pequeñas y medianas empresas de sus países miembros, además de otorgar apoyo a instituciones financieras locales para que a su vez canalicen los dineros dados por el BID hacia proyectos microempresariales. El BID realiza esta actividad a través de la Corporación Interamericana de Inversiones (IIC por sus siglas en inglés), el programa Oportunidades para la Mayoría (OMJ por sus siglas en inglés) y el departamento de Financiamiento Corporativo y Estructurado (SCF por sus siglas en inglés).

7. El BID centra sus investigaciones en temas como agricultura, aprendizaje, comercio, competitividad, innovación, microfinanzas, medio ambiente, sostenibilidad, sociedad civil, trabajo, turismo, educación, energía, proyectos transfronterizos, gobierno, género, cultura, cambio climático, entre otros. Para mayor información puede acceder a su página web www.iadb.org donde se enlistan los temas y proyectos que desarrolla, así como los resultados de los mismos. (n. de A.).



Corporación Interamericana de Inversiones

La *Corporación Interamericana de Inversiones* es una institución financiera multilateral que otorga, directa o indirectamente, préstamos, capital emprendedor, cuasi capital y asistencia técnica a través de su programa FINPYME, que tiene como finalidad ayudar a las pequeñas y medianas empresas a ser más competitivas y mejorar su acceso a las fuentes de financiamiento, teniendo en cuenta que las Pymes necesitan tanto del apoyo financiero para lograr un crecimiento sostenido como de la asistencia técnica, para que puedan mejorar sus habilidades en la apertura de mercados, procesos gerenciales, planeación y estrategias competitivas.

Para lograr esto el FINPYME ha definido siete áreas clave que atiende con igual número de programas: FINPYME Diagnostics (Evalúa sistemáticamente las operaciones de las Pymes), FINPYME ExportPlus (Mejora la competitividad y capacidad exportadora de las Pymes), FINPYME Family Business (Enseñan el modo de administrar las empresas familiares), FINPYME Integrity (Introduce la ética de los negocios en las operaciones diarias), GREENPYME (Promueve la reducción del consumo de energía y la adopción de buenas prácticas energéticas), FINPYME Technical Assistance (Resuelve consultas específicas) y FINPYME Credit (Financia pequeños negocios).

En el 2010 se aprobaron recursos para 21 actividades de apoyo a las Pymes, canalizados por los programas del



FINPYME, por un monto de \$5.2 millones de dólares que fueron donados por los gobiernos de Austria, Francia, Italia, Noruega, Corea, España, Suiza, e instituciones como la Nordic Development Fund y la Wallon Region of Belgium, fondos que apoyaron 17 actividades en el Caribe, Centro y Suramérica realizadas por la CII.

FINPYME Credit tiene como objetivo brindar financiamiento, a bajas tasas de interés y con plazos entre 3 a 5 años, a las pequeñas y medianas empresas, para capital de trabajo y activos fijos, de países de América Latina y el Caribe, cuyos montos fluctúan entre \$100.000,00 y \$600.000,00. El programa se desarrolla en Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Paraguay, Trinidad y Tobago y Uruguay.

Las Pymes que se benefician de estos créditos deben desarrollar sus actividades en los sectores de agroindustria, manufactura, ventas al por mayor y menor, servicios, construcción y otro que beneficie directamente a la economía local; debe tener como mínimo 3 años de antigüedad y ventas anuales entre \$500.000,00 y \$600.000,00.

Este programa de crédito prioriza a aquellas empresas que orienten sus actividades a la exportación o a la sustitución de importaciones, y que tengan un bajo impacto ambiental.

El anexo 2 muestra las actividades de los programas del FINPYME en los países de América Latina y el Caribe, así como el número de programas y el año de ejecución, durante el periodo 2006-2011.



Oportunidades para la Mayoría

El programa *Oportunidades para la Mayoría*, creado en el 2007 por el BID, “promueve y financia modelos de negocio sostenibles que involucran a compañías del sector privado, gobiernos locales y comunidades en el desarrollo y provisión de productos y bienes de calidad a la base de la pirámide (BDP) socio-económica en América Latina y el Caribe. (...) busca incrementar la productividad, integrar a las poblaciones de bajos recursos en la economía formal, crear empleos, contribuir a solucionar las fallas en los mercados (...) y proveer bienes y servicios de calidad” (BID, 2014) para un mercado de más de 360 millones de habitantes.

La OMJ realiza este financiamiento a través de tres productos: préstamos, garantías y asistencia técnica, en las áreas de agricultura, educación, energía, alojamiento, servicios financieros, salud, tecnología, infraestructura, fondos multisectoriales, desarrollo del sector privado, venta al detal.

En el 2013, su sexto año de operaciones, se caracteriza por financiar diez modelos de negocios, lograr la aprobación de un presupuesto de US\$100 millones anuales y de apalancar US\$219,60 millones de prestamistas privados; logrando impactar en tres sectores específicos, a los cuales se los atendió en: acceso a financiación, vivienda y educación. En ese mismo año se realizaron operaciones financieras en Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú.



En lo referente a las Pymes, en Brasil la iniciativa OMJ participó en una sociedad de riesgo compartido con el Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), por un monto de aproximadamente US\$10 millones, con el objetivo de que el BDMG ofrezca préstamos a las microempresas en Minas Gerais. Esta alianza se basa en el hecho de que las microempresas de esta región del Brasil participan con más del 93% del total de empresas formales, y al igual que las Pymes en América Latina, se encuentran con el problema del acceso al crédito, al no poseer referencias crediticias previas o suficientes garantías colaterales que respalden el préstamo.

Para solucionar este problema OMJ a través del BDMG financia a las microempresas hasta por montos de US\$7.500, a dos años plazo y tres meses de gracia. Como contrapartida las microempresas informales deberán formalizar sus actividades, ya que este paso es requisito indispensable para acceder al crédito, que en una primera etapa de dos años, estará dirigido a 4.000 microempresarios de Minas Gerais, a los cuales no se les exigirá ningún tipo de historial financiero previo.

En El Salvador, la OMJ a través del Banco Agrícola, financió tiendas familiares para lo cual destinó US\$5 millones, garantizados por el banco salvadoreño entidad con la cual la OMJ comparte el riesgo crediticio de las operaciones de financiamiento a este segmento de la microempresa. En El Salvador las microempresas emplean alrededor del 65% de la fuerza laboral activa y contribuyen con el 43% del producto interno bruto, con una alta presencia de la mujer en este sector económico. Sin embargo, y como se ha demostrado a lo largo de esta investigación, los



microempresarios difícilmente pueden acceder a un crédito que financie sus actividades, debido, entre otros factores a la asimetría de la información, lo cual no permite que los bancos evalúen ágilmente la capacidad de endeudamiento y servicio del mismo por parte de los prestamistas. Para dar solución a este problema el Banco Agrícola se asoció con la empresa Industria La Constancia⁸ y FUNDES⁹, ésta última con la que el banco trabajó conjuntamente para cerrar las brechas de la asimetría de la información, realizando una selección de los microempresarios tenían buenas historias de pago, brindándoles asistencia técnica a aquellos que accedieron al crédito, el mismo que fue destinado a capital de trabajo, adquisición de equipos y mejoramiento de la infraestructura física. Logrando con esto una sostenibilidad en los pequeños negocios en el largo plazo.

En Paraguay, la OMJ destinó US\$6 millones para fortalecer al Grupo Electroban SAECA, empresa dedicada a la comercialización de insumos y productos utilizados como activos productivos y otros como herramientas agrícolas, los cuales son financiados a través de pagos flexibles cuyos clientes principales son individuos de bajos ingresos y microempresarios, dueños de tiendas, pequeños agricultores, lavanderas, peinadoras, jardineros, entre otros. Con el préstamo de la OMJ se espera llegar a 15.000 microempresarios quienes podrán acceder a la compra de activos productivos que les permitirá desarrollar sus

8. Industrias La Constancia (ILC), fundada en 1906, empezó produciendo cerveza en El Salvador, pasando luego a embotellar bebidas gaseosas (1920), una serie de fusiones y adquisiciones le valieron su actual nombre, empresa que fue adquirida en el 2005, en su totalidad, por la cervecera SABMiller, empresa propietaria de más de 200 marcas de cervezas y una de las mayores embotelladoras de Coca-Cola a nivel mundial. (n. de A.).

9. FUNDES es una organización internacional privada, creada en 1984, cuya fin es apoyar financieramente los proyectos que involucran a las MIPYMES en América Latina. (n. de A.).



negocios. Adicionalmente se capacitará a 800 personas para que sean los representantes de ventas de esta empresa en las regiones donde viven. Esta iniciativa se dio como una respuesta a la incapacidad que presentan los bancos privados para otorgar financiamiento para activos productivos a largo plazo, situación recurrente en las Pymes de América Latina.

En el Ecuador, la OMJ trabajó coordinadamente con la empresa Procesadora Nacional de Alimentos C.A. (Pronaca) en el fortalecimiento del fideicomiso *Rueda de Éxito* a través de un préstamo de US\$7 millones, con lo que se espera mejorar el financiamiento a pequeños agricultores (de maíz y arroz especialmente) en capital de trabajo en especie y asistencia técnica, con el objetivo de que el producto cosechado pueda cumplir con las normas de calidad que exigen para la compra las compañías agroindustriales ecuatorianas, estándares que los pequeños agricultores no han podido cumplir por carecer precisamente de esta asesoría, y no ser calificados para acceder a un crédito que les permita adquirir insumos agrícolas que mejoren sus prácticas agrícolas.

Pronaca entrega, a los que califican para el financiamiento, un kit con semillas, fertilizantes y otros insumos agrícolas, además monitorea el cultivo en todas sus fases, y al momento de la cosecha, ésta es absorbida por la empresa en el monto que quede luego de pagar la deuda al fideicomiso, entregando al agricultor el monto correspondiente por esta porción de su producción. Con esta alianza se espera entregar 9.000 préstamos en los próximos 5 años, beneficiando a 900 agricultores, a razón de 2 desembolsos por año.



Fondo Multilateral de Inversiones

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) es la principal institución donante para mejorar la competitividad de las micro y pequeñas empresas de América Latina y El Caribe, no invierte directamente en las empresas pero apalanca una serie de instrumentos financieros que realizan esta labor.

El FOMIN busca, como se mencionó, mejorar la competitividad de las Mipymes, expandir el acceso al crédito y al sistema financiero, y mejorar el ambiente de negocios. Los instrumentos financieros que utiliza el FOMIN son:

1. Línea de estímulo al financiamiento de la pequeña empresa (LAPE),
2. Línea de fortalecimiento de microfinancieras,
3. Programa del empresariado social (PES), y
4. Fondo de calificación II.

Además financia indirectamente al Fondo de liquidez de emergencia (ELF, por sus siglas en inglés) e instrumentos de inversión privada en moneda local (LOCFUND), en deuda subordinada (Solidus), microseguros (Paralife), desarrollo de microfinanzas (Global Partnerships Microfinance Fund 2006 & 2008), LA-CIF, Profund International y Action Gateway Fund, entre otros.



De acuerdo a su website, desde el 1993 el FOMIN ha aprobado más de 1.600 proyectos, de los cuales más de 1.000 han sido completados, con desembolsos por año de US\$100 millones, y actualmente presenta una cartera de US\$1.9 mil millones de dólares.

La *Línea de estímulo al financiamiento de la pequeña empresa* tiene como objetivo principal expandir y promover el acceso de las pequeñas empresas al financiamiento comercial que otorgan los bancos y otros intermediarios financieros. Los beneficiarios directos de esta cooperación técnica son supervisados por intermediarios financieros, en países de América Latina y el Caribe, que no han establecido programas y servicios financieros para pequeños negocios, a los que se les provee de créditos no reembolsables de hasta por US\$10 millones.

Las instituciones beneficiarias deben estar controladas por la Superintendencia de Bancos de su país (o su equivalente) y demostrar una sólida posición financiera y crediticia; también deben colocar como contrapartida del desembolso el equivalente al 50% del total del costo del proyecto de cooperación técnica.

Como resultado de este soporte, los intermediarios financieros locales fortalecen su estructura institucional e incrementan su portafolio de financiamiento para el segmento Pymes. Los beneficiarios indirectos de esta línea son los empresarios cuyos requerimientos de préstamos fluctúan entre US\$10.000 y US\$100.000.

La *Línea de fortalecimiento de microfinancieras* busca introducir instrumentos financieros novedosos que incrementen la capacidad microfinanciera de las



instituciones locales capaces de ofrecer servicios financieros y no financieros dirigidos al microcrédito, así como incentivar el acceso a los servicios financieros de los microempresarios que carecen del mismo. También busca mejorar los procedimientos administrativos y financieros, así como la supervisión y el control de las operaciones y la metodología de crédito y valorar la viabilidad que posibilite la formalización de las instituciones microfinancieras (IMF) no reguladas en reguladas.

Se contemplan tres áreas que pueden obtener este tipo de financiamiento: la asistencia técnica, la formación y el desarrollo de sistemas de información. Las IMF no reguladas deberán aportar con, por lo menos, el 30% del costo total del proyecto, mientras que las reguladas, un 40%.

El *Programa del empresariado social* (PES), desarrolla, financia y ejecuta modelos de negocios innovadores que benefician a hogares pobres y de bajos ingresos, así como a empresarios y sectores públicos y privados sin fines de lucro.

El Fondo de calificación II es complementario del programa FOMIN, y ha sido diseñado y persigue los mismos fines que éste.

Como se puede apreciar en cada uno de los apartados desarrollados, el Banco Interamericano de Desarrollo apunta sus acciones hacia el fortalecimiento y el desarrollo de las Pymes, por medio de sus distintos programas, trabajando en cada uno de los países miembros, a través de microcréditos, asistencia técnica y capital de riesgo, en forma directa o a través de instituciones establecidas en los países beneficiarios logrando con ello que el



empresario acceda al financiamiento que requiere para impulsar su microempresa, en el lugar donde desarrolla sus actividades, influyendo con ello de manera directa en la generación de plazas de empleo, nicho en el cual las Pymes son claras ganadoras en relación a las grandes empresas concentradoras de riqueza pero poco generadoras de puestos de trabajo.



[illegible]

El Banco Mundial y las Pymes

El Banco Mundial, creado en 1944 como Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), para facilitar las acciones de reconstrucción y el desarrollo de postguerra, en la actualidad centra su labor en dos objetivos: *terminar con la pobreza extrema en el mundo en el curso de una sola generación y promover la prosperidad compartida, a través de un proceso de globalización inclusivo y sostenible*, trabajando en áreas como educación, vialidad, atención de salud, gobernabilidad y crecimiento económico incluyente, para esto dispone de un equipo multidisciplinario de profesionales que se encuentran diseminados en sus oficinas alrededor del mundo. El banco trabaja a través de cinco instituciones dirigidas por sus países miembros:

El Banco Interamericano de Reconstrucción y Fomento (BIRF) tiene como objetivo *reducir la pobreza en los países de ingreso mediano* (entre los cuales se encuentra el Ecuador) *y los países pobres con capacidad crediticia mediante la promoción del desarrollo sostenible con préstamos, garantías, productos de gestión de riesgos y servicios analíticos y de asesoramiento*. Su estructura funciona como una cooperativa en la que sus 188 miembros son dueños del banco y lo administran para beneficio propio.

La Asociación Internacional de Fomento (AIF), establecida en 1960, *busca reducir la pobreza a través de préstamos (denominados créditos) y donaciones para programas que contribuyen a fomentar el crecimiento económico, reducir las desigualdades y mejorar las condiciones de vida de la población*. Es la mayor fuente de asistencia para 82



países más pobres del mundo, cuya población supera los 2.800 millones de personas, proveyendo dinero a muy bajo interés en plazos entre 25 a 40 años, que incluye periodos de gracia de 5 a 10 años. Financia operaciones en 108 países con presupuesto anual de US\$16.000 millones (promedio últimos tres años), 15% de este total se destinó a donaciones.

La AIF junto con el BIRF forman el Banco Mundial.

La Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés), se encuentra enfocada hacia el sector privado, cuenta con 184 países miembros y centra su accionar en 100 países en desarrollo, coadyuvando a que las empresas e instituciones financieras de estados emergentes creen empleos, ingresos fiscales, mejoren su desempeño medioambiental y del gobierno corporativo, contribuyendo así a sus comunidades.

Para esto realiza las siguientes acciones: movilizar otras fuentes de financiamiento para el desarrollo de la empresa privada; promover mercados abiertos y competitivos en los países en desarrollo; contribuir a generar empleos productivos y prestar servicios básicos a los sectores pobres y vulnerables.

Esto lo hace a través de inversiones directas¹⁰ (préstamos, financiamiento de capital accionario, servicios de gestión de riesgo, financiamiento en moneda local y para el comercio), servicios de asesoría (información, resolución de problemas

10. A través del portal web http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/multilingual_ext_content/ifc_external_corporate_site/www_es/investmentservices_es/investmentproposal se acceden a los requisitos que debe contener la propuesta de inversión para ser presentada al IFC. (n. de A.).



y entrenamiento a empresas, industrias y gobiernos) y la IFC Asset Management Company¹¹.

El Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA, por sus siglas en inglés) es miembro del Banco Mundial cuya misión es promover la inversión extranjera directa en países en desarrollo para ayudar al crecimiento económico, reducir la pobreza y mejorar la vida de las personas. Desde su creación, en el 2008, ha desembolsado más de 28 billones de dólares en ayuda para el desarrollo de proyectos en una gran variedad de sectores, cubriendo todas las regiones del mundo.

Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI) es un organismo autónomo establecido por la Convención sobre el Arreglo de Diferencias Relativas a la inversión entre Estados y Nacionalidades de Otros Estados, cuenta con más de 140 países miembros, su objetivo principal es proporcionar las facilidades necesarias para la conciliación y el arbitraje para las disputas internacionales relativas a las inversiones.

El Banco Mundial presentó en el 2017, el documento *Doing Business 2017, Equal Opportunity for All, Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190*, con corte y validez al 1 de junio de 2016, donde se analizan las regulaciones empresariales en 190 economías, que afectan el ciclo de vida de una empresa, considerando las reformas realizadas

11. IFC Asset Management Company moviliza y administra tres fondos a nombre de inversionistas institucionales: Fondo para la Recapitalización de Bancos (creado en 2009, comprometió inversiones por US\$960,1 millones en bancos comerciales de Bahrein, Filipinas, Honduras, Malawi, entre otros); Fondo Africano, Latinoamericano y Caribeño (creado en 2010, dotado con US\$1.000 millones para inversiones) y Fondo de Capitalización para África (creado en 2011 para invertir en instituciones bancarias comerciales en el norte de África y África al sur del Sahara). Mayor información acerca de la gestión de estos fondos se puede obtener en www.ifc.org (n. del A.).



a las regulaciones en materia de comercio, identificando dónde y cómo inciden en once áreas: apertura, permisos de funcionamiento, obtención de crédito, pago de impuestos, comercio internacional, cumplimiento de contratos, empleo, entre otros, a través de indicadores cuantitativos que además incluyen el tema de protección de los derechos de propiedad. Estas regulaciones se comparan entre economías tomando en consideración los procedimientos y tiempos, costos, documentación necesaria, marco legal, entre otros (tabla 8).

La edición 2017 del Doing Business incluye nueva información ya que expande los indicadores de pago de impuestos (como procesos de apelación de pagos de impuestos), incluye al género como una dimensión medida en cuatro indicadores (empezar un negocio, registro de la propiedad, cumplimiento de contratos y normativa del mercado laboral), e incorpora las ventas realizadas al gobierno en lo relacionado con accesibilidad y transparencia, seguridad, retraso en los pagos, incentivos para las pequeñas y medianas empresas y mecanismos de resolución de conflictos.

De acuerdo a los indicadores que se listaron en la tabla 8, *Doing Business* elabora un ranking que clasifica a los Estados de acuerdo a la facilidad que estos prestan para hacer negocios (tabla 9), además realiza un análisis acerca de las buenas prácticas a nivel mundial que permiten reflejar la forma en que los gobiernos han mejorado estas prácticas en comparación con regulaciones de años anteriores.

De acuerdo a este ranking, en el 2017, el Ecuador se encuentra en el puesto 114 de un total de 190 economías,



Tabla 8. 11 áreas de regulación empresarial que compara Doing Business.

Complejidad y Costo de los Procesos Regulatorios			Observaciones
1	Apertura de una empresa	Procedimientos, tiempo, costo y requerimiento de capital mínimo.	El requisito del capital mínimo podría ser un obstáculo para los potenciales emprendedores, indistintamente de que este capital tuviera que ser pagado al momento de constituirse la empresa, requisito que en muchos países debe ser pagado en ese momento aunque solo una parte mínima.
2	Manejo de permisos de construcción	Procedimientos, tiempo y costo.	Este indicador se mide por el número de trámites necesarios para obtener un permiso de construcción.
3	Obtención de electricidad	Procedimientos, tiempo y costo.	Este indicador mide el procedimiento, el tiempo y el costo que requiere una empresa para obtener una conexión eléctrica permanente, mas no la fiabilidad del suministro en sí mismo.
4	Registro de propiedades	Procedimientos, tiempo y costo.	Este indicador se mide por el número de trámites necesarios para registrar una propiedad.
5	Pago de impuestos	Pagos, tiempo y tasa de impuesto total.	Este indicador mide la tasa de impuesto total, que de forma aislada, supone un costo para las empresas, indistintamente de los beneficios sociales o económicos que genere su recaudación.
6	Comercio transfronterizo	Documentos, tiempo y costo.	Este indicador mide la incidencia de la calidad de los puertos y las carreteras en los costos y la pérdida de competitividad de las empresas.
Fortaleza de las Instituciones			
7	Obtención de crédito	Leyes de garantía sobre bienes muebles y sistemas de información crediticia..	Mide el grado en que los obstáculos para obtener un crédito incidirán en el crecimiento de las empresas nuevas, menoscabando el emprendimiento.
8	Protección de los accionistas minoritarios	Divulgación y responsabilidad por transacciones entre partes vinculadas.	Mide el alcance de la divulgación de la información en las transacciones entre las partes vinculadas.
9	Cumplimiento de contratos	Procedimientos, tiempo y costo para resolver una disputa comercial.	Este indicador mide las reformas judiciales encaminadas a reducir los tiempos y las demoras en el cumplimiento de los contratos.
10	Resolución de la insolvencia	Tiempo, costo, resultado y tasa de recuperación	Este indicador mide los procesos encaminados a agilizar los procesos de insolvencia.
11	Regulaciones del mercado laboral	Flexibilidad en la regulación del empleo,	En este informe no se presentan clasificaciones basadas en indicadores de empleo, sin embargo se ofrece información relacionada con la legislación laboral de los países estudiados.

Fuente: Banco Mundial (2017)



Tabla 9. Clasificaciones en facilidad de hacer negocios en los países de América Latina según Doing Business. Periodo 2014-2017.

Años	2017		2016		2015		2014	
País/Ranking	Mundo	A. Latina	Mundo	A. Latina	Mundo	A. Latina	Mundo	A. Latina
México	45	1	38	1	39	3	53	4
Colombia	51	2	54	4	34	1	43	3
Perú	53	3	50	3	35	2	42	2
Chile	57	4	48	2	41	4	34	1
Costa Rica	60	5	58	5	83	8	102	8
Panamá	67	6	69	6	52	5	55	5
Guatemala	85	7	81	7	73	6	79	6
El Salvador	86	8	86	8	109	11	118	14
Uruguay	89	9	92	9	82	7	88	7
Honduras	101	10	110	11	104	10	127	17
Paraguay	102	11	100	10	92	9	109	11
Bélice	110	12	120	14	118	13	106	9
Ecuador	114	13	117	13	115	12	135	18
Argentina	118	14	121	15	124	17	126	16
Brasil	121	15	116	12	120	15	116	13
Nicaragua	124	16	125	16	119	14	124	15
Granada	131	17	135	17	126	18	107	10
Guyana	140	18	137	18	123	16	115	12
Bolivia	147	19	157	19	157	19	162	19
Venezuela RB	185	20	186	20	182	20	181	20

Fuente: Doing Business 2014, 2015, 2016, 2017.



escalando 19 posiciones respecto al 2014 cuando se ubicó en el puesto 135, en el apartado *facilidad para hacer negocios*, colocándose en el puesto 18 con respecto a sus pares de América Latina.

A nivel mundial, de acuerdo a este informe, los cinco primeros lugares los ocupa Nueva Zelanda, Singapur, Dinamarca, Hong Kong RAE China y Korea, (en su orden) y los últimos cinco, Sudán del Sur, Venezuela, Libia, Eritrea y Somalia.

Los países que se ubicaron en los primeros puestos, o los que mejoraron su posición en el ranking, mejoraron o crearon un sistema regulatorio que facilita las interacciones del mercado, protegiendo al mismo tiempo los intereses públicos sin obstaculizar innecesariamente el desarrollo del sector privado, presentando además unas instituciones fuertes y bien estructuradas con costos de operación bajos, logrando un equilibrio razonable entre las protecciones estatales y la necesidad de contar con un sector privado que dinamice la economía, libre de exageradas regulaciones que podrían constreñirlo. Además, estas economías suelen presentar una mayor inclusión, un sector informal más reducido y una mayor igualdad de género ante la ley.

Este documento arroja como resultado que hasta el 1 de junio de 2016, 137 países implementaron un total de 283 reformas regulatorias (tendientes a reducir la complejidad y el costo de los procesos) las cuales facilitaron los negocios en un 20% en comparación con el año anterior. El indicador *empezar un negocio* lideró las reformas, con un total de 49 leyes, seguida del indicador de *pago de impuestos*, con 46. En este periodo las economías que presentaron mejoras



sobresalientes se ubican Brunei Darussalam, Kazakhstan y Kenia.

En lo concerniente a las Pymes y al emprendimiento, específicamente, en el *Doing Business 2014* se sostuvo que “si las economías de todo el mundo siguieran las mejores prácticas en procesos regulatorios para la apertura de una empresa, los emprendedores emplearían 45.4 millones de días menos cada año en trámites burocráticos” (Banco Mundial, 2014b, p. 1).

Por su parte, el *Doing Business 2017*, sostiene que “las operaciones que realizan diariamente las pequeñas y medianas empresas domésticas es el foco central de la información que se presenta en el informe Doing Business.” De allí que uno de los objetivos del Banco Mundial es estimular la regulación, diseñada para ser eficiente, accesible y sencilla de implementar. Un marco regulatorio oneroso distrae las energías de los emprendedores y no les permite desarrollar sus negocios. Pero si una regulación es eficiente, transparente e implementada de una forma sencilla, la expansión de los negocios se hará más fácil para los aspirantes a empresarios y el campo de competencia será igual para todos.

Por todo lo expuesto, el trabajo del Banco Mundial se resumiría, en palabras de su presidente Robert B. Zoellick, como “contribuir a una globalización incluyente y sostenible, para superar la pobreza, aumentar el crecimiento cuidando el medio ambiente, y dar oportunidades y esperanzas a cada persona”, dentro de este contexto el empuje a la creación de empresas, la simplificación de los trámites, el acceso al crédito y al financiamiento, tanto público como privado,



serían tareas pendientes a considerar, especialmente en el sector de las Pymes, tradicionalmente llamado informal y poco confiable en lo concerniente a la adjudicación de un préstamo, cuya participación en la economía del Ecuador y del mundo, día a día se consolida y se fortalece como la imagen insigne de la generación de empleo.



AL ACCESO AL CRÉDITO BARRERA
OLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA AL ACCESO
BARRERA AL DESARROLLO DE LAS PYME
AL ACCESO AL CRÉDITO BARRERA AL DESAR
PYMES UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO
AL DESARROLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA
SO AL CRÉDITO BARRERA AL DESARROLLO D
UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO BARRER
OLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA AL ACCESO
BARRERA AL DESARROLLO DE LAS PYME
AL ACCESO AL CRÉDITO BARRERA AL DESAR
PYMES UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO
AL DESARROLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA
SO AL CRÉDITO BARRERA AL DESARROLLO D
UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO BARRER
OLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA AL ACCESO
BARRERA AL DESARROLLO DE LAS PYME
AL ACCESO AL CRÉDITO BARRERA AL DESAR
PYMES UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO
AL DESARROLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA
SO AL CRÉDITO BARRERA AL DESARROLLO D
UNA MIRADA AL ACCESO AL CRÉDITO BARRER
OLLO DE LAS PYMES UNA MIRADA AL ACCESO

Una mirada al acceso al crédito

Barrera al desarrollo de las Pymes

En las etapas iniciales del desarrollo de las Pymes, el crédito desempeña un rol importante, sin embargo, “el racionamiento del crédito (...) puede terminar en prácticas de exclusión para amplios sectores de prestatarios (a sectores considerados) de *alto riesgo*; en estos segmentos se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas,” (Jácome, 2005, citado en Betancourt y Jácome, 2011, p. 185). Esta situación no permite que se incrementen los ingresos familiares, ni que los hogares puedan realizar gastos en educación, salud, bienes durables de consumo, entre otros, ni tampoco favorece los gastos de inversión de las Pymes (inventarios y activos fijos) y por lo tanto, frena la generación de empleo.

Ambos escenarios provocan que quien necesite un crédito migre al sector informal (chulco) para conseguir dicho financiamiento, aún a sabiendas del alto costo del dinero (tipo de interés) y las especulativas formas de saldar la deuda¹², haciendo más vulnerable aún al prestatario.

12. En la mayoría de los casos el chulquero no permite al deudor, cancelar parcialmente la deuda adquirida, para continuar cobrando los altos intereses pactados y conservar intacto el capital prestado.



Un ejemplo de la práctica de los mercados informales paralelos fue el caso del notario Cabrera en la ciudad de Machala quien montó una red de captación de dinero, que pagaba intereses del 10% mensual (algo realmente exagerado en una economía dolarizada), red de “ahorro-inversión” que fue descubierta a la muerte del notario y terminó estafando a cientos de personas en todo el país.

Las restricciones de acceso al crédito –además– generan varios problemas en la economía, como coartar el fomento de actividades de comercio, de producción y de servicios; situación que atenta contra el desarrollo socioeconómico de un país. (Betancourt y Jácome, 2011, p. 188).

La banca privada al mostrarse incompetente, para asignar eficientemente los recursos a través de los procesos tradicionales de intermediación financiera, e implementar este tipo de prácticas de racionamiento del crédito (restricciones), obliga al Estado, con la banca pública, a intervenir en el sector financiero, a través de la colocación de créditos que favorezcan el desarrollo económico y social del país.

El crédito entonces, es visto como un mecanismo para atenuar la pobreza y la desigualdad, aunque no es la única herramienta de política económica de que dispone el gobierno, sin embargo es la más efectiva al momento de superar limitaciones económicas y de calidad de vida de las personas.

El microcrédito también ha sido desarrollado por la banca privada, organizaciones no gubernamentales (ONG) y cooperativas de ahorro y crédito, como una alternativa a



los problemas y limitaciones en la obtención de un crédito en la banca formal. A más de esto, el Estado, a través del Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional de Fomento (CNF) ha realizado acciones encaminadas a financiar a las Pymes.

Como sostienen Betancourt y Jácome:

Las microfinanzas tienen una estrecha vinculación conceptual con los fundamentos del cooperativismo y la economía social; es por esta razón que, sin restarle importancia a los otros tipos de instituciones, las COAC (Cooperativas de Ahorro y Crédito) son las instituciones más aptas para impulsar cualquier programa de microfinanzas con una perspectiva redistributiva de acceso al capital. (...) Por otro lado, el sistema de COAC tiene una cobertura nacional superior a la de cualquier banco público o privado, financiera u ONG. (2011, p. 192).

En este contexto, lo ideal sería la implementación de una política estatal de redistribución del acceso al capital y apoyo al microcrédito a través de las cooperativas de ahorro y crédito (COAC), que según cifras del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), al 2009 existían alrededor de 1.221 COAC en el Ecuador.

Basado en una política económica, social y solidaria, el acceso al microcrédito, como una herramienta financiera alternativa formal, incidiría en el desarrollo productivo de las actividades de las Pymes, las cuales a su vez generarían fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de los ecuatorianos y las ecuatorianas.



Para las Pymes ecuatorianas el trabajo es el activo fundamental para su crecimiento, y la generación del autoempleo y el empleo familiar, el *por qué* y el *para el cual*, el emprendimiento fue desarrollado. Para Sen (citado por Sánchez, 2011):

El trabajo no solo permite acceder a un ingreso y a unos bienes para reproducir la vida con independencia y dignidad, sino que apoya a la construcción de la ciudadanía, a la movilidad social, favorece la democracia, permite la autoconfianza, la mejora de capacidades en la práctica, las aptitudes profesionales, la realización, y por tanto, favorece la salud humana y la condición social de las personas en muchas dimensiones. (p. 367).

De datos del Censo Económico (INEC, 2010) realizado en el 2010, se obtuvo que en ese año las Pymes del Ecuador aportaron con el 11,7% de la estructura de la población económicamente activa (PEA) ocupada urbana del país, que unido al sector informal (microempresas no profesionales, trabajadores independientes y trabajadores no remunerados), alcanzaron el 48% de la PEA ocupada.

El Censo Económico Nacional refiere además que de cada 100 plazas de trabajo generados a nivel nacional, 44 corresponden a la microempresa (1-9 personas ocupadas).

Haciendo una correlación entre la variable *ingresos por ventas*, y el insumo *número de trabajadores empleados*, se podría determinar la productividad laboral de las empresas de acuerdo a su tamaño. Para este cálculo se ha tomado como base las cifras del Censo Económico Nacional (2010) y clasificado a los establecimientos económicos en dos grupos: mayores ventas y menores ventas, en cuanto a la



valoración en dólares; y agregado los estratos del personal ocupado correspondientes a la micro, pequeña y mediana empresa en un solo grupo, para valorar el insumo trabajo. Los datos se pueden observar en la tabla 10.

De los resultados expuestos en la tabla 10 se puede mencionar que si bien es cierto las empresas consideradas como grandes generan la mayor cantidad de ingresos por ventas (95,8%) las empresas consideradas como micro, pequeña y mediana, generan el 68% del personal ocupado a nivel nacional. Una vez más se comprueba la importancia de las Pymes como generadoras de fuentes de trabajo, y por lo tanto, merecedoras de recibir incentivos para fomentar su desarrollo.

De acuerdo al Censo Económico Nacional del 2010, el 60% de los establecimientos del sector de la microempresa están dedicados a actividades relacionadas a la compra y venta de bienes; el 35%, a la oferta de actividades de servicios; y el 5%, se dedican a la actividad manufacturera que involucra procesos productivos y por ende valor agregado.

En lo que se refiere a la actividad productiva que realizan las Pymes, el 70% se dedica a la provisión de servicios;

Tabla 10. Productividad laboral en dólares de venta por empleado.

Variables	Micro, pequeña y mediana empresa	%	Empresa grande	%
Ventas en millones de dólares	6.142	4,20%	140.643	95,80%
Personal ocupado	1.553.156	68%	500.266	32%
Dólar de venta por empleado	\$3.954,23		\$281,136,44	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo Nacional Económico (2010).



el 22%, a la actividad comercial; y el 8%, a actividades manufactureras.

De estas cifras se puede concluir que tanto las microempresas como las Pymes tienen orientaciones productivas similares, en su mayoría se dedican a actividades comerciales y de servicios y en escasa proporción, a actividades que contienen procesos productivos con valor agregado. De las actividades comerciales y de servicio, la mayoría se dedica a brindar servicios de alimentación y vestimenta, que involucran muy poca aportación a la creación de valor agregado nacional (ver tabla 11).

Parte del fomento a las Pymes se orienta a través del cambio de la matriz productiva, que busca generar valor agregado a los productos nacionales, y sustituir con producción nacional a los productos que tradicionalmente se han venido importando de otros países; producción que las Pymes pueden paulatinamente cubrir, a más de satisfacer las necesidades básicas de la población como son alimentación y vestimenta, que ha sido históricamente su principal mercado.

Otro factor que se debe tener en cuenta es la innovación y la tecnología que se debe incorporar a los procesos de producción, para que los productos fabricados en el país se vuelvan competitivos (en precio y calidad) y en consecuencia atractivos para el consumidor local. Al respecto el Plan Nacional del Buen Vivir en su objetivo 8 propone “impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector popular, en el marco de su incorporación de los procesos de sustitución de importaciones y la transformación de la matriz productiva.” (Senplades, 2013, p. 267).



Al incorporar valor agregado a su producción las Pymes no sólo que contribuirán a la generación del valor agregado nacional, sino que obtendrán mayores ingresos por ventas, dado que un producto de más alta calidad es susceptible de incrementar su precio de venta al consumidor final, aportando al mismo tiempo al erario fiscal a través de la recaudación del impuesto al valor agregado (IVA).

Adicionalmente, la estructura productiva que necesitan las actividades industriales para desarrollarse, requerirá de mayor mano de obra, lo cual redundará en un incremento de la oferta de puestos de trabajo, así como demandará mayor cantidad de materia prima y demás materiales para la fabricación de los productos, en una cadena sucesiva de producción.

Tabla 11. Principales actividades económicas de las Pymes ecuatorianas por número de establecimientos.

Ítem	Establecimientos	%
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas y tabaco.	87.244	17,4%
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	44.722	8,9%
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos	25.432	5.1%
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	20.437	4.1%
Otras actividades de telecomunicaciones	17.528	3.5%
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos	15.627	3.1%
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados	15.474	3.1%
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados	14.634	2.9%
Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza	14.426	2.9%
Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales	10.884	2.2%
Los 229 sectores restantes	233.809	46.7%

Fuente: W. Araque. Observatorio de la PYME de Universidad Andina Simón Bolívar (2012).



Por su parte, el montaje de la estructura productiva que sostenga estas actividades industriales, requerirá la formalización de las Pymes, entonces, las fuentes de trabajo que éstas generen podrían ser consideradas como estables y permanentes, coadyuvando a la incorporación del trabajador al sector formal de la economía y por ende, con acceso a los servicios de la seguridad social. Todo esto repercutirá en un mejoramiento de la calidad de vida de las y los ecuatorianos, dentro del marco institucional del Buen Vivir.

Considerando al financiamiento como el motor que mueve una economía y un factor incidente en el crecimiento y el desarrollo de los países, Fenton y Padilla, demostraron que en México, “existe un creciente interés por ampliar el crédito a las MIPYME, pese a que estos créditos todavía representan una pequeña proporción de la cartera total (11%); el 78% de los bancos entrevistados consideran que las MIPYME siguen siendo rentables”, (2012, p. 5, 24). Además detectaron ocho factores que influyen en el acceso al crédito:

Las condiciones macroeconómicas, cuyas regulaciones en materia monetaria podrían restringir el crédito disminuyendo la posibilidad de obtener un financiamiento bancario¹³, al observarse una disminución en los recursos financieros disponibles. “La política monetaria, además de impactar las tasas de interés de corto plazo, afecta al crédito al modificar las reservas y depósitos bancarios y con ello la disponibilidad y costo de los créditos”. (Fenton y Padilla, 2012, p. 12).

13. En el estudio de Fenton y Padilla (2012) el 69% de los bancos entrevistados (90.3% de la cartera) afirmó que un mal desempeño macroeconómico limita el apetito por otorgar créditos a las MIPYME. (p. 25).



Los costos de transacción, que pueden resultar en largos y costosos períodos de análisis de los proyectos, cuando el banco no cuenta con mecanismos de acceso a una información adecuada acerca de los costos de operación de las Pymes, lo que trae como consecuencia que el banco cobre una alta tasa de interés por el préstamo¹⁴, situación que podría solventarse si la empresa privada contase con herramientas tecnológicas suficientes que reduzcan el tiempo de la obtención de información, lo cual redundaría positivamente en la imagen de las Pymes frente sus acreedores.

La falta de información afecta, con particular intensidad, a los nuevos clientes de los bancos y de las instituciones financieras que, por lo general, son pequeñas empresas. Teniendo en cuenta que el monto de los créditos a las Pymes suele ser relativamente pequeño, los bancos deben incurrir en deseconomías de escala para obtener información sobre los antecedentes crediticios de dichos clientes. (Ferraro y Stumpo, 2010, p. 33).

Las asimetrías de información que surgen cuando el valor y la calidad de la empresa prestataria no pueden ser calculados con precisión, problema que se presenta sobre todo en las MIPYMES¹⁵. El recurrir a los burós de crédito no siempre es la solución, ya que muchas veces los dueños de las MIPYMES nunca han hecho o han tenido acceso a un crédito en el pasado, por lo cual no cuentan con un historial de referencia. Esta situación podría superarse a través

14. El 57% de los bancos entrevistados (24.8% de la cartera) contestaron que los mayores costos de transacción son una barrera para prestar a las MIPYME. (ob. cit., p. 26).

15. El 64% de los bancos entrevistados (87.1% de la cartera) afirmó que la información insuficiente o de calidad deficiente representa una barrera que limita el otorgamiento de crédito a una MIPYME. (ob. cit., p. 28).



de un “análisis riguroso de las características y calidad del proyecto previo al otorgamiento del crédito, y con la exigencia de avales o garantías para respaldar el préstamo y el aporte de fondos del empresario.” (Fenton y Padilla, 2012, p. 13). En este aspecto coinciden Ferraro y Goldstein cuando afirman que “la falta de información sobre los proyectos de las empresas, sus ventas, potencialidad de crecimiento y la inexistencia o escasa transparencia de los balances contables, hacen difícil la medición del riesgo de incobrabilidad por parte de las entidades financieras.” (2011, p. 7). Ferraro y Stumpo (2010) afirman que “muchas Pymes carecen de la información que exigen los bancos y desconocen los procedimientos y prácticas requeridos para acceder al crédito.” (p. 33).

El sistema de garantías, que si bien reduce el nivel de incumplimiento del deudor¹⁶, sino se encuentra debidamente valorizado (el bien dado en garantía) ni suficientemente regulado (agilidad para incautar el bien dado en garantía), no incentiva al acreedor a otorgar un crédito. Por otra parte las MIPYMES muchas veces carecen de garantías colaterales que les facilite el acceso a un préstamo. Son coincidentes Ferraro y Goldstein cuando afirman que las Pymes “tienen dificultades que se centran en la falta de garantías suficientes, lo que constituye uno de los impedimentos más relevantes que enfrentan las empresas.” (2011, p. 7-8). “Cuanto menor es el tamaño de la empresa, menor tiende a ser el capital que puede ofrecer como garantía colateral del crédito solicitado.” (Ferraro y Stumpo, 2010, p. 33).

16. El 57% de los bancos entrevistados (57,3% de la cartera) afirmó que el sistema de garantías prendarias y gubernamentales es suficiente para cubrir los riesgos relacionados con la cartera a las MIPYME. (ob. cit., p. 30).



El origen del capital, se refiere a la incursión de los bancos extranjeros en el segmento de otorgamiento de crédito a las MIPYMES¹⁷. Al contar con tecnologías más avanzadas de acceso a la información y regulaciones internas basadas en estructuras organizativas, más que en la relación personal banquero-empresario, podrían ser considerados de impacto positivo para el desarrollo de las MIPYMES, pero por otra parte, al no contar las MIPYMES con garantías colaterales que sustenten la devolución del préstamo, difícilmente pueden acceder al crédito de la banca extranjera.

La protección de acreedores, menciona que aunque se cuente con un sistema de garantías, esto no implica por sí solo que el crédito sea otorgado a las MIPYMES, si no existe un marco jurídico ágil que permita a los acreedores recuperar el valor del préstamo a través de la ejecución de las garantías que se pactaron, cuando el deudor incumpla¹⁸. Este vacío legal provoca que los bancos no otorguen créditos a las MIPYMES, y prefiera invertir en empresas de menor riesgo. “Las dificultades para pagar las deudas produjeron una reticencia de los bancos a utilizar este tipo de coberturas (garantías), situación que perjudica a las empresas de menor tamaño.” (Ferraro y Goldstein, 2011, p. 24).

Los factores culturales influyen en el otorgamiento de crédito a las MIPYMES¹⁹, cuando una cultura de incumplimiento

17. El 92% de los bancos entrevistados (87.3% de la cartera) afirmaron que la nacionalidad del capital no influye en el interés de prestar a las MIPYME. (ob. cit., p. 30).

18. El 71% de los bancos entrevistados (92.4% de la cartera) afirmaron que un sistema legal de recuperación del crédito débil, en caso de incumplimiento, es una barrera para la oferta de crédito a las MIPYME. (ob. cit., p. 31).

14. El 93% de los bancos entrevistados (96.8% de la cartera) contestó que los factores culturales y regulatorios, como la informalidad fiscal, la falta de cultura financiera o la cultura de no pago que prevalecen en las empresas más pequeñas, es un obstáculo para otorgar el crédito. (ob. cit., p. 32).



hace que estas no sean capaces de mostrar documentos (pagos de impuestos, balances, historial crediticio, etc.) que comprueben la formalidad de sus actividades. Ferraro y Goldstein también afirman que las Pymes tienen “enormes dificultades para cumplir con los requisitos (que les exigen) (...) muestran falencias técnicas asociadas a la presentación de las solicitudes de préstamos ante los bancos (...) armado del proyecto, diseño de estrategia y capacidad para reunir la documentación pertinente.” (2011, p. 7).

Los factores históricos influyen también en el acceso al crédito, las buenas relaciones a largo plazo entre empresarios y banqueros, permitirá obtener un crédito aún en épocas de contracción económica²⁰. Por otra parte, en economías altamente inestables o donde se emplean políticas monetarias restrictivas o donde las crisis bancarias han sido recurrentes, los bancos reducirán la colocación de créditos; en el otro extremo, el nivel del crédito aumentará, mientras se mantenga una estabilidad y seguridad a nivel de país.

El estudio realizado por Ferraro y Goldstein (2011) añade como obstáculos para financiar las actividades de las Pymes “la escasa utilización del crédito bancario por parte de las Pymes (...) (debido) a los altos riesgos atribuidos a su financiamiento” (p. 8), la falta de “una estrategia de financiamiento (...) (para) programas de incubadoras, capital semilla, capitalistas ángeles, capital de riesgo y programas de financiamiento y garantía” (p. 28); y la escasa “variedad

20. El 59% de los bancos entrevistados (82.3% de la cartera) afirmó que la continuidad del personal en el otorgamiento de créditos es muy importante, confirmando la importancia del relationship lending, sin embargo los continuos y profundos cambios de la banca en México no siempre lo han permitido. (ob. cit., p. 33).



de instrumentos de financiamiento que haga posible que las empresas recurran a los productos que más se adapten a lo que ellas requieran” (p. 32), lo cual se comprendería por cuanto el universo de las Pymes no es homogéneo, y sus necesidades, posibilidades y potencialidades, tan variadas como sus estructuras.

Los estudios son coincidentes además en que no existe una clara definición del término Pymes, inclusive dentro de los propios países, porque no existe una clasificación homologada que permita una diferenciación entre las Pymes, ya que cada país utiliza una terminología propia para establecer los parámetros de estas empresas. Al respecto Biciato, Foschi, Bottaro e Ivardi, (2002) señalan que:

La mayoría de los analistas están de acuerdo en definir a la microempresa como una unidad productiva con no más de 10 empleados (pero esta definición) no considera la heterogeneidad de la fuerza del trabajo empleada, la que puede incluir empleados temporales, menores mal pagados y mano de obra familiar sin sueldo. (...) Junto con el modelo familiar coexisten diversos modelos empresariales, algunos avanzados, que se refieren a la microempresa formal y unidades productivas orientadas a grupos específicos, sobre todo mujeres. El elemento de diferenciación está en la presencia de trabajadores asalariados y no tanto en la intensidad del capital y en la movilidad del trabajo. (p. 8).

También en que son escasas las Pymes que solicitan un crédito bancario a pesar de que, de acuerdo al caso de la Argentina, entre el 2003 y el 2006 el 33% de las empresas de menor tamaño solicitó financiamiento bancario, recibiendo



el 80% una respuesta positiva. (Ferraro y Goldstein, 2011, p. 9). Esta reticencia por parte de las Pymes a buscar un crédito bancario se da por varios factores, entre estos, la disponibilidad de fondos propios, el no reunir las garantías colaterales que exigen los bancos, las altas tasas de interés y el uso de fuentes alternativas (préstamos personales, tarjetas de crédito, financiamiento de proveedores).

Bicciato et al. (2002), incorpora “la exclusión de los circuitos tradicionales de crédito” y “la legalidad difusa de las Pymes” (pp. 8-9) como otras barreras al financiamiento de las actividades de las Pymes por parte de la banca formal.

Del estudio realizado en México se puede concluir que la banca mexicana ve al segmento de las Pymes como un mercado atractivo, sin embargo la informalidad en el que se desenvuelven muchas (por no decir la mayoría) de estas empresas genera dudas al momento de otorgar un crédito, el mismo que se torna caro y su consecución lenta, debido a los procesos de verificación de los historiales crediticios tanto del propietario de la PYME como de la PYME en sí misma.

Por otra parte, la inestabilidad manifiesta de la banca en México, no ha sido un factor que coadyuve a impulsar el microcrédito, el mismo que es ofertado en el mercado en escasas cantidades, lo cual dificulta aún más su acceso. El hecho de no presentar una garantía colateral real y que el sistema jurídico se vuelva lento e incluso protector con las Pymes, desalienta la colocación de oferta crediticia; no obstante un buen estudio del acreedor podría reemplazar la garantía colateral que se exige, dependiendo del monto del préstamo al que se quiere acceder, donde también la



tasa de interés juega un papel decisivo, ya que los bancos colocan el crédito a las Pymes con tasas de interés altas en comparación con los créditos a grandes empresas.

En momentos en que la banca local no ha sido capaz de suministrar el capital necesario para financiar las actividades de las Pymes (debido a las crisis económicas recurrentes en América Latina), han sido el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM), quienes han financiado las actividades productivas de los países de la región, a través de los préstamos globales multisectoriales, dirigidos a las Pymes en general, sin considerar su tamaño ni sector al que pertenezcan. Tal es así que Brasil y México, entre 1990 y 2004, recibieron créditos por más de 1.500 millones de dólares; Argentina, 340 millones y Chile, 240 millones, dineros que fueron destinados a préstamos a las Pymes y a fortalecer a las instituciones de financiamiento locales. (Ferraro y Goldstein, 2011, p. 13).

En el caso ecuatoriano, la Corporación Financiera Nacional, pasó de operar como un banco de segundo piso a ser un banco mixto, lo cual “muestra un cambio de paradigma respecto a la década anterior, cuando prevalecía la visión acerca de la ineficiencia de los sistemas de primera nivel para otorgar préstamos” (Ferraro y Goldstein, 2011, p. 17).

Es importante anotar que el estudio mexicano es bastante similar a los consultados para el presente estudio, por lo que se lo toma como referente en cuanto a la exposición de las barreras al financiamiento de las Pymes, de cuyo análisis podrían derivarse las posibles soluciones a este problema que es común en América Latina.



POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA
 IMPULSANDO LAS UNIDADES PRODUCTIVAS
 LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO
 PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYMES
 EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO LAS UNIDADES PRODUCTIVAS
 DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA
 LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO
 A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO
 PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYMES
 EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO LAS UNIDADES
 PRODUCTIVAS DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA
 LATINA IMPULSANDO LAS UNIDADES PRODUCTIVAS
 DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA
 LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO
 A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO
 PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYMES
 EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO LAS UNIDADES
 PRODUCTIVAS DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA
 LATINA IMPULSANDO LAS UNIDADES PRODUCTIVAS
 DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA
 LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POLÍTICAS DE APOYO
 A LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA IMPULSANDO

Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina

Impulsando las unidades productivas

Es innegable el papel que desempeñan las Pymes en la generación de empleo, por lo que una estrategia enfocada hacia políticas públicas que impulsen su desarrollo, se vislumbra como imperante si se quiere contar con estas unidades productivas como un ente que coadyuve al desarrollo de los países y de la región.

En los documentos consultados se aprecia que, si bien es cierto, los gobiernos han realizado ingentes esfuerzos para dinamizar este segmento, no han podido lograr que las Pymes alcancen un desempeño óptimo. Estos instrumentos que se han generado se centran, como lo manifiesta Alicia Bárcena, en la presentación del trabajo de Ferraro y Stumpo (2010), en “la promoción de la cooperación empresarial, la articulación productiva y en áreas como el crédito.” (p. 14).

Impulso que también debería ser enfocado a la participación de las Pymes en las exportaciones, la cual no ha sido desarrollada puesto que el mercado natural de las Pymes es el interno, hacia el cual muestra una clara orientación y dependencia, especialmente en el sector comercio. Pérez y Stumpo (citado en Ferraro y Stumpo, 2010) identifican



tres patrones de especialización de las Pymes según las dimensiones del país:

1. En los países de mayor peso económico (Argentina, Brasil y México) las Pymes industriales presentan un mayor peso relativo en las ramas metalmecánicas y electro electrónicas;
2. En los países de tamaño económico intermedio (Chile, Colombia, Ecuador y República Bolivariana de Venezuela) se registra una mayor orientación de las Pymes hacia sectores de alimentos y productos químicos y plásticos; y
3. En los países pequeños (Costa Rica, Nicaragua y Uruguay), se observa una presencia abrumadora de la industria de alimentos en la producción de las Pymes. (p. 20).

Las políticas dirigidas a las Pymes en América Latina han vivido diferentes etapas, así como instrumentos de aplicación, pasando por la orientación estratégica, el proteccionismo y la búsqueda de la cooperación internacional para asesorarlos, dependientes cada una del grado de interés que este segmento económico haya calado en quienes, en su momento, ejercían las jefaturas de Estado. Si bien se atribuye a las Pymes la generación de gran parte del empleo, las medidas que se planeaban implementar, en ocasiones, no pasaban de ser documentos muy bien encuadrados o discursos floridos, que no arrojaban resultados concretos. A partir del 2000 las políticas de fomento a las Pymes se han incrementado, introduciéndose enfoques vinculados a su diseño e implementación, enfocadas además hacia la competitividad



y a fomentar la generación de empleo. Esta evolución y los continuos esfuerzos de los gobiernos por dinamizar este sector reflejan el reconocer la necesidad de diseñar un marco institucional que favorezca la estabilidad de las Pymes en el mediano y largo plazo, en un contexto donde la inestabilidad política no desequilibre su crecimiento. En el caso de Argentina, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay, la debilidad de la información disponible para encaminar las políticas de fomento a las Pymes, ha dado como resultado que éstas no tengan en cuenta las reales necesidades de este sector y por consiguiente, se vuelve sesgada al momento de constituirse en una guía de sus acciones. Por otra parte los programas de apoyo crediticio para las Pymes se caracterizaron por ser instrumentos de “segundo piso”, lo que implica que sean los bancos privados (y no los públicos) quienes se encarguen de colocar los créditos. Bajo este esquema serán los bancos privados los que asuman el riesgo de incumplimiento de pago por parte de las Pymes, lo cual provoca que los bancos *seleccionen* a las empresas más grandes al momento de otorgar estos créditos en lugar de a las Pymes a las cuales están *obligados* a atender. (Ferraro y Stumpo, 2010, pp. 21-23, 33-34).

En el caso del Ecuador, se evidencia un antes y un después del 2007, año en que asume la presidencia el Econ. Rafael Correa Delgado. El antes, marcado por programas de apoyo a las Pymes insuficientes y poco relevantes, y el ahora, caracterizado por un cambio en la filosofía política que se orienta hacia la recuperación del liderazgo del Estado en la reactivación del aparato productivo y del sector social. Es la consecución de un nuevo *status quo* que las políticas estatales impulsan un nuevo proceso de planificación,



programación y ejecución de proyectos pertenecientes a las microempresas y Pymes²¹. Estas políticas serán tratadas, en extenso, en el apartado correspondiente a Ecuador.

Retomando las políticas de apoyo a las Pymes en América Latina, podemos apreciar que tanto más importante que las políticas en sí mismas, es el entorno en el cual se ejecutan. El marco institucional compuesto por las instituciones que sirven al sector, tienen un impacto directo en las Pymes, en los bancos de desarrollo y en las entidades promotoras de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, así como en los centros de promoción de las exportaciones; las instituciones que atienden a las Pymes, a través de sistemas de primer, segundo o tercer piso (o con esquemas mixtos) y el marco normativo, enfocado a simplificar los trámites para la creación de empresas, ampliar la oferta de programas de apoyo o facilitar la participación de las Pymes en las compras públicas, establece también los objetivos que deben perseguir las políticas de apoyo que se diseñen para el sector, aplicando un tratamiento diferenciado y preferencial.

Las agencias de promoción de las Pymes es un factor más que incide en la planificación de las políticas y en la efectividad en la aplicación de las mismas. Adicionalmente las instituciones responsables del diseño y la implementación de las políticas tienen que contar con recursos humanos y financieros suficientes, que posibiliten el cumplimiento y la ejecución

21. En el Ecuador, las microempresas tienen entre 1 a 9 empleados; un valor bruto de venta menor a US\$100.000 y activos totales inferiores a US\$20.000; en tanto que la pequeña empresa, emplea entre 10 a 49 empleados; tiene un valor bruto de venta entre US\$100.001 y US\$1.000.000, y activos totales entre US\$100.001 y US\$750.000. (n. de A.).



presupuestaria, de ser posible, en su totalidad. La creación de empleo, la solución de fallas de mercado²² y la competitividad, continúan siendo los tres grandes objetivos que persigue la política PYME en la región. (Goldstein y Kulfas, 2010, pp. 430-455).

22. La solución de fallas de mercado surge con las ideas neoliberales durante la década de los 90, cuando la intervención del Estado se justificaba cuando estas fallas se verificaban, en los sistemas de información y coordinación que afectaban al crédito. Actualmente esta intervención ha disminuido por cuanto los países de la región han dejado de lado las prácticas neoliberales, aunque en algunos aún subsiste este propósito en las políticas diseñadas para las Pymes. (n. de A.).



ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYME
OR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL
a Y EVOLUCIÓN Las PYMES EN EL ECUADOR
CIÓN Las PYMES EN EL ECUADOR HISTORIA Y
mes EN EL ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN L
ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYME
OR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL
a Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL ECUADOR
CIÓN Las PYMES EN EL ECUADOR HISTORIA Y
mes EN EL ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN L
ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYME
OR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL
a Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL ECUADOR
CIÓN Las PYMES EN EL ECUADOR HISTORIA Y
mes EN EL ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN L
ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYME
OR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL
a Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL ECUADOR
CIÓN Las PYMES EN EL ECUADOR HISTORIA Y
mes EN EL ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN L
ECUADOR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYME
OR HISTORIA Y EVOLUCIÓN LAS PYMES EN EL

Las Pymes en el Ecuador

Historia y evolución

En los últimos años, las pequeñas y medianas empresas (Pymes), crecieron en importancia dentro del accionar económico del Ecuador y del mundo, por ser consideradas como generadoras de fuentes de trabajo; que incorporan en su sistema de producción, mano de obra poco o medianamente calificada; y cuyos productos, por lo general, se caracterizan por ser intensivos en mano de obra e inversiones reducidas de capital.

En el 2011, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, realizó un estudio sobre la producción de las pymes en América Latina, concluyendo, entre otras cosas, que las Pymes se encuentran vinculadas principalmente al sector interno, por lo cual gran parte de la población y de la economía dependen de esta actividad. Además, que la participación de las Pymes 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.

Como expuesto, unido a la escasa política estatal de apoyo a este sector, ha traído como consecuencia que la brecha



de producción, y por ende de participación en el mercado foráneo, entre las grandes y pequeñas empresas, sean cada vez mayor.

Por otra parte, cuando el Estado ha intervenido, los subsidios han sido destinados considerando a la demanda como indicador, lo cual suponía, erróneamente, que las Pymes beneficiarias de estos créditos, estaban suficientemente capacitadas para responder a los estímulos del mercado (Cepal, 2011).

El caso ecuatoriano no reporta mayor diferencia con sus pares de América Latina, respecto a la dinámica funcional de las Pymes y a los apoyos recibidos de los gobiernos de turno. Tomando en cuenta que “las pequeñas empresas son negocios que se despegan de la economía familiar, emplean más de 10 personas, tienen algo de tecnología moderna, trabajadores especializados, operan legalmente y tienen utilidades que pueden ser reinvertidas.” (Bicciato, Foschi, Bottaro e Ivardi, 2002, p. 31).

No obstante, podría decirse que el apoyo estatal a las Pymes se empieza a vislumbrar en 1994. A través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Estado empieza a otorgar créditos con el fin de promover el desarrollo de los sectores productivos, siendo las Pymes, uno de los grupos beneficiarios de los créditos que brindaba esta institución para salir adelante como empresa. (Jácome y King, 2013).

En 1988, el entonces presidente Dr. Rodrigo Borja Cevallos, impulsó el desarrollo de las Pymes a través del apoyo directo a las unidades económicas informales, microempresariales y artesanales. Gracias a esta iniciativa durante los primeros



años de la década de los noventa, la economía del Ecuador presentó una leve recuperación.

A fines de los noventa, el Ecuador sufrió una de las peores crisis económicas de su historia. Durante el gobierno del Dr. Jamil Mahuad, se perdió el control y la capacidad de generar nuestra propia moneda, al dolarizar la economía y adoptar al dólar norteamericano como moneda oficial, luego de sufrir un feriado bancario que dejó a miles de ecuatorianos afectados por una crisis netamente financiera, en la que el índice de inflación llegó a ubicarse, según cifras del Banco Central del Ecuador, en el 52% y el desempleo, en el 18.1%. A consecuencia de esto el país mostró al mundo un panorama desalentador, escenario propicio para que el autoempleo se convirtiera en una alternativa de subsistencia.

En el 2000 se empezaron a ver los resultados de estos emprendimientos emergentes, sobre todo en el sector microempresarial, en donde la estabilización de los precios debido a la dolarización, permitió generar en los ciudadanos confianza en su nueva moneda, lo cual condujo a un mejoramiento de la economía lo que conllevó a retomar el poder de compra perdido por el sucre antes y durante los primeros meses de la dolarización.

Como lo manifiestan Zea y Váscones (2013), las ventas del grupo de las Pymes en el Ecuador han presentado una tendencia de crecimiento desde el año 2000, el cual está vinculado con la recuperación económica que se dio en el país después de la adopción de la dolarización. En el año 2004, el valor de las ventas Pymes creció en un 143% con respecto al año 2000 (p. 17).

Con la llegada al poder del Econ. Rafael Correa Delgado en



el 2007, las reformas de apoyo a este sector no tardaron en darse. Desde el inicial Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, hasta el actual Plan Nacional de Buen Vivir, *Todo el mundo mejor*, 2013-2017, se contemplan diversas políticas económicas de incentivos al desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas. En el mismo año, se realiza un diagnóstico de las Pymes y se proponen diversos proyectos que buscan promover el desarrollo de las mismas.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 centró su accionar en 12 objetivos nacionales de desarrollo humano (tabla 12), de estos los objetivos 2, 6, 11 y 12 se relacionan con el desarrollo y fomento a las Pymes identificadas como generadoras de fuentes de trabajo directo.

Particularmente, el objetivo 6 que señala: *garantizar el trabajo estable, justo y digno*, es el que adquiere mayor relevancia, en este fomento estatal al pequeño y mediano emprendimiento, ya que el conjunto formado por el micro empresario, el emprendedor y el emprendimiento, en sí mismo, unido a las Pymes, son escenarios simbióticos y correlacionados, que durante mucho tiempo habían permanecido en la informalidad, sin embargo, su desarrollo, impulsado por la inversión privada (propia en la mayoría de los casos) ha hecho que tanto el gobierno como la academia, fijen su atención en este sector, que poco a poco se proyecta como una de las mejores alternativas para reactivar la economía ecuatoriana, a pesar de carecer de herramientas organizacionales, financieras o administrativas que le permitan desenvolverse como una empresa *per se*.



Por otra parte, el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017, contemplado dentro del Programa de Gobierno 2013-2017, orienta la política estatal de estos cinco años de gobierno, en doce objetivos (tabla 13) que guardan similitud con los que se establecieron en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2010.

En esta nueva visión macroeconómica y de desarrollo en el gobierno del expresidente Correa, los objetivos 2, 3, 5, 6, 11 y 12 del PNBV se relacionan con el fomento a las Pymes y su internacionalización.

En el PNBV 2013-2017, se destaca el impulso a las Pymes, vistas por el gobierno como unidades productivas clave para la transformación de la matriz productiva dentro del concepto de una economía social, popular y solidaria. Enunciado que se afirma en el art. 284 de la Constitución, el cual establece que la política económica del Ecuador tendrá como objetivos, entre otros, asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia; impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales; mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

De la misma forma, la agenda de la política económica para el Buen Vivir 2011-2013, elaborada por el Ministerio de



Tabla 12. Objetivos nacionales de desarrollo humano del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010.

Objetivo 1	Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial.
Objetivo 2	Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
Objetivo 3	Aumentar la esperanza y la calidad de vida de la población.
Objetivo 4	Promover un medio ambiente sano y sustentable y garantizar el acceso seguro al agua, aire y suelo.
Objetivo 5	Garantizar la soberanía nacional, la paz y auspiciar la integración latinoamericana.
Objetivo 6	Garantizar el trabajo estable, justo y digno.
Objetivo 7	Construir y fortalecer el espacio público y de encuentro común.
Objetivo 8	Afirmar la identidad nacional y fortalecer las identidades diversas y la interculturalidad.
Objetivo 9	Fomentar el acceso a la justicia.
Objetivo 10	Garantizar el acceso a la participación pública y política.
Objetivo 11	Establecer un sistema económico solidario y sostenible.
Objetivo 12	Reformar el Estado para el bienestar colectivo.

Fuente: Senplades. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010.

Tabla 13. Objetivos nacionales del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

Objetivo 1	Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial.
Objetivo 2	Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
Objetivo 3	<i>Mejorar la calidad de vida de la población.</i>
Objetivo 4	<i>Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable</i>
Objetivo 5	<i>Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.</i>
Objetivo 6	Garantizar el trabajo estable, justo y digno, <i>en su diversidad de formas.</i>
Objetivo 7	Construir y fortalecer <i>espacios públicos interculturales y de encuentro común.</i>
Objetivo 8	Afirmar y <i>fortalecer</i> la identidad nacional, las identidades diversas, <i>la plurinacionalidad</i> y la interculturalidad.
Objetivo 9	<i>Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.</i>
Objetivo 10	Garantizar el acceso a la participación pública y política.
Objetivo 11	Establecer un sistema económico <i>social</i> , solidario y sostenible.
Objetivo 12	<i>Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir.</i>

Nota de la tabla: Se utilizó letra cursiva para destacar los cambios introducidos a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 en relación con los del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010.

Fuente: Senplades. Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.



Coordinación de la Política Económica, manifiesta que:

El robustecimiento del aparato productivo interno es imperativo, no solo en términos de diversificación productiva, sino también en la multiplicación del número de productores, para que sea más equitativo e incluyente. Esta línea de quiebre con el pasado requiere de una revolución agraria, tecnológica y educativa, la creación y potenciación de industrias nacientes con fuerte presencia de los pequeños y medianos productores y del Estado cuando fuera pertinente. (p. 22).

Es importante destacar la labor del Ministerio de Industrias y Productividad, que a través de la Subsecretaría de Desarrollo de Mipymes y Artesanías, suscribe convenios de cooperación con instituciones extranjeras para promover las exportaciones de los bienes producidos por las Pymes, tal como el que firmó con la Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriana-Alemana, en abril del 2014, dando cumplimiento a lo establecido en el Plan Nacional del Buen Vivir 2014-2017 que, como política pública, busca la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades empresariales y de servicios (Mipymes), en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios. Esta alianza estratégica busca incrementar, fortalecer y diversificar la oferta productiva de las Mipymes ecuatorianas como proveedores calificados, del sector público y privado, bajo el esquema de sustitución selectiva de importaciones. (MIPRO, 2014).

Adicionalmente, la Constitución del Ecuador establece



como deber primordial del Estado, promover el desarrollo sustentable (arts. 3, 259), la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza (art. 3) para acceder al Buen Vivir (arts. 3, 340-415), establece el ordenamiento de un sistema económico social y solidario (arts. 283, 288, 311, 316, 318), identifica a la estabilidad económica como el máximo nivel de producción y empleo (arts. 284, 286, 302), en el marco de la sostenibilidad financiera (art. 405), externa, monetaria y biofísica; y el COPCI es el regulador de las actividades productivas del Estado.

Ambos cuerpos de Ley son complementarios y se enmarcan dentro de la línea de gobierno encaminada a acortar la brecha de la pobreza y la desigualdad, a través de estimular las capacidades de las y los ecuatorianos, fomentando una cultura del conocimiento dirigidos a actividades productivas que puedan generar valor agregado, todo esto dentro de un marco que regula una política económica y fiscal, que permite el acceso al crédito y microcrédito, así como al financiamiento del Estado y su fomento a la producción nacional a través de la adquisición de los bienes, servicios y obras que pueden suministrar las PyMES, andamiaje encaminado a alcanzar el Buen Vivir, tal como lo sostiene el PNBV 2013-2017.

Este apoyo a las Pymes debe ir de la mano con una correcta articulación del crédito productivo que posibilite una verdadera inversión en este sector. El documento expresa la necesidad de fortalecer el sistema financiero para asegurar que las líneas de crédito, tanto públicas como privadas, financien sobre todo a las actividades productivas de las unidades micro, pequeñas y medianas, con el objetivo de incrementar los niveles de empleo de calidad y los ingresos



de las unidades familiares, poniendo al capital al servicio de las personas y del desarrollo del país.

Esto se ha diseñado con el objetivo de permitir mejoras en el nivel y la calidad de vida de los ecuatorianos, en una economía donde el 95,8% de el ingreso de las ventas de los establecimientos a nivel nacional (140.643 millones de dólares) se encuentra concentrado en el grupo de establecimientos de mayores ventas (figura 2) y dentro de este segmento, el 89.9% de las ventas (126.426 millones de dólares) se concentra en el grupo de establecimientos de mayores ventas, mientras que el 44% del personal ocupado por estrato a nivel nacional (911.146 ocupados) se concentra en establecimientos que emplea de 1 a 9 personas, evidenciando una hiperconcentración de la economía, como se puede observar en la figura 3.

Esta situación también se da a nivel geográfico ya que los establecimientos económicos a nivel nacional (figura 4), se encuentran ubicados en las provincias de Pichincha y Guayas, donde se concentra el 45,6% del total nacional y por ende, también concentra el ingreso de ventas de estos establecimientos (73,1%) (figura 5).

Este planteamiento lleva al enunciado que *a mayor concentración de mercado mayor nivel de pobreza*, lo cual se respalda en las cifras del Censo Económico Nacional que demuestra que el ingreso por ventas se encuentra concentrado en menos de 5.000 empresas y consorcios de empresas a nivel nacional. En este punto es pertinente lo que Rivadeneira y Serrano (2012) sostienen acerca de las desigualdades cuando manifiestan que:

Gran parte de la concentración del ingreso se explica por



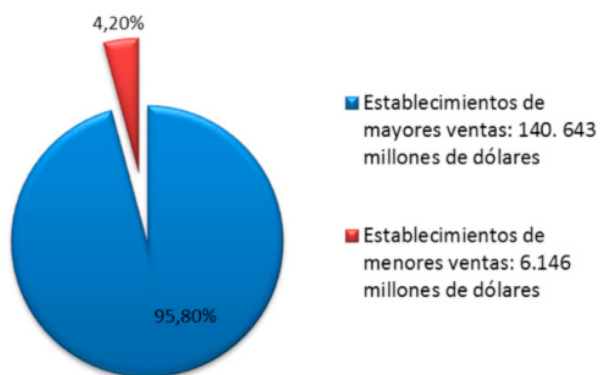


Figura 2. Ventas de los establecimientos económicos a nivel nacional.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo Nacional Económico, junio de 2011.

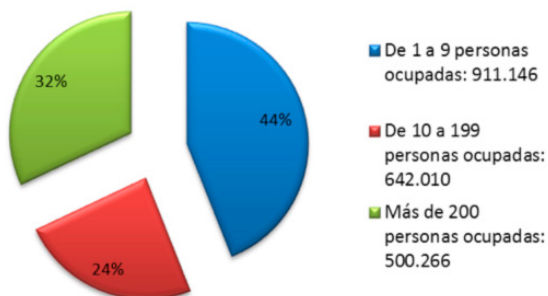


Figura 3. Estratos de personal ocupado por los establecimientos económicos a nivel nacional.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo Nacional Económico, junio de 2011.



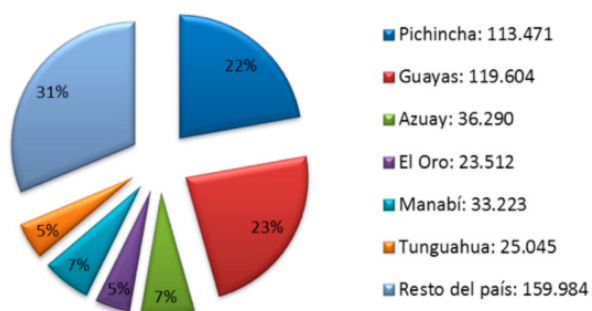


Figura 4. Distribución geográfica de los establecimientos económicos a nivel nacional.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo Nacional Económico, junio de 2011.

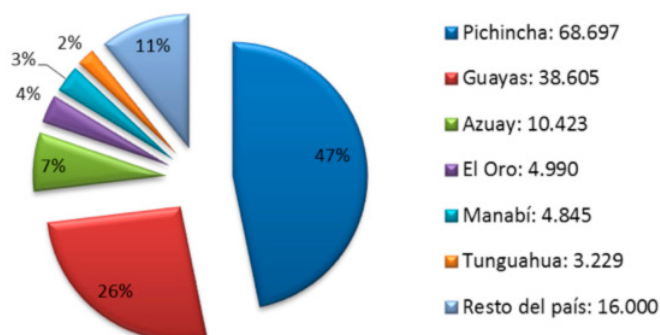


Figura 5. Ventas de los establecimientos económicos a nivel nacional por distribución geográfica.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo Nacional Económico, junio de 2011.



la disparidad de oportunidades laborales de la población, y por la desigualdad que se observa en el ingreso laboral de quienes tienen alguna forma de empleo: no solo hay grandes diferencias entre trabajadores con y sin una preparación adecuada, sino que también se observan brechas salariales relacionadas con otras formas de discriminación, como por género, etnia, orientación sexual, edad, etc. (p. 54).

Lo expuesto permite señalar que la necesidad de elaborar una serie de estrategias, innovadoras y creativas para fomentar el emprendimiento en el Ecuador y por ende la creación y fortalecimiento de las Pymes (*producto natural* del emprendimiento), continúa latente, y varias veces lo manifestó el exPresidente Correa en sus enlaces sabatinos cuando, al dirigirse a los ciudadanos, empleaba la frase: *“aún hay mucho por hacer.”*

Las Pymes al ser consideradas como un segmento microempresarial dinámico, con un gran potencial de desarrollo productivo en relación a su tamaño, generadoras de empleo directo, dinamizadoras de la economía de su entorno y flexibles, se convierten en las socias ideales de las grandes empresas, en aquellos procesos o productos que éstas no realizan debido precisamente a su gran tamaño y rigidez.

Finalmente, las cifras del Censo Económico Nacional demuestran, sin lugar a dudas, que los establecimientos más grandes generan mayores ingresos pero son los establecimientos pequeños los que han generado mayor cantidad de empleo y dentro de este segmento se ubican las Pymes.



[illegible]

Las Pymes en el Ecuador

Enfoque Local

Las Pymes en Ecuador ocupan un gran porcentaje de participación en el mercado ecuatoriano, aumentando así la población económicamente activa y disminuyendo gradualmente el índice de desempleo en el país, además de aportar positivamente al PIB no petrolero del Ecuador.

La realidad económica (actual) del país se explica en buena medida por el desempeño que tienen las micros, pequeñas y medianas empresas. Durante los últimos nueve años han aportado con el 26% de las ventas locales en promedio y son responsables del 68% del empleo del país, según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) y del Censo Económico Nacional (INEC, 2010), respectivamente.

Las cifras mencionadas tienen proyecciones de incrementarse debido a la estrategia del gobierno central de transformar la matriz productiva “lo que permitirá al Ecuador superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos” (Senplades, 2012, p. 9) para así fomentar la producción de



la industria ecuatoriana dándole así más oportunidades comerciales a las empresas domésticas para que puedan desarrollarse y satisfacer las demandas de los mercados locales, logrando así la disminución de las importaciones de productos, aportando positivamente a la balanza comercial.

El cambio de la matriz productiva tiene como eje fundamental el establecimiento y vigilancia del cumplimiento de una serie de normas de calidad emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Lo que pretende esta medida es que los productos elaborados en el país, superen un proceso de calidad, validado por una norma u organismo internacional, para que los productos ecuatorianos puedan ser competitivos, en el mercado nacional e internacional.

Según Agustín Ortiz Costa, Director ejecutivo del INEN, en una entrevista realizada en abril del 2014, para la revista Líderes (s. f), manifestó que el país tenía el control de productos de buena calidad de apenas el 10%. La meta para el mes de diciembre del 2014 es llegar al 50% y en el periodo 2014-15, al 90%. Además, que se generaron 80 reglamentos en el 2013 y 30 de éstos están en la Resolución 116, que entró en vigencia en diciembre del mismo año. Con la aplicación de las normas técnicas, actualmente se controlan a 3.400 productos.

El control de productos importados ha permitido que 89 millones de dólares se utilicen en la compra del producto local; como resultado de esto, las cadenas de comida rápida ya ofrecen alimentos nacionales. Asimismo, se elaboraron 4.048 normas consensuadas en el mundo, para garantizar requisitos de calidad que deben cumplir los productos en cuanto a dimensiones. A más de esto el INEN, mediante el Plan Nacional de la Calidad, se enfocará en la promoción



de la calidad, la preparación y la revisión del listado de los productos o servicios sujetos a control de calidad, así como las directrices para la elaboración de los reglamentos técnicos.

El cambio de la matriz productiva es un camino en el cual, según Serrano:

Abogar por la equidad de la economía implica cambios en el aparato productivo doméstico (esto es indudable), que no sólo diversifique en cuanto a productos, sino también respecto a los productores. Esto exige transformaciones estructurales en el sector agrario, tecnológico y financiero, que coadyuven a la creación de nuevos pequeños y medianos productores, para invertir la pirámide de concentración productiva que Ecuador ha heredado durante siglos.

Un nuevo Estado, fuerte e integral, que tenga como principio rector la justicia redistributiva, debe planificar la economía hacia un nuevo horizonte (...) la planificación de una nueva economía se regirá por un cambio de la matriz productiva que permita cambiar hacia adentro para relacionarse de manera diferente hacia afuera. (2012, p. 17).

Es en este punto que la actividad emprendedora se pone de manifiesto, a través de las Pymes, emprendimientos motivados por la necesidad de generar ingresos especialmente luego de la crisis bancaria de 1999. Como lo demuestra el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) elaborado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, en el 2011, “en un periodo de aparente recuperación de los efectos de la crisis global, la actividad emprendedora



también inició su reactivación; la TEA²¹ para Ecuador en el 2010 fue de 21.3%, mostrando un incremento con respecto a la TEA 2009 (15.8%).” (Lasio, Arteaga y Caicedo, 2011, p. 21).

Debemos tener presente que el conjunto micro empresario, emprendedor y emprendimiento va de la mano con las Pymes, a la cual se la puede considerar como el *producto natural* de la actividad emprendedora. Estas nuevas empresas, como sostiene Henrekson (2005, citado en Lasio, Arteaga y Caicedo, 2011), están asociadas a mayores aspiraciones de crecimiento, innovación e internacionalización, las cuales durante su fase de desarrollo se apoyan en las instituciones económicas y financieras y en la medida en que estas empresas puedan ser capaces de alojar y apoyar la actividad emprendedora por oportunidad, firmas innovadoras y emprendedoras pueden emerger como importantes motores de creación de riqueza y crecimiento económico. (p. 15).

De acuerdo al informe GEM, la TEA en el 2010 demostró que una quinta parte de la población ecuatoriana consultada estaba planificando o ya era dueño de un negocio. Del total de emprendedores consultados, el 72% creó su negocio por una oportunidad del mercado, mientras que el 28%, lo hizo por necesidad. También se observó una reducción del desempleo y del subempleo y un incremento de la población económicamente activa (PEA) en el sector formal.

El incremento del número de emprendedores podría leerse

21. Actividad emprendedora temprana (TEA, por sus siglas en inglés) permite entender la dinámica emprendedora de un país desde la perspectiva del individuo durante el proceso de creación de la empresa.



como una mejoría en la economía y lo contrario, como el cierre de negocios ya establecidos. La percepción que tiene la población respecto al nuevo emprendimiento puede ser un factor decisorio a la hora de escoger un rumbo laboral, de acuerdo al informe GEM “el 83% de la población adulta consultada consideró que ser propietario de un negocio era una buena opción de carrera” (Lasio, Arteaga y Caicedo, 2011, p. 26), mientras que quienes no optan por un negocio propio sienten “temor a la incertidumbre y buscan créditos en el corto plazo.” (Lasio et al., 2011, p. 27).

En el 2012 la TEA para Ecuador se ubicó en el 26,6%, de acuerdo al informe GEM 2012, mostrando una tendencia “a recuperar la actividad empresarial que decayó en el 2009 por efectos de la crisis global” (Lasio et al., p. 19), que atravesó el país luego del feriado bancario.

La Actividad Emprendedora Temprana en el Ecuador mantuvo un auge sostenido desde el 2009 hasta el 2013, cuando se verificó su pico más alto de 36%, a partir del 2014 empezó a descender, con una ligera recuperación en el 2015, que recayó nuevamente en el 2016, como se puede observar en la figura 6.

Como se puede observar en la figura 6, la TEA en el Ecuador pasó de 15,80% en el 2009 a 31,80% en el 2016, duplicando su cifra inicial, lo cual engloba un salto significativo de la actividad emprendedora en el país, demostrando que los ecuatorianos apuestan por el emprendimiento como una fuente de ingresos que –para sostenerse en el tiempo– necesitan de una serie de políticas públicas y privadas encaminadas a permitir que esta actividad empresarial se transforme realmente en un ente capaz



de lograr el aceleramiento de cambios estructurales en la economía, aupados por la innovación, la competencia y la productividad, derivando a la creación de empleos productivos.

El impacto de la TEA en el Ecuador, en cuanto a la expectativa de creación de empleos, de acuerdo a cifras del GEM 2016, cuyo indicador es abarcar 6 plazas de trabajo dentro de los próximos 5 años, alcanza al 6,3%. La tasa de innovación, es del 16,4% en el Ecuador, esto basado en la información proporcionada por los emprendedores quienes sostienen que sus productos o servicios son nuevos en el mercado o que al menos son pocos quienes compiten con productos o servicios similares dentro del mismo segmento del mercado.

El informe GEM 2010, muestra también que la tasa de negocios nacientes²² fue del 51% y el de negocios nuevos²³ se ubicó en 49%, lo cual se da como resultado de la crisis bancaria acaecida en el 2009, que forzó a los ecuatorianos a mirar al emprendimiento y al auto-empleo como una forma de generar ingresos para sus familias, como fin primario, y luego, el generar plazas de trabajos para otros en su misma situación. En el 2012, la tasa de negocios nacientes fue del 16.7% y el de negocios nuevos se ubicó en 11.7%. En el 2016, la tasa de negocios nacientes se ubicó en 14,3% y la de negocios nuevos en 0,7%. La evolución de los negocios nacientes y nuevos negocios se puede observar en la figura 7.

22. Negocios nacientes son aquellos emprendimientos con menos de tres meses de establecidos y que aún no pagan sueldos.

23. Negocios nuevos son aquellos emprendimientos de entre 3 a 5 años de funcionamiento pero que tienen más de 3 meses de establecidos.





Figura 6. Evolución de la TEA en el Ecuador. Periodo 2009-2016.

Nota de la figura: No se cuenta con información del 2011, por cuanto no se realizó el informe GEM correspondiente a ese año.

Fuente: Informe GEM 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.

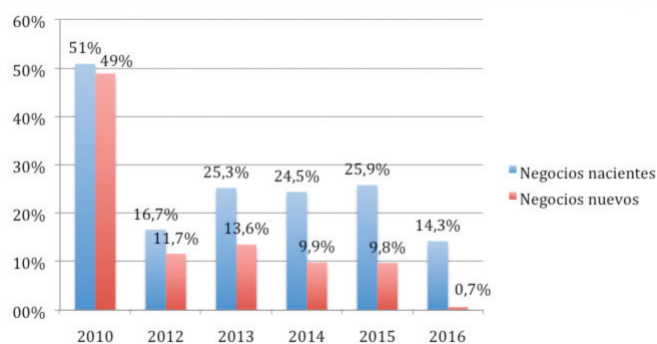


Figura 7. Negocios nacientes y negocios nuevos en el Ecuador. Periodo 2010-2016.

Nota de la figura: No se cuenta con información del 2011, por cuanto no se realizó el informe GEM correspondiente a ese año.

Fuente: Informe GEM 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.



GOBIERNO DEL ECUADOR PARA PROMOVER
CIÓN DE LAS PYMES ECUATORIANAS POLÍTICAS
DOR PARA PROMOVER LA INTERNACIONALIZA
ECUATORIANAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO
PROMOVER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE
AS POLÍTICAS DEL GOBIERNO DEL ECUADOR P
RNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES ECUATORIA
BIERNO DEL ECUADOR PARA PROMOVER
CIÓN DE LAS PYMES ECUATORIANAS POLÍTICAS
DOR PARA PROMOVER LA INTERNACIONALIZA
ECUATORIANAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO
PROMOVER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE
AS POLÍTICAS DEL GOBIERNO DEL ECUADOR P
RNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES ECUATORIA
BIERNO DEL ECUADOR PARA PROMOVER
CIÓN DE LAS PYMES ECUATORIANAS POLÍTICAS
DOR PARA PROMOVER LA INTERNACIONALIZA
ECUATORIANAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO
PROMOVER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE
AS POLÍTICAS DEL GOBIERNO DEL ECUADOR P
RNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES ECUATORIA
BIERNO DEL ECUADOR PARA PROMOVER
CIÓN DE LAS PYMES ECUATORIANAS POLÍTICAS

Políticas del Gobierno del Ecuador

Para promover la internacionalización de las Pymes ecuatorianas

Las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) del Ecuador, son generadoras directas de fuentes de trabajo y dinamizadoras de la economía nacional. Por esta razón, el gobierno ecuatoriano ha incorporado en su legislación y planes de desarrollo, leyes específicas que fomentan, incentivan y garantizan su creación y desarrollo.

El régimen de desarrollo, establecido en la Constitución, tiene correspondencia directa con los objetivos que persiguen las Pymes (trabajo digno y estable, mejorar la calidad de vida y potenciar las capacidades de la población), así como promover a su internacionalización (integración latinoamericana e inserción internacional) mientras provee un marco equitativo de acceso a los recursos productivos del país (ordenamiento territorial equilibrado y equitativo).

El Estado orienta su planificación a través del Plan Nacional de Desarrollo, que “es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos (...)” (art. 280, Constitución del Ecuador).



El Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), *Todo el mundo mejor, 2013-2017*, es el tercer plan que presenta el gobierno del Econ. Rafael Correa a escala nacional, y busca lograr 12 objetivos nacionales que posibiliten el Buen Vivir visto por el Ejecutivo como “la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; en armonía, igualdad, equidad y solidaridad.” (Senplades, 2013, p. 14).

Los ejes del PNBV son la equidad (imperativo para erradicar la pobreza), la Revolución Cultural (para generar nuevos conceptos y valores ciudadanos), el territorio y la Revolución Urbana (ordenamiento territorial), la Revolución Agraria (redistribución de la tierra), la Revolución del Conocimiento (innovación, ciencia y tecnología) y la excelencia (procesos eficientes, logran cambios estructurales).

En este contexto, las Pymes son el eje transversal a la promoción, creación, desarrollo y fortalecimiento de las unidades productivas, en concordancia al Objetivo 8 del PNBV, “consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” (Senplades, 2013, p. 243), considerando que el sistema productivo de las Pymes privilegia al ser humano sobre el capital.

Para llevar a cabo el proceso de transformación de la matriz productiva del Ecuador, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) coordina acciones, políticas y estrategias con varias Secretarías y Ministerios, que se encargan a su vez de realizar la coordinación de un área específica, no en forma aislada, sino articulando los planes de desarrollo e interrelacionándolos en cada nivel de competencia.



El gobierno del Ecuador fomenta la promoción de las exportaciones de los bienes elaborados por las Pymes y lo prioriza en el Objetivo 12 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, elaborado por la Senplades: “Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana”, para lo cual se diseñaron políticas y lineamientos estratégicos contemplados en el numeral 12.3: “Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país”. (Senplades, 2013, p. 336).

En los literales:

- d) Impulsar la participación de pequeños productos tanto de las Mipymes, así como del sector de la Economía Popular y Solidaria en las exportaciones a través de asociatividad o identificando segmentos de mercado mundial para sus productos”.
- e) Consolidar los mercados externos existentes, con énfasis en los países de la región e impulsar la promoción de productos no tradicionales, con valor agregado y los pertenecientes a la transformación de la matriz productiva.
- g) Fomentar la apertura de nuevos mercados de destino, identificando socios estratégicos, productos y nichos de mercado, aprovechando la estructura arancelaria y económica de los diferentes países”; y
- k) Reducir los costos de transacción en las exportaciones a través de la mejora de infraestructura para el comercio, logística y optimización de trámites. (Senplades, 2013, pp. 336-347).



El indicador meta de este objetivo es, el de “aumentar 7 puntos porcentuales la participación de productos no tradicionales en las exportaciones no petroleras”, hasta el 2017, indicador que en el 2012 se ubicaba en 56.2, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador. (Senplades, 2013, p. 543).

Para dar cumplimiento al objetivo 12, numeral 12.3, el PNBV 2013-2017 cuenta con una matriz de responsabilidades por objetivo, en la cual se señala claramente los niveles de responsabilidad directa, corresponsabilidad y observancia que la institución del sector público asignada para la tarea, asume dentro de este proceso. Son responsables directos el Consejo Sectorial de Producción, Empleo y Competitividad; el Ministerio de Comercio; el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones; el Ministerio de Industrias y Productividad y el Ministerio de Turismo, 25 organismos son corresponsables y 15 observarán el proceso (ver tabla 14).



Tabla 14. Matriz de responsabilidad para el Objetivo 12, numeral 12.3 del PNBV 2013-2017

Institución del Sector Público	R	C	O
Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo		X	
Secretaría Nacional de la Administración Pública			X
Secretaría Nacional de la Gestión de la Política			X
Consejo Sectorial de Desarrollo Social		X	
Ministerio Coordinador de Desarrollo Social		X	
Instituto de Contratación de Obras			X
Ministerio de Inclusión Económica y Social			X
Instituto de Economía Popular y Solidaria		X	
Consejo Sectorial de Sectores Estratégicos		X	
Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos		X	
Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información		X	
Consejo Sectorial de la Política Económica		X	
Ministerio Coordinador de Política Económica		X	
Ministerio de Finanzas		X	
Banca Pública			X
Banco Central del Ecuador		X	
Servicio de Rentas Internas		X	
Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador		X	
Consejo Sectorial de Seguridad		X	
Ministerio Coordinador de Seguridad		X	
Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana		X	
Secretaría Técnica de Cooperación Internacional			X

Notas de la tabla: Niveles de responsabilidad: **R** = Responsable directo; **C** = Corresponsable; **O** = Observancia.

(continúa)



Tabla 14. Matriz de responsabilidad para el Objetivo 12, numeral 12.3 del PNBV 2013-2017 (Cont.)

Institución del Sector Público	R	C	O
Consejo Sectorial de Producción, Empleo y Competitividad	X		
Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad		X	
Ministerio de Comercio	X		
Instituto Promoción de Exportaciones e Inversiones	X		
Ministerio de Relaciones Laborales			X
Ministerio de Transporte y Obras Públicas		X	
Agencia Nacional de Tránsito			X
Dirección Nacional de Aviación Civil			X
Comisión de Tránsito del Ecuador			X
Autoridades Portuarias			X
Instituto Nacional de Investigación del Transporte			X
Ministerio de Industrias y Productividad	X		
Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización		X	
Ministerio de Turismo	X		
Institutos Nacionales			X
Instituto Nacional de Compras Públicas			X
Consejo Nacional de Competencias			X
Función Legislativa		X	
Función de Transparencia y Control Social		X	
Superintendencia de Economía Popular y Solidaria		X	
Superintendencia de Control y Poder del Mercado		X	
Gobiernos Autónomos Descentralizados		X	

Notas de la tabla: Niveles de responsabilidad: **R** = Responsable directo; **C** = Corresponsable; **O** = Observancia.

Fuente: Agenda Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Senplades (2013).



Producción, Empleo y Competitividad

Las políticas de producción, empleo y competitividad del Ecuador, son coordinadas por el Consejo Sectorial de la Producción, Empleo y Competitividad, conformado por 16 instancias que revisan, articulan, coordinan, armonizan y aprueban las políticas públicas de producción e industria a nivel nacional y está presidido por el Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

Este organismo, elaboró la *Agenda para la Transformación Productiva (ATP) 2010-2013*, donde constaban los programas de fomento al emprendimiento, la innovación y la tecnología: EmprendEcuador, CreEcuador e InnovaEcuador, respectivamente, a través de los cuales se facilitaba a los emprendedores (que cumplían los requisitos exigidos) capitales semilla, que fluctuaban entre 50.000 hasta 300.000 dólares, para desarrollar actividades que se encuentran en los 14 sectores priorizados de la economía ecuatoriana; buscando al mismo tiempo, transformar la matriz productiva y lograr (con esos proyectos) un impacto en cada uno de esos sectores. (ATP, 2010, p. 18).

Los 14 sectores que prioriza la ATP 2010-2013 son:

- Sector Primario: Energías renovables (bio-energía y alternativas); cadena agroforestal sustentable y sus productos elaborados; y alimentos frescos y procesados.
- Sector Industrial: Tecnología: hardware y software; biotecnología (bioquímica y biomedicina); productos



farmacéuticos y químicos; y metalmecánica.

- Sector Terciario: turismo; servicios ambientales; y transporte y logística. (ATP, 2010, p. 104).

La ATP dentro de sus programas sectoriales contemplaba el programa integral de fomento, productividad, calidad e internacionalización de los actores de economía popular, micro, pequeña y mediana empresa (FONDEPYME), cuyo marco legal se encuentra en el Código de la Producción, Inversión y Comercio. (ATP, 2010, p. 18).

Esta Agenda además incluía una política de apoyo a las Mipymes, con el objetivo de reducir los rezagos en materia de productividad y capacidad exportadora, lo cual permitirá construir una estructura productiva más articulada, que absorba la mano de obra formal con mejores salarios, y con empresas capaces de ofrecer bienes y servicios con alta calidad. (ATP, 2010, p. 27).

La Agenda considera a las Mipymes como actores claves dentro del proceso de transformación productiva, y su fortalecimiento y desarrollo integral sentarán las bases de una transformación productiva que beneficiará no solo a sus actores sino también a los artesanos, pequeños productores agrícolas, a las actividades turísticas, entre otros. (ATP, 2010, p. 117).

Por esta razón las estrategias, políticas y acciones que se establecen en la ATP, (ver tabla 15) buscan que las Mipymes tengan un rol protagónico en el proceso de transformación productiva del Ecuador, basado en una producción inclusiva de bienes y servicios de alto valor agregado, producto de la innovación y el conocimiento, que fomenten la creación de



empleo de calidad, cuidando el medio ambiente y haciendo uso eficiente y racional de los recursos naturales. (ATP, 2010, p. 119).

Además, involucra a políticas transversales, que tendrían un impacto importante en las Mipymes:

- el aprovechamiento del mercado interno a través de las compras públicas;
- el cofinanciamiento de programas de acceso a activos productivos,
- mejora de la calidad y la productividad, promoción de la asociatividad,
- acceso y uso de las tecnologías de la información;
- fomento para la comercialización interna y externa y para la producción limpia.

Todo enmarcado dentro del PNBV 2013-2017, que busca la transformación de la matriz productiva. En el anexo 3 se pueden observar las políticas transversales de la ATP 2012-2013 con impacto en las PYMES.



Tabla 15. Estrategias para desarrollar las Pymes ecuatorianas, en la ATP 2010-2013

Estrategia	Política	Objetivo
Estrategia territorial productiva	Democratización productiva	Busca potenciar y mejorar el acceso a los activos productivos y la distribución del ingreso en todos los participantes en las cadenas productivas, con atención a los actores de la EPS y en las Mipymes.
Estrategia de diversificación productiva	Desarrollo de Mipymes	Las Mipymes tendrán una prioridad en el tratamiento territorial, desde la idea de mejorar las condiciones de productividad, calidad, comercialización hasta la inserción estratégica en los mercados nacionales e internacionales.

Fuente: Agenda para la Transformación Productiva (ATP) 2010-2013.



Comercio Exterior e Inversiones

El comercio exterior y las inversiones extranjeras, son regulados por el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, cuya misión es, de manera general, “propiciar, de manera estratégica y soberana, la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional (...) que apoye el cambio de matriz productiva (...) con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país”. (Ministerio de Comercio Exterior, s. f.).

El Comité de Comercio Exterior (Comex), presidido por el Ministro de Comercio Exterior, es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial; es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia. (Comex, s. f.).

El Ministerio de Comercio Exterior tiene como entidad adscrita al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

Fue creado el 29 de diciembre de 2010 a través de la ley publicada en el Registro Oficial, Suplemento No. 351 y su reglamento de funcionamiento fue publicado el 31 de mayo de 2011 en el Registro Oficial No. 459.



Este organismo se encuentra contemplado en el art. 95 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones: *Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento.*

Pro Ecuador cuenta con 6 oficinas nacionales que se encargan de observar las necesidades del país y mantener un contacto constante con los productores y los exportadores nacionales.

También tiene presencia internacional con 29 oficinas y 1 agregaduría comercial, enfocadas en la negociación y apertura de mercados, y en la investigación. (Pro Ecuador, s. f.).

Tiene como objetivos, de acuerdo al art. 2 del Reglamento General para la Organización y Funcionamiento del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras:

1. Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.
2. Lograr una diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.
3. Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.
4. Lograr la inserción estratégica en el comercio



internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria. (Presidencia de la República, 2013).

Desde su portal web (www.proecuador.gob.ec) este organismo difunde información para los exportadores a través de un balcón de servicios donde se puede observar datos de interés sobre:

- oportunidades comerciales;
- actividades de promoción que realiza a nivel nacional e internacional;
- eventos y capacitaciones disponibles;
- publicaciones relacionadas al comercio exterior del Ecuador y de países con los cuales se pueden realizar intercambios comerciales, específicamente exportaciones;
- la oferta exportable del país que se encuentra disponible y a la que se puede acceder a través de los links, que presentan una iconografía de los sectores productivos, a través de los cuales se puede acceder a información del sector, los principales productos y sus características.
- la red de oficinas internacionales que se puede desplegar en una página independiente, desde la cual se puede acceder a la información de contacto de ProEcuador de una oficina comercial de un país determinado, así como los principales indicadores del mismo. ProEcuador se encuentra presente con oficinas comerciales en



América, Europa, Asia y África y Medio Oriente.

El portal que mantiene Pro Ecuador, está al día con la información comercial más actualizada, lo que le permite cumplir con su misión de *promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir*. Para llevar a cabo su misión Pro Ecuador cuenta con socios estratégicos nacionales e internacionales, como se puede observar en la tabla 16.

Dubai Exports (DE) que es la Agencia de Promoción de Exportaciones en Emiratos Árabes Unidos (EAU) que tiene como objetivo ayudar a los exportadores potenciales a encontrar mercados para sus productos y brindarles información acerca de la demanda de sus productos en otros mercados;

Centro para la Promoción de Importaciones en países en desarrollo (CBI), agencia adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores de Holanda cuya función más importante es fortalecer la capacidad productiva de pequeñas y medianas compañías expotadores y productores en los países en desarrollo;

Organización Mundial de Comercio (OMC) que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Entre los socios estratégicos nacionales tenemos al Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) dedicado a impulsar las artesanías y la cultura popular ecuatoriana y de América;



Tabla 16. Socios estratégicos de Pro Ecuador

	Institución	Origen/Sede	Objetivo
Socios internacionales	Dubai Exports (DE)	Emiratos Árabes Unidos	Ayudar a exportadores a encontrar mercados y brindar información acerca de la demanda de sus productos.
	Centro para la Promoción de Importaciones en países en desarrollo (CBI)	Holanda	Fortalecer la capacidad productiva de las Pymes exportadoras y productores en países en desarrollo.
	Organización Mundial de Comercio (OMC)	Suiza	Supervisar las políticas comerciales.
Socios Nacionales	Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP)	Ecuador	Impulsar las artesanías y cultura popular del Ecuador y de América.
	Exporta Fácil	Ecuador	Facilitar las exportaciones de las Mipymes, actores de la economía popular y solidaria y artesanos.
	Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI)	Ecuador	Proteger los derechos de propiedad intelectual de los ecuatorianos.

Fuente: Pro Ecuador (s. f.).



Exporta Fácil que es un programa del gobierno nacional dedicado a facilitar las exportaciones de las MIPYMES, actores de la economía popular y solidaria y artesanos del país, a través de un sistema simplificado de envíos de bienes a través de Correos del Ecuador; e

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual que vigila el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual de los ecuatorianos.

Pro Ecuador desenvuelve sus actividades en cuatro áreas: Inteligencia comercial, promoción de exportaciones, balcón de servicios y promoción de inversiones.

Inteligencia comercial, genera información prospectiva y actualizada de los mercados internacionales y productos ecuatorianos de exportación.

Promoción de exportaciones, diseña estrategias de promoción comercial tales como ferias -nacionales e internacionales-, contactos con compradores internacionales, a través de ruedas de negocios y misiones comerciales.

Balcón de servicios, se especializa en brindar asesoría en comercio exterior a través de información sobre requisitos para formalizarse como exportador, documentos de acompañamiento a la exportación, requisitos para acceder a mercados y aranceles para los productos ecuatorianos que aplican los países importadores.

Promoción de inversiones, brinda asesoría a las personas y empresas extranjeras, públicas o privadas, interesadas en invertir en el Ecuador. Presenta información atractiva sobre porqué invertir en el país, así como las ventajas y



razones que el interesado debería considerar al momento de realizar su inversión.

ProEcuador brinda servicios especializados tanto para los exportadores como para los compradores de los bienes que se producen en el país, así como información acerca de la forma en la cual se puede invertir en el Ecuador.

A los exportadores se les brinda asesoría a través del Servicio de Asesoría al Exportador (SAE), del cual se puede obtener información general sobre accesibilidad de los productos ecuatorianos a un mercado extranjero; documentación necesaria para que ingresen los productos ecuatorianos al mercado exterior; impuestos que el producto ecuatoriano deberá pagar en el exterior; y las ferias y promociones internacionales en las cuales el Ecuador tiene participación.

A través del portal web es posible obtener información acerca de las capacitaciones gratuitas que continuamente se realizan en varias ciudades del país, y que pueden ser introductorias al comercio exterior en donde se busca estructurar a las microempresas de tal manera que puedan ingresar sus productos al mercado exterior, o específicas, en donde se brindan herramientas e información a empresas exportadoras que desean incursionar en nuevos mercados. Se ubica un link en donde se puede acceder al calendario de capacitaciones anual e inscribirse en los cursos de interés.

A través de sus programas y proyectos, Pro Ecuador incentiva a las empresas a fortalecer sus habilidades en el ámbito del comercio exterior para lo cual ha desarrollado cuatro áreas:

- fortalecimiento de imagen corporativa y sitio web,



- asistencia técnica sectorial,
- programa coaching exportador y
- exporta fácil.

Fortalecimiento de Imagen Corporativa y Sitio Web, encaminado a lograr una mejor promoción de los productos y servicios en el exterior, por medio de la creación de una página web llamativa, desde donde se puede obtener información sobre los bienes y servicios ofertados por las Mipymes, artesanos y actores de la economía popular y solidaria, promoviendo al mismo tiempo la cultura exportadora y la internacionalización de los productos ecuatorianos.

En el 2012 se entregaron 50 sitios web y 20 más en el 2013.

Mipymes exportadoras o potenciales exportadoras, fueron beneficiadas con este producto, con el cual se promueve los bienes y servicios ofertados por las Mipymes, artesanos y actores de la economía popular y solidaria, promoviendo al mismo tiempo la cultura exportadora y la internacionalización de los productos ecuatorianos.

La selección de las empresas beneficiadas se realizó a través de rondas concursables, donde fueron evaluadas en función de su experiencia exportadora, potencial exportador e incidencia en territorios de menor desarrollo relativo.

Entre las empresas ganadoras constan: Ivonne Arte y Fuego en Cuenca, artesanías, (<http://www.ivonne-arte.com>); Plastiríos, productos de plástico, en Guayaquil (<http://www.plastirios.com>); Johnny Cruz, artesanías, Artesanías Salangome en Puerto López (<http://www>.



artesianiassalangome.com); Natluk, exportadora de camarón, en cantón Playas (<http://www.natluk.com>); Edi Patricio Productos Shalom, cereales naturales, en Tumbaco (<http://shalom.com.ec/web/index.php/en/>); Link Moelands Johannes “Tagualand”, artesanías en paja toquilla y tagua, en Guayaquil (<http://tagualand.com/?lang=es>); 2L, prendas impermeables en P.V.C. (<http://www.jemel2l.com>); y La Colmena, productos elaborados a base de miel, en Rocafuerte (<http://www.lacolmena.com.ec>).

Asistencia técnica sectorial, se enfoca en sectores productivos específicos. En el 2013 fue el sector manufacturero, a cuyos miembros se les dictó los cursos: tendencias de la moda ética y sustentable para productos textiles y artesanales dictado por la organización canadiense ETHIK y tendencias en diseños para textiles artesanales para el mercado alemán. Un tercer taller se enfocó en las buenas prácticas manufactureras y transferencia de tecnología para la producción de panela para el mercado escandinavo, dictado por expertos colombianos.

Programa Coaching Exportador, asiste en forma personalizada a las Pymes que han desarrollado un plan de exportación para que puedan implementarlo exitosamente.

En el 2013, 6 Mipymes del sector alimentos frescos y procesados; 3, de café y elaborados; 2, de cacao y elaborados; 2 de artesanías; 1 de banano; 1 de flores; y 1 de cadena forestal sustentable, fueron beneficiarias de este programa.



Industrias y Productividad

Las políticas relacionadas a las industrias y a la productividad, las coordina el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), que además fomenta las actividades de las Mipymes en el Ecuador, su desarrollo, fortalecimiento e internacionalización.

Para acceder a los beneficios y programas con que el Mipro apoya a las actividades Mipymes y Artesanales es indispensable inscribirse en el portal del Mipro para obtener el Registro Único de Mipymes (RUM²⁴) o el Registro Único Artesanal (RUA²⁵), según sea el caso, a través de este registro se categoriza a estas unidades económicas, las cuales empiezan a gozar de los beneficios de la capacitación y el acompañamiento institucional de este ministerio; también se les facilita el acceso al crédito.

Otro de los objetivos del registro es contar con la información suficiente que le permita al Gobierno identificar los problemas y las necesidades de cada sector, para de esta manera diseñar programas de capacitación adecuados, que les permita mejorar su productividad y competitividad a nivel nacional e internacional.

El proceso de registro y categorización de las Mipymes y los artesanos está a cargo de la Subsecretaría de Desarrollo de Mipymes y Artesanías, del Mipro y la capacitación, por

24. El RUM podrán obtenerlo aquellas personas que realicen actividades industriales o que elaboren o fabriquen algún tipo de producto.

25. El RUA podrían obtenerlo aquellas personas o grupos de personas, cuyos procesos productivos donde predomine el trabajo manual.



la Secretaría Técnica de Capacitación Profesional (Setec), adscrita al Mipro.

La Subsecretaría de Desarrollo Mipymes y Artesanías, adscrita al Mipro es la encargada de “generar y aplicar mecanismos para desarrollar las Mipymes, (...) promoviendo el diseño de las políticas públicas y herramientas de apoyo para optimiza las oportunidades de acceso a los mercados nacionales e internacionales”. (Secretaría Técnica de Desarrollo Mipymes y Artesanías, s. f.).

Está formada por cuatro direcciones técnicas administrativas:

- Pymes y emprendimiento;
- desarrollo de artesanías;
- desarrollo de la agroindustria; y
- normativas y control de Mipymes y Artesanías.

Según Luis Alfredo Muñoz, subsecretario de desarrollo de Pymes y Artesanías, “en Ecuador existen 500 mil unidades económicas, de las cuales más del 90% son Mipymes, y de ahí la necesidad de fortalecerlas” (Muñoz, 2013.), por lo que, a través de los 62 Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), que existen en el país, se busca consolidar a este sector y brindar apoyo a los ciudadanos emprendedores, por medio de un asesoramiento técnico especializado.



Fomento a las exportaciones Pymes: Programa Exporta País

El programa Exporta País se encuentra bajo la coordinación de ProEcuador, está “orientado a brindar capacitación y asistencia técnica individualizada a las empresas ecuatorianas, especialmente micro, pequeñas y medianas, (...), mejorando sus procesos y oferta exportable, con el fin de alcanzar de manera más efectiva sus mercados meta.” (Programa Exporta País, s. f.).

Los objetivos de Exporta País son:

1. Promover la diversificación de productos y servicios del Ecuador para su internacionalización.
2. Promover la diversificación de mercados de exportación para bienes y servicios producidos en Ecuador.
3. Incluir a nuevos exportadores dentro de la oferta exportable del país.
4. Incluir a los actores de la economía popular y solidaria en los procesos de exportación e internacionalización.
5. Potencializar a los actuales exportadores del país, para que logren diversificar sus exportaciones y sus mercados actuales. (Programa Exporta País, s. f.).

Los beneficios de este programa lo recibirán 250 empresas, que incluye:

Capacitación: asistencia técnica, charlas, seminarios y talleres para mejorar las capacidades de las empresas



en temas como requisitos de acceso, certificaciones, tendencias del mercado, entre otras, que le permitirán alcanzar los mercados metas, que serán previamente identificados, dentro de un plan de acción diseñado para cada empresa;

Coaching, que es la asignación de un experto sectorial internacional y uno local, quienes le brindarán asistencia técnica personalizada; y,

Cofinanciamiento, que es el aporte financiero que dará Pro Ecuador a las empresas, vía reembolso de los gastos, en que incurran para obtener las certificaciones de exportación obligatorias, que exigen los mercados internacionales.

Adicionalmente, se encuentra contemplado un rubro para financiar la participación de las empresas en ferias y misiones comerciales internacionales, como se observa en la tabla 17.

Los beneficiarios del programa Exporta País³ pueden ser personas naturales o jurídicas, individuales o asociadas legalmente, que deseen acceder a los mercados internacionales; pero deben estar dentro de los siete sectores que el programa prioriza en una primera etapa: café y cacao y elaborados; frutas y vegetales frescos; turismo; pesca y acuicultura; flores; alimentos procesados e ingredientes naturales; y software y servicios informáticos, con énfasis en la Mipymes y los actores de la economía popular y solidaria.

Exporta País tiene como socio estratégico al Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo, de Holanda.



De la primera convocatoria, que se realizó el 30 de septiembre del 2013, se seleccionaron 65 empresas de los sectores: Café, Cacao y Elaborados; y Pesca y Acuicultura.

El programa Exporta País consta de tres etapas: Auditoría de la Exportación, Plan de Acción y Módulos del Programa.

En la etapa de *Auditoría de la Exportación*, se evalúan los factores determinantes para la exportación, esto es, la propuesta de la empresa versus los requisitos del mercado meta. Esta etapa es realizada por expertos sectoriales nacionales e internacionales.

En el *Plan de Acción*, se ponen en práctica las recomendaciones realizadas por los expertos en la etapa previa de auditoría. En esta etapa, se debe cumplir con las certificaciones que el programa exige y participar en ferias para promocionar el producto. Se deben fijar metas y cumplirlas en el tiempo previsto para alcanzarlas.

La tercera y última etapa, *Módulos del Programa*, se divide en tres partes: *Desarrollo del negocio*, -que dura 9 meses-, se establece el mercado potencial. *Preparación para el mercado*, dura 12 meses, tiempo durante el cual se adecúan los productos y los procesos productivos de las empresas, para ingresar al mercado meta. *Ingreso al mercado*, etapa que se realiza en 18 meses, promueve la participación del productor, en ferias y eventos de promoción.



Tabla 17. Actividades cofinanciadas por Exporta País

Módulo	Actividad	% aporte del programa	No. Límite por beneficiario	Monto límite por beneficiario
2	Certificaciones	50%	2	\$13.000,00
3	Certificaciones	50%	1	\$5.000,00
3	Eventos de promoción comercial (Ferias)	80%	3	\$20.000,00 (máximo \$8.000,00 por evento)

Fuente: Programa Exporta País (s. f.).



Vendiendo en todo el mundo: Programa Exporta Fácil

El programa Exporta Fácil es la herramienta que promociona el gobierno ecuatoriano para que los pequeños y medianos exportadores puedan realizar sus ventas al mercado exterior de una manera simplificada, ágil y económica, utilizando la logística de Correos del Ecuador.

Para utilizar este servicio se deben cumplir con 3 requisitos generales: que los productos no sean perecibles o que siendo perecibles no necesiten una cadena de frío; que el valor FOB no sea mayor a USD\$5.000, exportado a través de una Declaración Aduanera Simplificada (DAS); y, que la suma de los lados del paquete, no exceda los 3 metros, ni el peso supere los 30 kilos.

Desde que fue creado en el 2011 hasta agosto del 2013, el programa Exporta Fácil, de Pro Ecuador, ha generado \$2.186.000 dólares en ventas (FOB) que corresponden a 18.314 exportaciones realizadas por Mipymes como se puede observar en la tabla 18. (El Telégrafo, 12 de noviembre de 2013).

El portal web de Exporta Fácil (www.exportafacil.gob.ec) integra las plataformas de las entidades que intervienen en el proceso de exportación: El Ministerio de Industrias y Productividad que gestiona el Registro y Certificación de Origen; Correos del Ecuador que realiza los envíos a los mercados internacionales con la Declaración Aduanera Simplificada (DAS); y el Servicio Nacional de la Aduana del



Ecuador, organismo que valida la información y otorga el número de referencia, que facilita a las Mipymes y Artesanos del país a realizar su exportación desde las oficinas de Correos del Ecuador.

Para exportar a través de este programa es necesario registrarse en el portal web de Exporta Fácil, para esto es requisito indispensable el contar con un RUC. Se debe llenar el DAS, la factura, elaborar la lista de empaque para cada caja y, dependiendo del bien que se exporta, se deben conseguir los permisos y documentos que acompañan a la exportación, que le permitirá al importador desaduanizar el producto en destino. (Exporta Fácil, s. f.).

De esta manera, el gobierno ecuatoriano a través de Exporta Fácil, fomenta la inclusión de las Mipymes y Artesanos en los mercados internacionales y contribuye a la competitividad de los productos ecuatorianos; además brinda capacitación en comercio exterior y búsqueda de mercados y asistencia técnica en el uso de las herramientas informáticas.

Tabla 18. Exportaciones Mipymes realizadas a través de Exporta Fácil

Año	No. Exportaciones Mipymes	%
Desde octubre 2011	1137	6%
2012	8419	46%
Hasta agosto 2013	8758	48%
Total	18.314	100%

Fuente: Diario El Telégrafo (12 de noviembre de 2013)



La creciente necesidad que tienen las Pymes ecuatorianas de moverse más allá de las fronteras nacionales, en un entorno cada vez más cambiante, hace necesaria la intervención del Estado en el diseño de políticas y estrategias que les permitan afrontar con éxito esta incursión internacional, tomando en consideración que las Pymes son las mayores empleadoras del país, con un 68% de la población ocupada, de acuerdo al Censo Económico Nacional del 2011.

A más de fomentar el desarrollo de las Pymes, dentro de un marco legal hecho a la medida, el Gobierno del Ecuador ha creado organismos estatales que, a través de diferentes programas y proyectos, proporcionan asistencia técnica, acceso al crédito y microcrédito, capacitación y seguimiento, de tal forma que las Pymes, a más de satisfacer las demandas del mercado local, puedan estar en condiciones de competir internacionalmente.

En este estudio, pudimos observar las políticas ecuatorianas de apoyo a las Pymes, que se encuentran enmarcadas dentro de los objetivos 5, 8, 10 y 12 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, encaminados al cambio de la matriz productiva del Ecuador.

Esta forma de gobierno permite que los programas y proyectos estatales, coordinados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, se articulen de tal manera, que se puedan sostener en el mediano y largo plazo, facilitando la democratización del acceso a los factores de producción, con énfasis en las Pymes.

También se ha mostrado cómo el gobierno ecuatoriano ha invertido en la promoción de las exportaciones, especialmente del sector de micro, pequeñas y medianas



empresas (Mipymes) así como de los actores de la economía popular y solidaria y los artesanos.

Además, la forma en que acciones en conjunto, que suelen ser más eficaces que las aisladas, comprometiendo la ejecución a varias carteras de Estado, encabezadas y coordinadas por el Ministerio de Industrias y Competitividad.

Por parte, se evidenció el diseño y la articulación de varios programas encaminados a fomentar y facilitar las exportaciones de las Pymes y su inserción en el mercado internacional, así como la promoción de los potenciales productos de exportación en ferias y rondas de trabajo, tanto nacionales como internacionales.

Sin embargo, apoyo a las Pymes debería ir de la mano con una correcta articulación del crédito productivo que posibilite una verdadera inversión en este sector y asegurar que las líneas de crédito, públicas y privadas, se destinen a financiar las actividades productivas de las Pymes, con el propósito de incrementar los niveles de empleo de calidad y los ingresos de las unidades familiares, poniendo al capital al servicio de las personas y del desarrollo del Ecuador.



Referencias

- Araque, W. (enero de 2012). Las PyME y su situación actual. En *Observatorio PyME Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador*. Recuperado de <http://goo.gl/rtmhl0>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008. Recuperado de <http://goo.gl/pVHPYt>
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)*. Registro Oficial 351 de 29 de diciembre de 2010. Recuperado de <http://goo.gl/zEi50R>
- Asociación Internacional de Fomento. (2014). En *Banco Mundial*. Recuperado de <http://goo.gl/3Vxi0a>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2014). En *Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado de www.iabd.org
- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. (2014). En *Grupo del Banco Mundial*. Recuperado de <http://goo.gl/GXGhKL>
- Banco Mundial. (abril, 2000). ¿Qué es la globalización?. En *Banco Mundial*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/temas/globalizacion/cuestiones1.htm>
- Banco Mundial. (2014a). En *Banco Mundial*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/about/history>
- Banco Mundial. (2014b). *Doing Business 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas*



- empresas* (Documento insignia). Recuperado de <http://goo.gl/MOelQc>
- Banco Mundial. (2015). *Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency. Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 189 Economies* (12ª ed.). Washington DC, USA: World Bank Publications.
- Banco Mundial. (2016). *Doing Business 2016. Measuring Regulatory Quality and Efficiency. Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 189 Economies* (13ª ed.). Washington DC, USA: World Bank Publications.
- Banco Mundial. (2017). *Doing Business 2017. Equal Opportunity for All. Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies* (14ª ed.). Washington DC, USA: World Bank Publications.
- Betancourt, M. y Jácome, H. (2011). Desigualdad en el acceso al crédito. En A. Serrano (Ed.), *¡A(re)distribuir! Ecuador para Todos* (pp. 185-203). Quito, Ecuador: Senplades.
- Bicciato, F., Foschi, L., Bottaro, E. e Ivardi, F. (febrero de 2002). *Microfinanzas en países pequeños de América Latina: Bolivia, Ecuador y El Salvador*. Serie Desarrollo productivo, (121). Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL.
- Castillo, J. del. (diciembre de 2011). *Internacionalización y Políticas de apoyo a las Pymes en la Unión Europea. Primer Diálogo Público-Privado Unión Europea-América Latina. Inversión extranjera directa y Pymes*. Santiago de Chile: CEPAL y Consorcio de Coordinación y Servicios del Programa AI-Invest IV de Eurochambres.



Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones. (2014). En *ICSID International Centre for Settlement of Investment Disputes*. Recuperado de <https://icsid.worldbank.org/ICSID/Index.jsp>

CEPAL. (noviembre de 2011). *Trade, poverty and complementary policies in Latin America*. Recuperado de <http://goo.gl/2z2urq>

CEPAL. (s. f.). Historia de la CEPAL. En *CEPAL*. Recuperado de <http://www.cepal.org/es/historia-de-la-cepal>

Cleri, C. (2007). *El libro de las Pymes*. Recuperado de <http://goo.gl/IU3Rve>

Comex. (s. f.). En *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://comercioexterior.gob.ec/comex/>

Comisión de las Comunidades Europeas. (enero de 2003). *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*. Recuperado de <http://goo.gl/D2dyK3>

Comisión Europea. (s.f. a). En *Unión Europea*. Recuperado de <http://goo.gl/JubIC6>

Comisión Europea. (s.f. b). *Fomentar la participación de las Pyme en programas marco de investigación. Las Pyme y la investigación: El conocimiento al servicio del desarrollo*. (Investigación comunitaria). Recuperado de <http://goo.gl/K6h6sn>

Comité de Comercio Exterior. (s. f.). En *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://comercioexterior.gob.ec/comex/>

Contreras, G. (2005). *La globalización económica desde los paradigmas del mercado y la solidaridad humana* (3ª



- reimp.). Recuperado de <http://goo.gl/29Z8vS>
- Corporación Interamericana de Inversiones. (2013). En *Corporación Interamericana de Inversiones. Miembro del Grupo BID*. Recuperado de www.iic.org
- Cumbre de Lisboa 2000. (2000). En *Parlamento Europeo*. Recuperado de <http://goo.gl/V6YQir>
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones* (12ª ed.). México D.F., México: Pearson Education.
- Diario El Telégrafo. (12 de noviembre de 2013). Mipymes vendieron \$2.1 millones con Exporta Fácil [Redacción Economía]. Recuperado de <http://goo.gl/56315n>
- Estados miembros y miembros asociados de la CEPAL. (2014). En *Naciones Unidas*. Recuperado de <http://goo.gl/GJFRJE>
- European Commission. (2015). *Una política industrial integrada para la era de la globalización: elementos de la estrategia de la Comisión*. Recuperado de <http://goo.gl/4oyN13>
- Evolución del pensamiento de la CEPAL. (2013). En *Naciones Unidas*. Recuperado de <http://goo.gl/HRHiKO>
- Exporta Fácil. (s. f.). En *Ministerio de Industrias y Productividad*. Recuperado de <http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>
- Fecha de incorporación de los estados miembros y miembros asociados de la CEPAL. (2014). En *Naciones Unidas*. Recuperado de <http://goo.gl/FaVu5C>
- Fenton, R. y Padilla, R. (febrero de 2012). Financiamiento



de la banca comercial a micro, pequeñas y medianas empresas en México. *Serie estudios y perspectivas*, (135). Recuperado de <http://goo.gl/APahQJ>

Ferraro, C. y Golstein, E. (2011). *Política de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. (Documento de proyecto). Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas-CEPAL.

Ferraro, C. y Stumpo, G. (julio de 2010). Las pymes en el laberinto de las políticas. En C. Ferraro y G. Stumpo (Eds.), *Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales* (pp. 17-44). CEPAL. Recuperado de <http://goo.gl/3QvyoP>

FINPYME. (2014). En *FINPYME, An initiative of the Inter-American Investment Corporation*. Recuperado de www.finpyme.iic.org

Fondo Multilateral de Inversiones. (2014). En *Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado de <http://goo.gl/I0jeGB>

Global Entrepreneurship Research Association. (2017). *Entrepreneurial Behaviour and Attitudes*. Ecuador. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/57>

Goldstein, E. y Kulfas, M. (julio de 2010). Alcances y limitaciones de las políticas de apoyo a las pymes en América Latina. Debates para un nuevo marco conceptual y de implementación. En C. Ferraro (Eds.), *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y El Caribe* (pp. 429-507). CEPAL.



- Recuperado de <http://goo.gl/4lyCMd>
- González, Ó. (2004). PYMES: *Un componente importante del sector productivo en Costa Rica*. Serie Cuadernos de Historia de la Cultura. Recuperado de <http://goo.gl/ZF9G2p>
- Grajirena, J., Gamboa, I., y Molina, A. (2004). Los clúster como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco. *Cuadernos de Gestión*, 4(1), 55-67. Recuperado de www.ehu.es
- Grupo BMW. (marzo de 2007) *Fascinación por producir. Red mundial de producción: flexible, eficiente, innovador*. Recuperado de <http://goo.gl/dsukNS>
- Hernández, J. (s. f.). Hacia una epistemología de la administración para Pymes, en un mundo globalizado. En R. Regalado (Ed.), *Las Mipymes en Latinoamérica* (pp. 64-70). Recuperado de <http://goo.gl/YHkGrV>
- Historia de la CEPAL. (2013). En *Naciones Unidas*. Recuperado de <http://goo.gl/8w82Za>
- Historia de la Unión Europea. (s. f.). En *Unión Europea*. Recuperado de <http://goo.gl/Dp2t8h>
- Ianni, O. (2004). La sociedad global (4ª ed.). Recuperado de <http://goo.gl/W1Z5uk>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (junio de 2011). *Censo Económico Nacional 2010*. Quito: INEC. Recuperado de www.inec.gob.ec/estadisticas/
- Instrumentos financieros FOMIN. (2014). En *Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado de <http://goo.gl/I6G2JB>



- Jácome, H. y King, K. (agosto de 2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. FLACSO, Sede Ecuador, y Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO). Recuperado de <http://goo.gl/4csqnO>
- Lasio, V., Arteaga, M. y Caicedo, G. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2010*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G. y Ordeñana, X. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2012*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. y Villa, R. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2013*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. y Samaniego, A. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2016*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
- Levitt, T. (May, 1983). The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*. Recuperado de <http://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>
- Líderes. (s. f.). 3.400 productos están bajo control de las normas del Inen: Agustín Ortiz. En *Semanario Líderes*. Recuperado de <http://goo.gl/y6jcdU>



Línea de fortalecimiento de microfinancieras. (s. f.). En *MIF FOMIN*. Recuperado de www.idbdocs.iadb.org

Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010). *Agenda para Transformación Productiva*. Quito: MCPEC. Recuperado de <http://goo.gl/II5j3Y>

Ministerio de Comercio Exterior. (s. f.). *Misión del Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://goo.gl/Mr7sDT>

Ministerio de Coordinación de la Política Económica. (s. f.). *Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir 2011-2013*. Quito, Ecuador: Autor.

Moreno, M. (s. f.). *La globalización: su concepto e impacto en los sistemas jurídicos*. Recuperado de <http://goo.gl/DgX4EU>

Muñoz, L. (29 de mayo, 2013). *Subsecretaría de Mipymes y Artesanías fortalecerá procesos de desarrollo productivo*. Recuperado de <http://goo.gl/r8WZwH>

Naciones Unidas. (enero de 2013). *Cómo mejorar la competitividad de las Pymes en la Unión Europa y América Latina y el Caribe* [Propuestas de política del sector privado]. Recuperado de <http://goo.gl/6SFT9W>

OCDE. (2009). *Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation. Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship*, OECD. Recuperado de <http://www.oecd.org/industry/smes/43357832.pdf>

Oportunidades para la Mayoría. (2013). Portafolio 2013. En



Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de www.issuu.com

Ordoñez, D. (diciembre de 2014). *Pymes ecuatorianas: comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales* (Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil). Recuperada de <http://goo.gl/Vpyfc0>

Ordóñez, D. e Hinojosa, S. (2015). *La Política Exterior del Ecuador. En el marco del Plan Nacional del Buen Vivir y su impacto en los sectores estratégicos*. Guayaquil, Ecuador: Editorial Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones. (2014). *En MIGA Multilateral Investment Guarantee Agency*. Recuperado de <http://goo.gl/uCALO4>

Organización de la secretaría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2013). *En Naciones Unidas*. Recuperado de <http://goo.gl/BBHr5g>

Plan de Acción para el Espíritu Empresarial. (2004). *En Europa. Síntesis de la Legislación Europea*. Recuperado de <http://goo.gl/333DWn>

Presidencia de la República. (2013). *Reglamento Organización Instituto Promoción Exportación Inversión*. Decreto Ejecutivo 776, Registro Oficial 459, 31 de mayo de 2011. Última modificación, 20 de junio de 2013. Recuperado de <http://goo.gl/nHpTLe>

Pro Ecuador. (s. f.). *En Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://goo.gl/IMHkZd>

Programa Exporta País. (s. f.). *En Programa Exporta País*. Recuperado de <http://goo.gl/oRVmYc>



- Programa marco para la innovación y la competitividad (PIC). (2012). En *CORDIS, servicio de información comunitario sobre investigación y desarrollo*. Recuperado de <http://cordis.europa.eu/fp7/cip-es.html>
- Rico, R. y Reygadas, L. (2000). *Globalización económica y Distrito Federal. Estrategias desde el ámbito local*. Recuperado de <http://goo.gl/r4jqLm>
- Rivadeneira, A. y Serrano, A. (2012). Desigualdad en el Ecuador. En A. Serrano (Ed.), *¡A(re)distribuir! Ecuador para Todos* (pp. 53-79). Quito, Ecuador: Senplades.
- Sánchez, J. (2011). Equidad y políticas sociales. Algunas reflexiones para el caso ecuatoriano. En A. Serrano (Ed.), *¡A(re)distribuir! Ecuador para Todos* (pp. 336-383). Quito, Ecuador: Senplades.
- Secretaría Técnica de Desarrollo Mipymes y Artesanías. (s. f.). En Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado de <http://goo.gl/s3Oa9J>
- Senplades. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la Revolución Ciudadana*. Quito, Ecuador: Autor.
- Senplades. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito, Ecuador: Autor.
- Senplades. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador: Autor.
- Séptimo Programa Marco 2007-2013. (7 de enero de 2010). En *Europa. Síntesis de la Legislación Europea*.



Recuperado de <http://goo.gl/xLksgo>

Serrano, A. (2012). La equidad de la economía: Disputando la justicia distributiva. En A. Serrano (Ed.) *¡A(re) distribuir! Ecuador para Todos* (pp. 13-26). Quito, Ecuador: Senplades.

Una política industrial integrada para la era de la globalización. (2014). En *Press releases database*. Recuperado de <http://goo.gl/6wUcMO>

Unión Europea. (2015). *La historia de la Unión Europea*. Recuperado de <http://goo.gl/yabKgD>

Unión por la innovación. (2013). En *Instalaciones innovadoras*. Recuperado de <http://goo.gl/SgRJsw>

Zea, N. y Váscones, J. (mayo de 2013). *Análisis, crecimiento y evolución del perfil financiero de las Pymes en el sector manufacturero para el periodo 1997-2009 en la provincia del Guayas* (Tesis de maestría, Universidad San Francisco de Quito). Recuperada de <http://goo.gl/7G8CZI>



Anexos

Anexo 1. Estados y Países miembros asociados de la Cepal.

Estados miembros de la Cepal
Alemania
Antigua y Barbuda
Argentina
Bahamas
Barbados
Belize
Bolivia (Estado Plurinacional de)
Brasil
Canadá
Chile
Colombia
Costa Rica
Cuba
Dominica
Ecuador
El Salvador
España
Estados Unidos de América
Francia
Granada
Guatemala
Guyana
Haití
Honduras
Italia
Jamaica
Japón
México
Nicaragua
Países Bajos
Panamá

(continúa)



Anexo 1. Estados y Países miembros asociados de la Cepal (Cont.).

Estados miembros de la Cepal
Paraguay
Perú
Portugal
Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte
República de Corea
República Dominicana
Saint Kitts y Nevis
San Vicente y las Granadinas
Santa Lucía
Suriname
Trinidad y Tobago
Uruguay
Venezuela (República Bolivariana de)
Países miembros asociados de la Cepal
Anguila
Aruba
Bermudas
Curaçao
Guadalupe
Islas Caimán
Islas Turcas y Caicos
Islas Vírgenes Británicas
Islas Vírgenes de los Estados Unidos
Martinica
Montserrat
Puerto Rico
San Martín

Fuente: CEPAL (s. f.).



Anexo 2. Programas desarrollados por FINPYME en América Latina y El Caribe. Período 2006-2011.

País/Programa	FINPYME Diagnostics	FINPYME ExportPlus	FINPYME Family Business	FINPYME Integrity	GREENPYME	FINPYME Technical Assistance
Argentina						1 (2010)
Bahamas	1 (2006)	1 (2010)			3 (2/2009, 2010)	4 (2006, 2007, 2008, 2010)
Barbados	1 (2009)			1 (2010)		4 (2007, 2008, 2009, 2010)
Belize	1 (2006)				2 (2009, 2010)	1 (2010)
Bolivia						3 (2006, 2/2008)
Brasil						1 (2006)
Colombia	1 (2009)		2 (2009, 2011)		2 (2010, 2011)	3 (2007, 2008, 2011)
Costa Rica	1 (2006)	1 (2011)	1 (2011)		4 (2007, 2010, 2/2011)	3 (2010, 2/2011)
Chile						2 (2008, 2010)
Ecuador						4 (2007, 2009, 2/2011)
El Salvador	1 (2006)	1 (2012)	1 (2011)		3 (2010, 2/2011)	4 (1/2007, 3/2008)
Guatemala	1 (2006)	1 (2009)			3 (2010, 2/2011)	2 (2005, 2006)
Guayana		1 (2010)				2 (2006, 2008)
Haití		1 (2010)				5 (2009, 2/2010, 2/2011)
Honduras	1 (2006)		1 (2011)		3 (2010, 2/2011)	2 (2006, 2008)
Jamaica	1 (2006)			1 (2010)	2 (2010)	5 (2007, 2/2008, 2/2010)

(continúa)





Anexo 2. Programas desarrollados por FINPYME en América Latina y El Caribe. Período 2006-2011 (Cont.).

País/Programa	FINPYME Diagnostics	FINPYME ExportPlus	FINPYME Family Business	FINPYME Integrity	GREENPYME	FINPYME Technical Assistance
México						1 (2010)
Nicaragua	1 (2006)	1 (2011)			3 (2010, 2/2011)	4 (2/2008, 2/2009)
Panamá	1 (2006)		1 (2007)			2 (2007, 2008)
Paraguay						4 (2/2006, 2007, 2008)
Perú						2 (2006, 2009)
Rep. Dominicana	1 (2006)	1 (2011)				3 (2005, 2006, 2008)
Surinam		1 (2010)				2 (2/2006, 2008)
Trinidad y Tobago	1 (2009)		1 (2009)	1 (2010)	1 (2009)	3 (2006, 2008, 2010)
Uruguay						1 (2008)
Venezuela						1 (2005)

Fuente: Corporación Interamericana de Inversiones (2013).

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES.

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
Política de Fomento a la inversión productiva	Promover la inversión que genere empleo de calidad, diversificación productiva, innovación tecnológica y potencialice los territorios y actividades, en el marco de la economía popular y solidaria establecida en la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir.	Promoción de la diversificación productiva. Generación de innovación. Generar empleo con calidad. Desarrollar y potenciar los Territorios. Desarrollar el sector artesanal como piloto prioritario.	Promoción de inversiones productivas. Financiamiento no reembolsable y reembolsable. Democratización de acceso a activos productivos. Reducción de tramitología. Exoneración de un porcentaje del Impuesto a la Renta a la reinversión en equipos y en activos relacionados con la generación de innovación tecnológica. Exención tributaria al costo de empleo nuevo anual. Políticas, regulaciones, y bienes públicos.	Financiamiento no reembolsable a través instrumentos sectoriales.- Programa de fomento MIPYMES: turismo, MIPRO, MAGAP. Financiamiento no reembolsable a través de instrumentos transversales.- INNOVAECUADOR (tecnología bien público, cofinanciamiento), CREECUADOR (democratización capital de riesgo), PRODUCUADOR (subsidios específicos). Fiscales.- Incentivos específicos mediante deducción del impuesto a la renta por inversión que genere empleo (incentivo del 100% de deducción del monto destinado al incremento neto de empleos, debido a la contratación de trabajadores directos, por el primer ejercicio económico en que se produzcan siempre que se hayan mantenido como tales durante seis meses consecutivos), transferencia tecnológica (incentivo vigente por reglamentarse de deducción del Impuesto a la Renta de la reinversión en activos relacionados con la innovación tecnológica), y desarrollo de territorios priorizados (incentivo propuesto de la exención del 100% de la nómina por 5 años y del 100% de la nómina por nuevos empleos, a partir del 6to año para zonas de menor desarrollo). Zonas de desarrollo especial.- Acumulan beneficios en una zona geográfica delimitada y se exoneran de aranceles.

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				Objetivo: transferencia tecnológica, desarrollo territorial, incremento de exportaciones y desarrollo de servicios logísticos especializados. Políticas y regulación.- Compras públicas y acceso preferencial a financiamiento de la banca pública. Bienes públicos.- Innovación, emprendimiento, inversión (INNOVA ECUADOR Y EMPRENDECUADOR) y para democratización (EMPRESAS CIUDADANAS con participación accionaria de trabajadores, productores a través de CREECUADOR). Generación de bienes públicos como infraestructura, cambio de matriz energética, capital humano preparado y reducción de costos de transacción en la operación de las empresas. Productividad y calidad.- Cofinanciamiento de planes de mejora competitiva a través de políticas sectoriales (Industrial, turística y agropecuaria). Reducción de las brechas de productividad intersectoriales y entre actores económicos de alta heterogeneidad, para ello se buscará concentrar los esfuerzos: para mejorar la productividad de la agricultura familiar y de las pequeñas unidades productivas del país, con énfasis en los cultivos prioritarios para la soberanía alimentaria, y para mejorar la productividad industrial de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de programas de apoyo.

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
	Apoyar los objetivos de la política de fomento productivo, esto es propiciar la modificación del patrón de especialización productiva, promoviendo la diversificación de actores, productos y mercados y generando una más equitativa distribución de la riqueza a lo largo de las cadenas productivas, a través del establecimiento de acuerdos de comercio e inversión para el desarrollo, promoción de exportaciones sobre todo la de los micro, pequeños y medianos productores y de los actores de la economía popular y solidaria.	Facilitar el acceso real de bienes y servicios del país a los mercados internacionales, a través de negociaciones de acuerdos de comercio y de inversión para el desarrollo, así como la defensa del uso de instrumentos que permitan salvaguardar la estabilidad de la balanza de pagos nacional. Promover el fortalecimiento de la integración latinoamericana y la construcción de bloques comerciales que fortalezcan los intereses nacionales y regionales en las negociaciones comerciales. Propiciar la internacionalización de cadenas de valor sustentadas en procesos de inclusión económica, favoreciendo procesos de comercio justo. Promocionar las exportaciones e inversiones sobre todo de los actores de la economía popular y solidaria, de los micros y pequeños.	Negociaciones comerciales. Fortalecimiento institucional. Promoción internacional. Desarrollo de la infraestructura técnica y logística. Medidas de Administración del Comercio. Mecanismos específicos de internacionalización inclusiva de pequeños productores.	

(continúa)



**Anexo 3.** Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
	Estructurar un sistema de fomento al “emprendimiento dinámico” mediante un conjunto de mecanismos que promuevan la creación de redes, servicios y productos, que pongan en marcha iniciativas productivas generadoras de valor (transformación productiva), contribuyan al desarrollo territorial, la inclusión económica-social, sean ambientalmente sostenibles y contribuyan al bienestar de la población. Integrar los sistemas de fomento al emprendimiento, innovación y potenciación del talento humano a través de la educación y capacitación técnica.	Incentivar el desarrollo de emprendimientos dinámicos innovadores, rentables, inclusivos, y potenciadores de las capacidades productivas de las regiones. Identificar, apoyar y acelerar el desarrollo de iniciativas empresariales que permitirán transformar la matriz productiva del Ecuador en los próximos 15 años. Impulsar el desarrollo de un sistema de apoyo al emprendimiento que involucre actores públicos nacionales, locales e internacionales, privados y la academia. Promover una cultura emprendedora en la sociedad ecuatoriana articulando al sector público nacional y local, los actores productivos y académicos. Desarrollar una cadena de financiamiento acorde a las necesidades de los emprendedores en cada una de las fases de sus proyectos. Desarrollar oportunidades de inversión para ciudadanos o entidades interesadas en apostar por proyectos de riesgo pero con alto potencial de crecimiento e innovación.	Creación y desarrollo de emprendimientos dinámicos. Creación de instrumentos adecuados que financien los emprendimientos dinámicos. Apoyo a la generación de oportunidades de desarrollo empresarial. Contar en las diferentes regiones de instrumentos de soporte a los emprendimientos. Impulsar los emprendimientos que incorporen innovación tecnológica y generen impactos y externalidades positivas. Formar profesionales con un espíritu emprendedor e institucionalizar la cultura del emprendimiento.	

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
Política de Logística y Transporte	Lograr el desarrollo competitivo, modernización e internacionalización del sector transporte y logístico, incorporando nuevas tecnologías, incentivando la innovación empresarial, e impulsando servicios multimodales, acordes a los requerimientos de los negocios productivos, y dentro de una red integrada física y operacionalmente.	Avanzar hacia la consolidación y formalización del sector transporte, generando empresas de dimensión competitiva en términos de tamaño, robustez, diversificación en la oferta de servicios y calidad: FORMALIZACIÓN Y CONSOLIDACIÓN. Propiciar la transformación del sector transportista ecuatoriano en un prestatario fiable de servicios logísticos competitivos en términos de calidad y costo: TRANSFORMACIÓN DE LOS OPERADORES. Fomentar la comercialización internacionalización de los operadores de servicios de transporte y logística, posicionando a Ecuador como un referente de calidad a nivel de la región andina: INTERNACIONALIZACIÓN. Potenciar la modernización y la competitividad del sector a través de la innovación empresarial y la incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicaciones para la gestión eficiente de las operaciones: INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS Adecuar las capacidades de la oferta de transporte y logística a las necesidades reales de los diferentes segmentos productivos, sin discriminación del mercado atendido: ADAPTACIÓN A SEGMENTOS PRODUCTIVOS.	Infraestructura Servicios Procesos	Nodos logísticos: infraestructura de valor agregado de apoyo al comercio exterior, doméstico y a la comercialización agrícola, puertos, aeropuertos y pasos de frontera Redes: redes de transporte de jerarquía nacional, regional y local; las dos últimas incluyen las redes de acceso a la producción de pequeñas unidades. Este sub-componente incluye además las redes de tecnologías de la información Transporte terrestre (carretero y ferroviario) Transporte acuático (marítimo y fluvial) Transporte aéreo Transporte multimodal Logística integral Macro: procedimientos y tecnologías de la información Micro: incentivos, normas y controles

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general		Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
			Incentivar el desarrollo de la multimodalidad en el sector transporte, como herramienta para el crecimiento sostenible y equilibrado de las potencialidades regionales y el aprovechamiento de la infraestructura instalada a nivel nacional: COMPETENCIA MULTIMODAL. Promover la imagen del sector y propiciar la reducción de las externalidades negativas asociadas a la operación del transporte de carga (ambientales, accidentes, seguridad física, etc.): REDUCCIÓN EXTERNALIDADES NEGATIVAS. Adaptar las instituciones relacionadas con el desarrollo del Sistema Logístico Nacional a las necesidades de fortalecimiento del sector transporte y logística: ADECUACIÓN INSTITUCIONAL. Favorecer una mejor utilización de las infraestructuras logísticas locales y de comercio exterior, completando la creación de una red nacional integrada física y operacionalmente: INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA. Apostar por el desarrollo de las capacidades logísticas nacionales y propiciar la profesionalización de la operación y gestión en todos los ámbitos y niveles de la logística: CAPACIDADES NACIONALES.		

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
Política de Innovación	Fortalecer y desarrollar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales mediante la implementación intensiva de políticas de innovación para la transformación productiva y la articulación de los actores relacionados.	Crear y fortalecer la institucionalidad de investigación, ciencia y tecnología. Articular las instituciones de investigación, centros educativos y sectores productivos Elevar el presupuesto público y privado para I+D. Crear el marco legal que impulse el sistema nacional de ciencia y tecnología para la innovación y el desarrollo. Elevar la inversión en ciencia y tecnología e investigación y desarrollo por lo menos a la media de América latina y el Caribe.	Fortalecimiento de las instituciones de innovación. Articulación de las instituciones de investigación, Centros Educativos y sector privado. Acceso al financiamiento para investigación. Acceso del sector productivo a investigación y desarrollo de productos. Desarrollo de Talento Humano Capacitado. Adquisición de bienes de capital y paquetes tecnológicos. Generación de valor agregado. Mejoramiento de la calidad.	Elaborar un Plan de corto, mediano y largo plazo de investigación, ciencia y tecnología que incluya los ejes de: Formación e investigación, en los que se enmarcan los organismos de investigación, las actividades de investigación y el denominado mercado laboral investigativo; Inversión en I+D+i, que implica un mayor esfuerzo por parte de las empresas al ser partícipes de la investigación y la innovación; el rol de las empresas que garantice el acceso a financiamiento y programas de investigación especialmente de las MIPYMES para promover un cambio de modelo competitivo dirigido a la innovación; coordinación entre múltiples agentes de investigación. Creación de empresas innovadoras como principal mecanismo para promover el desarrollo tecnológico aplicado a las actividades productivas, dentro de un plan de fomento de emprendimientos. Establecimiento de cursos de formación bien orientados, tanto para los que emprenden por necesidad como para los asesores empresariales. Fortalecer la estrategia correspondiente a innovación del Programa FONDEPYME, enfocada a la generación de MIPYMES capaces de desarrollar innovaciones en sus procesos o productos finales, mediante la incorporación de tecnología y generación de economías de escala. Creación de centros de desarrollo tecnológico empresarial para difusión y extensiónismo, que incluyan laboratorios de innovación, aceleradores empresariales,

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				centros de investigación aplicada y desarrollo tecnológico. Creación de instrumentos financieros de fomento a proyectos de investigación de corto y mediano plazo que incluyan, procesos de garantía adecuados, mayor flujo de información, mejor asesoramiento a las empresas en busca de créditos, oferta de capital de riesgo. Creación de subvenciones para unidades de transferencia y comercialización de tecnología de carácter asociativo en centros de educación y desarrollo tecnológico. Creación de fondos concursables para el desarrollo de proyectos de investigación, desarrollo tecnológico e investigación aplicada a la producción. Provisión de apoyo técnico y asesoramiento a las MIPYMES, para inducir y adaptar prácticas de innovación incipiente, orientados a mejorar la productividad, a través de centros de difusión y extensionismo tecnológico. Fortalecer y modernizar el Órgano rector de la política de investigación y desarrollo tecnológico Senacyt. y de los centros de investigación públicos sectoriales como INIAP, INP, entre otros, en sus tareas de coordinación, articulación y vinculación con el sector productivo. Fortalecer los centros de investigación universitarios y de centros de educación intermedia y superior financiando proyectos de aplicación productiva y de transformación. Promoción de excelencia científica e investigativa mediante becas completas de formación de profesionales de alto nivel, con el fin de que lideren grandes proyectos

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
Política de Fomento al Financiamiento	Fomentar el financiamiento de proyectos, programas, iniciativas transformadoras y emprendimientos con enfoque productivo en sectores previamente priorizados, con la coordinación conjunta del MCPE y el MCDS.	Desarrollar programas que fomenten el financiamiento productivo a través de fondos reembolsables y no reembolsables. Coordinar con el MCPE para promover el desarrollo institucional y capacidad operativa de entidades de la banca pública como la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, los cuales al momento no dan respuestas efectivas a las necesidades de financiamiento del sector productivo.	Fomentar el financiamiento del sector productivo atendiendo necesidades a partir de sus demandas específicas (proyectos, iniciativas, emprendimientos) y siguiendo las prioridades para con los sectores seleccionados técnicamente. Fomentar una oferta financiera que responda a la demanda de los negocios nuevos y en marcha, considerando tiempos de inversión, producción y recuperación. Fomentar en la banca pública y privada la creación de instrumentos financieros novedosos,	de investigación científica y centros de desarrollo tecnológico productivo y empresarial para difusión y extensión de innovaciones. Crear premios y concursos de innovación tecnológica sobre la base de necesidades de mejoramiento productivo de todos los sectores económicos. Aplicar metodologías de focalización, determinación y localización de zonas de menor desarrollo relativo. El instrumento principal es el Programa de Estrategias Productivas, el cual ha permitido identificar 14 sectores prioritarios. Emprender programas de apoyo a necesidades de emprendimiento, cofinanciamiento al acceso de tecnología necesaria para la transformación productiva, financiamiento de tecnología con impacto sectorial, capital de riesgo. El instrumento son los programas creados por el MCPEC: EmprendEcuador, InnovaEcuador y CreEcuador. Fomentar el emprendimiento a través del cofinanciamiento con recursos no reembolsables (capital semilla) y pre inversión e inversión (capital de riesgo). Fomentar la democratización del capital a través del apoyo a la incorporación de productores y proveedores como socios de empresas. Contribuir a mejorar la eficiencia energética del sector productivo a través del cofinanciamiento de auditorías energéticas y su implementación en los sectores productivos.

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
		Promover la profundización financiera principalmente en el sector rural que permita generar una demanda de inclusión que sea compatible con los resultados y logros de otras entidades coordinadas por el MCDS. Desarrollar instrumentos financieros específicos y oportunos que se adapten a las necesidades y debilidades del sector productivo, articulando la banca pública y potenciando la misma con las capacidades de la banca privada, a través de la generación de fondos de garantía, capital de riesgo. Para ello es importante un	eliminando las barreras de entrada con que se enfrentan los diferentes sectores y segmentos productivos. Instrumentos novedosos que para el segmento microcrédito, consideren las especificidades de la economía social y solidaria, y que puedan ser implementados optimizando la infraestructura pública y privada existente, y bajo acuerdos de cooperación institucional. Promover el desarrollo del sector de las microfinanzas para promover la atención preferencial a los grupos vulnerables y ampliar la cobertura de servicios financieros que apoyen a este segmento de la población en la aplicación de buenas	Potenciar el desarrollo de la banca pública (CFN y BNF) a través de la reestructuración institucional, selección de personal y operativización de procesos. Aprovechar la capacidad instalada de la banca privada creando incentivos para trabajar de manera conjunta con la banca pública e ingresar a regiones y plazas que hasta el momento no han sido de su interés, ya sea por costos o elevado nivel de riesgo. Es importante promover la articulación de la banca pública con la banca privada para el direccionamiento a nichos de mercado por volúmenes de crédito, desarrollo de productos financieros específicos y flexibilidad de garantías acorde con las características del cliente. Para ello se debe crear instrumentos como garantías solidarias, garantías grupales o seguros por carteras, y promover mecanismos de asociatividad y economía solidaria que permitan implementarlos en el segmento de microcrédito. Revisar el marco legal y la normativa para la creación de nuevos instrumentos financieros orientados hacia la demanda de los 14 sectores prioritarios, la aplicación de instrumentos financieros no tradicionales (leasing, factoring, etc.) y la operativización de herramientas financieras que al momento existen pero no son susceptible de ser implementadas por vacíos legales existentes como capital semilla, capital de riesgo, fondos de garantía. Promover el fortalecimiento de sociedad de propietarios, a través de una intervención temporal del Estado para

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
		marco legal claro que permita operativizar instrumentos financieros novedosos y creativos.	prácticas productivas, eficiencia energética, asociatividad, acceso a tecnología y calidad. Todo ello, reconociendo la existencia de un grupo de oferentes que no pueden ser regulados de la misma forma que el sector financiero tradicional.	luego entregar la propiedad de las acciones a un grupo de la comunidad y promover el desarrollo de un mercado secundario a través del fortalecimiento del mercado de valores. Promover la profundización microfinanciera a través de la coordinación con el MCDS a fin de conocer el flujo de nuevas actividades productivas, riesgo y sostenibilidad en los sectores priorizados. Solucionando la asimetría de información, es posible apoyar con asistencia técnica y educación financiera a la población vulnerable de los 14 sectores previamente priorizados. Contribuir a reducir las brechas de productividad intersectorial y entre los diversos actores productivos, estimulando al sector de las microfinanzas e impulsando la creación de entidades financieras locales a través del incentivo de la asociatividad productiva local; con lo cual las micro y pequeñas empresas reciban cofinanciamiento para garantizar su acceso al aparato productivo, así como recursos de preinversión para el diagnóstico de las necesidades para mejora productiva.
Política de Calidad	Contribuir a lograr el bienestar y seguridad del ciudadano, mejorando la calidad de los productos y servicios que se producen dentro del país o se importan;		Impulsar servicios públicos de calidad. Generar una cultura de calidad. Promover la producción de calidad.	Fortalecimiento del Sistema de Calidad, Sanidad e Inocuidad –SISCAL- como mecanismo de coordinación interinstitucional: se fortalecerá el SISCAL a través de la estructuración de unidades técnicas e incorporación de personal idóneo que trabaje en estas. La estructura mínima de esta instancia deberá contemplar las siguientes áreas: legal/normativa, recursos humanos, información y comunicación, relaciones internacionales, técnica

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
	cuidando la salud de las personas y los animales, preservando los vegetales y minimizando los riesgos al ambiente, orientados a alcanzar los objetivos 2, 3, 6, 9, 11 y 12 del Plan Nacional de Buen Vivir.			de calidad, técnica de sanidad agropecuaria y técnica de inocuidad. Adicionalmente se establecerán los mecanismos de coordinación con las demás instituciones del estado y con el sector privado, así como, indicadores de gestión de las instituciones que conforman el SISCAL Mejoramiento de la capacidad diagnóstica: se apoyará para que tanto los puestos de control, como los laboratorios oficiales y aquellos pertenecientes a la red de laboratorios acreditados mejoren sus equipos e infraestructura, y con esto su capacidad diagnóstica a través del financiamiento para la compra de nuevos equipos y la capacitación al personal técnico. Desarrollo de la capacidad institucional sectorial: se fomentará la mejora continua de todas las instituciones públicas técnicas que hacen parte del SISCAL a través de la evaluación permanente de la gestión de las mismas y dotando a estas instituciones de herramientas que les permita mejorar su capital humano, equipos, e infraestructura. Determinar competencias técnicas requeridas: Esto con el objeto de conocer cuáles son las reales necesidades o requerimiento en capital humano tanto en técnicas de inspección y muestreo como de laboratorio. Definir procesos continuos de evaluación y programas de capacitación: Dirigido a todo el personal que trabaja en las instituciones del Estado. Desarrollo y fortalecimiento de los procesos de autorizaciones, acreditaciones y certificaciones: es

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				necesario el desarrollo y fortalecimiento de los procesos para autorizaciones, acreditaciones y certificaciones de tal manera que se cuente con el suficiente y eficiente recurso humano que pueda poner en marcha de manera eficiente este tipo de programas. Además se mantendrá un Registro de evaluadores y expertos técnicos nacionales, que puedan ser empleados por los organismos nacionales de autorización y/o acreditación de las otras partes. Esta estrategia promueve el empleo de cientos de profesionales de las áreas técnicas a nivel nacional a través de los sistemas de acreditación y/o autorización por un lado, y reducen la carga de trabajo de los organismos oficiales, por el otro. Elaboración de nuevos proyectos para todas las leyes del ámbito: acompañar el proceso de la Conferencia Nacional de Soberanía Alimentaria en la elaboración de las leyes de sanidad animal y vegetal a partir de propuestas de ley elaboradas por organismos técnicos expertos en la materia. Adicionalmente apoyar la preparación de proyectos de las siguientes cuerpos legales con sus respectivos reglamentos: Ley de Mataderos, Ley de Erradicación de la Fiebre Aftosa, Ley de Creación de la CONEFA, Ley de Plaguicidas, Ley de la Calidad, Ley del Consumidor. Revisión de la Normativa vigente y armonización de la misma con los principales referentes internacionales: actualización de las Normas INEN de alimentos (armonización con el Codex Alimentarius) y de la demás normativa INEN con sus respectivos referentes internacionales (ISO por ejemplo), la elaboración de Reglamentos Técnicos por tipos de alimentos, la elaboración de Reglamentos Técnicos para los demás productos

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				no alimenticios y la revisión y actualización de los Decretos Ejecutivo y Acuerdos Ministeriales emitidos en la materia. Construcción de Manuales de Procedimientos: elaboración de manuales para todos los procedimientos que se establece en la normativa vigente en las instituciones respectivas con el propósito de que ningún procedimiento o requisito quede a la interpretación propia de funcionarios o entes acreditados. Estos manuales deberán facilitar la aceptación de los resultados, informes y certificados de la evaluación de la conformidad de organismos acreditados por los organismos nacionales de acreditación de las partes. Diseñar e implementar un plan de sensibilización y educación dirigido a productores, industriales y consumidores: establecimiento de actividades de sensibilización, educación, comunicación y participación comunitaria, tal como establece la Ley Orgánica de Salud, para dar a conocer las buenas prácticas de higiene y expendio de alimentos; así como ejecutar programas de educación sanitaria para manipuladores, expendedores y consumidores de alimentos, fomentando la higiene, la salud individual y colectiva y la protección del ambiente y los beneficios de consumir productos elaborados con Buenas Prácticas –BP-. Fortalecer las instancias de representación del consumidor: Se deberá estructurar la Tribuna de los consumidores de tal forma que sea una instancia con verdadera representatividad de los ciudadanos y que atienda sus demandas de una manera ágil, eficiente y coordinada con las instancias de control del Estado, promoviendo medidas que permitan proteger los intereses de

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				los mismos en ámbitos como: prácticas empresariales leales, publicidad engañosa y comparativa, indicadores y etiquetado de precios, entre otros. Mejora de los canales de denuncia y sanción: Con el fin de proteger al consumidor se mejorará los canales de denuncia y la aplicación de sanciones a los infractores haciendo cumplir tanto la Ley de la Calidad y Defensa del Consumidor así como la Ley Orgánica de la Salud. Para esto se trabajará con la Defensoría del Pueblo y las intendencias para coordinar el trabajo de mejor manera. Implementación del sistema integrado de información y comunicación dinámico entre los consumidores, las unidades productivas y las instituciones del sistema: implementar un sistema de información que consolide, integre e interrelacione los datos y la información correspondiente al manejo de los procesos de valor agregado de las instituciones que forman parte del SISCAL, en un solo sistema de información que permita realizar la gestión global del sector agroalimentario del país. Diseño e implementación de un sistema de notificaciones, alertas, contingencias y emergencias: establecer planes, programas, proyectos y acciones diferenciados para el manejo oportuno y eficaz de notificaciones, alertas, contingencias y emergencias, que deberá ser manejado por comités que se constituyan para dicho fin y que estén conformado por recurso humano idóneo desde el punto de vista científico-técnico. Diseño e implementación de un sistema para asistencia técnica que brinde asesoría y seguimiento en temas calidad: Implementación de sistemas de gestión de la calidad por

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				productos, marcas, marcas colectivas, innovación tecnológica, entre otras. Coordinación de control y vigilancia (sanitaria y de calidad) integrado de alimentos: El objetivo de esta estrategia es la estructuración de un sistema eficiente de control y vigilancia de productos en mercados, puertos, aeropuertos y fronteras. Coordinación de control y vigilancia de calidad integrado de productos no alimenticios: El sistema de control y vigilancia de productos estará integrado por el SISCAL, el INEN, el OAE, la Defensoría del Pueblo y las Intendencias de Policía quienes ejecutarán un programa de control y vigilancia de productos industriales no alimenticios en función de criterios de evaluación de riesgo y de fomento de la producción nacional, el cual, realizará las siguientes acciones: promoción de la cultura de calidad y la acreditación, inspección, certificación y defensa del consumidor. Puesta en marcha del Programa nacional de implementación de gestión de la calidad: capacitar, dar asistencia técnica y acompañar especialmente a pequeños y medianos productores e industriales en temas relacionados con la implementación de: Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas Pecuarias (BPP), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Sistemas ISO. Promoción de acceso a mercados de pequeños y medianos productores con énfasis en la diferenciación de productos por calidad: convertir valores naturales y/o históricos en valores competitivos que permitan a pequeños y medianos productores acceder a través de la obtención de un sello de calidad

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
Política de Capacitación	La política de capacitación se constituirá en un pilar fundamental para el incremento permanente de la productividad y competitividad de la producción, así como para mejorar los niveles de vida de la población y los trabajadores, en concordancia con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2010 – 2013.	Contribuir a mejorar la empleabilidad y a fomentar el trabajo estable, justo y digno. ¹⁸¹ Contribuir a incrementar los niveles de competitividad de los sectores productivos del país con el perfeccionamiento de las habilidades y destrezas de los trabajadores. Asegurar el alcance, la cobertura y la calidad de la capacitación y formación profesional atendiendo las necesidades de los diferentes grupos y las potencialidades	Fortalecer las capacidades de los organismos de capacitación públicos y privados y los mecanismos de articulación entre las instituciones. Fomentar e innovar la capacitación y formación profesional. Facilitar la inclusión de la población al sistema productivo. Promover un servicio de capacitación y formación profesional. Fomentar la economía popular y solidaria a través de procesos de	diferenciada a mercados dinámicos con mejores precios. El sello de calidad estará orientado a certificar atributos relacionados con las buenas prácticas agropecuarias y/o de manufactura así como al cumplimiento de protocolos que permitan a los productores ingresar al sistema de comercio justo. Alinear los esfuerzos de capacitación y formación profesional desarrollados en el país en el marco del Sistema Nacional de Formación Profesional. Diferenciar las competencias de las instituciones en el Sistema Nacional de Formación Profesional en los distintos sectores y territorios. Ejecutar las acciones de capacitación y formación profesional con los recursos del Fondo Nacional de Capacitación y Formación Profesional bajo los lineamientos definidos por el órgano rector del Sistema. Fortalecer al órgano rector del Sistema Nacional de Formación Profesional Desarrollar perfiles profesionales con una conformación tripartita y con los sectores productivo y social en los diferentes territorios, que contribuyan a reducir las brechas entre el perfil requerido y el perfil existente de los trabajadores. Rediseñar los programas de capacitación y formación profesional hacia un sistema con enfoque de competencias laborales. Fomentar la formación de formadores para la capacitación y formación profesional con enfoque de competencias laborales. Incentivar la aplicación de procesos innovadores y flexibles de capacitación y formación profesional. Definir, coordinar y regular la institucionalidad necesaria para

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
		territoriales, locales y sectoriales. Garantizar y afianzar la institucionalidad del Sistema Nacional de Formación Profesional.	capacitación y formación profesional. Facilitar el acceso de la población económicamente activa y grupos de atención prioritaria al Sistema Nacional de Formación Profesional. Contribuir a la generación de emprendimientos productivos.	desarrollar un sistema de certificación de competencias laborales. Crear mecanismos para la articulación público – privada que faciliten el funcionamiento de un sistema de certificación de competencias laborales. Generar incentivos para el acceso de la población económicamente activa y grupos de atención prioritaria a la certificación por competencias laborales. Sensibilizar a la población sobre la importancia de la certificación por competencias laborales. Incentivar procesos de capacitación y formación profesional integral y permanente propendiendo al uso de tecnología. Incentivar la incorporación de los resultados de investigación y desarrollo generados en el país como insumos para la capacitación y formación profesional. Adaptar los esquemas de formación a las particularidades y realidades sectoriales, territoriales y ambientales Fortalecer el sistema de información de capacitación y formación profesional para los distintos sectores, orientado a acercar a la oferta con la demanda. Fortalecer la oferta de capacitación y formación profesional generando acciones que permitan el mejoramiento del personal así como la capacidad instalada para procesos formativos. Establecer mecanismos diferenciados de acreditación de proveedores del servicio de capacitación y formación profesional. Fortalecer el sistema permanente de seguimiento, monitoreo y evaluación de resultados e impacto de la capacitación y formación profesional.

(continúa)

Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				Fortalecer los mecanismos de articulación público-privado para la detección de demandas de capacitación a través de procesos de investigación sectorial y territorial acorde con las metas de transformación productiva. Propiciar mecanismos de capacitación y formación profesional que consideren aspectos de responsabilidad social empresarial así como también conocimientos ancestrales y tradicionales existentes en los distintos sectores y territorios. Fomentar el diseño y ejecución de estudios que orienten al sistema nacional de formación profesional. Incentivar la creación de programas de capacitación y formación profesional que incluyan el fortalecimiento de procesos asociativos en el ámbito de la economía popular y solidaria. Articular los procesos de capacitación y formación profesional con mecanismos de acompañamiento integrales y sostenibles para los actores de la economía popular y solidaria. Diferenciar y adaptar los esquemas de financiamiento de capacitación y formación profesional en base a las particularidades territoriales y sectoriales de la población atendida. Articular los procesos de capacitación y formación profesional con programas de financiamiento para la generación de emprendimientos. Propiciar el acercamiento de la capacitación y formación profesional a la población utilizando las capacidades instaladas en los territorios, e incentivar la creación e integración de proveedores locales de servicios de capacitación y formación profesional así como la movilidad de aquellos que cuenten con

(continúa)





Anexo 3. Políticas transversales de la ATP 2010-2013, con impacto en las PYMES (Cont.).

Política general	Objetivo general	Objetivos específicos	Políticas específicas	Instrumentos
				las capacidades para satisfacer las necesidades de los territorios Diseñar e implementar una estrategia de difusión permanente de la capacitación y formación profesional a nivel nacional. Promover la generación de programas de capacitación y formación profesional que potencien las capacidades de la población para la formulación, seguimiento, y evaluación de proyectos productivos. Crear programas y proyectos técnicos para intercambios de experiencias entre sistemas similares a nivel internacional. Gestionar Convenios para Cooperación Internacional al Sistema.

Fuente: Agenda para la Transformación Productiva 2010-2013. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.



Sin lugar a dudas, el libro Visión Glocal de las Pymes, aborda un tema que concita al interés por conocer los aspectos más destacados que inciden en las Pymes del Ecuador y que podrían influenciar en la toma de decisión para emprender en este tipo de actividades desde una mirada más global desde el contexto mismo de cualquier localidad.

El texto aborda el vocablo glocal, importante término, muy actual, pero no muy conocido por los potenciales lectores, mientras revisa los aspectos en los cuales recaen los elementos evaluativos de política estatal del Ecuador y de organismos internacionales representativos, en el marco de las leyes y decretos que lo avalan.



ISBN: 978-9942-920-41-6



9 789942 920416