



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Departamento Académico de Economía

Licenciatura en Economía

**Participación de las pymes argentinas en Cadenas
Globales de Valor: Revisión de la literatura y análisis
de políticas locales**

Autor: Lucía González Moreno

Legajo: 25.175

Mentor: Daniel Friel

Buenos Aires, Victoria, Septiembre 2017

*Participación de las pymes argentinas en Cadenas
Globales de Valor: Revisión de la literatura y
análisis de políticas locales.¹*

Trabajo de Graduación
Universidad de San Andrés
Lucía Gonzalez Moreno

21 de Septiembre, 2017



Resumen

Las pequeñas y medianas empresas a nivel mundial contribuyen al PIB aproximadamente en un 45%, lo que se explica en gran parte por la baja productividad (OMC, 2016). La participación en el comercio mundial puede aumentar la productividad de diversas maneras. Una de las formas que se proponen a las firmas para lograr la internacionalización, es la participación en las Cadenas Globales de Valor (GVC).

Las Cadenas Globales de Valor ayudan a las pymes a adquirir conocimientos, desarrollarse y explotar las economías de escala, lo que refuerza el crecimiento y el empleo. Sin embargo, muchas veces la falta de conocimientos especializados y tecnología, junto con el acceso deficiente a la financiación, los costos de logística e infraestructura, mano de obra poco especializada y la incertidumbre reglamentaria dificultan la participación de esas empresas en GVC ya que los costos se transforman en obstáculos.

Mediante una revisión de la literatura y un estudio descriptivo de la situación actual de las pymes argentinas se busca analizar cuan buenas son las políticas públicas existentes en el país que fomentan la inserción en GVC y en caso de ser necesario, recomendar otras políticas públicas adecuadas y específicas que mejoren la participación de las pymes locales en cadenas globales de valor y por ende que permitan disuadir los costos fijos que el comercio global impone ya que son las mismas cadenas las que obligan el cumplimiento de requisitos.

¹ Agradezco a Daniel Friel por el acompañamiento y compromiso a lo largo de todo el proceso.

Contenido

1. Introducción y Motivación-----	4
2. Revisión de la literatura de Cadenas Globales de valor-----	10
2.1. Definición, origen y la importancia de integrar GVC.-----	10
2.1.1. ¿Por qué es importante que los países participen en GVC?-----	10
2.2. Relación entre pymes y Cadenas Globales de Valor-----	11
2.2.1. Beneficios y Obstáculos de las pequeñas y medianas firmas-----	12
2.3. Dimensiones de análisis: coordinación en las GVC e implicancias para la innovación-----	14
3. Las pymes en la Economía Argentina: panorama actual.-----	18
3.1. Contribución a la Economía Argentina: Empleo, Crecimiento y PIB-----	18
3.1.1. Las pymes Manufactureras-----	20
3.2. Desempeño productivo de las pymes Manufactureras: inserción internacional-----	21
3.2.1. Dinámica exportadora por sector-----	23
3.3. La importancia de la gestión comercial para afrontar los desafíos-----	24
3.4. Políticas Públicas Argentinas: como ayuda el Gobierno a aumentar la productividad y el comercio exterior de las pymes-----	27
3.4.1. Políticas conjuntas: I+D, Educación y cumplimiento de Estándares-----	27
3.4.2. Alivio financiero: políticas, leyes y programas de financiamiento-----	29
3.4.3. Escenario de participación: políticas relacionadas al comercio mundial-----	30
4. Políticas recomendables dentro de la literatura de GVC: casos globales y exitosos-----	33
4.1. Rol de los factores internos de la firma-----	33
4.1.1. Adopción de tecnología: innovar e invertir-----	33
4.1.2. Financiamiento: herramienta clave para el aumento de productividad-----	34
4.1.3. Cumplimiento de estándares-----	36
4.1.4. Mano de Obra: Capacitaciones y el rol clave del Gerenciamiento-----	39
4.2. Rol de los factores externos-----	42
4.2.1. Logística e Infraestructura-----	42
4.2.2. Facilitación Comercial: iniciativas y motivaciones globales-----	43
4.2.3. Política Comercial: siempre las pymes las menos favorecidas-----	44
5. Reflexiones sobre las políticas: Lo que hace Argentina y que le falta para mejorar la inserción en Cadenas Globales de Valor-----	46
5.1. Qué está bien, qué está mal y qué se puede mejorar-----	46
5.1.1. Escenario de política en función de FACTORES INTERNOS-----	46
5.1.2. FACTORES EXTERNOS: Argentina como país proactivo-----	52
6. Conclusión y Comentarios Finales-----	56
7. Bibliografía-----	57

1. Introducción y Motivación.

La globalización y el aumento de la integración económica regional han intensificado la competencia tanto en el mercado nacional como en el internacional, y han desencadenado nuevos modelos de negocios mundiales. Dentro de la literatura actual, el más omnipresente de estos modelos ha sido el desarrollo de Cadenas Globales de Valor (GVC su sigla en inglés).

Se entiende como cadena de valor a la secuencia de unidades productivas que realizan actividades tangibles e intangibles, agregando valor en pos de la creación de un bien o servicio, y que abarcan desde su concepción, hasta la entrega final a los consumidores. Cuando una cadena de valor o producción comprende establecimientos ubicados en diferentes países, puede decirse que es una cadena global de valor (Bianchi y Szepak, 2015). Esta forma de inserción en el comercio internacional cada vez está tomando mayor protagonismo en las agendas de investigación de diversas entidades e importantes institutos académicos especializados en economía y comercio internacional tales como La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como también por otras instituciones como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el Banco Mundial.

Las GVC prosperaron notoriamente desde mitad de los años ochenta, como consecuencia de la denominada “segunda desagregación”² de la globalización, la cual se caracterizó por los fuertes avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones, la reducción de costos de transporte, la liberalización del comercio y el incremento de la inversión extranjera directa (Bianchi y Szepak, 2015)³. La suma de estos cambios llevó a que cada vez más sean los países que forman parte de esta nueva forma de comercialización, ya que las GVC se caracterizan por la creciente interconexión entre países, el aumento de la participación de insumos intermedios en las importaciones mundiales y la especialización, tanto de los países como de las empresas, en determinadas tareas y funciones.

Si se mira a las Cadenas Globales de Valor como metodología, puede decirse que son una herramienta útil para rastrear los patrones cambiantes de la producción global, vincular las actividades geográficamente dispersas y los actores de una sola industria y determinar el papel que desempeñan tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. El marco de las GVC se centra en las secuencias de valor agregado dentro de una industria, desde la concepción hasta la producción y el uso final. También en su trabajo, se investigan las descripciones de puestos de trabajo, las tecnologías, los estándares, las regulaciones, los productos, los procesos y los mercados en industrias y lugares específicos, proporcionando así una visión holística de las industrias globales tanto desde arriba como abajo (Gereffi y Fernandez Stark, 2011)⁴.

² Referencia a “Trade and Industrialisation after globalisation’s 2nd unbundling: how building and joining a supply chain are different and why it matters”. Baldwin (2011).

³ Bianchi, Eduardo y Szepak, Carolina. “Cadenas globales de valor, comercio internacional y actuación empresarial”. Revista Argentina de Investigación en Negocios, (Abril, 2015).

⁴ Gereffi, Gary y Fernandez Stark, Karina. “Global Value Chain Analysis: a primer”. Center of Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC). Duke University, Durham, North Carolina, Usa. May, 2011.

Desde un principio el movimiento de deslocalización productiva, iniciado por las grandes empresas, tuvo por objetivo principal hacer más eficiente la producción de bienes y servicios. Para lograrlo delegaban parte del proceso de producción a una filial de otro país a través de inversión extranjera directa; o a través de la externalización de parte del proceso de producción en empresas totalmente independientes en otros países, es decir, la realización de una subcontratación en el extranjero. De esta forma, al día de hoy, las empresas multinacionales, a fin de mejorar la eficiencia y poder maximizar los beneficios, desempeñan un papel clave en la organización y control de estos sistemas de producción, beneficiándose de las diferencias de localización en costos, infraestructura, capacidades en manufactura, marketing y logística y en regímenes de comercio e inversión. Esto tiene efectos de gran alcance sobre la competitividad, la transferencia transnacional de nuevas tecnologías, ideas, habilidades, conocimiento y aprendizaje, y potencialmente ofrece mayores oportunidades para alcanzar beneficios de bienestar (Gereffi y Kaplininsky, 2001; Ferrando, 2013; Rabellotti y Pietrobelli, 2004⁵).

No obstante, las cadenas globales de valor traen nuevos desafíos porque esta división de tareas a nivel internacional al estar coordinadas por empresas que generalmente se localizan en los países desarrollados, sus proveedores suelen ser empresas que se encuentran en países en desarrollo. Por este motivo para las economías mundiales, sobre todo para las menos desarrolladas, la participación en las GVC y aún más en tareas de mayor valor agregado, (diseño, marketing, publicidad, entre otros) se convierte en una vía rápida hacia el desarrollo y la industrialización pero también en un desafío por las presiones competitivas crecientes para los productores (Ferrando, 2013; Banga, 2013).

Oportunidades y desafíos

La participación en las GVC amplía las posibilidades de obtener beneficios. Son grandes las ventajas de participar en un régimen abierto de comercio e inversión y, por lo tanto, disminuye las presiones para el proteccionismo. Puede ayudar a los productores de los países en desarrollo a entrar en los mercados extranjeros, a ganar más divisas, a diversificar sus exportaciones y, lo que es más importante, a adquirir nuevas habilidades, conocimientos y tecnología. Esto se debe a que el comercio, la inversión y los conocimientos que sustentan las cadenas globales de valor pueden proporcionar mecanismos para el aprendizaje rápido, la innovación y la modernización industrial, que pueden conducir a resultados de trabajo más productivos sobre todo en los países en desarrollo. Las empresas más nuevas de los países en desarrollo pueden aprovechar la ventaja de su llegada tardía para aprovechar las nuevas tecnologías, en lugar de tener que reproducir toda la trayectoria tecnológica anterior. Las GVC pueden acelerar su aprendizaje, ya que al relacionarse con socios extranjeros constantemente obtienen no sólo la tecnología y el conocimiento adecuado sino también crean nuevas capacidades como consecuencia de las externalidades positivas de este sistema de producción colectivo (ECLAC, 2014).

Esta vía de integración en la economía mundial permite y facilita enfrentar las condiciones macroeconómicas y empresariales de los diferentes países a las presiones competitivas más fuertes, estimulando a un país a mejorar la infraestructura física y los

⁵ Pietrobelli, C. Y Rabellotti, R. (2004). *Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin América: The Role of Policies*. Inter-American Development Bank. Washinton D.C: Sustainable Development Department Best Practices Series.

servicios públicos, y a crear un entorno más favorable a las empresas. Una vez que un país participante comienza a cosechar los beneficios de estas oportunidades, las medidas de política de distorsión del comercio y la inversión se convierten en una opción menos atractiva (CEPAL, 2014).

La nueva escena mundial de los negocios también presenta nuevos desafíos para los países en desarrollo y sus empresas. La intensificación de la competencia y de las capacidades tecnológicas, hace que tanto los pequeños proveedores que no poseen las capacidades y las ventajas competitivas en precio, calidad, cantidad y entrega, como las empresas exitosas pueden encontrar dificultades para mantener la competitividad a medida que los salarios en sus países aumentan y las condiciones del mercado cambian. Algunas regiones y economías en desarrollo han logrado aprovechar las oportunidades que surgen de este nuevo entorno empresarial habiendo alcanzado un mayor crecimiento de las exportaciones y cuotas de mercado globales, y han mejorado sus capacidades industriales y tecnológicas (Van Dijk y Trienekens, 2002).

Internalización en GVC: rol de las pymes

Las cadenas de valor mundiales han cambiado gradualmente la forma en que se organiza la producción, ya que la subcontratación de actividades y la fragmentación de la producción es primordial en esta forma de participar en el comercio mundial (OCDE, 2007). La forma de globalización está controlada principalmente por la búsqueda de la eficiencia, que consiste en buscar insumos a partir de fuentes de abastecimiento de menor costo o de productores más eficientes, ingresar en mercados nuevos y en crecimiento y buscar activos y socios complementarios y estratégicos. En la última década la organización de la producción ha sufrido una dramática evolución que puede conducir a nuevas formas de organización industrial a nivel mundial.

Estos acontecimientos han presentado nuevos desafíos y oportunidades para las pequeñas y medianas empresas (pymes). A pesar de las numerosas barreras y limitaciones de capacidad que enfrentan debido a su tamaño relativamente pequeño, las pymes se convirtieron en un ingrediente vital y esencial para el crecimiento económico y la generación de empleo en la economía de países desarrollados y en desarrollo (OMC, 2016).

La participación de las pymes en las GVC debe situarse en un contexto más amplio que la simple internacionalización al mercado global. La reorganización de la producción a nivel internacional y el desarrollo de las GVC son importantes para las pymes, en particular mediante la ampliación de sus oportunidades de negocio y su difusión en el mercado. Las GVC pueden proporcionar un mejor acceso a la información, abrir nuevos mercados y crear oportunidades de aprendizaje y actualización tecnológica, ya que las transacciones e inversiones vinculadas a las GVC normalmente vienen con sistemas de control de calidad y estándares globales prevalecientes (costo, entrega, calidad y just-in) que suelen superar a los sistemas de las economías nacionales e internacionales. Como consecuencia, los proveedores y los individuos pueden ser impulsados a obtener nuevas competencias y habilidades a través de su participación en las GVC.

No obstante, entrar en los mercados internacionales y realizar actividades transfronterizas es un paso difícil y costoso para las pequeñas y medianas empresas. Se puede observar que las empresas consideran insuficientes sus capacidades y recursos internos y carecen

de autoconfianza para entrar en los mercados internacionales debido a la dificultad en identificar oportunidades de negocios en el extranjero, mantener el control sobre los intermediarios extranjeros o bien acceder a los canales de distribución de las exportaciones (OCDE, 2007; Ferrando, 2013; Van Dijk y Trienekens, 2002). Todos estos obstáculos se vuelven un costo fijo para las pymes a la hora de insertarse en el mercado mundial.

Por lo tanto, la participación en las GVC tiene el potencial de aportar beneficios considerables a las pymes pero si no tienen en cuenta la creación de capacidad, el desarrollo de un nuevo paradigma de crecimiento y de una estrategia empresarial, tal oportunidad se perderá. Las empresas que se han integrado con éxito en una o más cadenas de valor han sido capaces de obtener estabilidad o ampliar sus negocios. Aunque las pymes que han optado por mantenerse al margen de las GVC, reconocen el potencial de crecimiento asociado con la participación en estas cadenas (OCDE, 2007).

En base a lo dicho previamente, la cooperación y la participación en las GVC se considera un criterio clave para el éxito de las pymes en la internalización en el comercio mundial ya que puede aportar una serie de beneficios, como la mejora competitiva y el aprendizaje mejorado. Sin embargo, esta inserción por parte de las pymes no es sólo una cuestión de participar en estos sistemas de producción, sino como hacerlo de modo eficaz. Para ello, se necesita de un arduo trabajo no sólo de las mismas empresas sino también de cuan favorables y adecuadas son las distintas políticas comerciales e industriales que el Gobierno, como responsable político, desarrollará para garantizar una disminución de los costos de los insumos intermedios y servicios, y así mejorar la competitividad de las exportaciones en los mercados globales (Van Dijk y Trienekens, 2002).

Como bien se dijo arriba, las políticas industriales tienen un rol fundamental en la inserción de las pequeñas y medianas firmas en las GVC ya que estimulan y acompañan a las firmas en la integración (Ferrando, 2013). Esto se debe a que los postulados gubernamentales también entraron en un proceso de cambio cuando las Cadenas Globales de Valor comenzaron a implementarse como forma de internacionalización no sólo para desarrollar un entorno de apoyo y colaboración para los sectores inetrados sino también porque las mismas firmas de los países desarrollados comenzaron a demandar políticas industriales para poder alcanzar sus objetivos e intereses como era incrementar sus ganancias, combinando tecnología y conocimientos con los salarios más convenientes de los países en desarrollo (Pietrobelli y Rabellotti, 2002). Por su parte, estos últimos ofrecían abrir sus economías con el fin de recibir inversiones e industrializarse, tal como ocurre al día de hoy (Bianchi y Szpak, 2015).

El proceso de industrialización por medio de la integración en Cadenas Globales de Valor no sólo se puede lograr a través de la liberalización comercial, sino también mediante políticas regulatorias dinámicas y deliberadas (Ferrando, 2013) teniendo en cuenta las tendencias del mercado global y local y de las fortalezas y las debilidades competitivas de las empresas en base a los distintos procesos productivos. El fin de las políticas gubernamentales es estimular el proceso de aprendizaje, los sistemas nacionales de innovación, los clusters o asociaciones consolidadas, las capacidades tecnológicas y la disponibilidad de infraestructura de las pequeñas y medianas firmas que buscan participar de las GVC (González et Al, 2012; Cattaneo et Al., Bianchi y Szpak, 2015, Keane, 2014⁶).

⁶ Keane, Jodie. (2014). Global value chain analysis: what's new and what is still missing?. ODI Briefings.

Si se busca resumir todo lo postulado anteriormente, se sostiene que la economía mundial se estructura cada vez más en torno a las Cadenas Globales de Valor (GVC) que llegan a representar una parte importante del comercio internacional, el PIB mundial y el empleo (OMC, 2016). Para las pymes, a nivel global, integrar las GVC constituye una opción estratégica que puede proporcionar oportunidades estructurales interesantes y sobre todo es una forma de superar algunas de las dificultades que tienen para acceder a los mercados internacionales. Sin embargo, la falta de conocimiento especializados y de desarrollo tecnológico, junto con el acceso deficiente a la financiación, los costos de logística e infraestructura y la incertidumbre reglamentaria dificultan la participación de esas empresas en las cadenas globales de valor. No obstante, en ningún momento se hablo de números o estimaciones de participación de las pymes en GVC. Esto se debe a que a nivel pymes, desafortunadamente, no existen estadísticas, internacionales ni mucho menos locales, concretas que permitan un análisis comparativo de la importancia de este fenómeno para las economías en los países desarrollados y en desarrollo (Ferrando, 2013; Banga, 2013; Gereffi y Fernandez Stark, 2011).

En la actualidad, al no existir datos agregados que permitan una cuantificación adecuada para estudiar en profundidad la configuración de estas cadenas productivas internacionales, el hecho de ser un campo que incluye estrategias de empresas, el análisis empírico sobre Cadenas Globales de Valor está basado en estudios de casos de empresas multinacionales, pymes y clusters de pymes en distintos sectores y regiones de la geografía mundial. Inclusive las conclusiones y resultados de las investigaciones suelen ser específicas a empresas e industrias.

Esta controversia de las GVC fue la motivación del trabajo ya que si bien en un principio la idea era mostrar cuantitativamente la participación de las pymes argentinas en las Cadenas Globales de Valor, dada las restricciones de información, se optó por un elemento cualitativo clave en la integración de las pequeñas y medianas firmas en las GVC, que son el rol de las políticas gubernamentales de cada país. En base a la literatura de esta nueva forma de producción provista por algunos Organismos Mundiales (Omc, Banco Mundial, OCDE, UNCTAD, ECLAC, BID) y también de informes de destacados autores especializados como Gereffi, G.; Humphrey, J.; Schmitz, H.; Fernandez-Stark, K.; Pietrobelli, C., Rabellotti, R., entre otros, la siguiente pregunta es central para esta tesis: ¿Qué tipo de ayuda necesitan las pequeñas y medianas firmas para insertarse en GVC?

Estructura del trabajo

El objetivo de este trabajo es poder mostrar las políticas gubernamentales que desarrolla e implementa Argentina para promover la integración de las pequeñas y medianas firmas en las Cadenas Globales de Valor y que medidas industriales faltan para mejorar la inserción y por ende internalizar mejor los costos asociados al comercio mundial. Se pretende comprender el fenómeno de las GVC y los beneficios que puede otorgarle a las pymes nuevas políticas globales exitosas para participar de cadenas de valor teniendo en cuenta las políticas vigentes y el contexto local argentino sin dejar de lado todos los factores económicos y humanos que entran en juego a la hora de evaluar el resultado de una herramienta de internacionalización.

El trabajo se organiza en cinco capítulos, incluyendo la introducción como primera sección, contando cada uno con sus respectivas divisiones y subdivisiones.

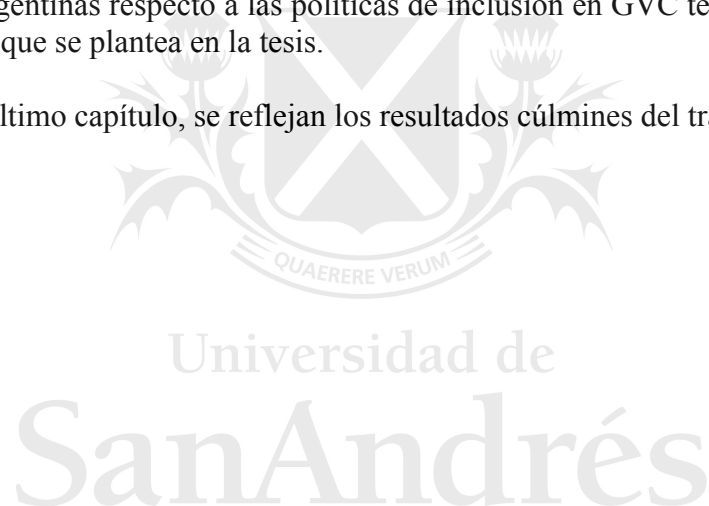
En el segundo capítulo se realiza una revisión de la literatura de las Cadenas Globales de Valor describiendo las distintas ventajas y desventajas de las pymes al integrarse en ellas. También se detallará la estructura que la caracteriza con los respectivos elementos. Asimismo, se buscará mostrar la importancia de las GVC en la economía mundial actual.

En el tercer capítulo se detallará la situación actual de las pymes Argentinas, en términos de composición, aportes al Gobierno y de cual es el contexto internacional en el que se mueven. Asimismo, se enumeraran y detallarán las políticas industriales y comerciales vigentes en el país.

En el cuarto capítulo se desarrollarán las políticas públicas existentes a nivel global para fomentar y acompañar a las pymes en la inserción en GVC. Además, se nombrarán casos exitosos globales como consecuencia de la implementación de dichas políticas.

En el quinto, se presentarán las conclusiones más sólidas y conjeturas a la situación actual de las pymes argentinas respecto a las políticas de inclusión en GVC teniendo en cuenta la problemática que se plantea en la tesis.

En el quinto y último capítulo, se reflejan los resultados cúlmines del trabajo.



2. Revisión de la literatura de Cadenas Globales de Valor

2.1. Definición, origen y la importancia de integrar GVC.

El comercio internacional ha aumentado a un ritmo acelerado durante las últimas décadas, sobrepasando las tasas mundiales de crecimiento de producción e ingreso (González et Al, 2012)⁷. Este desarrollo del mercado internacional como consecuencia de la globalización, de la revolución de la tecnología de información y de las comunicaciones, llevó a la fragmentación geográfica de los procesos productivos de bienes, es decir, en la producción de bienes compuesto de materiales, partes, componentes y servicios, fabricados en distintos países (Gereffi y Fernandez-Stark, 2011)⁸. Este nueva forma de producir recibió el nombre de Cadenas Globales de Valor (GVC) y generó un fuerte aumento del comercio de bienes intermedios entre los distintos países intervinientes en una misma cadena de valor, y en términos productivos, los países comenzaron a especializarse en actividades o tareas productivas y no en la industria completa.

Se entiende como Cadena Global de valor a la secuencia de todas las actividades funcionales requeridas en el proceso de creación de valor que involucra a más de un país (Banga, 2013, p.6). Este concepto se remonta al final de los años setenta con algunos trabajos sobre la "cadena de productos básicos" (Hernandez et Al, 2014)⁹. La idea básica fue trazar todos los conjuntos de insumos y transformaciones que conducen a un "bien consumible final" y describir un conjunto de procesos vinculados que culminan en Cadenas Globales de Valor (Hopkins y Wallerstein, 1977).

El concepto de "cadena global de productos" fue introducido posteriormente en la obra de Gary Gereffi (1994), describiendo, por ejemplo, la cadena de mercancías de prendas de vestir, desde materias primas (como algodón, lana o fibras sintéticas) hasta productos finales. En los 2000, se produjo un cambio de la terminología de "cadena global de productos" a "cadena de valor global" que surgió del análisis de la organización comercial y industrial y sus determinantes como cadena de valor añadido en la literatura empresarial internacional (Porter, 1985).

2.1.1 ¿Por qué es importante que los países participen en GVC?

Las experiencias de los países demuestran que una mayor vinculación a las GVC ofrece la oportunidad de aumentar la producción y crear empleo en aquellas industrias en las que el país puede no tener la ventaja comparativa en la producción de los productos finales, pero tiene otro tipo de ventajas en la producción de sus productos intermedios en términos de mano de obra de bajo costo, posesión de habilidades particulares o factores como tierra, o ambiente inducido por la política (Banga, 2013). Esta vía de integración en la

⁷ González, Andrea; Hallak, Juan Carlos; Schott, Peter y Soria Genta, Tatiana. "Inserción de firmas argentinas en cadenas globales de valor no orientadas hacia el mercado masivo". Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Noviembre, 2012.

⁸ Gereffi, G. y Fernandez-Stark, K. (2011). GLOBAL VALUE CHAINS ANALYSIS: A PRIMER. Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC). USA, Duke University.

⁹ Hernández, R.; Martínez, J.M. y Mulder, N. (2014). *Global value chains and world trade: Prospects and challenges for Latin America*. ECLAC Books, No. 127 (LC/G.2617-P). Santiago, Chile, Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC).

economía mundial permite exponer las condiciones macroeconómicas y empresariales de los diferentes países a las presiones competitivas más fuertes, estimulando a un país a mejorar la infraestructura física y los servicios públicos, y a crear un entorno más favorable a las empresas. Una vez que un país participante comienza a cosechar los beneficios de estas oportunidades, las medidas de política de distorsión del comercio y la inversión se convierten en una opción menos atractiva (UNIDO, 2004). Esto se debe a que la cooperación en las Cadenas Globales de Valor amplía las posibilidades de obtener beneficios de un régimen abierto de comercio e inversión y, por lo tanto, disminuye las presiones para el proteccionismo (Gereffi y Fernandez Stark, 2011).

No obstante, para los países en desarrollo es aún más importante participar de este proceso (Ferrando, 2013; CEPAL, 2014; ECLAC, 2014; Van Dijk y Trienekens, 2002). Integrar las GVC es una opción importante para que los países subdesarrollados fortalezcan su capacidad productiva por medio de la difusión de tecnología y el desarrollo de competencias, creando así oportunidades para la modernización industrial a largo plazo (UNCTAD, 2013). Que los productores de los países en desarrollo integren las GVC puede facilitar la entrada en los mercados extranjeros, a ganar más divisas, a diversificar sus exportaciones y, lo que es más importante, a adquirir nuevas habilidades, conocimientos y tecnología. En el caso de que las empresas ingresen después de sus pares, existe la posibilidad de acelerar sus esfuerzos de captación y aprendizaje, realizando esfuerzos colectivos y dirigidos para relacionarse con los socios extranjeros en las GVC como consecuencia de las externalidades del aprendizaje colectivo (OCDE, 2013).

2.2. Relación entre pymes y Cadenas Globales de Valor.

Siempre cuando se decide exportar, lo primero que se tiene en cuenta son los costos fijos que hay que asumir para comenzar a participar ya que son una importante razón que hace más difícil la incorporación de las firmas al comercio internacional. Para que una empresa pueda acceder a un mercado debe cumplir reglamentaciones, obtener el reconocimiento de licencias, crear una red de distribución. Tales costos de acceso, son en definitiva costos fijos en muchos casos, ya que existen independientemente del volumen del comercio. Cuando la cantidad que se exporta es baja, escenario común en las pequeñas y medianas firmas, estos costos fijos se transforman en obstáculos al comercio para las empresas (OMC, 2016). Dado este escenario, las Cadenas Globales de Valor pueden funcionar como estrategias de internacionalización de las pymes en el comercio internacional.

A pesar de un control superior por las grandes empresas multinacionales en este sistema de producción, ya que las empresas líderes por lo general tienden a tercerizar (o externalizar) aquellas actividades de valor agregado más bajas (por ejemplo, el ensamblaje final) y conservar las áreas con mayor valor agregado, por ejemplo: I+D, propiedad intelectual, diseño, distribución, etc., las Cadenas Globales de Valor ofrecen oportunidades de participación a las pequeñas y medianas empresas (UNCTAD, 2011; Ferrando, 2013). La participación de las empresas en GVC puede ser participando directamente como proveedores de primer nivel para las grandes empresas o como proveedores de segundo o posteriores niveles y esos roles en el comercio mundial ayudan a superar las barreras a la exportación al acomodar la especialización de las pymes en funciones comerciales específicas y evitar que dependan del grado de desarrollo industrial del país.

Este escenario se convirtió en una solución para las pequeñas y medianas empresas a las que les costaba participar del comercio mundial. Formar parte de las Cadenas Globales de Valor es una oportunidad para las pymes de internacionalizarse ya que mediante la cadena pueden internalizar los enormes costos que el comercio mundial les impone cuando quieren participar. Esta herramienta de inclusión en el comercio internacional además les permite a las firmas pequeñas y medianas dedicarse a actividades donde tienen ventaja comparativa, internalizar los costos comerciales del comercio como procesos de aduanas, barreras arancelarias y no arancelarias, aumentar la innovación (Giuliani et Al., 2005¹⁰). De este modo, las GVC permiten el salto de las pymes en el comercio mundial.

2.2.1. Beneficios y Obstáculos de las pequeñas y medianas firmas.

Siguiendo lo dicho previamente, las GVC se convirtieron en la solución para aquellas pequeñas y medianas empresas a las que les costaba participar del comercio mundial y pudieron finalmente dar el salto.

Si bien estudios revelan que son pocas las pymes que participan en Cadenas Globales de Valor, existe un consenso de que la participación de las pymes en ellas extraña oportunidades y ventajas que provienen de sus distintas formas de integrarse (OECD y WB, 2015; ADB, 2015; OECD, 2008; Ferrando, 2013, OCDE, 2012): la participación favorece el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas por los efectos directos sobre las ventas, los beneficios y el empleo, generando además consecuencias indirectas que benefician a la economías locales. En otras palabras, las mejoras en los procesos empresariales se pueden sentir más allá de las empresas y sectores exportadores inmediatos.

Un caso común es cuando el éxito se traduce en la creación de economías de especialización que pueden aprovechar las complementariedades transfronterizas. Inclusive estas economías surgen como resultados de procesos de mejora e incremento de la eficiencia de las empresas ya que la cooperación tanto “upstream” como “downstream” con sus colegas permite la transferencia y asimilación de tecnologías así como la difusión de información y conocimiento (Gereffi y Fernandez Stark, 2011). Estos efectos de “derrame tecnológico, información y conocimiento” provienen de las grandes empresas que gobiernan la cadena, de un rol activo de los trabajadores y la gerencia al ser estimulados para el aprendizaje de los procesos y por parte de la firma total en la obtención de estándares técnicos internacionales. Esta situación se debe a que las transacciones e inversiones vinculadas a las GVC normalmente vienen con sistemas de control de calidad y estándares globales prevalecientes (costo, entrega, calidad y just-in time), que inclusive, puede llegar a superar las economías nacionales.

Como bien se detalló, la participación en cadenas de valor mundiales puede ofrecer a las pymes más oportunidades para acceder a los mercados mundiales y expandirse a la vez de participar de manera activa en la globalización, diversificando los riesgos derivados de una excesiva dependencia del mercado local. No obstante, para que las pymes puedan gozar de esos beneficios dependerá del poder relativo de negociación de las empresas principales y las empresas proveedoras, así como del grado de competencia en los diferentes puntos de la cadena (Humphrey y Schmitz, 2001).

¹⁰ Giuliani, E.; Pietrobelli, C. Y Rabellotti, R. (2005). Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters. Elsevier, World Development Vol. 33, No. 4, pp. 549-573, 2005.

Dificultades de las pymes

El aprovechamiento de los beneficios por parte de las pymes dependerá del poder relativo de negociación de las empresas principales y las firmas proveedoras, así como el grado de competencia en los diferentes puntos de la cadena (OMC, 2016). Por este motivo, al analizar el desenvolvimiento de las GVC, se busca entender las relaciones entre las firmas que forman parte y ver como esta incluyen en el desempeño de las firmas. En la mayoría de los casos, las multinacionales se aprovechan de los obstáculos estructurales de las pymes dedicándose a actividades de mayor valor agregado (diseño, marketing, publicidad) y tercerizan en pymes las actividades de menor valor agregado (Dalle, Fosati y Lavopa, 2013). Por ende, si bien participar de las GVC en cualquier etapa trae beneficios, el aporte es restringido por la poca cantidad y la poca calidad en empleados creados, por la falta de recursos para desarrollar sus emprendimientos, los enormes costos de reglamentación y el riesgo de quedar atrapados en actividades de poco valor agregado.

Al utilizar las Cadenas Globales de Valor como herramienta para la internacionalización, un requisito importante es contar con la capacidad e estructura interna para competir. Si bien no son todas las pymes, un gran número de firmas debe enfrentar diversos obstáculos estructurales para participar en estos procesos de producción o avanzar en la cadena. Como se señala en el Informe Sobre el Comercio Mundial (2014), las pymes locales que buscan convertirse en proveedores de empresas multinacionales en las cadenas globales de valor suelen inicialmente acordar contratos a pérdida. El objetivo de las empresas, por lo general, es aprender a producir en la escala de las multinacionales. Pero esas inversiones, por lo general, para crear capacidad necesitan de capital, aunque no generen ganancias tangibles. Por este motivo, es que la disponibilidad de financiación puede ser considerada por las pymes como principal obstáculo de integración en las cadenas de valor mundiales (OMC, 2016; ADB, 2015).

Se hizo alusión arriba a los enormes costos de reglamentación; la documentación y procedimiento de aduana también es considerado uno de los principales impedimentos para participar de las GVC. A la hora de exportar, son varios los requisitos que deben cumplirse y muchas veces las empresas no pueden exportar ya sea por falta de información, la poca agilidad de prescripciones en materia de licencia de exportación o importación o la incapacidad de las pymes para cumplir con procedimientos fronterizos (OCDE y Banco Mundial, 2015; ADB, 2015; OCDE, 2008). Las deficiencias en materia de transporte e infraestructura de logística (aduana, correo) también perjudican y dificultan la participación de las pymes en las cadenas de valor. Cuando se habla de costos de transporte se los adjudica a la capacidad o conexiones aeroportuarias, marítimas o de transporte insuficiente. Los costos y demoras de los envíos así como la inseguridad pueden ser factores provenientes de una mala infraestructura en logística.

En conclusión las elevadas cargas arancelarias y no arancelarias, la falta de información sobre redes de distribución en el exterior, la escasa mano de obra especializada, las reglamentaciones de aduana y los deteriorados sistemas de logística y de financiamiento, son los principales obstáculos para las pymes.

Los beneficios y obstáculos que afrontan las pymes exportadoras reflejan la idea de que no existe una única estrategia para insertarse en las Cadenas Globales de Valor. Sin

embargo, la situación demuestra que la promoción efectiva del comercio internacional y de los programas de desarrollo de las exportaciones, como son las Cadenas Globales de valor, son el salto para los emprendedores y las pymes que quieren entrar en mercados internacionales (Orlandi 2006; Aw et al. (2008).

2.3. Dimensiones de análisis: coordinación en las GVC e implicancias para la innovación.

Las GVC, como bien se viene nombrando, son una herramienta para entrar en el comercio pero la participación y estadía implica un constante trabajo. Frente a este escenario se crean incentivos para las firmas en hacer de su estructura una mejor, implementado políticas de organización comercial, que incluya el crecimiento de agentes, una prospera relación con otras firmas del mismo ámbito, innovar en materia de procesos, productos o funcionamiento de la empresa. *Upgrading* (Pietrobelli y Rabellotti, 2004; Humphrey y Schmitz, 2002; Gereffi, 2005) es el término utilizado en la literatura de las Cadenas Globales de Valor y se refiere justamente al proceso dinámico sobre la innovación de productos o procesos que provoca un incremento en el valor agregado aportado por una empresa dentro de una cadena de valor. Este proceso suele presentarse cuando una firma perteneciente a una GVC genera un cambio en las actividades que incrementa la capacidad contenida en sus tareas o realiza algún movimiento en nichos de mercado, creando algún tipo de barrera de entrada que la protege de presiones. Por este motivo, es importante destacar que, tal como sostienen Cattaneo et Al. (2013) para el Banco Mundial, innovar mediante los procesos de *Upgrading* no es una cuestión de condición de entrada, sino que es un proceso constante que ayuda a las pymes a entrar, permanecer y como se sostuvo anteriormente, alcanzar eslabones de mayor valor agregado.

Diversas combinaciones de tecnologías y habilidades de trabajadores están asociadas con la mejora del éxito, por lo que cuatro tipos de mejoramiento, internos a la firma, se han identificado en el marco de las Cadenas Globales de Valor (Humphrey y Schmitz, 2002): *Mejora del proceso*, que transforma los insumos en productos de manera más eficiente mediante la reorganización del sistema de producción o la introducción de tecnología superior; *Mejora del producto*, o el traslado a líneas de productos más sofisticados; *Actualización funcional*, que implica la adquisición de nuevas funciones (o el abandono de las funciones existentes) para aumentar el contenido general de las habilidades de las actividades y *Mejora en cadena o intersectorial*, en la que las empresas se trasladan a industrias nuevas pero a menudo relacionadas.

Sin embargo, para evaluar la posible contribución de las cadenas globales de valor a la innovación y modernización de las pymes locales, se necesita comprender su organización de los vínculos entre empresas y su gobernanza interna (Giuliani et Al, 2005). Se entiende como *Gobierno* de una empresa a las relaciones de autoridad y poder entre las empresas y los mecanismos institucionales, que determinan como se asignan y fluyen los recursos financieros, materiales y mano de obra dentro de una cadena logrando la coordinación no comercial de las actividades dentro de las mismas (Gereffi, 1994; Humphrey y Schmitz, 2001). Es muy importante el poder comprender el gobierno y como se controla una cadena de valor ya que ese conocimiento facilita la entrada y el desarrollo de las empresas (Grandes, medianas y pequeñas) dentro de las instituciones mundiales.

En base a los enfoques teóricos, Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) propusieron una tipología de gobierno de la cadena: 1) *Mercados transitorios*, pueden persistir con el tiempo, con repetidas transacciones. El punto esencial es que los costos de cambiar a nuevos socios son bajos para ambas partes; 2) *Cadenas de valor modulares*: por lo general, los proveedores fabrican los productos según las especificaciones del cliente, que pueden ser más o menos detalladas. Sin embargo, al proporcionar servicios "llave en mano", los proveedores asumen la plena responsabilidad de las competencias que rodean la tecnología de procesos, utilizan máquinas genéricas que limitan las inversiones específicas de las transacciones y realizan desembolsos de capital para componentes y materiales en nombre de los clientes; 3) *Redes de valoración relacional*: las interacciones entre compradores y vendedores son frecuentes, lo que a menudo crea una dependencia mutua y altos niveles de especificidad de activos. Muchos autores han destacado el papel de la proximidad espacial en el apoyo a los vínculos de las cadenas de valores relacionales, pero la confianza y la reputación podrían funcionar en redes espacialmente dispersas donde las relaciones se acumulan con el tiempo o se basan en grupos familiares y sociales dispersos; 4) *Cadenas de valor cautivas*: los pequeños proveedores son transaccionalmente dependientes de compradores mucho más grandes. Los proveedores enfrentan costes de conmutación significativos y, por lo tanto, están «cautivos». Estas redes se caracterizan frecuentemente por un alto grado de monitoreo y control por las empresas líderes; y 5) *Jerarquía*: esta forma de gobierno se caracteriza por una integración vertical. La forma dominante de gobierno es el control gerencial, que fluye de los gerentes a los subordinados, o de la sede a las filiales y afiliadas.

Además de las diferentes formas de gestionar la gobernanza de los procesos de producción, los procesos de *Upgrading* de las empresas teniendo en cuenta el grado de coordinación explícito y la simetría de poder de la cadena, están a su vez determinados por dinámicas de las empresas como son la complejidad de las transacciones, la capacidad de codificar la información y las capacidades de los proveedores (Gereffi et Al, 2005; BID, 2012).

Respaldándose en la descripción previa, se puede sostener que las Cadenas Globales de Valor conllevan a una nueva configuración geográfica de la producción y con ello al incremento del comercio de bienes intermedios. Además de la clara participación de las economías centrales a través de las empresas multinacionales, muchas pequeñas y medianas empresas encuentran en las GVC la posibilidad de desarrollar su industria de manera competitiva. Por este motivo, la aparición de las GVC y los nuevos patrones comerciales sugieren la revisión de las estrategias públicas dirigidas a fomentar la competitividad (Cattaneo et al., 2013)¹¹.

Los países ya no son el marco estratégico pertinente para el análisis, los responsables políticos deben pensar las estrategias de competitividad en base a las organizaciones comerciales e industriales de forma conjunta e integrada. En segundo lugar, se manifestó un cambio en el marco económico adecuado, donde el objetivo ya no es desarrollar industrias nacionales que capturen todas las etapas de producción sino reconocer aquellos sectores eficientes que requieren de servicios eficientes y competitivos, así como mano de obra calificada e innovación continua de la firma. El tercer cambio importante en la economía mundial es en términos de los diferentes activos económicos convenientes. Al ser la competencia internacional cada vez más horizontal, y las empresas cumplir al

¹¹ Cattaneo, O; Gereffi, G.; Miroudot, S. Y Taglioni, D: "Joining, Upgrading and Being Competitive in Global Value Chains: A Strategic Framework". World Bank, 2013.

mismo tiempo el rol de competidores y fuentes de insumos y competencias claves entre sí, las GVC se convirtieron en el principal canal de transferencias de todo tipo: capital, conocimiento, tecnología (Humphrey y Schmitz, 2002, Gereffi y Fernandez-Stark, 2011). Las Cadenas Globales de Valor, en último lugar llevaron a cambios en las barreras relevantes desde lo público a lo privado ya que los obstáculos al comercio y la competitividad se fueron desplazando de la frontera (aranceles y cuotas) para llegar a ser sin frontera (proliferación de normas y distorsión de competencia dentro de las cadenas). Abordar estas barreras requiere evaluar las necesidades y características efectivas de sus empresas competitivas y ver quienes ganan o pierden con estas medidas para evitar que estas mismas políticas comerciales perjudiquen a algunas empresas nacionales tanto como protejan a otros.

El porque de recalcar la importancia del diseño de políticas públicas para el desarrollo económico por los gobiernos e instituciones, quizás es porque la conclusión más interesante que puede extraerse de esta presentación es que los gobiernos que busquen incentivar la industrialización e internacionalización deben tener en cuenta las relaciones de poder dentro de la cadena, y los intereses y estrategias de las firmas líderes y de las redes de proveedores ya sea que cooperen o compitan con las firmas locales (Dalle et Al, 2013). En este contexto, se puede decir que los procesos de innovación de las firmas dentro de una cadena global de valor son únicos y no automáticos, es decir, la participación y evolución en Cadenas Globales de Valor difieren tanto en la industria como en el país, en función de la estructura del producto de la cadena de valor y del contexto institucional de cada país.

A pesar de los importantes beneficios y herramientas positivas que provee la inserción en GVC, los países difieren marcadamente, en primer lugar, en la medida en la cual sus firmas manufactureras participan en esas cadenas globales. En Argentina, a diferencia por ejemplo de la mayoría de los países del Este Asiático, la inserción en GVC manufactureras es notablemente escasa. Generalmente, las firmas carecen de las habilidades, de suficientes economías de escala y el conocimiento del mercado para realizar actividades más complejas en la cadena (BID, 2012). En este contexto, es interesante preguntarse por las posibilidades de las pequeñas y medianas empresas pertenecientes a un país con estas características de participar en las Cadenas Globales de Valor manufactureras y como la forma de participar podría ser mejorada con políticas favorables que disminuyan los obstáculos a la hora de participar en el Comercio Mundial.

En síntesis las pymes forman parte de muchas economías en desarrollo y desarrolladas; hacen contribuciones significativas a las economías desde muchas perspectivas: producción, crecimiento, empleo, exportaciones y actividad empresarial. Sin embargo, la globalización y la integración económica impusieron desafíos y oportunidades a las pymes. Estas empresas al enfrentar restricciones de capacidad, debido a la dificultad de acceso a la información, tecnología y mano de obra pueden no llegar a crecer como el resto.

El surgimiento de las cadenas globales de valor despertó gran interés por las pequeñas y medianas empresas ya que las vieron como una posible estrategia para participar del comercio mundial. Si bien no todas las pymes son capaces de participar en las GVC, la idea es mostrar que las cadenas globales de valor no sólo son una forma de producir e insertarse en el comercio mundial sino que pueden ser una herramienta

para entender las industrias globales y guiar el desarrollo de nuevas políticas y programas para promover el desarrollo económico.

Entonces, si las Cadenas Globales de Valor son una herramienta de internacionalización importante para las pymes, ¿Qué se tiene que hacer para lograr la inserción? El papel de los gobiernos de los países desarrollados como en desarrollo, en colaboración con el sector privado, será esencial para establecer políticas que ayuden a crear un entorno comercial adecuado y más competitivo a nivel internacional para que el sector privado y las pymes pueden desenvolverse con total comodidad.



Universidad de
San Andrés

3. Las pymes en la Economía Argentina: panorama actual.

Las pequeñas y medianas empresas globales pasaron a ser importantes agentes en las economías desarrolladas y en desarrollo llegando a aportar al PIB mundial un 45% del total (OMC, 2016). Para las pymes insertarse en el comercio mundial les trae varios beneficios como aumento de la productividad, del crecimiento, del empleo (Albornoz et al 2012, Bernard et al., 2011). Sin embargo, es un desafío diario para ellas ya que su capacidad, por lo general, no es la suficiente para enfrentar los obstáculos del mercado internacional (Harvie et al., 2013¹²). Frente a esta contexto, el objetivo de este capítulo es analizar la posición actual de las pequeñas y medianas empresas industriales argentinas, recurriendo tanto a aspectos circunstanciales como estructurales de su comercio local e internacional. Se harán notar las potencialidades de algunas actividades como así también las dificultades que enfrentan estas empresas y su impacto en la economía nacional. La descripción de la gestión empresarial, comercial y política de las pymes permitirá sacar conclusiones sobre el estado actual de las firmas y cuales son las oportunidades y las dificultades para insertarse en Cadenas Globales de Valor.

Se limitará a utilizar como criterio de clasificación de pequeñas y medianas empresas el número de trabajadores¹³ por cada firma ya que esta categorización es coherente con las clasificaciones internacionales y permite realizar comparaciones con otros países. Sin embargo, es importante comentar que en Argentina, la definición de micro, pequeña y mediana empresa que por lo general utilizan ciertas instituciones se basa en la facturación, de modo que cualquier empresa puede calcular si es o no pyme comparando sus ventas totales que surjan del promedio de los últimos tres balances con el límite que define el Ministerio de Industria según el sector de actividad¹⁴.

3.1. Contribución a la Economía Argentina: Empleo, Crecimiento y PIB

Si se analiza el desenvolvimiento de las pymes argentinas, en función de los datos oficiales del Ministerio de Trabajo de la Nación, en el año 2014 existían 82,385 pymes que contrataban a 2,791,350 personas (Tabla 2.1), representando así el 14% del total de las firmas registradas en el país y el 43% de la ocupación total del país¹⁵.

¹² Harvie, C., Oum, S. and Narjoko, D. (2013). Small and Medium Enterprises' Access to Finance: Evidence from Selected Asian Economies. ERIA Discussion Paper Series. No. 2013-23, October. En Asian Development Bank Institute. 2015. INTEGRATING SMEs INTO GLOBAL VALUE CHAINS: CHALLENGES AND POLICY ACTIONS IN ASIA. Mandaluyong City, Philippines: Asian Development Bank.

¹³ Microempresas (menos de 10 ocupados), pequeñas y medianas (entre 10 y 200 ocupados) y grandes (más de 200 empleados)

¹⁴ Resolución General 103_E/2017.

¹⁵ En las tablas del Observatorio del Empleo y Dinámica Empresarial, perteneciente al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, están los datos sobre el empleo anual para 2015 pero no la serie de empresas anual para dicho año. Por este motivo, es que se especifica para el año 2014.

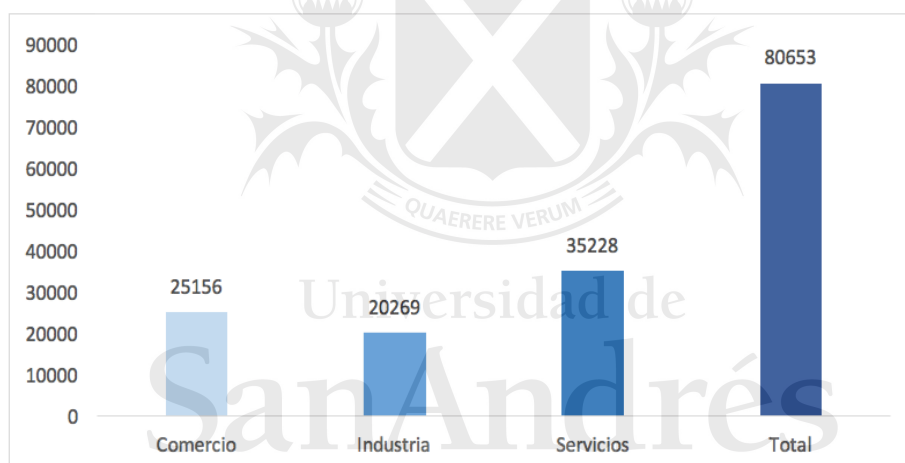
Tabla 2.1: Empleo y Empresas. Año 2014

Tamaño de la empresa: Nº de Empleados	Puestos de Trabajo	Nº de Empresas
Grande (más de 200)	2.289.476	3.498
Mediana (de 50 a 200)	1.369.399	14.849
Pequeña (de 10 a 49)	1.421.951	67.491
Micro (menos de 9)	1.338.468	515.424
Total	6.419.294	601.262

Elaboración Propia. Fuente: Observatorio de Empleo y la Dinámica Empresarial. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Sin embargo, de acuerdo a las estadísticas producidas por la Fundación Observatorio PyME (FOP), en el año 2016 existían en Argentina 80,653 PyME, de las cuales 20,269 son manufactureras, 25,156 comerciales y 35,228 de servicios (Gráfico 2.1).

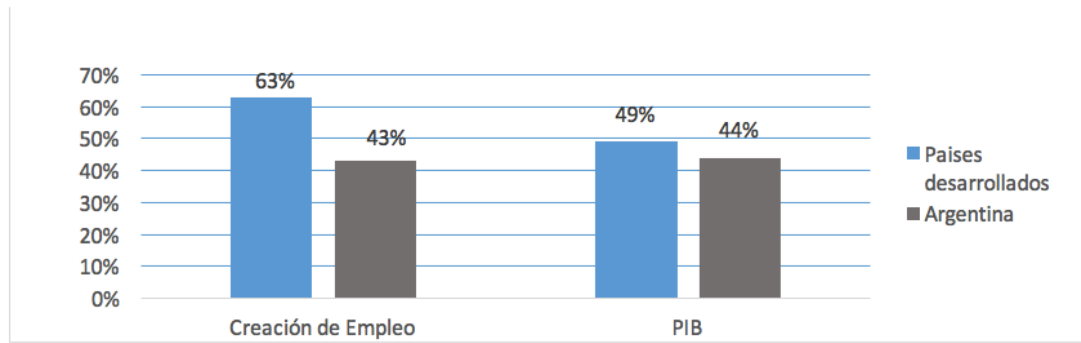
Gráfico 2.1: Pymes en Argentina. Año 2016



Elaboración Propia. Fuente: Fundación Observatorio PyMe

La participación de las pymes argentinas en la producción de riqueza nacional es similar, a pesar de las diferencias, a la participación de las firmas en los países más desarrollados. Sin embargo, sí existen discrepancias más grandes en la generación de ocupación. En efecto, en Argentina las pymes de los sectores, excluida la agricultura, generan el 44% de la riqueza, mientras que en los países mas avanzados generan el 49%(Ayyagary et AL.,2007). Si se hace hincapié en la creación de empleo, tal como se presentó en un principio, en Argentina las firmas abarcan el 43% de ocupación mientras que en los países más avanzados y ricos, estas empresas representan el 63% del empleo total (OMC, 2016). En el Gráfico 2.2 no aparecen las economías menos desarrolladas ya que como bien se nombró en la descripción de las pymes a nivel global, todavía no existen datos específicos sobre crecimiento y PIB de esas economías.

Gráfico 2.2: Participación de pymes en Empleo Y PIB



Elaboración Propia. Fuente: Ayyagary et Al. (2007) y Ministerio de Trabajo Y Seguridad Social

La importancia de las pequeñas y medianas empresas demuestra ser creciente a medida que el nivel de desarrollo de la economía aumenta. Las estadísticas internacionales muestran que al expandirse la economía, resulta más importante la participación de las pequeñas y medianas empresas en la agregación de valor (OCDE, 2016; Observatorio Pyme, 2016).

3.1.1. Las pymes Manufactureras

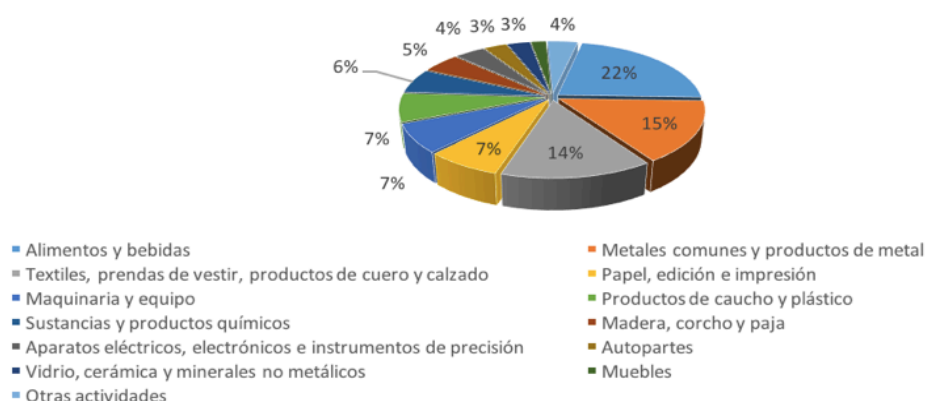
En la mayoría de los informes y estudios a nivel global, así como también en Argentina, se hace foco en la Industria Manufacturera. Esto se debe a que las empresas productoras de bienes son las que sufren mayor presión dentro del mercado interno por el comercio internacional. En Argentina, de los 2.791.350 empleos tomados por las pymes en el año 2014, 510.827 puestos de trabajo eran ocupados por las pymes manufactureras¹⁶.

Estudiar este segmento de las pymes a nivel Argentina, como a nivel global, es muy importante dado que existen diferencias notables entre las firmas de diferentes tamaños. El desenlace de las firmas no sólo es diferente por la escala de las empresas, sino también por como se comportan frente a la incorporación de tecnologías, el nivel de productividad, el proceso de internacionalización, la gestión empresarial y las distintas estrategias de negocios con clientes y proveedores (ADB, 2015).

El análisis del trabajo se centrará en la división de pymes Manufactureras realizadas por la Fundación Observatorio Pyme. Inclusive, en su último “Informe Anual 2015-2016: Evolución Reciente, situación actual y desafíos para el 2017”, a partir de la Encuesta Estructural a PyME industriales 2015, se muestra como las pymes industriales argentinas se orientan especialmente en la producción de Alimentos y bebidas, Metales comunes y productos de metal y en la elaboración de manufacturas. Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado, también se destacan con gran preponderancia en las Industria. En el Gráfico 2.3 se puede observar la distribución, como porcentajes de empresas, por sector de actividad de las pymes Industriales.

¹⁶ Observatorio de Empleo y la Dinámica Empresarial, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Gráfico 2.3: Actividades de PyMe Industriales Argentinas



Elaboración propia. Fuente: Informe Anual 2013/2014. Fundación

3.2. Desempeño productivo de las pymes Manufactureras: inserción internacional.

En base al Informe Anual 2015- 2016 de FOP, entre 2007 y 2015 la producción industrial de las pymes disminuyó un 2.3% promedio anual, mientras que la producción de las empresas más grandes creció a una tasa promedio de 1.3%. El resultado de las profundas variaciones cíclicas sufridas por las pymes industriales durante la última década en Argentina, según Observatorio PYME, arroja un resultado desolador: la producción de estas empresas está estancado desde hace más de 10 años. Entre 2004 y 2015 la producción de las firmas creció a una tasa promedio de apenas 0.3%¹⁷

En un contexto de sostenida apreciación cambiaria, el desempeño exportador de las pymes argentinas durante el 2015 consolidó la mayor tendencia desfavorable observado durante los últimos 5 años: caída de los volúmenes exportados y un descenso de la proporción de empresas exportadoras. La merma de las exportaciones, comenzó en el año 2007 y se profundizó a partir de 2009. A pesar de la devaluación del peso argentino de un 14% interanual en 2015 (Observatorio PyME, 2016)¹⁸, que de todas maneras no alcanzó para una mejora del Tipo de Cambio Real Efectivo (-20%, TCRE¹⁹), las pequeñas y medianas empresas continuaron perdiendo mercados internacionales, lo que refuerza el deterioro de su dinámica productiva ya evidenciada a partir de la caída de las ventas en los últimos años.

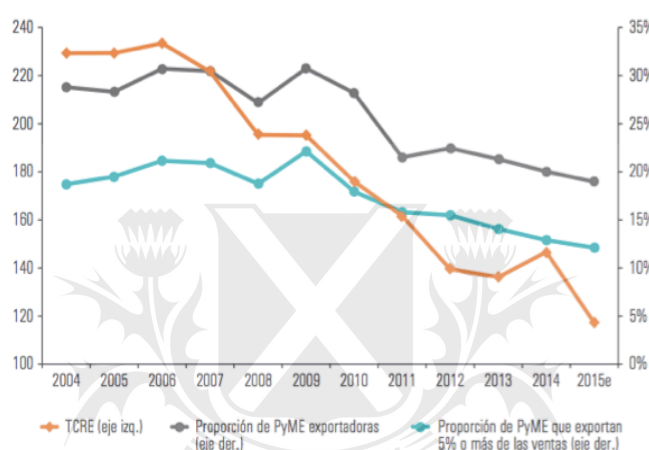
¹⁷ Encuesta Estructural a PyME industriales 2004-2015. Fundación Observatorio PyME

¹⁸ La unificación de los mercados y el consecuente salto del tipo de cambio tuvo lugar a mediados de Diciembre de 2015. Fundación Observatorio Pyme: "Informe Anual 2015-2016: Evolucion reciente, situación actual y desafíos para 2017". 2016.

¹⁹ El tipo de cambio real(TCRE) es un indicador que mide el valor real del peso en relación a las monedas de los principales socios comerciales del país (un conjunto de países que representan el 60% del intercambio comercial argentino) e incluye en sus ponderaciones de bienes intercambiados entre Argentina y el resto de los países.

El deterioro del desempeño exportador se observó tanto en la cantidad de pymes que abandonaron el mercado de las exportaciones, como por la proporción de sus ventas colocadas en los mercados internacionales. Los datos revelados por la Fundación Observatorio en su último Informe Anual las PyME reflejan que, aquellas empresas que colocan en el exterior 5% o más de sus ventas de manera estable²⁰ cayó de un 22% en 2009 frente a un 12% en 2015. Tomando los datos y usando el Gráfico 2.4 de FOP, se observa una correlación positiva que presenta el achicamiento de la base exportadora de pymes con la evolución del Tipo de Cambio Real Efectivo: a medida que TCRE disminuye (la moneda local se aprecia), las firmas que exportan de manera estable se contraen.

Gráfico 2.4: Evolución del Tipo de Cambio Real Efectivo (TCRE, base dic2001=100) y de las PyME industriales exportadoras(en proporción de empresas)



Extracción del Informe Anual 2015/2016 de la Fundación.

Cuando los costos internos aumentan a un ritmo mayor que los precios de exportación, el negocio exportador se hace más difícil e inestable. Así en este escenario, los mecanismos a través de los cuales se achica “la base exportadora” de las pymes argentinas son tres : a) la imposibilidad de trasladar al precio de exportación el aumento de los costos internos, hace que se pierdan clientes, lo que de una u otra forma obliga a la pymes a abandonar el mercado internacional; b) el incremento del costo de la producción exportable argentina provoca una disminución de las exportaciones hacia niveles inferiores al 5% del total de las ventas y c) la pérdida de algunos clientes y la búsqueda de nuevos provoca una cierta inestabilidad de las ventas externas (exportaciones ocasionales) (Observatorio PyME, 2014).

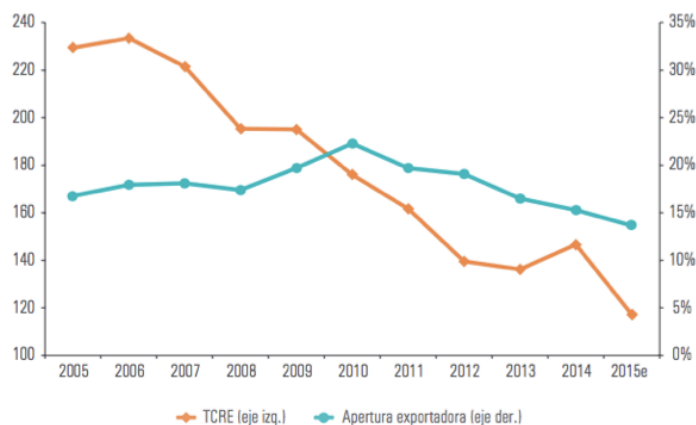
Otro grupo de pequeñas y medianas empresas que aparece en el Gráfico 2.4, son aquellas firmas industriales que destinan parte de su producción al comercio exterior cayó del 31% en 2009 al 19% en 2015, respectivamente. La diferencia con la “base exportadora” es que presentan cierta fragilidad de sus relaciones comerciales con el mercado internacional.

La dinámica negativa del Tipo de cambio Real Efectivo, también perjudicó a la proporción de ventas que las pequeñas y medianas empresas exportadoras colocan en el exterior. Si se hace un análisis del grado de “apertura exportadora” con el TCRE se puede ver una relación (Gráfico 2.5). En 2010, se alcanzó un pico máximo de apertura exportadora (22%) del conjunto de pequeñas y medianas empresas que vendían al exterior

²⁰ En Observatorio PyME recibe el nombre de “base exportadora o núcleo exportador”.

para luego iniciar una tendencia decreciente como consecuencia de la apreciación cambiaria. En 2015, las pymes exportadoras colocaron en el comercio internacional el 14% de sus ventas.

Gráfico 2.5: Apertura Exportadora y TCRE



Fuente: Fundación Observatorio PyMe y TCRE CqP

Frente a todos estos resultados, se puede ver que a partir de los años 2009 y 2010 la estructura industrial argentina ha sufrido un cambio sustancial en su posicionamiento comercial externo. El Tipo de Cambio Real Efectivo puede ser considerada como una de las causas posibles de esta dinámica negativa. En efecto, se registró una disminución de las empresas con vínculos estables con clientes del exterior así como también una caída de las empresas que exportan de forma más ocasional. Inclusive, no fue sólo la proporción de empresas la que se redujo, sino también la cantidad de ventas que enviaban al comercio exterior. Esta situación afecta negativamente la capacidad del país en generar divisas de forma estable y alejan a las pequeñas y medianas empresas de mejorar su rendimiento ya que es la participación en el comercio internacional lo que hace mejores y más efectivas sus prácticas productivas.

3.2.1. Dinámica exportadora por sector

Si se presta atención a los sectores exportadores y a la composición de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas argentinas, puede sostenerse que durante el 2015, el 19% de las pymes industriales mantuvieron su condición de exportadoras, de las cuales el 12% forman parte de la base exportadora, es decir, aquel número de empresas que de forma permanente y asegurada exportan al exterior el 5% o más de su facturación total anual.

Lo interesante es poder distinguir los sectores que son exportadores dinámicos y que además han resistido mejor la tendencia declinante del tipo de cambio en esa misma condición desde hace ya varios años. Actividades²¹ que pertenecen a “Maquinaria y equipo”, “Sustancias y productos químicos”, “Aparatos eléctricos, electrónicos e

²¹ La clasificación de los diferentes sectores de actividad son en base a la división del Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

instrumentos de precisión”, “Autopartes” y “Productos de caucho y plástico” son quienes desde 2009, han logrado no solo mantener el número de firmas que exporta sino también la dimensión de su base exportadora por encima del promedio pyme Industrial , más allá de los diferentes cambios²². Por otra parte es interesante destacar que existen sectores que si bien muestran una baja proporción exportadora, las empresas de esa actividad que logran exportar venden al mercado internacional una importante proporción de sus ventas. “Alimentos y bebidas” y “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado” son un ejemplo.

La combinación entre proporción de firmas exportadoras, base exportadora y proporción de ventas exportadas sugiere que, si bien en determinadas actividades existen empresas argentinas que mantienen vínculos comerciales y productivos sólidos con clientes en el exterior, solo para pocas empresas el mercado externo es relevante en términos de exportaciones. Un ejemplo interesante es el de “Alimentos y bebidas” que muestra que aún cuando las empresas exportadoras han vendido al exterior aproximadamente el 22.5% de sus ventas (la mayor cantidad de todos los sectores), la proporción de firmas exportadoras es del 11%, reduciéndose al 8% si únicamente se tiene en cuenta la base exportadora.

Por esta razón es que numerosos son los organismos nacionales así como profesionales dedicados al tema de pequeñas y medianas empresas que han indicado reiteradamente las dificultades de las pymes industriales para posicionarse en el mercado internacional y sostener sus ventas al exterior. Son ellos quienes a su vez, insisten en que participar del comercio internacional no depende solo del desempeño exportador, sino de una adecuada organización interna de la industria y de adecuadas estrategias de competitividad.

3.3. La importancia de la gestión comercial para afrontar los desafíos.

La competitividad internacional de las pymes, no puede definirse solamente por su participación en las exportaciones, sino también por la capacidad de resistir a la presión competitiva tanto del mercado interno como del mercado externo y de las facilitaciones que el gobierno les propone para participar.

La gestión comercial de las firmas industriales es un determinante fundamental de su nivel de desempeño (Humphrey y Schmitz, 2002). Mas allá de la gestión interna de procesos de organización y producción, la capacidad empresarial al momento de comercializar un producto en el mercado constituye también un aspecto de suma importancia.

- Cientes y proveedores

Por un lado, las pymes industriales argentinas establecen contratos con otras empresas del sector manufacturero en cadenas productivas hacia abajo, es decir, relación con proveedores. En promedio más de la mitad de las compras de insumos y bienes intermedios de producción (55%) son realizadas a proveedores que también son empresas industriales, mientras que el 28% de estas compras es adquirida a través de comercio mayoristas. Por otro lado, en las cadenas de valor hacia arriba, es decir, relación con clientes, se presenta una mayor diversificación en la ventas en relación a las compras:

²² FOP: “Informe Especial: Comercio Exterior de las PyME industriales argentinas: dificultades y desafíos” (2014); “Informe Anual 2015-2016: Evolución reciente, situación actual y desafíos para 2017”(2016).

28% de las ventas totales a otras firmas manufactureras, 27% de las ventas se canaliza por comercios mayoristas, un 16% se distribuye a partir de comercios minoristas, y un 13% se dirige directamente al público o consumidor final. Lo importante es destacar que esta integración entre clientes y proveedores se mantuvo entre las pymes industriales argentinas durante los últimos diez años²³.

En otras palabras, la rentabilidad de las pymes manufactureras insertadas en una cadena depende de otras pymes con las cuales realizan la mayor cantidad de compras y ventas. Algo importante a destacar, es la relación con las grandes empresas; la proporción de pymes industriales que tienen como principal proveedor a una gran empresa a la cual le compra por un valor superior al 50% del total de sus compras es solo de un 9%. En la relación hacia arriba, las firmas industriales que tiene una gran empresa como principal cliente, a la cual le vende más del 30% de su producción, es sólo el 10%.

Sin embargo, dos aspectos importantes hay que tener en cuenta a la hora de analizar la gestión comercial de la firma, en relación a su cadena de valor, cuando se mide el desempeño en el mercado interno y externo. Por una parte, en lo que concierne a los clientes el “cumplimiento de los tiempos de entrega” y el “monitoreo de satisfacción de clientes”. En primer lugar, responder en tiempo y forma a lo acordado con los clientes para las entregas de productos es lo que va a generar un vínculo comercial duradero con los clientes. En 2009, una entrevista a empresas llevada a cabo por la Fundación Observatorio Pyme, reflejo que más del 60% las pymes industriales²⁴ argentinas realizaba más del 90% de sus entregas en tiempo y forma. En segundo lugar, lo que se refiere a “monitoreo de satisfacción del cliente” radica en identificar correctamente los requerimientos de los compradores para el producto y prevenir eventuales problemas en el área comercial. La misma encuesta mostró que son las pequeñas empresas las más eficaces en este aspecto y que en los sectores más dinámicos “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión”, “Automotores y autopartes” y “Sustancias y productos químicos” se observa una mayor implementación de sistemas de monitoreo de satisfacción de clientes realizan.

Por otra parte, un segundo aspecto importante tiene que ver con que la posibilidad de reforzar la relación con el principal proveedor y/o cliente, está relacionada con la distancia a la cual están localizados. En líneas generales, el 59% de las pymes industriales tienen a sus proveedores a menos de 80 km de su planta productiva y para el 67% de ellas su principal cliente se encuentra a menos de 80 km. Interesante es ver que sólo el 6% de las pymes industriales importan la mayor parte de sus insumos al exterior; mientras que aún es menor la proporción de firmas que exportan a clientes en el exterior, siendo éste sólo un 2%. Este escenario es reflejo de que la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas industriales argentinas dependen en su mayoría de la actividad de la economía regional y muy poco del mercado mundial. Este resultado pasa a ser una evidencia importante de que no sólo para las firmas argentinas el comercio mundial es un escenario desafiante sino que su participación en las cadenas globales de valor, ya sea como proveedores o clientes, es muy baja. Este aspecto de la organización interna de las pymes industriales argentinas se convirtió en uno de los motivos de desarrollo del trabajo.

- Transporte y Logística

²³ Encuesta Estructural a Pyme Industriales 2012. Fundación observatorio PyMe

²⁴ Resultados de forma homogénea para los diferentes tamaños de empresas y los distintos sectores.

En Argentina los costos de logística para las pymes industriales representa alrededor del 10% de los costos totales de acuerdo a la Encuesta Estructural a PyME Industriales de Fundación Observatorio Pyme (2010). La mayor parte de los costos logísticos se explican por los costos de transporte (67%), luego los costos de recursos humanos dedicados a tareas de logística se ubican en segundo lugar con un 19% del total del costo logístico, mientras que otro 9% está dado por los costos de almacenamiento e inventario. El Gráfico 2.6 refleja estos costos en porcentajes de empresas.

Prácticamente la totalidad de la mercadería de las pymes industriales argentinas se distribuye a través de transporte vial. El total de la carga transportada puede ser por medio de camiones propios a la empresa (incurren en mayores costos de logística) o bien también por medio de la tercerización del servicio de transporte. Esta última forma de transportar los insumos le permite a varias empresas mejorar en término de productividad y eficiencia. Los costos implicados al deficiente estado de infraestructura (rutas, autopistas, red ferroviaria), la excesiva burocracia para el movimiento de bienes en el mercado externo e interno, como las escenas de robos y daños de mercancía durante el viaje o su almacenamiento, son los que perjudican la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el mercado local.

- La amenaza importadora

Como se dijo anteriormente, la participación en el comercio internacional no depende sólo del aporte en forma de exportación de las pymes industriales sino también de cómo se comportan frente a ciertos escenarios. El rol de las importaciones puede tener mucha importancia en el desempeño de las firmas al exportar, lo que conlleva a darle más atención a un desarrollo eficaz de gestión comercial de las empresas. Al año 2015, casi 3 de cada 10 pymes manufactureras consideraban que las importaciones amenazaban severamente sus ventas en el mercado interno. Muchas de esas firmas, inclusive, se vieron tan perjudicadas que perdieron parte del mercado interno, siendo estas un 13% del total de las firmas. Frente a este escenario, “lo más importante sería crear un sistema de protección vía regulaciones para el mercado, siempre y cuando no genere desventajas que perjudiquen la competitividad empresarial y el proceso productivo de las Pymes (FOP, 2016)”²⁵.

Ciertos sectores de la industria Argentina cuentan con mayores dificultades para competir con productos originarios de países que producen con menores costos o a gran escala. Sin embargo, no es sólo un escenario que se observó sólo en el año 2015 sino que se repite hace varios ciclos. Una de las razones puede ser por ser sectores que presentan indicadores de baja competitividad internacional, aunque no necesariamente tienen bajos niveles de desarrollo organizacional. Tal es el caso de “Aparatos eléctricos, electrónicos e instrumentos de precisión”, “Autopartes” y “Metales comunes y productos de metal”. El sector de “Textiles, prendas de vestir, productos de cuero y calzado” se ve normalmente amenazado y cada vez más son las empresas con menos share en el mercado local. Dos sectores de la industria argentina de pymes se destacan desde hace tiempo ya que si bien cualquier entrada de insumos extranjeros puede implicar amenazas para las firmas, los sectores de “Sustancias y Productos Químicos” como el de “Maquinaria y Equipo”, sobresalen por no perder mercado interno y por mantener mejores indicadores de competitividad internacional y desarrollo interno.

²⁵ Fundación Observatorio Pyme: “Informe Anual 2015-2016: : Evolución reciente, situación actual y desafíos para 2017”(2016).

3.4. Políticas Públicas Argentinas: como ayuda el Gobierno a aumentar la productividad y el comercio exterior de las pymes.

Como todo gobierno, la institución gubernamental argentina busca constantemente el progreso de la Industria. Siendo las pymes argentinas “el sector más dinámico de la economía gracias a la creación de empleo que generan” (Ministerio de Producción, 2016²⁶), el Estado propone trabajar con las pymes para llevar soluciones concretas a problemas reales.

3.4.1. Políticas conjuntas: I+D, Educación y cumplimiento de Estándares.

La I+D es una actividad necesaria en las cadenas de valor de distintos sectores de la Industria Nacional así como en el resto del mundo. Dada la importancia de estos servicios en términos de competitividad y cumplimiento de estándares nacionales e internacionales, el principal desafío consiste en la articulación de las políticas y sus instrumentos (programas y proyectos) dirigidos a fomentar y promover el desarrollo de la I+D y su vinculación con los sectores y regiones económicas. El “*Programa de Innovación Tecnológica IV*” es un proyecto impulsado por la Agencia Nacional de promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT) que tiene por objetivo aumentar las capacidades tecnológicas y de innovación de sectores y regiones prioritarias, incrementar las capacidades de innovación de las PYMES, favorecer la coordinación y consolidación del sistema nacional de innovación y contribuir al desarrollo del ecosistema innovador. Otro plan promocionado por el Gobierno Argentino hace más de una década es el “*Programa Raíces*”, impulsado desde un principio por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MINCyT). La finalidad del proyecto desde un principio fue fortalecer las capacidades científicas y tecnológicas argentinas mediante la vinculación de investigadores argentinos residentes en el exterior, la promoción de permanencia de investigadores en el país y el retorno de quienes quisieran desarrollar sus actividades en nuestro territorio. Inclusive, este plan desde el año 2008 fue declarado política de Estado con la sanción de la Ley N° 26.421 (Secretaría de Política Económica, 2016²⁷).

Además de los programas que presenta el gobierno, existen organismos descentralizados del sector público nacional que se destacan por el desarrollo científico tecnológico tales como Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET: formación de investigadores, producción de conocimiento científico en distintas áreas y asistencia técnica a diversas instituciones), Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA: investigaciones y aplicaciones tecnológicas vinculadas a las cadenas agropecuarias, agroindustriales y forestales), Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI: desarrollos tecnológicos vinculados a la creación y adaptación de tecnologías para su aplicación en la industria local), Comisión Nacional de Actividades Espaciales (CONAE: investigaciones, desarrollos, capacitación y prestación de servicios tecnológicos ligados al espacio y la información satelital, con aplicaciones a diversos sectores: medioambiente, cadenas agropecuarias y forestales, pesca, minería, energía, salud, entre otras).

²⁶ Recuperado en: <http://www.produccion.gob.ar/2016/05/10/gobierno-lanza-impulso-a-las-pymes-creditos-y-alivio-financiero-para-la-generacion-de-empleo-52299>

²⁷ Secretaría de Política Económica y Planificación del Desarrollo. (2016). Informes de cadenas de valor: Servicios de Investigación y Desarrollo. Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas. Año 1, N° 18, Noviembre. Argentina, Presidencia de la Nación.

No obstante, no sólo se promueve la Investigación y Desarrollo dentro de las pequeñas y medianas firmas en conjunto ó bien dentro de Organismos Descentralizados, sino también la de los actores de forma individual. En 1993 se establece un Decreto-2.427/93- con *el Incentivo a los Docentes Investigadores*, que sigue actualmente vigente. El incentivo, impulsado por el Ministerio de Educación de la Nación, tiene por objetivo promover las actividades y tareas de investigación y desarrollo para docentes universitarios de Universidades Públicas. La cláusula más importante es que los profesores investigadores tienen que participar en un proyecto de investigación acreditado y cumplir con los requisitos establecidos en la normativa. Si bien el incentivo que reciben en la actualidad no tiene fines económicos, sigue siendo un reconocimiento de la actividad investigativa dentro de la comunidad científico-tecnológica.

Asimismo, brindar servicios de I+D no sería posible sin el capital humano que los lleva a cabo. En este marco, el sistema educativo adquiere gran relevancia en tanto primer eslabón de la cadena y formador de ese capital humano. Tal como se destacó en el OCDE (2010)²⁸, las universidades e instituciones de educación superior tienen un rol fundamental en el desarrollo de capital humano y sistemas innovadores. Sin embargo, en Argentina, el nivel Universitario no es obligatorio; la estructura del sistema educativo argentino está determinada por los distintos niveles de educación (inicial, primario, secundario y superior no universitario), los tipos de educación (común, especial y adultos) y los sectores de gestión (estatal y privado)²⁹.

En lo que respecta el capital humano dentro de las firmas, el gobierno promueve diferentes tipos de capacitaciones pymes con el fin de aumentar sus rendimientos y la producción de ellas. “*Academia Argentina Emprende*” es uno de los programas presentados para pymes ya insertadas en el mercado o para empezar una nueva y la capacitación puede ser online o de forma presencial. También planes como “*Capacitación PyME*” son destinados a aquellas pymes que quieran capacitar su equipo de trabajo, ya sea mediante cursos exclusivos o capacitaciones en universidades e instituciones público y privadas. Este último cuenta con la motivación de que el gobierno ofrece un bono en función de lo que las pymes inviertan en las capacitaciones que podrá ser usado para pagar impuestos. Otra forma de asistir a las firmas para la aplicación de herramientas y acciones que le permitan desarrollar nuevos mercados, mejorar su gestión empresarial, incorporar diseños, mejorar la productividad, usar nuevas tecnologías y optimar el consumo de energía, es mediante el programa “*Expertos PYME*”³⁰. Este plan brinda la posibilidad a las firmas de contar con el asesoramiento técnico y organizacional con la cobertura total o parcial de los honorarios de los expertos que asesoran. La tarea del profesional especializado no se reduce al análisis de un problema, sino que su objetivo es involucrarse en la realidad de la empresa para transmitir sus conocimientos de manera tal que puedan ser utilizados en actuales y futuros desafíos.

Todas las políticas nombradas anteriormente refieren a programas, planes y proyectos fomentados por el Gobierno argentino con el fin de mejorar actividades de Investigación y Desarrollo y que lleven al cumplimiento de estándares y promuevan una mejor y más especializada mano de obra.

²⁸ OCDE.(2010). Higher Education in Cities and Regions.

²⁹ Ley de Educación Nacional N° 26.206 y Ley Federal de Educación N° 24.195

³⁰ <http://www.produccion.gob.ar/expertos-pyme-3/>

3.4.2. Alivio financiero: políticas, leyes y programas de financiamiento.

Con el objetivo de facilitar la participación y desarrollo de las pequeñas y medianas firmas argentinas en el mercado local y global, el gobierno busca constantemente crear fondos de financiamiento, promover herramientas y facilitar a las pymes su desenvolvimiento en la economía.

El crédito, en política financiera, es considerado un instrumento necesario para el desarrollo de la actividad productiva de una pyme (ADB, 2015; Ferraro et Al., 2011³¹). Originalmente, estos créditos tienen una recuperación del monto obtenido y a su vez una tasa de rentabilidad, lo cual es favorable para una empresa que busca incrementar sus niveles de producción. No obstante, para recibir un crédito, los bancos así como otras entidades financieras solicitan a las firmas requisitos e información como condición necesaria. En otras palabras, las pymes en la búsqueda de financiamiento se enfrentan con la complejidad de las aplicaciones y procedimientos bancarios. Como intermediarios financieros, en Argentina el desarrollo de las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) permite a las pequeñas y medianas empresas obtener una garantía por parte de entidades comerciales que apoyan a las pymes con avales que las respaldan y les permiten acceder a créditos a tasas competitivas y preferenciales. Además, ofrecen asesoramiento técnico, económico y financiero a las pymes³². Estas sociedad trae beneficios para ambos actores; por un lado, las pequeñas y medianas empresas que acceden a garantías mejorando así el acceso al crédito (socios partícipes). Por el otro lado, las empresas o personas físicas (socios protectores), que mediante la realización de aporte a fondos de riesgo que funcionan como respaldo financiero en caso de incumplimiento de las pymes avaladas, obtienen múltiples beneficios financieros y fiscales como efectuar deducciones impositivas, entre otros.

Además de los créditos, en el sistema financiero argentino se promueve el *Leasing*. Si bien la proporción de pymes industriales que recurren a este instrumento suele ser baja (Observatorio Pyme, 2015³³), el objetivo de esta política es permitir el alquiler de un bien con opción a compra. La importancia de el leasing financiero radica en que es el único que entrega ventajas fiscales, dado que permite la deducción acelerada de las cuotas pagadas, independientemente de la vida fiscal del bien (SomosPyme).

El crédito y el *Leasing*, si bien son instrumentos de financiación muchas veces se utilizan con el objetivo de fomentar la expansión de la Industria e incentivar a las pymes a innovar y mejorar la productividad. Dentro de las políticas públicas argentinas que ya existen, es importante destacar al “Programa de acceso al crédito y la competitividad (PACC)” proporcionado por la Secretaría de Emprendedores y PyMEs (SEPyME) donde se busca financiar a las pymes y garantizar un porcentaje de subsidios en materia de servicios

³¹ Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L.A. y Garrido, C. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. CEPAL Y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

³² Para más información: <http://www.produccion.gob.ar/garantias/>

³³ Fundación Observatorio Pyme. (2015). Informe Especial: Financiamiento productivo en PyME industriales. Un análisis comparado. Argentina, FOP. Recuperado en: http://www.observatoriopyme.org.ar/newsite/wp-content/uploads/2015/11/FOP_IE_1510_Financiamiento-productivo-en-PyME-industriales-un-analisis-comparado.pdf

profesionales y capacitación. Este programa aplicado a varias industrias, prioriza a aquellos sectores que buscan mejorar en calidad/certificaciones de calidad, investigación y desarrollo, gestión ambiental, reingeniería y diseño de plantas.

Tal como sostiene en Humphrey y Schmitz (2002), asociarse con otras pymes puede fomentar la innovación y productividad ya que al estar ubicados en un espacio territorial definido y con un proyecto productivo en conjunto, la coordinación de actividades y el vínculo con productores del mismo u otro sector, lleva a potenciar la capacidad productiva, generar valor en la producción y mejorar la participación y funcionamiento en un proceso productivo. En Argentina el gobierno llama a las pymes a asociarse a “*Sistemas productivos locales*”. La política promueve a las pymes a formar parte de un grupo asociativo y obtener asistencia técnica y económica para implementar, desarrollar y fortalecer proyectos productivos. La motivación se encuentra en el acceso a aportes no reembolsables de diferentes montos según sea para proyectos de inversión de grupos asociativos nuevos, para grupos ya fortalecidos o para la instalación de centros y laboratorios de investigación, desarrollo e innovación en parques y áreas industriales.

Asimismo, en base a lo dicho anteriormente, el gobierno argentino fomenta también a la radicación y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de todo el territorio nacional, dentro de *Parques Industriales* con otros programas³⁴. La política consiste en que si una firma busca instalarse en una zona industrial o ya se ubica en un parque y necesita financiamiento, el gobierno ofrece un crédito para el establecimiento de la empresa, ampliación, inversión o adquisición de bienes de capital.

Por otra parte, más allá de los instrumentos de financiación existen otras políticas públicas que pueden ayudar y aliviar el marco regulatorio para las firmas y fomentar las inversiones: la *Ley Pyme*, recientemente aprobada por el Senado Argentino. El proyecto fue desarrollado en acuerdo con los distintos sectores políticos y empresarios con el objetivo de reactivar la economía y la generación de empleo entre las pequeñas y medianas empresas. Según lo postulado, una de las medidas más importantes se orienta en una mejora de la carga fiscal en términos de devoluciones impositivas, es decir, la devolución del IVA de las inversiones realizadas en el mismo período bajo la forma de un bono de crédito fiscal. También otro aspecto importante de la Ley, con el objetivo de favorecer la liquidez de las pequeñas y medianas firmas, es la extensión del pago IVA a 90 días, que antes debía pagarse a los 30 días.

Cuando el Gobierno legitima leyes, promociona instrumentos financieros y crea proyectos y programas de financiamiento, el fin que se busca con estos beneficios es promover la inversión, aliviar fiscalmente la participación en la economía y estimular a las pymes a crecer, siempre y cuando el Gobierno monitoree tanto el comercio local como exterior.

3.4.3. Escenario de participación: políticas relacionadas al comercio mundial.

Dentro de las políticas públicas dictaminadas por el Gobierno Argentino para fomentar el desarrollo de las pymes, muchas se relacionan con mejorar la participación en el comercio mundial.

³⁴ Para más información: <http://www.produccion.gob.ar/tramites/rbtparques-61495>

Si bien fue iniciativa de la empresa Basso (firma argentina, productora y exportadora de válvulas para motores que logró una exitosa inserción en las cadenas globales de valor (González et Al., 2012)³⁵), gracias a la política pública de la zona industrial de Rafaela en Santa Fe, el desarrollo de una aduana en ese lugar le permitía a la firma contar con la certificaciones en lugar y una vez que llegaba al puerto lo que iban a exportar, salía sin escalas. Este ejemplo muestra como políticas públicas que mejoren la infraestructura puede ayudar a las pymes a exportar ya que impacta positivamente en los sistemas de logística, reduciendo los costos de exportación y mejorando la eficiencia. El Gobierno Nacional estableció dentro de la Ley Pyme medidas que pueden reducir costos de a la hora de participar en el comercio exterior. En otras palabras, mediante la simplificación administrativa, con el objetivo de eliminar los tiempos burocráticos, disminuir el ahogo impositivo y concentrar los recursos de las pequeñas y medianas firmas en tareas productivas y comerciales, el Estado simplificó por la vía de la automatización de mecanismos y la reducción de retenciones en montos y cantidades. Siguiendo con políticas relacionadas a sistemas de logística y transporte, un proyecto argentino que se destaca es el “*Plan Belgrano*”, que como consecuencia de bajos indicadores sociales y económicos en las regiones del Noroeste (NOA) y Nordeste (NEA) del país, se busca asesorar en materia de obras de infraestructura, servicios públicos y producción y priorizar en las provincias proyectos con financiamiento internacional.

En el ámbito comercial, toda política que facilite el comercio de las pequeñas y medianas firmas tiene beneficios positivos. Esto se debe a que es importante fomentar a una política económica que incentive la producción y comercialización de las pymes, en especial cuando están destinados a la exportación, ya que que si bien representan una escala macroeconómica menor, poseen relevancia en el circuito económico de las pequeñas poblaciones argentinas. En mayo del año 2017, el Gobierno, como resultado de una resolución conjunta entre el Ministerio de Producción y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), dio paso al Régimen de Exportación Simplificada denominado “*Exporta Simple*”, con la finalidad de facilitar las operaciones de exportación de menor cuantía con fines comerciales como son las de las pymes, que no superen los 600 mil dólares y hasta 300 kilos de peso, a través del servicio postal. El fin principal de la política al “potenciar el incremento de la actividad exportadora por parte de las pequeñas y medianas firmas, busca fortalecer la recuperación de las economías regionales argentinas y de la zona de frontera, así como facilitar la integración con localidad de países vecinos en el político del Mercosur”(Resolución General 4049 del Ministerio de Producción y Administración Federal de Ingresos Públicos)³⁶.

Si se mide a las políticas públicas por dificultad de implementación, el contexto comercial internacional suele ser mucho más engorroso en materia fiscal que el marco regulatorio local. Las barreras arancelarias y para arancelarias se convierten en obstáculos para las pequeñas y medianas firmas a la hora de exportar, llevando a que algunas si quiera logren hacerlo. Por eso políticas que ayuden a disminuir esos costos pueden mejorar la productividad de las firmas como consecuencia de la inserción en el comercio mundial. El “*Régimen de Drew Back*” es un plan para aquellas pymes exportadoras; si las firmas exportan productos, envases y/o acondicionamientos elaborados con insumos

³⁵ Gonzalez, Andrea, Hallak, Juan Carlos, Schott, Peter y Soria Genta, Tatiana. “Inserción de firmas argentinas en Cadenas Globales de Valor no orientadas hacia el mercado masivo”. BID. Noviembre, 2012.

³⁶ Para más información: <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/163608/20170516>

importados, pueden obtener un reintegro de los impuestos y derechos de exportación. Otra forma de fomentar las exportaciones, es mediante el *Sistema Generalizado de Preferencias* (SGP). Con este programa el Gobierno busca aumentar las ventas al exterior de aquellas pequeñas y medianas industrias reduciendo o eliminando aranceles siempre y cuando sean firmas que exportan productos a Japón, Australia, Bielorrusia, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza, Rusia, Armenia o Kazajistán.

Asimismo existen otras formas de resguardar y a la vez fomentar la inserción de las pymes en el comercio mundial. Un instrumento desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y la AFIP es el “*Sistema Integral de Monitoreo*” (SIMI) que busca hacer más sencillo, ágil y transparente el monitoreo de las importaciones y garantizar el cumplimiento de las regulaciones de seguridad básicas de los productos importados.

Anteriormente hablamos de políticas públicas que buscaban la aglomeración de firmas en parques industriales. En el ámbito comercial también estos programas tienen lugar ya que pueden resolver controversias de carácter comercial. La “*Red Latinoamericana de Parques Industriales y Tecnológicas*” fue un proyecto presentado en el V Forum Empresarial del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), del que Argentina forma parte, con el objetivo de generar cadenas de valor regionales y potenciar las iniciativas de integración productiva entre las pequeñas y medianas firmas agrupadas en complejos industriales. La idea de este complejo industrial dentro del MERCOSUR es consolidar el mercado regional y disminuir todos los tipos de asimetrías que existen, por lo general, en el seno de las zonas regionalmente integradas.

A modo de resumen, lo que se hizo hasta ahora en este capítulo, fue hacer un relevamiento de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas en Argentina y de las políticas propuestas por el Gobierno Local. Se habló del aporte de las firmas a la economía argentina en materia de empleo, PIB y cuánto ayudaban al crecimiento del país. El estudio se focalizó en las pymes Manufactureras ya que son las que más empleados contratan y las que mayor presión reciben por parte de la competitividad internacional. La actividad varía entre sectores según cuánto exportan y como se comportan frente a amenazas importadoras. La gestión empresarial cumple un rol importante no sólo en el desempeño local sino también para que las pymes puedan participar en mayor proporción en el mercado internacional.

Asimismo, se expuso como el gobierno en cada área de gestión dictamina políticas con el fin de mejorar el desenvolvimiento de las pymes argentinas dentro y fuera del país.

De esta forma, en base a la situación actual de las pymes industriales argentinas y a las políticas gubernamentales, ¿qué está haciendo bien la Argentina y en qué está fallando para promocionar la inserción en las cadenas globales de valor? En los próximos capítulos se buscará responder a nuestra problemática.

4. Políticas recomendables dentro de la literatura de GVC: casos globales y exitosos.

La idea de inserción en las cadenas globales de valor pueden ser posible y se facilita si las pequeñas y medianas empresas son lo suficientemente competitivas para poder estar y competir al nivel que las grandes empresas lograron adquirir como consecuencia de la modernización, la urbanización y la liberalización del comercio internacional (Hernández et Al, 2014)³⁷. Frente a este escenario, vuelve a fortalecerse que la única forma que tienen de participar las pymes de manera exitosa en el comercio mundial es tratando de mejorar la estructura interna de la firma para alcanzar eslabones de producción de mayor valor agregado y desarrollar por parte del gobierno, sin interferir en procesos competitivos, políticas y tratados con otros países así como fomentar la participación de pymes en acuerdos y programas creados por los Organismos Internacionales (B20, 2017; Ferrando, 2013; Bianchi y Szpak, 2015; OMC, 2016; Dalle et Al., 2013).

4.1 Rol de los factores internos de la firma

Los firmas grandes a nivel mundial requieren insumos de calidad, producidos en base a pedidos especiales de diseño exigentes, entregados en horarios precisos y generados a un precio competitivo. Si una empresa grande no puede encontrar pymes locales que cumplan con estos requisitos, importarán componentes de otros lugares.

Por este motivo es que las pymes de cada país tienen que enfocarse en producir un producto competitivo y a la vez tener capacidad de moverse por los obstáculos logísticos, normativos y financieros para responder a nuevos mercados y nuevos clientes dentro de las Cadenas Globales de Valor.

4.1.1. Adopción de tecnología: Innovar e invertir.

La adopción y la innovación de la tecnología son fundamentales para el éxito de las pymes en el proceso de internacionalización ya que disminuye los costos de producción; inclusive es considerado casi un requerimiento para participar en el mercado mundial.

Frente a este escenario lo ideal sería implementar, por parte del Gobierno, políticas especiales para las pymes. Una opción puede ser garantizar Derechos de Propiedad Intelectual ya que estos son cruciales para proteger el capital basado en conocimientos que le permiten a las empresas crear valor y competir en los mercados globales, impidiendo así la réplica de nuevos diseños y tecnologías por competidores (Dalle et Al, 2013). Además esta es una política con consecuencias positivas ya que dada la falta de recursos para innovar, las pymes pueden usarlo como acceso al financiamiento (OCDE y Banco Mundial, 2015).

Otra forma de aumentar la inversión en tecnologías es fomentando las “Zonas Industriales”, los “Parques Industriales” o también los conocidos *Clusters*³⁸. La

³⁷ Hernandez, René A.; Martínez-Piva, Jorge Mario y Mulder, Nanno. “Global value chains: prospects and challenges for Latin America”. ECLAC, 2014.

³⁸ Se entiende como Clusters al conjunto de firmas donde se presta atención a los vínculos industriales que se establecen entre ellas a nivel local generando ventajas comparativas (Humphrey, Jhon y Schmitz, Hubert: “How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?”

concentración de pequeñas y medianas empresas lleva al mejor desempeño de las mismas, ya que las iniciativas público-privadas fomentan el upgrading de los procesos y productos, alcanzado por la participación de Instituciones, universidades y cooperación internacional (Giuliani et Al, 2005). Un caso exitoso al respecto son el grupo de Salmones en Chile. En el sur de Chile, a comienzos de los años ochenta, la Fundación Chile desarrolló el cluster de Salmón, que hasta entonces su cultivo era desconocido en la región, con el objetivo de mostrar que era una actividad que podía ser rentable. Varias empresas privadas así como también multinacionales comenzaron a dedicarse a la actividad de pesca. Posteriormente, las acciones conjuntas dirigidas por el sector privado y apoyadas por políticas públicas (por ejemplo, un mercado comercial, fomentar el comercio al exterior) lograron el fortalecimiento y la evolución del cluster. A finales de los noventa, era tal el desarrollo del conjunto de firmas, que los fondos para R&D se asignaron a través de licitaciones (Maggi 2003 en Giuliani et Al., 2005).

La inversión en tecnología puede ser fomentada también por medio de incentivos financieros. Una opción que optó Japón para aumentar la productividad de las pymes y facilitar la inserción en GVC fue a través del “Préstamo Marukei” siendo este un instrumento que permite a las pequeñas y medianas firmas a obtener un subsidio para modernización tecnológica sólo si la empresa atraviesa un periodo de 6 meses de asistencia técnica con un consultor certificado en temas productivos (Capyme, 2015). La literatura considera razonable que un instrumento gradual de asistencia técnica y financiera permita orientar a las pymes a mejorar sus procesos e indicadores de productividad antes de decidir la incorporación de nueva tecnología o procesos, es decir, *Upgrading* (ADB, 2015; Informe Industrial, 2015).

De este modo, imponer condiciones por parte del Gobierno para facilitar a las pequeñas y medianas firmas la inversión en tecnología así como la concentración de pequeñas y medianas firmas dedicadas a una industria en particular ya sea empresas productoras así como también las que realizan actividades conexas tales como fraccionadoras, distribuidoras, importadoras y locales de venta minoristas, es una solución a los problemas ya que fomentan los procesos de upgrading de productos y procesos con el objetivo de no sólo lograr economías de escala esenciales, sino también como una oportunidad para agregar valor a sus productos (Bamber y Fernandez-Stark, 2013)³⁹. Además, dado que los fondos de inversión involucrados son a menudo grandes, las pymes necesitan aprovechar las iniciativas colectivas como son los *Clusters* y las Zonas Industriales para mejorar su acceso a información, know-how y conocimiento sobre los mercados. En otras palabras, el grado de eficiencia colectiva afecta positivamente las posibilidades de las pymes de actualizarse funcionalmente (Giuliani et Al, 2005).

4.1.2. Financiamiento: herramienta clave para el aumento de productividad.

Para entrar en las GVC se requiere, en la mayoría de los casos, de grandes inversiones en infraestructura, equipo y obtención de certificados. Sin embargo, muchas veces las firmas se enfrentan a restricciones de liquidez y crédito y no pueden realizar las inversiones requeridas; el problema a largo plazo de este panorama es que si se logra entrar a la cadena de valor, se tiene que mantener la calidad y un rendimiento constante y sin una fuente permanente de financiamiento es imposible (Bamber y Fernandez-Stark, 2013, Navas-

³⁹ Bamber, Penny y Fernandez-Stark, Karina. “Global value chains, economic upgrading and gender: the horticulture industry”. ECLAC, 2014.

Alemán, Pietrobelli y Kamiya, 2012⁴⁰). El acceso al mercado financiero suele ser una de las limitaciones más grandes para la mayoría de las pymes lo que dificulta aún más la participación en cadenas globales de valor (ADB, 2015). Políticas gubernamentales comprometidas en las industrias de las diferentes pymes disminuirían los problemas de las firmas a la hora de apalancarse y fomentarían la inserción en el comercio mundial de forma exitosa.

Un programa de financiamiento siempre implica el cumplimiento de requisitos, que en la mayoría de las veces son de poco conocimiento. Por ende, si los requisitos, condiciones y formularios presentados por las pequeñas y medianas firmas están incompletos, la financiación es denegada. Este escenario es frecuente entre las pymes en relación a los bancos (OCDE y BM, 2015); la complejidad de las aplicaciones y procedimientos que exigen los bancos son el origen de los principales problemas con los que se enfrentan las pymes en la búsqueda de financiamiento (Navas–Alemán et AL., 2012). Como política ideal, un tipo de asistencia técnica financiera que permita la recopilación de información y asistir a las pymes en diferentes aplicaciones serviría para unir la brecha entre los bancos y las firmas. Sistemas de información, por ende, solucionarían los problemas de de moral hazard entre firmas y asimetría de información entre bancos y pymes ya que por un lado las firmas estarían más informadas sobre el “papeleo” bancario y por el otro, los bancos tendrían conocimiento de los movimientos y estados de las firmas.

Otra forma de acceder al crédito de forma segura y conociendo toda la información, dadas las condiciones del mercado financiero argentino y el desempeño de las pymes locales, puede ser mediante el acceso a una “Ventanilla” online. InvoiNet, empresa líder en América Latina en la administración de facturas en plataformas virtuales, creó el primer Marketplace de descuento de facturas electrónicas, que permite que las pymes y emprendedores puedan acceder a créditos por el monto de sus facturas desde una aplicación, eligiendo la tasa más competitiva entre las diferentes ofertas de bancos, fondos y diversas instituciones financieras, que compitieron entre ellas para ofrecer la mejor tasa en cada caso. Las firmas que tengan sus facturas en la plataforma, pueden elegir la mejor alternativa para sus necesidades, recibiendo el pago al instante, de forma segura y económica en su cuenta bancaria que puede ser inclusive de un banco diferente al que le da el crédito. Estas plataformas, reducen los costos de financiamiento sobre todo en términos de información y facilitan a las firmas un panorama más amplio del mercado financiero .

Crear complejos informativos que faciliten la provisión de requisitos y condiciones no son los únicos instrumentos para facilitar el acceso al financiamiento. Tal como sostienen Ferraro et Al. (2011)⁴¹, contar con fuentes de financiamiento como créditos de compras y leasing de bienes de capital así como sistemas de garantías, son buenas herramientas para que las pymes logren apalancarse. También contar con grandes empresas como proveedoras directas o de garantía de pymes por medio de proyectos asociativos puede ser un buen mecanismo de transferencia de créditos. Sin embargo, es de gran relevancia

⁴⁰ Navas-Alemán, L., Pietrobelli, C. y Kamiya, M. (2012). *Inter-firm linkages and finance in value chains*. IDB Working Paper Series, No. IDB-WP-349, Washington, D.C, Inter- American Development Bank, September.

⁴¹ Ferraro, Carlos; Goldstein, Evelin; Zuleta, Luis Alberto y Garrido, Celso. “Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina”. CEPAL Y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). 2011

saber el tipo de *Governance* que existe en la cadenas ya que condiciona el papel que puede desempeñar las grandes firmas para mejorar el acceso de las pymes al financiamiento (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005)

Se nombró que una forma de financiarse sería mediante acuerdos asociativos con grandes firmas. Es una herramienta útil ya que es un escenario común en política de financiamiento es que para el sistema bancario formal es difícil distinguir entre altos y bajos riesgos relacionados con la provisión de créditos para pymes por más que muchas industrias muestren ser solventes. Por eso, una política exitosa es crear acuerdos entre grandes proveedores y las pequeñas y medianas firmas. Este escenario depende de la relación de gobierno que exista en la cadena ya que depende de relación el papel que las grandes empresas pueden desempeñar para mejorar el acceso de las pymes al financiamiento (Navas-Alemán et Al, 2012). El solo hecho de tener un tamaño mayor, las grandes firmas cuentan con mayor disponibilidad de información sobre el mercado prestatario local y también global y más activos para ofrecer como garantía, aunque para las firmas ese escenario financiero es casi imposible. En conclusión, establecer relaciones de dependencia vertical con las grandes empresas, no sólo facilita el acceso a créditos a las pymes sino que de una forma termina participando de Cadenas Globales de Valor (Navas-Alemán, 2011)⁴².

Por último, tal como se sostuvo en la parte de “ *Adopción de tecnología*”, garantizar Derechos de propiedad no sólo mejora la inversión en nuevas tecnologías, sino que también las pymes pueden usarlo como acceso al financiamiento (OCDE y Banco Mundial, 2015). Esto se explica porque estos derechos funcionan como garantías, como fuente directa de financiamiento a través de licencias y como dispositivo de señalización de mercados financieros.

Promoviendo diferentes políticas exitosas en función del desempeño de las pequeñas y medianas empresas de las industrias manufactureras, lo que se busca, entre otras, es flexibilizar las condiciones y pasos operativos para acceder a líneas de financiamiento y aplicar leyes que incluyan a las diferentes pymes (ADB, 2015).

4.1.3. Cumplimiento de estándares

La existencia de estándares internacionales son un gran desafío para las pymes. Cada vez son más los consumidores y productores de bienes finales que demandan insumos y servicios buenos para la economía, la sociedad y el medio ambiente. Cumplir con estándares favorece tanto al mercado local, como el desenvolvimiento en el mercado externo ya que cuando los productos y procesos se estandarizan, la transparencia se vuelve más predecible y fácil de controlar, reduciendo así los costos involucrados en las transacciones (Kaplinsky, 2006, Busch, 2000). Como bien se nombró en la primera parte, la incorporación de normativas puede ser utilizada como ventaja competitiva ya que genera un lenguaje común a lo largo de la cadena de valor y promueven la confianza de los consumidores en la seguridad y calidad del producto. No obstante, tiene efectos excluyentes los estándares sino se cuenta con una capacidad administrativa, técnica y científica, dependiendo de las industrias, para cumplir con esos requisitos (OCDE,

⁴² Navas-Alemán, Lizabeth. “The impact of operating in multiple value chains for upgrading: the case of the Brazilian furniture and footwear industries”. World Development, Vol 39, No.8, Amsterdam, Elsevier. 2011

2008⁴³). La falta de calidad en las pymes, por lo general, es uno de los obstáculos más importantes para el cumplimiento de las normas y reglamentaciones y por ende, para integrar las GVC (Van Dijk y Trienekens, 2002).

Lo que se debe buscar es mejorar las oportunidades de estandarización y bajar los inconvenientes que ocasionan. Por ende, el desarrollo de políticas y programas específicos sería una buena herramienta para incentivar a las pymes a cumplir con estándares de calidad y así aumentar la productividad, los beneficios y tener su lugar en el comercio exterior.

La creación de marcas es una herramienta para mejorar el cumplimiento de estándares: lleva a un *Upgrading* de las prácticas que tiene como consecuencia productos más estandarizados y que cumplen con más normas establecidas (CEPAL, 2014). Dentro de la cadena de hortalizas de exportación no tradicionales de Guatemala, en el eslabón de comercialización hay agentes comerciales nacionales e internacionales que se ocupan de las exportaciones. Para lograr su posicionamiento internacional, se necesita profundizar la elaboración de estudios de mercado y perfeccionar los procesos de producción, prestando atención a la calidad y a las posibilidades de elevar el valor agregado, diversificando la oferta de productos de acuerdo con los estándares de los mercados internacionales. La ausencia de laboratorios con reconocimiento mundial y el alto costo de las certificaciones internacionales son restricciones que afectan el procesamiento, el empaque, la exportación y la posterior comercialización. En consecuencia, se propuso instaurar un centro de certificación nacional, generar protocolos de exportación y crear una marca nacional que avale la calidad de los productos y la aplicación de las buenas prácticas agrícolas (Padilla Pérez para CEPAL, 2014⁴⁴).

Sin embargo, tal como ocurría en el caso de mejorar la innovación y el acceso al financiamiento, si las pymes quieren mejorar la calidad de sus productos así como a la hora de exportar saber que envían productos que cumplen con todos los requisitos, es importante que estén informados. Muchas veces las pymes de las diferentes industrias no tienen conocimiento de las redes necesarias para exportar, carecen de información sobre los obstáculos normativos externos al comercio y sobre las complejas normas sobre requisitos de origen o inclusive no conocen las nuevas leyes legitimizadas ya sea por factores geográficos, culturales o educativos (B20, 2017, p.8). Formar parte de Asociaciones de la Industria, Cámaras de Empresarios o Emprendedores, acudir a ferias internacionales, cumbres de negocios como también entablar una relación permanente con clientes y proveedores es una forma de ganar competitividad y mejorar no sólo el desenvolvimiento de cada firma sino también promover el crecimiento a nivel global como beneficio colectivo (Kaplinsky, 2006).

Para lograr dichos objetivos, al principio, muchas veces se necesita de una institución reguladora que cree el contacto entre los productores y los privados, ya que estos últimos son los que más poder tienen. Este rol intermediario suele ser el Gobierno; su rol es traducir las necesidades del comprador a las pequeñas y medianas firma, facilitar la

⁴³ OCDE. (2008). *Enhancing the role of SMEs in GVC*.

⁴⁴ Padilla Pérez, R. (ed.). (2014). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial: metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica*, Libros de la CEPAL, No 123 (LC/G.2606-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

relación donde barreras sociales, económicas y a veces lingüísticas, en el caso de ser un privado extranjero, pueden impedir la interacción directa (Humprey y Navas-Alemán, 2010). El estímulo y apoyo del gobierno, como actor externo a la cadena de valor, muchas veces es necesaria para hacer comprender los beneficios de la acción colectiva.

Los productores, el sector privado y las Instituciones gubernamentales ocupan un lugar en las agrupaciones que, en la mayoría de los casos se encuentra condicionada por sus intereses propios. Para que una asociación sea exitosa se debe buscar el equilibrio entre los beneficios individuales inmediatos y las ventajas de grupo a largo plazo. Los socios deben buscar armonizar el entorno institucionales de la cadena, es decir, las reglas formales e informales que regulan el comportamiento de las partes interesadas de la cadena de valor (Trienekens y van Dijk, 2012; Fortnier, 2006). Estos acuerdos voluntarios tienen por objeto alcanzar un objetivo común o llevar a cabo una tarea específica, en la que las partes comparten riesgos, responsabilidades, medios, competencias y beneficios. La idea subyacente de las asociaciones es que mediante la generación de conocimientos y recursos adicionales, se pueden lograr resultados que beneficien a todas las partes y que no podrían haber logrado individualmente (Kolk et al., 2008).

Existen casos donde políticas gubernamentales que fomentaron las agrupaciones para facilitar el cumplimiento de estándares devinieron en resultados positivos. Japón, desde hace varios años, apoya a las organizaciones que participan en la formación de redes entre los sectores ascendentes y descendentes con el fin de aumentar las oportunidades de las pymes de obtener información sobre los estándares de comercio para mejorar la competitividad y la colaboración entre los miembros de la cadena global de valor (OCDE, 2008). La forma de hacerlo es facilitando flujos de información sobre los participantes de la cadena y en particular, alentando a las Empresas Multinacionales a que compartan sus hojas de ruta en términos de futuro desarrollo de productos y procesos con las pymes como socias. Otro caso exitoso de iniciativas colaborativas fue el de Uruguay donde se implementó un “Sistema de trazabilidad del ganado” (Fernandez Stark et AL., 2013). Con el objetivo de ver el impacto de la exportaciones en el ingreso del país, Uruguay desarrolló un sofisticado sistema de rastreabilidad bovina para permitir al país rastrear rápidamente la fuente del problema y contener las posibles consecuencias negativas que podrían perjudicar al consumidor y a las regulaciones y estándares de sus productos. La asociación se desarrolló a lo largo de varias partes interesadas como productores, gobiernos locales, personal de transporte, el sector privado, las empresas dedicadas a las tecnologías y sobre todo el Ministerio de Agricultura. En el 2014, era hasta el momento el único sistema en el mundo con monitoreo en el tiempo real del 100% del rebaño nacional de ganado. Ejemplos como estos muestran como a partir de agrupaciones los beneficios que se logran son colectivos ya sea desde desde el acceso a más información, como también el cumplimiento de estándares y mejores escenarios de inserción internacional.

Si vemos a las asociaciones como forma de internalizar todos los costos y como provisión de herramientas para participar de GVC, también una forma de hacerlo que no es una “asociación” es mediante “Programas de vinculación de negocios”, un ejemplo claro y exitoso fue el de Uganda (OCDE, 2008). La vinculación de negocios entre pymes y empresas multinacionales no es ni fácil ni automática. Como todo programa colectivo se buscaba aumentar la capacidad productiva, la eficiencia, competitividad y la sostenibilidad de las relaciones dentro del sistema. Varias fueron las instituciones globales que participaron y colaboraron con “Enterprise Uganda” como, la Autoridad de Inversiones de Uganda (UIA), la UNCTAD y el Gobierno de Suecia. El programa, hasta

el día de hoy, consiste en primer lugar en identificar a las empresas de diferentes tamaños y facilita la implementación de acuerdos de vinculación comercial y define las brechas de capacidad de las pymes. También garantiza la transferencia de tecnología y conocimientos técnicos y de reglamentación, incluido el coaching y el asesoramiento de las pymes por parte de las empresas multinacionales, y facilita el acceso a los mercados y la financiación. La Autoridad de Inversiones de Uganda contribuye a mejorar el entorno de la política empresarial y facilita la intermediación inicial de los vínculos con las Empresas Multinacionales. El proyecto demuestra hasta ahora que, a pesar de las limitaciones de la capacidad productiva de las pymes, las multinacionales estaban dispuestas a mejorar sus relaciones comerciales con las pymes en relaciones a largo plazo, siempre y cuando las PYMES se comprometían a remediar las deficiencias de sus sistemas empresariales ya mejorar sus aptitudes.

Por último, otra forma de fomentar el cumplimiento de estándares calidad a la hora de comerciar, es por medio de promociones de exportaciones (BID, 2012). Por medio de agencias públicas se da a conocer la información recopilada sobre la estructura de distribución en el extranjero. Este escenario ayuda a las pymes a saber como insertarse en las GVC y a asesorar a potenciales exportadores del tipo de distribuidores que se buscan y de las necesidades generadas según el tipo de relación que se busca establecer. Un caso exitoso fue desarrollado por la Embajada Española en New York, donde la oficina comercial produjo un conjunto de documentos en línea a petición de la principal agencia de promoción de exportación española de calzados que describe detalladamente la estructura de distribución de calzado de Estados Unidos. Esta plataforma permite saber los pro y los contra de entrar en el mercado de Calzados de Estado Unidos, desde la fase uno hasta la apertura de locales.

Vemos entonces que lo que en un principio es considerado un aporte de calidad al producto, puede convertirse en el obstáculo para participar del comercio mundial. El cumplimiento de los estándares de calidad van a determinar el desempeño de las firmas ya que, como se dijo en un principio, la calidad determina la competitividad (Bamber y Fernandez Stark, 2013). El entorno donde las pymes de las distintas industrias argentinas se desenvuelven es de gran relevancia ya que condiciona el upgrading de las mismas firmas (Pietrobelli y Rabellotti, 2004). Las diferentes iniciativas de las pequeñas y medianas firmas con otras Instituciones y empresas fomentan la innovación, inversión y aumentar el conocimiento. Sin embargo, todas estas actividades no pueden desarrollarse si las firmas no cuentan con dueños y empleados los suficientemente capacitados.

4.1.4. Mano de Obra: Capacitaciones y el rol clave del Gerenciamiento.

La calidad también se determina en función de cuan capacitados y especializados son los empleados. Las pymes, por lo general y sobre todo en países en desarrollo, están conformados por administraciones débiles y organizaciones ineficientes que llevan a una baja productividad de la empresa, un uso sub-óptimo de mano de obra, desperdicio de materiales y baja eficiencia a nivel de planta- producción (OCDE y Banco Mundial, 2015).

Este escenario refleja una necesidad de promoción educativa; promover carreras universitarias de perfil técnico y la educación técnica de nivel secundario y terciario. Por este motivo es que políticas públicas que busquen mejorar el capital humano ya sea generando incentivos para emplear a graduados universitarios, programas de capacitación

o con entrenamiento en técnicas de comercio exterior, permitirá a firmas argentinas a tener un nivel adecuado de management, y así formar parte de las Cadenas Globales de Valor y poder gestionarlas con eficiencia (ADB, 2015).

Fomentar la capacidad técnica de las firmas entendidos como el desarrollo de buenas prácticas del sector alineadas con los estándares de los compradores son un elemento crítico para la entrada exitosa en la cadena de valor (Fernandez Stark, Bamber y Gereffi, 2011). Un caso exitoso fue el implementado por el Banco Interamericano de Desarrollo para la finalización de escuelas en India y América Latina. El proyecto de “ Escuelas de acabado” son una herramienta para reducir la brecha entre las necesidades de capital humano de las Cadenas Globales de Valor y las habilidades proporcionadas por los sistemas educativos nacionales. El modelo escolar fue aprobado en India y Filipinas, así como también en América Latina con el apoyo del BID. Estas escuelas ayudan a los recién graduados y a los trabajadores a desarrollar habilidades que están más demandados en el mercado laboral, por lo que son mas empleables. Al aumentar la oferta de trabajo, las escuelas pueden ayudar a un país a mejorar su posición en la cadena de valor.

La formación empresarial vista como habilidades de gestión, determinan la participación de las firmas. Para lograr una inclusión y participación sostenible, los productores deben prever cualquier incidente, administrar bien los costos y negocios con clientes. Para ello se necesita de la creación de competencias en relación con la planificación, la gestión eficiente de los costos, alfabetización financiera y la gestión de clientes, así como infraestructura apropiada y las inversiones en equipos para mejorar la calidad y productividad. También promover la inversión de las firmas en sistemas de monitoreo a clientes puede llevar a una mejor relación en cadenas de valor y una administración adecuada de los costos (Kaplinsky, 2006; Bamber y Fernandez-Stark, 2013).

Costa Rica es uno de los principales exportadores latinoamericanos de servicios empresariales al resto del mundo (Fernández-Stark, Bamber y Gereffi, 2013a) y para sostener la competitividad del país en los segmentos más altos de la GVC, ha desarrollado varias iniciativas públicas y privadas para expandir la mano de obra disponible. Por un lado, las empresas junto a las Universidades, trabajan de manera proactiva para diseñar planes de estudio que aseguren satisfacer las necesidades a largo plazo de los estudiantes. En primer lugar las firmas del sector reclutan estudiantes de secundaria para incorporarse en puestos técnicos básicos informándolos y asistiéndolos para cumplir sus funciones. Luego, se motiva a seguir una educación superior, con tiempo libre para el estudio y, en algunos casos, incluso el reembolso de las tasas de matrícula para los que ingresan a la Universidad. A medida que estos individuos avanzan en su educación, se les da la oportunidad de pasar a servicios de mayor valor en la empresa. Al mismo tiempo, el sector público también fomenta la mejora en mano de obra; el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica ha establecido escuelas secundarias públicas bilingües centradas en el sector de los centros de llamadas para satisfacer la fuerte demanda de personal en inglés en la industria de servicios offshore, garantizando así un suministro continuo de graduados de nivel básico para la industria. También el gobierno puso en marcha Costa Rica Multilingüe, una organización sin fines de lucro dedicada a mejorar las habilidades de comunicación para un mayor desarrollo personal y profesional. En base a lo estudiado por Bamber, Fernandez-Stark y Gereffi (2013^a), este programa donde múltiples partes están interesadas está ayudando tanto a reforzar la competitividad inmediata del país como a facilitar la mejora a largo plazo de los servicios offshore GVC.

Las habilidades sociales, o bajo el nombre técnico de habilidades blandas, es decir, habilidades relacionadas con la comunicación, el liderazgo, la gestión de conflictos, la negociación y el trabajo en equipo, han demostrado también ser esenciales para el crecimiento de las cadenas de valor (Gereffi et al, 2011). Las pymes de los diferentes sectores deben aprender y adquirir estas habilidades ya que trabajando juntos pueden lograr economías de escala. Una forma de lograrlo es fomentando el desarrollo de *Clusters*. Japón fue un país que logró implementarlo por medio de la financiación de Proyectos de Clúster Industriales que establecen redes entre pymes, gobiernos, Instituciones, laboratorios y universidades. Estas relaciones entre varias instituciones públicas y privadas se justifica ya que dentro de las pequeñas y medianas firmas de las diferentes industrias, participan productores, empresas de transporte y logística, laboratorios. Si todas estas empresas trabajan en conjunto, los costos de inserción al comercio mundial van a ser menores.

Otro caso exitoso de colaboración y coordinación de actores para avanzar en la GVC fue la iniciativa del Gobierno de México para fomentar el desarrollo de la fuerza laboral en la Industria aeronáutica de la localidad de Querétaro. En función del artículo de Casalet et AL. (2011) "*Evolución y complejidad en el desarrollo de encadenamientos productivos en México: los desafíos de la construcción del cluster aeroespacial en Querétaro*", este caso de *Cluster* creció rápidamente desde que empresas como Bombardier, una de las empresas líderes en el sector, el grupo francés Safran y el fabricante español de fuselaje Aernnova, se establecieron en el área marcando la entrada de Querétaro en el GVC aeroespacial. Todo este proceso de desarrollo de la Industria fue apoyado con gran compromiso parte del gobierno estatal. Entre las inversiones más importantes se destaca la creación en el año 2007 de la Universidad Nacional Aeronáutica de Querétaro (UNAQ), que ofreció varios programas técnicos desarrollados en el marco de iniciativas público-privadas y lanzó el primer programa de ingeniería aeroespacial del país. Este proyecto incluía además del reclutamiento de personal docente de Canadá y España, maestros de la industria aeroespacial que trabajaban en la región de Querétaro. Este escenario no sólo llevó a que más de la mitad de los estudiantes se recibieran, en grado y postgrado, en ingeniería reflejando así un excelente mano de obra especializada en aeronaves sino también el desarrollo de nuevos programas educativos por la gran demanda del sector industrial en cuestión (Casalet et AL., 2011)

Para el caso de las industrias caracterizadas por contar con tecnología avanzada, requieren de trabajos con capacidades más bien especializadas. Una forma de mejorar la mano de obra de los miembros de las firmas podría ser desarrollando centros de investigación y desarrollo. Uno de los casos más exitosos es el de la Industria farmacéutica de México, donde se prestaban "Servicios altamente intensivos en conocimientos asociados a la investigación y el desarrollo"(Pozas, 2014). La Industria farmacéutica, se caracteriza por altos costos de investigación que se traducen en altos niveles de inversión, por lo que es común que muchas corporaciones transnacionales de este sector demanden servicios de Investigación sobre todo en las áreas de biotecnología y farmacología (CEPAL, 2014). Formar parte de este tipo de cadenas de valor generan beneficios económicos diversos, tanto para las corporaciones farmacéuticas como para los países proveedores de los servicios. Por un lado, las corporaciones farmacéuticas, además de reducir significativamente sus costos de investigación, tal como ocurrió en México, pueden desarrollar productos que estén mejor adaptados a la realidad de los países proveedores de servicios de deslocalización. Así se reducen los plazos para introducir nuevos medicamentos en mercados locales. Por otro lado, la participación en las cadenas globales

de la industria farmacéutica les permite a los países proveedores de estos servicios desarrollar nuevas capacidades en distintas áreas, como los recursos humanos, la experiencia científica, las habilidades técnico-científicas y la infraestructura. Además, la cooperación entre universidades y centros de salud (hospitales y clínicas) permite crear centros de investigación y laboratorios adecuados para esta industria.

Siendo la industria farmacéutica un caso exitoso, para aquellas pymes que formen parte de industrias enfocadas en trabajos de investigación y descubrimiento, puede decirse que si se implementaran centros de Desarrollo e investigación dentro del sector con la finalidad de prestar servicios, sería una política más que favorable para la participación de las pymes en las Cadenas globales de Valor.

Hasta ahora se nombraron políticas y medidas a nivel nacional, que el gobierno puede implementar para fomentar la participación de las pymes en las cadenas globales de valor. Sin embargo, las capacidades internas por si solas no son suficientes ya que para que las firmas puedan adoptar rápidamente nuevas tecnologías, innovar y optimizar su producción dependen más del entorno operativo, ya que este último determina los costos de producción, exportación e importación (OCDE y Banco Mundial, 2015).

4.2. Rol de los factores externos

Los determinantes externos abarcan muchos aspectos del comercio. Para pequeñas y medianas firmas la prestación de servicios dentro de las Cadenas de Valor se ven afectadas principalmente por tres áreas: aduanas, infraestructura y calidad de los servicios logísticos. Estas áreas suelen llevar a las pymes a incurrir en elevados costos cuando quieren trasladar bienes por lo que una regulación de políticas abordada desde un enfoque integral podría solventar estos obstáculos comerciales.

4.2.1. Logística e Infraestructura

La habilidad de los países y pymes de participar en cadenas globales de valor se ve enormemente afectado por la calidad de la logística y por la condición física de la infraestructura, como rutas, puertos y aeropuertos, así como la poca eficiencia de los procedimientos que deben llevarse a cabo en esos espacios (OECD y Banco Mundial, 2015). La falta de transparencia en los procesos de liquidación, la no economía de escala y los ineficientes sistemas de logística, llevan a que las pymes no sólo bajen su rendimiento comercial sino que también no puedan participar de las GVC. Los determinantes exógenos del comercio, como la geografía, están fuera del control de un país, pero las decisiones políticas no lo son.

Marruecos, es un caso claro de éxito; el país implementó una estrategia integral para mejorar la logística y la conectividad y aprovechó su proximidad a Europa. El desarrollo de una agencia de logística combinada con inversiones físicas en el Puerto de Tanger-Med, fomentó el surgimiento de exportaciones justo a tiempo de Marruecos a Europa. Esta política de desarrollo de instalaciones y servicios de carga y logística van más allá de la propia economía de Marruecos, alcanzando todo el Norte de África, el sur de Europa y África Occidental. Un segundo caso exitoso y esta vez argentino, es el de Basso, fabricante de Válvulas, firma que organiza su propio sistema logístico para que sus clientes, en su mayoría extranjeros, no sientan que las distancias son relevantes. Para garantizar la entrega a tiempo, ante posibles eventualidades, la firma mantiene un stock

de productos permanente en barcos y en depósitos. Cuando se presenta alguna dificultad en la entrega a través de los medios habituales, se hacen envíos en avión que son hasta cinco veces más caros que los realizados por barco. La actividad de logística es fundamental en el negocio de la firma y este servicio de entrega just in time es reconocido por sus clientes en este mercado, y lo diferencia del resto de los competidores. Estrategias de esta clase a lo largo de los diferentes países eliminarían los costos que deben afrontar las pymes cuando participan del comercio exterior por medio de GVC.

4.2.2. Facilitación Comercial: iniciativas y motivaciones globales.

Cuando las pymes buscan participar de las cadenas globales de valor tienen cuatro frecuentes desventajas, la falta de economías de escala y el exceso de burocracia por la grandes empresas, incertidumbre y falta de transparencia en los procedimientos comerciales (OCDE, Dic. 2013). Este escenario lleva a que las pequeñas y medianas firmas desconozcan la reglamentación vigente de la economía a la que se pretende exportar y también información sobre las oportunidades de exportación en los mercados de destino. El no conocimiento de las normas puede ocasionar disminución de los beneficios cuando se exporta o inclusive la posibilidad de rechazo de lo que se busca exportar.

En el año 2013, en Bali, se dictaminó el Acuerdo de Facilitación de Comercio (AFC) con el objetivo de hacer pública y facilitar la información a comerciantes, adoptando nuevas medidas en materia de aduana y gestión de fronteras (OCDE y Banco Mundial, 2015). El AFC fue uno de los dictámenes que más repercusión tuvo en todo el mundo. Cuando se habla de facilitación del comercio se lo relaciona con la disponibilidad de información, el régimen de resoluciones anticipadas y procedimientos de recurso. Este Acuerdo se volvió la prioridad de la mayoría de los países ya que no sólo algunos países comenzaron a beneficiarse sino que Organización Internacionales y Cumbres de Negocios, lo tienen como prioridad a la hora de fomentar políticas. Como se sostuvo en el B20 del año 2017, el AFC facilita a las pymes insertarse en las Cadenas Globales de Valor, proveyendo más variedades y tipos de productos y también la ventaja de disminuir las oportunidades de corrupción y menores costos laborales y burócraticos.

La “Ventanilla Única” fue una forma implementada por muchos países para facilitar el comercio; consiste en un portal comercial para las firmas que facilita información, automatiza procesos, coordina los costos de la firma generando mayor coordinación y cooperación entre agencias públicas. Los costos de comercio al perjudicar más a las pymes, ya que las capacidades para internalizarlos en sus producciones es menor que para las grandes empresa, la “Ventanilla Única” es una forma de facilitar el comercio ya que la reducción de costos se traduce en “formalidad, procedimiento y automatización” (B20, 2017; OMC, 2016, OCDE y BM, 2015).

Otra forma de favorecer el comercio es por medio de Acciones Colectivas o soluciones innovadoras para compensar la falta de economías de escala. Programas de este estilo llevan a disminuir los costos y cargas administrativas que son los principales obstáculos al comercio para las PyME. Las mejoras de las firmas deben ir acompañadas de esfuerzos en los países de destino y de tránsito, y todas las partes interesadas de la cadena de valor deben participar en la aplicación de la reforma, ya que el desarrollo de capacidad sólo de las pymes exportadoras no es suficiente. El programa “EXPORTA FÁCIL, fue en

principio una asociación colectiva implementada por Brasil, donde luego se sumaron Perú, Uruguay y Colombia.

4.2.3. Política Comercial: siempre las pymes las menos favorecidas.

En los diferentes organismos cuando se hace alusión a políticas comerciales, se habla de barreras arancelarias y no arancelarias. Los costos de imposiciones gubernamentales, de calidad y reglamentaciones pueden ser variables o fijos, dependiendo si son en base a la cantidad que exportan o costos asociados al comercio local e internacional en general. Estas imposiciones se terminan convirtiendo en obstáculos a la competitividad de las firmas, sobre todo de las pymes condicionado la performance en las Cadenas Globales de Valor.

Para las pequeñas y medianas firmas de las diferentes industrias, las elevadas barreras al comercio exterior, que se exteriorizan por medio de restricciones no arancelarias, dificultan la internacionalización de las en GVC, sumado a la falta de cláusulas en los acuerdos internacionales que favorezcan el desarrollo del sector pymes exportador (B20, 2017). Si las pequeñas y medianas firmas pertenecieran a mayores acuerdos multilaterales o regionales entre Industrias de países las barreras comerciales a las que se enfrentan podrían internalizarse para que no sean dobles. Sin embargo, si bien reducen los costos de entrada al comercio, los acuerdos no garantizan la total internacionalización (OCDE y WB, 2015). El hecho de que muchos acuerdos internacionales impactan negativamente sobre la posible participación de las firmas en GVC es motivo para fomentar políticas y mejorar las condiciones dentro de los distintos acuerdos en los que los países participan.

El rol de las Regulaciones de importación también forman parte de la política comercial en términos del uso y la forma a aplicarse. Dado que muchas veces la obtención de un insumo adecuado puede ser crucial para lograr el diseño específico comercializado en el mercado, una recomendación de política natural es no obstaculizar el acceso de empresas a componentes y materiales importados ya que muchas veces un impuesto a las importaciones se transforma en un impuesto a las exportaciones (OCDE y BM, 2015). Eliminar las propias barreras a los productos extranjeros se convierte entonces en un medio para aumentar la participación en las GVC en lugar de una concesión a los socios comerciales (OCDE, 2013). Muchos países vieron mejoras en su performance una vez eliminadas las restricciones a las importaciones como fue el caso de Canadá que en el 2010 decidió unilateralmente eliminar los aranceles sobre una amplia gama de insumos, maquinaria y equipo de fabricación. La reforma era parte de un plan de acción a favor del empleo y el crecimiento; los resultados reflejaron el objetivo dado que el ahorro de los impuestos para los fabricantes mejoró la productividad y la competitividad de los fabricantes canadienses y llevó a una gran creación de puestos de trabajo. También Indonesia fue un país que ganó altos niveles de productividad a partir de la supresión de aranceles de exportación. Estas ganancias derivan de la tecnología incorporada en los insumos importados y por el acceso de productos intermedios extranjeros (Amiti y Konings 2007 en OCDE, 2013).

A modo de resumen, en base a la revisión de literatura sobre políticas para fomentar la inserción de pequeñas y medianas firmas en Cadenas Globales de Valor, se pudo explicar como ciertas políticas enfocadas en factores internos a la firma tales como mano de obra, innovación, financiamiento y cumplimiento de estándares son importantes para garantizar una participación continua dentro de las GVC. Desde el contexto externo, desarrollar una

relación integrada entre países mediante acuerdos, facilitando por medio de instituciones centralizadas condiciones y reglamentaciones de participación para el comercio y evitando mediante leyes perjudicar la actividad exportadora, puede sostenerse que son prácticas de los gobiernos y mismo de las firmas, que pueden promover la participación en Cadenas Globales de Valor. No obstante, si bien son políticas que una vez aplicadas llevaron y pueden llevar a una buena integración en las GVC por distintos países o firmas, dependen del contexto institucional, social y económico de donde se lo aplique y de cuán interiorizado están respecto a las estructuras internas de la firma (Giuliani, Pietrobelli y Rabellotti, 2005; ADB, 2015).



Universidad de
San Andrés

5. Reflexiones sobre las políticas: Lo que hace Argentina y qué le falta para mejorar la inserción en Cadenas Globales de Valor.

La capacidad de exportar al mercado global es un buen indicador de la competitividad de una economía y de su sector empresarial. Si bien la mayoría de las exportaciones son aportadas por grandes empresas, tanto nacionales como extranjeras, las pequeñas y medianas empresas (pymes) pueden, y en muchos casos, aportan una importante contribución.

Sin embargo, la mayoría de las pymes no tienen fácil internacionalización. Los mercados extranjeros ofrecen la oportunidad de expandirse, pero también implican grandes costos de puesta en marcha y de desarrollo del mercado, y presentan enormes riesgos de que la empresa no tendrá éxito y los costos no podrán recuperarse. La exportación por medio de Cadenas Globales de Valor, que suministra componentes y servicios a grandes empresas que exportan, puede ser un desafío.

“La exitosa internacionalización de las pymes requiere, por tanto, que tanto las empresas competitivas produzcan un producto competitivo como la capacidad de navegar por los obstáculos logísticos, normativos y financieros de producir para nuevos mercados y nuevos clientes. Sin distorsionar los mercados o interferir en procesos competitivos, los gobiernos pueden proporcionar políticas y programas de apoyo para ayudar en ambos aspectos: fomentar la mejora de su calidad y ayudarlos a ser globales” (ADB, 2015, p.117)

Lo que se hizo hasta ahora en la tesis fue mostrar las políticas que se presentan y proponen a nivel global para facilitar la participación en Cadenas Globales de Valor, dada la importancia de las mismas, y comentar y exponer el estado actual de las pymes en Argentina y que medidas toma el Gobierno y demás instituciones locales para promover esa inserción. El objetivo en este cuarto capítulo es poder responder a nuestra pregunta de investigación haciendo una valoración y logrando el *matching* entre la literatura de GVC y las políticas favorables y la política pública actual de Argentina.

5.1. Qué está bien, qué está mal y que se puede mejorar.

La reflexión a llevarse a cabo cumplirá con la misma estructura que el capítulo 4 de políticas globales, es decir, se buscará analizar y realizar comparaciones y reflexiones en función, en primer lugar, de componentes locales al país incluyendo la gerencia comercial de las pymes argentinas y en segundo lugar en función de elementos comerciales externos. La mayoría de los datos cuantitativos así como también resultados de encuestas a pymes locales fueron provistas por la Fundación Observatorio PyME⁴⁵, institución argentina sin fines de lucro que tienen como objetivo contribuir al desarrollo de información confiable, actualizada, comparable en el tiempo, entre sectores, regiones argentinas y a nivel internacional.

5.1.1. Escenario de política en función de FACTORES INTERNOS.

En Argentina, el hecho de que muchos sectores de las pymes industriales presente baja competitividad internacional, aunque no necesariamente tienen bajos niveles de

⁴⁵ Para más información: <http://www.observatoriopyme.org.ar>

desarrollo organizacional, es un cuadro de reflexión para cuestionarse cuan insertadas están las pymes en las Cadenas Globales de Valor. La falta de políticas públicas específicas para cada Industria que ayuden a las firmas argentinas a dar el paso al comercio mundial puede plasmarse en que la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas industriales argentinas dependen en su mayoría de la actividad de la economía regional y muy poco del mercado internacional.

Tal como se sostiene en la literatura de GVC, toda política pública direccionada a aumentar la innovación en las firmas tiene resultados positivos en la participación de GVC, ya que el hecho de tener que cumplir con estándares o responder a un cliente multinacional que demanda un producto especializado, requiere de bajos costos en producción y mejorar en tecnología es una solución (Giuliani et AL. 2005; Dalle et AL., 2013).

Si bien Argentina no es un país que fomente el uso de Derechos de Propiedad entre las firmas para aumentar la productividad, si está comprometido, de la misma forma que la literatura recomienda, en ampliar y mejorar sus campos de conocimiento técnico y científico con el fin de optimizar sus procesos productivos mediante otras herramientas. En Argentina el sector público es el principal impulsor y agente de financiamiento de la I+D. La mayor parte del gasto en Ciencia y Tecnología es efectuada por la Administración Pública Nacional y organismos descentralizados. El fomento de investigaciones ya sea motivado a docentes al reconocimiento dentro del campo de las investigaciones así como los aportes las instituciones destacadas en I+D es una política pública que puede facilitar la inserción en GVC ya que el hecho de que existan institutos (CONICET, INTA, CONAE, etc.) e investigadores especializados en diferentes industrias, los nuevos descubrimientos y mayores conocimientos podrán crear valor y mejorar la competencia en mercados globales.

El gobierno argentino en los últimos años promovió, por medio de la financiación que las firmas se inserten en Parques Industriales. Si tenemos en cuenta lo que sostienen los autores Giuliani et AL. (2005) y Bamber y Fernandez Stark, incentivar a las firmas a formar parte de estas zonas tiene beneficios enormes en la innovación de las firmas y es una herramienta esencial para insertarse en GVC. Lo que ocurre en Argentina es que no lo ven como una política de mejora en innovación sino más bien como una política de financiamiento. Lo mismo ocurre con el “Programa de acceso al crédito y la competitividad (PACC)”, es una política que si bien exige condiciones de mejores en infraestructura interna relacionada con la innovación, tiene fines más bien financieros y no tan enfocados en mejorar la productividad de la firma.

Si ahora se analiza el sector privado argentino, en general, se caracteriza por una baja inversión en I+D. Esto ocurre porque generalmente las pymes, conformada por capitales nacionales, destinan pocos recursos a la innovación debido principalmente a restricciones de acceso al crédito. Por su parte, las grandes empresas, con una fuerte participación de capitales foráneos, importan los servicios de I+D desde sus casas matrices (BID, 2012; Secretaría de Política y Planificación de Desarrollo, 2016). Las políticas públicas argentinas que buscan la innovación en las firmas, tales como el “Programa Raices” (vinculación de investigadores residentes y extranjeros) y el “Programa Innovación Tecnológica IV” (favorecer sistema nacional de innovación) si bien tienen como objetivo principal incrementar las capacidades de innovación de las pymes, no son las recomendables por la literatura de las GVC ya que el gobierno antes de promover políticas

para la Industria Manufacturera en general tiene que prestar atención en las capacidades de mano de obra que existe dentro de las firmas (ECLAC, 2014).

En el caso de Argentina, en lo que respecta a la mano de obra joven, no se registran grandes mejoras en la calidad educativa en la evolución 2006-2012, lo que refleja una necesidad de mayor trabajo desde el lado de la calidad de la educación, que impacta en definitiva en la preparación de los recursos humanos que potencialmente se emplearán en actividades de investigación y desarrollo (FOP, 2014). La importancia del sector universitario en la I+D es determinante, no sólo porque las universidades albergan centros de I+D, sino porque es en dicho sistema donde se forman los futuros profesionales e investigadores. De esta manera, los alumnos y egresados del sistema universitario podrían ser considerados como un indicador potencial del nivel de capital humano disponible para el desarrollo científico y tecnológico del país (Secretaría de Política Económica y Planificación de Desarrollo, 2016).

Por parte del gobierno, las políticas públicas que conciernen a mano de obra son programas destinados más bien a los miembros de las pymes o a los dueños de las mismas con el fin de aumentar sus rendimientos y la producción de las firmas. En Argentina, los proyectos “Academia argentina emprende” y “Capacitación PYME”, tal como se citó en el capítulo 3, son programas destinados a las firmas existentes en el mercado o las que buscan participar ofreciendo cursos de capacitación para sus empleados y a veces sólo para sus gerentes. La literatura de GVC fomenta la capacitación de las firmas pero no una vez que la empresa ya está en marcha sino desde la formación educativa primaria, secundaria y sobre todo universitaria de los que serían los próximos miembros de las firmas ya que es la forma de tener desde un principio empleados capaces (ADB, 2015; Fernández-Stark, Bamber y Gereffi, 2013^a). Esta postura de los autores es por un motivo de costos a la vez, ya que es una mejor solución empleados capacitados desde un principio y no recurrir a la capacitación una vez que ya está en funcionamiento la firma.

No obstante no sólo la literatura lo afirma, sino que en la actualidad las mismas pequeñas y medianas empresas de los distintos sectores industriales de Argentina pueden sentir la dificultad de reclutar personas con conocimientos técnicos y universitarios. Durante la última década, en el sector de las pymes industriales, siempre muy sometido a las presiones del comercio internacional, las dificultades para contratar personal de todos los niveles -operarios, técnicos, calificados no universitarios, universitarios y profesionales- fueron altas y crecientes. Si se hace hincapié en un segmento, es sorprendente el incremento de las dificultades para contratar personal con estudios universitarios, que pasaron de afectar al 41% de las PyME en 2006 al 68% en 2015. (FOP, 2015; FOP 2016). Este panorama de adversidad de contratación de mano de obra universitaria se asocia a que la oferta académica no responde a la demanda del mercado del trabajo local.

Analizando estas cifras de oferta y demanda se puede concluir que el problema de las dificultades para el reclutamiento de recursos humanos calificados que enfrentan las pymes de todos los sectores industriales en Argentina no es tanto un problema de insuficiencia de oferta, sino de profunda desconexión entre el sistema educativo (oferta laboral) y el sistema productivo local (demanda laboral) (FOP, 2016). La solución y mejora de este escenario argentino, en base a las políticas globales de Cadenas Globales de Valor, es volver el sistema educativo en todos sus niveles obligatorio, incluyendo Universitario. Siguiendo a la literatura de Cadenas Globales de Valor una política como la ejecutada por el Banco Interamericano de Desarrollo sería exitosa: consistió en la

finalización de escuelas en India y América Latina. El proyecto de “Escuelas de acabado” son una herramienta para reducir la brecha entre las necesidades de capital humano de las cadenas globales de valor y las habilidades proporcionadas por los sistemas educativos nacionales. Argentina debería implementarlo.

A pesar de la escasez en políticas educativas que mejoren la participación de las firmas argentinas en GVC, el gobierno si tiene en cuenta el desempeño de los líderes de las pymes, que es considerado un tópico importante en la literatura de las GVC. Con el programa “Expertos PYME” se brinda la posibilidad de que un profesional especializado ingrese a la firma su objetivo de involucrarse en la realidad de la empresa para transmitir sus conocimientos de manera tal que puedan ser utilizados en actuales y futuros desafíos. Si las firmas utilizan esos conocimientos y los internalizan sin crear una dependencia con el agente, puede considerarse una política de mejora de mano de obra. Por ejemplo, si terminan de conocer en profundidad la empresa, es decir, costos de la firma, dificultades frecuentes que enfrenta la empresa, así como también llevar una relación amena con los proveedores y clientes mediante el monitoreo y seguimiento, a largo plazo, los beneficios serán positivos (Kaplinsky, 2006; Bamber y Fernandez-Stark, 2013).

Al principio del capítulo, y en el capítulo 3, hicimos alusión a que las pequeñas y medianas empresas argentinas no tienen mucha relación “proveedor-cliente” con las grandes firmas. Si bien, en base a una entrevista llevada a cabo por la Fundación Observatorio Pyme en el año 2009, mostró que más de la mitad las pymes manufactureras argentinas realizaban sus entregas en tiempo y forma a sus clientes, sólo muy pocas eran capaces de identificar correctamente los requerimientos de los clientes para el producto y prevenir eventuales problemas en el área comercial. Se exponen estos resultados para mostrar que las políticas públicas del gobierno para mejorar la eficiencia de las pymes son buenas y funcionales respecto a capacitar y mejorar la estructura interna de la firma, aunque según la literatura, se recomienda hacer mayor hincapié en las capacidades de mano de obra desde un principio.

De esta forma, con respecto a la formación de recursos humanos, parece que la mejora de la calidad educativa se va a alcanzar si se continua avanzando en la expansión de acceso y en el fortalecimiento de la formación académica en los distintos niveles educativos a fin de generar competencias, capacidades y habilidades tanto cognitivas como no cognitivas de los recursos humanos que deriven en desarrollos científicos–tecnológicos que busquen resolver problemas de la realidad y del entorno socioeconómico.

Del mismo modo, se puede ver que Argentina no tiene una mala *performance* en cuanto a promoción de políticas que busquen mejorar la productividad de las firmas y su inserción en el comercio mundial desde el lado de la Investigación y Desarrollo aunque no del mismo modo en incentivos de mejora de mano de obra. Por este motivo, en función de la situación actual de Argentina y con el fin de mejorar su integración a las Cadenas Globales de Valor, resultará esencial generar un esquema de cooperación y articulación entre diversos agentes, a saber: instituciones educativas, empresas y el sector público a nivel nacional, provincial o municipal. Si bien, en general los países de América Latina presentan una articulación muy reducida, Argentina debería avanzar en políticas tendientes a articular la oferta de la investigación y desarrollo científicos y tecnológicos que se dan en las instituciones de educación superior con la demanda por tecnología que buscan satisfacer las empresas públicas y privadas y los diversos organismos públicos (Gereffi et al, 2011, Humphrey y Schmitz, 2002, Giuliani et Al., 2011).

Como país, Argentina ya comenzó a promocionar e implementar políticas de *Integración* entre sectores públicos y privados. Como miembro del MERCOSUR, integra la “Red Latinoamericana de Arbitraje” cuyo principal objetivo es generar cadenas de valor regionales y potenciar las iniciativas de integración productiva de pequeñas y medianas firmas agrupadas en complejos industriales. Dentro de esta red de integración participan además de parques industriales y tecnológicos, redes universitarias, organización empresariales y fundaciones de las regiones que abarca. Lo que se debate, plantea y propone es de suma importancia para el desarrollo del MERCOSUR como consecuencia de la interacción estratégica entre todos los miembros institucionales.

El ejemplo presentado es para reflejar que Argentina si tiene el potencial de insertarse en Cadenas Globales de Valor pero según la literatura, se recomienda que los países empiecen fomentando esas asociaciones colectivas de adentro hacia fuera. Replicar este escenario en la Industria Manufacturera conllevará al traspaso de información de un organismo a otro y el contacto con expertos, le permite a los miembros de las pymes contar con los capacidades y conocimientos adecuados para conllevar las diferentes situaciones del comercio. También es importante recordar que dentro de las pequeñas y medianas firmas de las diferentes industrias, participan productores, empresas de transporte y logística. Si todas estas empresas trabajan en conjunto, los costos de inserción al comercio mundial van a ser menores.

Un factor interno que no se nombró hasta ahora es el cumplimiento de estándares. Para participar del comercio mundial en general, la incorporación de normativas por un lado puede ser utilizada como ventaja competitiva ya que genera un lenguaje común a lo largo de la cadena de valor, pero por el otro, los efectos del no cumplimiento de reglamentaciones pueden llegar a ser excluyentes a la hora de participar en Cadenas Globales de Valor (OCDE, 2008⁴⁶). Lo que Argentina no hace y debería implementar, al igual que para mejorar la innovación y la calificación de la mano de obra, según las recomendaciones de la literatura, es generar una integración entre las firmas e instituciones públicas y privadas (OCDE, 2013). No obstante, en este tipo de factor interno determinante de la participación en GVC, es que en estas asociaciones las cámaras de empresas y empresarios juegan un rol más importante que para I+D y mano de obra. La frecuencia de las reuniones así como el desarrollo de foros informativos son condiciones primordiales para que las pymes se mantengan al día con la reglamentaciones a la hora de exportar. Otra política que el Gobierno Argentino debería mejorar es la promoción de “Programa de Vinculación de Negocios” así como la “Promoción de Exportaciones”. El primer proyecto, ya nombrado en el capítulo 4 es el caso exitoso de Uganda, en el que el Gobierno al promover el vínculo entre las empresas Multinacionales, las cámaras de negocios y las pymes en trance de inserción, se le facilitó a las pequeñas y medianas firmas la participación en el comercio mundial, ya que las empresas grandes compartían sus hojas de ruta y los requisitos y reglamentaciones que se necesitaban para exportar, generando así una cadena de valor interna y una cadena de valor global. En cuanto a la “Promoción de exportaciones”, se recomienda que la Embajada del país la desarrolle manteniendo informadas a las pymes de la normativa internacional e inclusive de los nichos productivos donde les conviene insertarse (BID, 2012).

- Financiamiento

⁴⁶ OCDE. (2008). Enhancing the role of SMEs in GVC.

Como es bien sabido, Argentina adolece estructuralmente de un mercado financiero desarrollado. En particular, el sistema bancario es pequeño y el nivel de crédito doméstico otorgado al sector privado (por parte de los Bancos) es bajo, a lo largo de distintas fases económicas y diferentes gestiones públicas, y en comparación a otros países de la región y del mundo (FOP, 2015⁴⁷).

Dentro de los instrumentos financieros que propone Argentina, como bien se dijo en el capítulo 3, es el acceso al crédito bancario considerado un factor fundamental del desarrollo productivo. No obstante, en la Industria Manufacturera del país son pocas las firmas que reciben el total del crédito demandado (FOP, 2016). Lo mismo ocurre con el *Leasing*, que si bien no es un medio tan solicitado, también cuenta con un porcentaje de rechazo. Ante este escenario, es de vital importancia cuestionarse que ocurre en el ámbito financiero argentino.

Como aspecto estructural, la principal fuente de financiamiento de la inversión en el segmento PyME son los recursos propios, que están ligados indisolublemente a la rentabilidad de la propia empresa sea en forma de reinversión de utilidades o de aporte de los socios. Éstos incluyen la reinversión de utilidades (su mayor componente) y los aportes de socios (FOP, 2015). El financiamiento bancario por medio de créditos se ubica como segundo origen de fondos para solventar las inversiones, muy por debajo de los recursos propios, ya que según el último Informe Anual de Observatorio PyME, sólo las Industrias de *Sustancias y Productos Químicos, Papel, edición e impresión y Muebles* recibieron la totalidad del crédito solicitado (FOP, 2016). No obstante, cabe remarcar que si bien no son suficientes, las regulaciones sobre créditos productivos que ha venido aplicando la banca central han sido de mucha ayuda para el segmento de las pymes.

Para mejorar la inserción en GVC, si bien las pymes recurren a estas líneas de crédito, debería trabajarse más en asignar mayores montos pero a la vez trabajar en las condiciones de acceso de las empresas dado que, como se evidencia, hay una fuerte reticencia a demandar dichos programas pero, a la vez, hay proyectos de inversión frenados por montos significativos.

No obstante, no todas las políticas de financiamiento para pymes propuestas por el gobierno argentino necesitan ser mejoradas. Según la literatura de las GVC (ECLAC, 2014; Ferraro et AL., 2011), una forma de mejorar el acceso al financiamiento de las firmas es por medio de *sistemas de garantías* con empresas grandes o del mismo tamaño que las pymes ya que facilitan el conocimiento de procedimientos e información a la hora de solicitar llevando a reducir la brecha informativa entre bancos y empresas y convirtiéndose en un respaldo para recibir el crédito cuando no tenes mucha claridad. En Argentina, reciben el nombre de Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) permite a las pequeñas y medianas empresas obtener una garantía por parte de entidades comerciales que apoyan a las pymes con avales que las respaldan y les permiten acceder a créditos a tasas competitivas y preferenciales. Además, ofrecen asesoramiento técnico, económico y financiero a las pymes⁴⁸.

⁴⁷ FOP. (2015). Informe Especial: Financiamiento productivo en PyME industriales. Buenos Aires, Argentina, FOP.

⁴⁸ Para más información: <http://www.produccion.gob.ar/garantias/>

Existen otros sistemas de información que facilitan a las pymes acceder a créditos conociendo toda la normativa para impulsar la participación en GVC. Tal como sostienen autores especializados, se recomienda integrar plataformas virtuales de financiamiento ya que en ellas esta toda la información sobre que crédito conviene según la firma que sea y el propósito de financiación ya sea reflejando la tasas impositivas de los diferentes bancos, fondos y otras instituciones financieras. Estas plataformas, reducen los costos de financiamiento sobre todo en términos de información y facilitan a las firmas un panorama más amplio del mercado financiero. Argentina forma parte de una Ventanilla online perteneciente a la empresa InvoiNet.

Se observa de este modo que Argentina en cuestiones financieras promueve la mayoría de las políticas públicas que aparecen en la Literatura de Cadenas Globales de Valor. Sin embargo, los obstáculos e inconvenientes que sufren las pequeñas y medianas firmas van más allá de las herramientas de financiación ya que es el mercado crediticio argentino el que padece de tamaño restringido como consecuencia de la inexistencia de una moneda nacional capaz de funcionar como unidad de cuenta y reserva de valor, traduciéndose en escasez de fondos prestables en moneda local.

5.1.2. FACTORES EXTERNOS: Argentina como país proactivo.

Es tal el cambio de pensamiento y las iniciativas de promoción de los países de las pequeñas y medianas empresas a nivel global, que Argentina se vio obligado a cambiar su estructura externa para participar en el comercio mundial.

En la actualidad, la inserción en Cadenas Globales de Valor pasó a ser *trending topic* en la promoción de política pública orientada al comercio mundial ya sea en escritos de autores, en informes de Organismos Gubernamentales o en cumbres informativas Mundiales. En el año 2017, el B20 SME Cross-thematic Group, presentó su último paper de política en el que el tema principal fue la promoción de las pymes en el comercio mundial. Dentro de lo postulado se hizo alusión a la falta de transparencia y a estructuras de comercio que garantizan mayores barreras para las pequeñas y medianas industrias como la diferencia principal de los países en desarrollo respecto a los desarrollados. Con el objetivo de hacer frente a estos obstáculos, la conferencia del B20 propuso como solución principal la internacionalización de las pymes por medio de las Cadenas Globales de Valor.

Dentro del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC), tratado propuesto en la Conferencia Ministerial de Bali en el año 2013 y que finalmente entró en vigor a principios del año 2017, se propone como medida para disminuir la corrupción, la incertidumbre a la hora de exportar y bajar los costos burocráticos la “Ventanilla Única”. Esta herramienta busca la “simplificación, modernización y armonización de los procedimientos de exportación e importación”(B20, 2016) al agilizar mediante una única institución el movimiento, el levante y el despacho de las mercancías facilitando el cumplimiento de los procedimientos aduaneros, además de disposiciones sobre asistencia técnica y creación de capacidad de exportación (OCDE y Banco Mundial, 2015). Argentina cumple con esta política desde fines del año 2016 denominada Ventanilla Única de Comercio Exterior Argentino (VUCEA) a partir del Decreto 1079/2016 promulgado por el Ministerio de Producción. No obstante, un caso interesante a resaltar dentro de esta política pública es que ya desde el año 2000 en la Industria Manufacturera

Argentina, se aplicaba un estilo de Ventanilla. En la provincia de Santa fe funcionaba el Resguardo Aduanero de Rafaela, que permitió desde un comienzo agilizar trámites administrativos necesarios. Lo que se comenzó a hacer y hasta el día de hoy funciona, es realizar operaciones de exportación e importación sin necesidad de realizar trámites en la aduana del Puerto de Buenos Aires, desde donde se hacen los envíos.

“Exporta fácil” fue otro régimen del área de facilitación comercial desarrollado por Argentina que si bien en un principio se desarrolló como una asociación colectiva implementada por Brasil, donde luego se sumaron Perú, Uruguay y Colombia, el Gobierno Argentino logró implementarlo finalmente (OCDE y BM, 2015). Como se sostuvo en el capítulo dos, el objetivo principal de esta política es facilitar el desarrollo de actividades económicas de las pequeñas y medianas firmas fortaleciendo las economías regionales y facilitando la integración con localidades de países vecinos en el marco político del Mercosur.

Si continuamos analizando el panorama actual Argentino en función de las políticas públicas globales para mejorar la inserción en Cadenas Globales de Valor, Argentina no cuenta con un sistema de logística ni con la infraestructura lo suficientemente eficiente como para facilitar a las pymes participar de GVC. Este postulado se apoya en los resultados que exhibieron las pymes al ser encuestados por la fundación Observatorio Pyme en 2015. La excesiva burocracia para el movimiento de bienes en el mercado externo e interno, como las escenas de robos y daños de mercancía durante el viaje o su almacenamiento, son los que perjudican la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el mercado local. En lo que respecta al mercado externo, la falta de lugares de almacenaje en términos de depósitos y *containers*, los enormes costos al trasladar la mercancía y la poca infraestructura para agilizar las certificaciones en la aduana, llevan a que el sistema de logística y transporte argentino se convierta en un obstáculo directo de inserción de las pymes en Cadenas Globales de Valor.

La literatura recomienda a los países implementar estrategias integrales para mejorar la logística y la conectividad de las instituciones gubernamentales y las firmas de las diferentes industrias. Muchas veces implica no sólo mejorar los sistemas de logística creando nuevas agencias dedicadas a facilitar los procedimientos aduaneros sino también con inversiones físicas para mejorar la infraestructura (OCDE y BM, 2015).

Otro factor interesante cuando se quiere mejorar la participación de las firmas en las Cadenas Globales de Valor es buscar herramientas y medidas que permitan disminuir las barreras arancelarias y para arancelarias que para las pymes, en la mayoría de los casos, se convierten en enormes obstáculos al comercio (OMC, 2016). Si bien dejó de estar en juego a fines del 2015, la Declaración Jurada Anticipada de Importaciones (DJAI) fue implementada con el objetivo principal de cuidar y fomentar la producción nacional y funcionar como barrera proteccionista. Sin embargo con el correr de los años la virtud proteccionista terminó diluyéndose y se convirtió en una barrera al comercio (FOP 2016, BID 2012). En la actualidad en Argentina funciona el “Sistema Integral de Monitoreo (SMI)” que si bien al igual que la DJAI busca monitorear las importaciones y garantizar el cumplimiento de las regulaciones de seguridad básica de los productos importados, no busca fomentar la producción nacional ni actuar como barrera proteccionista, aunque sea a primera vista. Se espera que con la implementación del SMI no se repita lo mismo que con DJAI que llevó a perjudicar la competencia externa e inclusiva interna del país.

Dado que muchas veces la obtención de un insumo adecuado puede ser crucial para lograr el diseño específico comercializado en el mercado, una recomendación de política natural es no obstaculizar el acceso de empresas a componentes y materiales importados ya que muchas veces un impuesto a las importaciones se transforma en un impuesto a las exportaciones (OCDE y BM, 2015).

Otra política comercial que se sugiere a las pequeñas y medianas firmas para participar de las Cadenas Globales de Valor es promover acuerdos entre países y regiones. Incluir a las pymes en “voz y necesidades” (B20 SME Cross-thematic Group) en acuerdos de comercio puede mejorar y crear mayor capacidad en las firmas y facilitar moverse dentro de la industria a nivel global. No obstante, el funcionamiento de los acuerdos y asociaciones entre países y/o firmas depende de que los objetivos iniciales sean los mismo entre los integrantes que componen esa organización. Se hace alusión a esta “condición” ya que el éxito de las asociaciones viene acompañado muchas veces de cambios internos y externos en las instituciones (OCDE y BM, 2015; Van Dijk y Trienekens, 2002). El caso del MERCOSUR es amplio y engorroso y podría llevar un análisis aparte, pero insistir en que debería mejorarse las condiciones no puede dejarse de lado ya que para Argentina se convirtió con los años en una asociación negativa como consecuencia de que Brasil y Uruguay se benefician de la aplicación de leyes que Argentina, por su deficiente y lento sistema logístico, no puede aprovechar o inclusive si quiera logrará aplicarlas (CIQyP, 2011).

Para ir resumiendo y habiendo reflexionado a lo largo del capítulo en función de lo que se plantea como política ideal y lo que ocurre actualmente en Argentina, se puede decir que las pequeñas y medianas firmas que componen la Industria Manufacturera Argentina tienen el potencial para formar parte de Cadenas de Valor. Cuando se promueven políticas de inserción en GVC no sólo es primordial conocer en detalle la industria con la que se trabaja sino la estructura comercial y productiva interna a las pymes (Pietrobelli et Al., 2013).

La actividad comercial dentro de las cadenas globales de valor de los países, como participación del valor agregado extranjero en las exportaciones, esta relacionada a la creciente sofisticación y diversificación de las exportaciones, al igual que el uso de insumos extranjeros (Cattaneo et Al., 2013). En Argentina la actividad innovativa, en términos de Investigación y Desarrollo, no es un problema la Industria ya que el sector público fomenta constantemente políticas para desarrollar instituciones dedicadas a la ciencia y tecnología. No obstante, lo que si debe mejorar el Gobierno es desarrollar e implementar políticas para mejorar la mano de obra, no una vez instalada y empleada en las firmas sino cuando los jóvenes asisten a las Escuelas y Universidades. Como? generando políticas transversales, vinculadas a la educación, expansión de acceso a la red de telecomunicaciones y políticas de protección a la innovación, entre otras, que permitan mitigar estos problemas y mejorar la productividad intrafirma y reducir las brechas de productividad interfirmas.

Mejorar la coordinación entre diferentes Instituciones y organismos ya sean públicos o privados, incluyendo la participación activa del Sistema Educativo es una manera de que actúen en la promoción pymes. Los institutos públicos de investigación junto a las universidades conforman lo que se denomina Organismos Públicos de Investigación, los cuales, como señalan Arza et ál. (2008), son actores relevantes en la creación y difusión de conocimiento y, por ende, también juegan un rol esencial en el proceso de desarrollo

económico de un país. En este sentido las instituciones de educación superior, junto con otros centros de investigación vinculados (de gestión pública o privada), no sólo contribuyen al desarrollo científico y tecnológico vía sus funciones de enseñanza e investigación sino también aumentan la productividad y el valor generado en el proceso productivo de las firmas y del sector mejorando así la participación en mercados globales y por ende en GVC.

Pasar de la competencia a la cooperación es clave para la inserción en Cadenas Globales de Valor, ya que son en las asociaciones, *Clusters* y/o Parques Industriales que las firmas comparten no sólo conocimiento en tecnología y capacitación sino información sobre reglamentaciones y normativas de estándares de procesos o bien condiciones a la hora de exportar. En Argentina los Parques Industriales se promueven como política de financiamiento, pero lo que no se tiene en cuenta es que en regiones industriales los beneficios pueden ser mucho mayores. Otro aspecto clave en la agenda de política es el fortalecimiento del sector privado y el empoderamiento de las cámaras empresariales en el diseño y ejecución de las políticas. Muchas de estas entidades cuentan con mayores capacidades para la ejecución de programas e instrumentos de apoyo que el propio Estado y son desaprovechadas.

Respecto a las políticas de financiamiento, las herramientas de financiación propuestas por el Gobierno Argentino son las que se presentan en los artículos y en la literatura global de las GVC. No obstante, el problema para las pymes al ver proyectos frenados o incapacidad para desarrollar planes de innovación, no van a poder ser resueltos sin antes mejorar el marco regulatorio de todo el sistema bancario Argentino. Este escenario no significa que las pequeñas y medianas firmas no van a poder insertarse en GVC sólo que las herramientas financieras de participación para las firmas argentinas son escasas.

Fortalecer la cadena de proveedores y clientes es una condición necesaria para establecer relaciones dentro de las Cadenas Globales de Valor. En Argentina, establecer relaciones de gobernanza en una cadena no va a ser posible sino desarrollan nuevos lazos comerciales y se implementan políticas para mejorar la infraestructura en término de las rutas de acceso y las áreas de almacenamiento. Un sistema logístico que incluya instituciones que agilicen y disminuyan los costos de certificación de la calidad son necesarios para fomentar la inserción de las pymes argentinas en Cadenas Globales de Valor.

El cambio permanente global en materia de promover la inserción de las pymes en el comercio mundial, llevó a que Argentina dictaminará políticas de facilitación comercial para disminuir los costos asociados a certificaciones y condiciones para exportar así como dirimir políticas que no fomentaban la competencia con importaciones de otros países. Incluir a las pymes en Acuerdos Regionales Y Globales lleva de un enorme compromiso por parte de los miembros para que resulte de agrupaciones exitosas.

Vemos entonces que Argentina si es un país que puede participar de las Cadenas Globales de Valor y las políticas para fomentar esa inserción depende de cuan informado esta el gobierno de que ocurre específicamente dentro de cada firma de un sector. Asimismo, la promoción de políticas para mejorar la internacionalización en GVC debe ser conjunta entre factores internos y externos de Argentina.

6. Conclusión y Comentarios Finales.

Luego de realizar una revisión de literatura, se pudo obtener una visión general sobre que son y que políticas conllevan las Cadenas Globales de Valor. Analizamos la estructura interna de estas formas de producción y participación en el comercio mundial ya que determinan el tipo de relación que van a tener las firmas que participen. Además, se observó que existe una exuberante literatura que afirma que la participación en GVC por parte de las pequeñas y medianas firmas es el objetivo de la mayoría de los hacedores de política en el mundo. Al respecto se observa un consenso generalizado sobre las políticas públicas que facilitan la participación en GVC y posibilitan la eliminación de obstáculos.

El link entre la literatura y nuestro caso de estudio se determinó a partir del análisis de las políticas que el gobierno argentino formula para mejorar la inserción en Cadenas Globales de Valor y determinar si son correctas o erróneas y en el caso de ser necesario, proponer nuevas herramientas para lograr la participación en GVC. A pesar de todas las iniciativas globales que detallan cuáles son las políticas exitosas que favorecen la participación en Cadenas Globales de Valor, el análisis y reflexión sobre la situación actual argentina muestra que la ejecución de política pública es subjetiva a cada país.

Argentina determina planes de financiamiento, da inicios a programas para mejorar la productividad ya sea el ámbito de Investigación y Desarrollo o focalizado en un mejor gerenciamiento de las pymes. En cuanto a su desempeño en el ámbito comercial, sus recomendaciones y políticas van a la par de los regímenes determinados a nivel mundial por medio de Cumbres Internacionales, postulados de Organismos Internacionales y de nuevos acuerdos que surgen entre las economías.

No obstante, la falta de mano de obra es un campo que requiere de atención para poder mejorar la participación en GVC. La escasa oferta laboral capacitada es resultado de la desconexión entre las Instituciones Educativas y los hacedores de política. De la misma forma, la falta de un marco regulatorio consistente en el sistema crediticio, lleva a que las pymes, por más políticas y programas que les sean ofrecidos por el gobierno, sea en ciertos casos, imposibles acceder a los instrumentos financieros. El tercer aspecto a mejorar son los sistemas de logística, infraestructura y transporte argentinos ya que en base a lo analizado, las condiciones actuales se transforman en los mayores obstáculos para las pequeñas y medianas empresas argentinas.

La pregunta de investigación de la tesis buscaba responder cuáles son las políticas implementadas por el país y si podían ser mejoradas. Los resultados previos responden a la problemática afirmando que si bien Argentina es un país que promueve la participación de las firmas en el comercio mundial, todavía necesita de mayores políticas para mejorar la inserción en Cadenas Globales de Valor. Asimismo, a lo largo del trabajo se pudo aprender que las políticas no son sólo específicas para cada país sino que también para cada industria en particular.

Por estas razones, futuras investigaciones pueden cuestionarse que políticas públicas debe proponer el gobierno para cada industria y si es factible poder implementarlas al mismo tiempo.

7. Bibliografía.

- AFIP: Administración Federal de Ingresos Públicos.
- Albornoz, F., Calvo Pardo, H.F., Corcos, G y Ornelas, E. (2012). *Sequential exporting*. Journal of International Economics.
- Alvarez, R. y Crespi, G. (2003). *Determinants of technical efficiency in small firms*. Small Business Economics 20(3): 233-244.
- Arkolakis, C. (2011). *A Unified Theory Of Firm Selection And Growth*. Documento de trabajo NBER n° 17553. Cambridge MA: National Bureau of Economic Research.
- Asian Development Bank Institute. 2015. *INTEGRATING SMEs INTO GLOBAL VALUE CHAINS: CHALLENGES AND POLICY ACTIONS IN ASIA*. Mandaluyong City, Philippines: Asian Development Bank.
- Aw, B. Y., Roberts, M. J. y Xu, D. Y. (2008). *R&D investments, exporting, and the evolution of firm productivity*. American Economic Review 98(2): 451-456.
- Ayyagari, M., Beck, T. y Demirgüç-Kunt, A. (2007). *Small and medium enterprises across the globe*. Small Business Economics 29(4): 415-434.
- B20 CROSS-THEMATIC GROUP: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs): Policy Paper.(2017). *Think big for Small: Small and Medium Enterprises as Pillar for Future-oriented, Sustainable Growth*. Alemania: BDI.
- Baldwin, R. (2011). *Trade and Industrialisation after globalisation's 2nd unbundling: how building and joining a supply chain are different and why it matters*. NBER Working Paper Series. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Baldwin, R. y Lopez-Gonzalez, J. (2015). *Supply-chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses*. THE WORLD ECONOMY (2015).
- Bamber, P. Y Fernandez-Stark, K. (2013). *Global Value Chains, Economic Upgrading and Gender: The Horticulture Industry*. EN C. Staritz & J. G. Reis (Eds.), *Global Value Chains, Economic Upgrading and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries*. Washington, D.C.: World Bank.
- Banerjee, A. V. y Duflo, E. 2005. En OMC (2016) *Growth Theory through the Lens of Development Economics*, en Aghion, P. y Durlauf, S.N. (comp), *Handbook of Economic Growth*, Volumen 1A, Amsterdam: Elsevier/North Holland: 473-552.
- Bas, M. y Strauss-Kahn, V. (2014). *Does importing more inputs raise exports? Firm-level evidence from France*. Review of World Economics 150(2): 241-275.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. y Schott, P. K. (2011). *The Empirics of Firm Heterogeneity and International Trade*. Annual Review of Economics 4: 283-313.
- Bianchi, E. y Szpak, C. (2015). *Cadenas globales de valor, comercio internacional y actuación empresarial*. Revista Argentina de Investigación en Negocios. Recuperado de: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/rain/article/viewFile/6204/6080>.
- Bnaga, Rashmi. (2013). MEASURING VALUE IN GLOBAL VALUE CHAINS. UNCTAD. Background paper No. RVC-8.
- Cámara Industrial de Químicos y Petroquímicos. (2011). *La industria química argentina: situación actual y su potencial hacia el 2020*. Recuperado en: <http://www.ciqyp.org.ar/Portals/0/Industria%20Qu%C3%ADmica%20Argentina%202010%20-%202020.pdf>
- Capyme :CAMARA ARGENTINA DE pequeñas y medianas empresas.
- Casalet, M.; Buenrostro, E.; Stezano, F.; Oliver, R. y Abelanda, L. (2011) . *Evolución y complejidad en el desarrollo de encadenamientos productivos en México: los*

desafíos de la construcción del cluster aeroespacial en Querétaro. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), en el marco del Programa de Cooperación CEPAL-AECID. Santiago de Chile, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

- Cattaneo, O., Gereffi, G., Miroudot, S. Y Taglioni, D. (2013). *Joining, Upgrading and Being competitive in Global Value Chains: A Strategic Framework*. The World Bank, April 2013.
- Dalle, D., Fossati, V. y Lavopa, F. (2013). *Política Industrial: ¿el eslabón perdido en el debate de las Cadenas Globales de Valor?*. Revista Argentina de Economía Internacional. Número 2.2013.
- Ferrando, A. (2013). *Las Cadenas Globales de Valor, los Países en Desarrollo y sus PYMES*. Instituto de Estrategia Internacional.
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L.A. y Garrido, C. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. CEPAL Y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- Fundación Observatorio PyME. (2010). *Informe especial: Inserción internacional, gestión comercial y competitividad empresarial de las PyME industriales*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2013). *Informe Especial: Las PyME industriales, el comercio exterior y las importaciones*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2014). *Informe 2013 | 2014: Evolución reciente, situación actual y desafíos para 2015*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2014). *Informe Especial: Comercio Exterior de las PyME industriales argentinas: dificultades y desafíos*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2015). *Informe Especial: Financiamiento productivo en PyME industriales. Un análisis comparado*. Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2015). *Informe Especial: Financiamiento productivo en PyME industriales*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2016). *Informe 2015-2016: evolución reciente, situación actual y desafíos para 2017*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Fundación Observatorio PyME. (2016). *Informe Especial: Inserción internacional y competencia local en el segmento de las PyME manufactureras*. Buenos Aires, Argentina: FOP.
- Galán, L.C., De Giusti, E., Solari, E. y Díaz Arive, V. (2014). *Pymes exportadoras ¿Cuáles son las variables determinantes?*. Ciencias Administrativas, Revista Digital, año 2- Nro 4-Julio. Facultad de Ciencias Economicas, Universidad Nacional de La Plata.
- Gereffi, G. (1991). *International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain*. Journal of International Economics, 48 (1): 37-70.
- Gereffi, G. y Fernandes Stark, K. (2011). *Global Value Chain Analysis: a primer*. Center of Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC). Duke University.
- Gereffi, G. y Fernandez-Stark, K. (2011). *GLOBAL VALUE CHAINS ANALYSIS: A PRIMER*. Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC). USA, Duke University.

- Gereffi, G., Humphrey, J y Sturgeon, T. (2005). *The governance of global value chains*. Review of Internacionacional Political Economy, 12 (1): 78-104.
- Giuliani, E.; Pietrobelli, C. Y Rabelotti, R. (2005). Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters. Elsevier, World Development Vol. 33, No. 4, pp. 549-573, 2005.
- González, A., Hallak, J.C., Schott, P. y Soria Genta, T.(2012). *Inserción de firmas argentinas en cadenas globales de valor no orientadas hacia el mercado masivo*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Grupo del Banco Mundial : Enterprise SURVEYS.
- Haltiwanger, J., Scarpetta, S. y Schweiger, H. (2010). Cross country differences in job reallocation: the role of industry, firm size and regulations. Documento de trabajo n° 116, Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, Londres.
- Harvie, C., Oum, S. and Narjoko, D. (2013). *Small and Medium Enterprises' Access to Finance: Evidence from Selected Asian Economies*. ERIA Discussion Paper Series. No. 2013-23, October. En Asian Development Bank Institute. 2015. *INTEGRATING SMEs INTO GLOBAL VALUE CHAINS: CHALLENGES AND POLICY ACTIONS IN ASIA*. Mandaluyong City, Philippines: Asian Development Bank.
- Hernández, R., Martínez, J.M Y Mulder, N. 2014. *Global value chains and world trade: Prospects and challenges for Latin America*. ECLAC Books, No. 127 (LC/G.2617-P), Santiago, Chile, Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC).
- Humphrey, J. y Schmitz, H. (2001). *Governance in Global Value Chains*. Institute of Development Studies Bulletin 32.3, 2001.
- Humphrey, J. y Schmitz, H. (2002). *How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?*. Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC).
- Kasahara, H. y Lapham, B. J. (2006). *Import protection as export destruction*. Documento de trabajo n° 20062, University of Western Ontario.
- Keane, Jodie. (2014). Global value chain analysis: what's new and what is still missing?. ODI Briefings.
- Ministerio de ciencia Tecnología e innovación Productiva.
- Ministerio de Hacienda: Secretaría de Política Económica: Programación Macroeconómica : Subsecretaria de Programación Macroeconómica.
- Ministerio de Producción: Padrón de subsidios e incentivos.
- Ministerio de Producción: Secretaría de política económica y Planificación de Desarrollo. Informes de Cadena de Valor.
- Ministerio de trabajo y seguridad social: Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos: Agencia Nacional de Materiales controlados. Recuperado en : https://www.renar.gov.ar/index_seccion.php?seccion=requisitos&idt=regis&m=1&id=26&secc=usuario_tramites_explo
- Navas-Alemán, L. (2011). *The impact of operating in multiple value chains for upgrading: the case of the Brazilian furniture and footwear industries*. World Development, Vol 39, No. 8, Amsterdam, Elsevier.
- Navas-Alemán, L., Pietrobelli, C. y Kamiya, M. (2012). *Inter-firm linkages and*

- finance in value chains*. IDB Working Paper Series, No. IDB-WP-349, Washington, D.C, Inter- American Development Bank, September.
- OCDE y World Bank Group. (2015). *Inclusive Global Value Chains: Policy options in trade and complementary areas for GVC Integration by small and médium enterprises and low-income developing countries*. Report prepared for submission to G20 Trade Ministers Meeting Instambul, Turkey 2015.
 - OCDE. (2007). *Latin American Economic Outlook 2008*. París, OCDE Development Centre.
 - OCDE. (2013 d). *Interconnected economies: benefiting from global value chains*. París: OCDE Publishing.
 - OECD. (2008). *Enhancing the Role of SMEs in Global Value Chains*. Secretary-General of the OECD.
 - OMC.(2016). *Informe sobre el comercio mundial 2016: Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes*. Secretaria de la Organización Mundial del Comercio.
 - Orlandi P. (2006). *Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional*. White Paper Series del Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador. CEDEX de la Universidad de Palermo.
 - Padilla Pérez, R. (ed.). (2014). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial: metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica*, Libros de la CEPAL, No 123 (LC/G.2606-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
 - Pietrobelli, C. Y Rabellotti, R. (2004). *Upgrading in Clusters and Value Chains in Latin América: The Role of Policies*. Inter-American Development Bank. Washinton D.C: Sustainable Development Department Best Practices Series.
 - Porter, M. E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York, 1985.
 - Rijkers, B. M. J., Arouri, H., Freund, C. y Nucifora, A. (2014). *Which firms create the most jobs in developing countries? Evidence from Tunisia*. Labour Economics 31: 84-102.
 - SOMOS PYME: Innovación y liderazgo empresarial.
 - The Atlas of Economy Complexity <http://atlas.cid.harvard.edu/about/>
 - UNIDO. (2004). *INSERTING LOCAL INDUSTRIES INTO GLOBAL VALUE CHAINS AND GLOBAL PRODUCTION NETWORKS: Opportunities and Challenges for Upgrading: With a focus on Asia*. UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION: economy environment employment. Austria, UNIDO.
 - van Dijk, M.P y Trienekens, J. (2012). *Global Value Chains: Lining Local Producers from Developing Countries to International Markets*. Amsterdam, Amsterdam University Press.
 - World Integrated Trade Solutions del Banco mundial.