

¿Cómo las TIC pueden generar potencial exportador en las PYMES?

31 de mayo al 28 de junio de 2004

www.aladi.org

Durante el mes de junio del corriente año se llevó a cabo en el sitio Web de la Asociación la primera edición de un Foro Virtual. En esta edición fueron identificados participantes de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, pertenecientes a los sectores empresarial, académico, público y a otras organizaciones internacionales.

Los principales temas abordados por los participantes en el Foro Virtual fueron:

1. **La Capacitación en las aplicaciones de las TIC** a los pequeños y medianos empresarios, para que puedan adquirir nuevas habilidades como emprendedores y puedan aprovechar las oportunidades de competir en un escenario de comercio internacional globalizado. Esta capacitación en TIC debe entenderse como el necesario entrenamiento en el uso, manejo y aplicación de las nuevas tecnologías, especialmente Internet, como fuente de información comercial, y como medio eficiente de establecer relaciones directas y seguras con proveedores y clientes. Es igualmente imprescindible, antes de iniciar un programa de capacitación en TIC, conocer las necesidades concretas de los empresarios y las restricciones que enfrentan.
2. **La Capacitación en Administración y Gestión de PYMES**, combinando el modo presencial y el virtual, a través de Internet. Las principales áreas identificadas fueron: la creación y gestión de PYMES; la gestión del riesgo financiero y las exportaciones; la realización de estudios de factibilidad para la incorporación de las TIC, que tenga en cuenta el ambiente local, el regional y el global; y la internacionalización de las PYMES.
3. **Difusión de las TIC y sus beneficios** entre los pequeños y medianos empresarios, con énfasis en las etapas del proceso productivo, desde la facilitación del conocimiento (información) hasta la mejora continua de dicho proceso.
4. **La Creación de redes de PYMES**. Las TIC posibilitan al empresario trabajar en un escenario global e interconectado, con acceso permanente (24x7x365) a una fuente abundante de información, que le permite traspasar fronteras, a costos reducidos, integrar redes de empresas en cualquier eslabón de la cadena productiva, generar redes de prestación de servicios, garantizando la competitividad de las PYMES.
5. **Desarrollo de políticas de Gobierno que promuevan las iniciativas (públicas y/o privadas) basadas en las TIC**. Entre las políticas que podrían impulsar los gobiernos se destacan: la implementación de incentivos fiscales (a través de subsidios o exoneraciones tributarias) para facilitar la difusión y masificación de las TIC en las PYMES; la “obligatoriedad” de la realización de trámites oficiales a través de Internet en los sitios de gobierno; la realización de campañas de sensibilización y “concientización”, en coordinación con el sector privado y la sociedad civil, para que los pequeños y medianos empresarios reconozcan que la capacitación y la formación son necesarias e imprescindibles para alcanzar el éxito empresarial.

6. **La difusión de las capacidades del comercio electrónico** contribuye a disminuir la brecha digital entre empresas -a pesar de la gran diferenciación entre las pequeñas y las medianas empresas en lo concerniente a la adopción de las nuevas tecnologías.
7. **La falta de incentivos económicos a corto plazo** dificulta la adopción de las nuevas tecnologías por parte de los pequeños y medianos empresarios, evidenciando los problemas de financiamiento que enfrentan las PYMES.
8. El cambio en la cultura empresarial para que el empresario sea un **Agente Innovador**, capaz de apropiarse eficientemente de las nuevas tecnologías.
9. **La competitividad de las PYMES y su capacidad de generar potencial exportador** está determinado por: (i) la capacidad de asimilación de los conocimientos para utilizar las nuevas tecnologías de comunicación y los sistemas para la gestión eficiente de la información y el conocimiento; (ii) la capacidad de adaptación y administración al cambiante escenario contemporáneo, lo cual facilitaría el emparejamiento de las PYMES, con los grandes actores, en la promoción de exportaciones, y permitiría disminuir el impacto de las tradicionales restricciones en acceso a mercados, créditos, inversiones, desarrollo de recursos humanos y posibles factores culturales.

Propuestas de Acciones

1. La aplicación de un **“Test”** evaluativo, orientado a los pequeños y medianos empresarios, para medir el nivel de conocimiento sobre los usos de las TIC, de modo de tener una valoración sobre las capacidades de los empresarios como potenciales exportadores.
2. La creación de un **Programa de Capacitación (e-Learning), Incubación, Financiamiento y Asesoramiento** para emprendedores en el ámbito regional.
3. La formación de **Redes Estratégicas de PYMES** para la promoción de alianzas con empresas nacionales, transnacionales y *“clusters”*.
4. La creación de **“Centros Comerciales Virtuales”** en los que cada PYME pueda tener un espacio para la promoción de sus productos y/o servicios, a bajo costo.
5. La creación de un **Portal de Servicios para PYMES**, con información sobre la producción, comercialización y transporte.
6. La creación de un **“Cluster” Latinoamericano de PYMES**, a través de un organismo internacional, que permita concentrar a las empresas interesadas en coordinar los esfuerzos de internacionalización con otras de su misma área o sector, para acceder mancomunadamente a los mercados internacionales.