

# Pymes con tendencia exportadora

Un estudio realizado por una investigadora mexicana revela que en el país hay al menos mil 500 pequeñas y medianas empresas *Born Global*, compañías con vocación internacional que exportan en sus dos primeros años de vida. Ni el Gobierno Federal, ni las propias firmas saben de ese potencial.

PURI LUCENA

En México hay registradas ante la Administración General de Aduanas aproximadamente 30 mil empresas exportadoras, la mayor parte de ellas, grandes corporativos, a pesar de que 99% de las compañías del país son Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes). Si se tiene en cuenta que al mes de julio el país tiene un déficit de dos mil 507 millones de dólares en la balanza comercial, existe un importante campo de acción para empresas mexicanas interesadas en enviar sus productos al exterior.

Por ello, es relevante el estudio de la Universidad de Cardiff, en Gales, realizado por la investigadora mexicana Silvia Lozano, el cual revela que el país tiene al menos mil 500 Pymes, únicamente en el sector de alta tecnología, con vocación internacional.

La investigadora centra su estudio en las Pymes denominadas *Born Global*, que son compañías que desde el momento que nacen tienen una vocación global y que en los primeros dos años de vida ya están exportando al menos una cuarta parte de su producción, aunque algunas de ellas llegan a comercializar fuera de las fronteras nacionales el total de su producción.

Del total de empresas identificadas en el país, un 75% están insertas en el sector manufacturero, en los rubros de equipo de cómputo y periférico, electrónicos y componentes electrónicos semiconductores y elementos de medición. El restante 25% se dedican a servicios como el diseño de sistemas de cómputo y relacionados. Si bien el estudio se centra en un sector concreto, puede aplicarse a otras industrias, como la agroalimentaria, que cuenta con un gran potencial de exportación.

Hasta ahora, este tipo de Pymes, definidas por primera vez hace 15 años, se habían detectado en países de economías desarrolladas como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Italia o España. Sin embargo, es el primer acercamiento formal realizado en un país en vías de desarrollo. "Lo más interesante es que estas empresas generan empleos de muy buena calidad, que están insertas en un sector en crecimiento, como el de la alta tecnología, y que están logrando tener presencia en un mercado internacional", afirmó Lozano.

"Lo que define a este tipo de empresarios es que cuentan con una orienta-

ción emprendedora muy alta al riesgo, con mucha proactividad y autonomía, con una estrategia de innovación conocida como 'ambidiestra', es decir, que permite tener la flexibilidad para identificar oportunidades del exterior y rápidamente involucrarlas dentro de su empresa para generar una respuesta al mercado que sea competitiva, eficiente, rápida y eficaz", continuó la académica.

Y es que la innovación, que permite detectar en el entorno necesidades no cubiertas, se ha convertido en una herramienta clave para el éxito. La alta calidad o el bajo precio han dejado de ser un valor o una característica que distingue a una empresa a la hora de introducirse en nuevos mercados y ahora es solamente un requisito básico de entrada.

No es solo la capacidad de inventar algo nuevo, sino también realizar adecuaciones a productos o servicios ya existentes, como procesos de logística o procesos post o preventa, incluso generar un plan de exportación diferenciado, que pueden ser patentadas, aunque en muchos casos no se hace.

## Cambio en la estrategia

Una vez con el primer paso dado, todo parece indicar que el siguiente movimiento sería aprovechar el estudio para

generar mejores programas de apoyo a las empresas, si bien la cuantía dedicada a esta materia es escasa, como reconoce el director de Estrategia y Competitividad de ProMéxico, Manuel Sandoval. "La asignación de recursos es baja en innovación, es cierto, pero también lo importante es saber dónde aplicarlos para que se detonen proyectos más importantes".

En los países desarrollados, las bases de datos sobre Pymes están diferenciadas en base a ciertos elementos mientras que, en México, agregó la investigadora Lozano, los organismos gubernamentales siguen realizando bases de

datos en las que aglutinan a todas las Pymes, sin importar si exportan jirones o un producto de alta tecnología. Por ello, sería recomendable que estas listas se dividieran según las características de las empresas, a fin de generar acciones específicas para cada una de ellas.

En esta línea, coinciden los analistas, se debería impulsar la formación para el registro de patentes, que preci-

samente es uno de los factores de medición internacional para determinar el índice de innovación de un país, además de que es una forma de defender las ventajas competitivas de una empresa e incluso de afrontar una crisis, ya que las compañías que no se renuevan constantemente son más propensas a sufrir sus consecuencias.

Para Sandoval, una de las cuestiones es que en México aún no hay una conciencia generalizada en la materia. "El empresario mexicano no está acostumbrado a ver sus empresas como producto de innovación que, incluso, pueden vender en un momento dado y 'producir' más empresas".

Mariano Mastrangelo, director para Latinoamérica de la empresa de consultoría RGX, afirmó que las Pymes deben apostar por la innovación porque impacta directamente en la productividad de la empresa. "Y la productividad genera un aumento de la competitividad. Lo mejor para una pequeña y mediana empresa es encarrilar procesos de mejora permanente. Lo

que tienen que hacer es mejorar y renovar productos en base a lo que ve en el mercado".

Precisamente, la capacidad de analizar qué está sucediendo en el mercado internacional es una de las características que destacan en aquellas empresas que hacen de la innovación su camino y que puede consolidarse como una estrategia para lograr la supervivencia. Hay que recordar que éste es uno de los principales retos que tiene que afrontar una Pyme, ya que su promedio de vida es de aproximadamente cinco años. Según el Banco Interamericano de Desarrollo, 80% de las Pymes mexicanas desaparecen cuando cambian de generación.

"La innovación surge de mirar alrededor y ver lo que necesita el entorno", señaló Mastrangelo, por lo que la vinculación con el exterior es fundamental para las empresas a fin de captar las señales que emiten los mercados internacionales y adaptar sus productos a estas necesidades. Según un estudio elaborado por RGX en el que participaron 530 Pymes latinoamericanas, 50% tuvieron que modificar sus productos para poder exportar, una cifra que aumenta hasta 61% en el caso de las mexicanas.

Y si bien una Pyme puede tener carencias estructurales que no tienen que enfrentar competidoras de mayor tamaño, la estrategia debe ser buscar lo que no se tiene en el exterior, y acudir, por ejemplo, al ámbito académico. "Si no tengo un departamento de Innovación y Desarrollo, me puedo acercar a la universidad para buscar apoyo", expuso el especialista en comercio internacional. Algo que ya hacen 40% de las empresas mexicanas consultadas y 49% si se toma en cuenta todas las latinoamericanas, aunque sólo 2% financian algún tipo de proyecto.

Silvia Lozano advirtió que se puede tomar como ejemplo a las Pymes *Born Global* a fin no solo de apoyarlas y acelerar su desarrollo para que puedan seguir subsistiendo, pues éstas también se enfrentan al reto de la supervivencia, sino para replicar su modelo en nuevas empresas y fomentar esta visión en el ámbito educativo a fin de formar a los futuros empresarios.

Y por qué no, posicionar a México como punta de lanza en materia de innovación y como ejemplo para otras economías latinoamericanas en desarrollo empresarial.

1,500

Pymes mexicanas en el sector de alta tecnología con vocación internacional

