AAG6983

TESIS
IF2006
M49

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
POSTGRADO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS

EVALUACIÓN DE LA FUNCIÓN DE BANCOEX COMO ORGANIZACIÓN QUE APOYA A LAS PYMES EN EL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

MAYRA MEZA ZAMBRANO C.I. 12.487.904
PROFESOR: GONZALO BELLO

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OTORGAR AL TITULO DE
ESPECIALISTA EN INSTITUCIONES FINANCIERAS
MENCIÓN FINANZAS INTERNACIONALES

JUNIO 2006

INDICE

INTRODUCCION lii
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
JUSTIFICACION 4
OBJETIVOS 4
ALCANCES Y LIMITACIONES 5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO 7
Antecedentes Históricos 7
Misión, Visión 8
Objetivos Especificos 8
Bases Teóricas 9
Promoción de Exportaciones no tradicionales 9
Características de las PYMES en Venezuela 11
Poco acceso a la tecnología 12
Limitaciones institucionales dentro del conglomerado Pyme 12
La competencia desleal y los ilícitos aduaneros 12
Obstáculo en el Comercio Exterior. 13
Aspectos económicos negativos para el crecimiento de las Pymes que afecta a las exportaciones no tradicionales 13
Fluctuación de la moneda 13
Alto índice de inflación 14
Inadecuada distribución del ingreso 14
Deterioro del salario 14
Regulaciones 15
Impuestos 15
Lineamientos Gubernamentales 15
Lineamientos de política comercial: Plan de Desarrollo Económico y Social 2001 –2007 15
Acciones en materia de política comercial implementadas por el actual gobierno 19
Utilización de licencias de importación (medida no arancelaria): 19
Precios de referencia 19
Medidas antidumping y derechos compensatorios 20
Incentivos a la pequeña y mediana empresa 20
Apertura del sector de las telecomunicaciones 20
La inversión extranjera directa 20
Régimen de control de precios 20
Administración de divisas 20

Banco de Comercio Exterior y el Plan Económico y Social 2001-2007 21
Misiones de compradores 21
Misiones comerciales 21
Ferias internacionales 21
Macro Ruedas de Negocios 21
Objetivos de la Macro Rueda de Negocios 22
Ventajas que ofrecen las Macro Ruedas de Negocios 23
Incentivos a los exportadores venezolanos 25
Incentivos a los importadores de los países contrapartes 25
Asistencia Integral que Bancoex ofrece a las Pymes 26
Asistencia Técnica 26
Servicios financieros 26
Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria 27
Pequeña Industria 27
Mediana Industria 27
Emprendedor 28
Manual para la Elaboración de una Exportación con Éxito 31
El desafío de exportar 31
Qué exportar 31
A dónde y a quién exportar 32
La cadena exportadora 34
Contrato de Compra Venta Internacional de Mercancías (CCVIM) 34
Contrato de Transporte 36
Contrato de Seguro
Intermediación de los bancos en los pagos internacionales 37
Cómo cobrar 37
Pagos directos 37
Órdenes de pago simples 38
Órdenes de pago documentarias 38
Cobranzas simples (Clean Collection) 38
Cobranzas documentarias 38
Créditos Documentarios 39
Las Cartas de Crédito 39
Pasos para constituir una carta de crédito 39
Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI 40
Procedimiento para exportar 40
Documentos Básicos para Exportar 41
Declaración de Aduanas 41
Documento de Transporte 41

Según la modalidad de transporte 42
Conocimiento de Embarque 42
Guía Aérea 42
Conocimiento de Embarque Terrestre o Guía de Encomienda 42
Factura Comercial Definitiva 43
Documentos exigidos para garantizar que el producto llegue a su lugar de destino 43
Certificado de Origen 43
Certificado de Calidad 45
Documentos exigidos según el tipo de Producto 45
Registro Sanitario 45
Certificado Fitosanitario 45
Certificado Zoo-Sanitario 45
Certificado Ictiosanitario 45
Documentos Opcionales o Complementarios 46
Clasificación Arancelaria 46
Póliza de Seguros 47
Seguros Ordinarios 48
Certificado de Valor Agregado Nacional (VAN 48
Organismos e instituciones que apoyan la PYME 48
Ministerio de la Producción y el Comercio (MPC) 49
Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI) 49
Confederación Venezolana de Industriales (CONINDUSTRIA) 50
Federación de Artesanos, Micros, Pequeños y Medianos Industriales de Venezuela (FEDEINDUSTRIA) 52
Federación Venezolana de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción **(FEDECÁMARAS)** 53
Sociedad Nacional de Garantías Reciprocas para la Mediana y Pequeña Industria (SOGAMPI) 54
Fondo Nacional de Garantías Recíprocas para Pequeñas y Medianas Empresas (FONPYME) 55
Fondo de Crédito Industrial (FONCREI) 56
Banco Industrial de Venezuela (BIV) 56
Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (BANDES) 58
Banco de Comercio Exterior (BANCOEX) 59
Organizaciones de Promoción del Comercio Exterior (OPC) 60
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO 63

CAPITULO IV. CASO DE ESTUDIO. Pequeñas y medianas empresas venezolanas y su proceso para poder Exportar 65

Organismo gubernamental 72
Marco legal 73
Financiamiento 75
Asistencia Técnica y Capacitación. 78
Promoción de Exportaciones. 79
Atención al Exportador 86
CAPITULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS 87
Debilidades 88
Oportunidades 89
Fortalezas 90
Amenazas 104
Conclusiones 110
Recomendaciones 116
Bibliografía 118
Anexos 121

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas ocupan un lugar importante dentro de la economía, debido a su contribución a la producción nacional de bienes y servicios y también por su capacidad para generar empleo.

Su reconocimiento mundial ha generado en los últimos años que organismos multilaterales, propios de cada país realicen estudios y actualizaciones de las políticas de apoyo para incentivarlas para así llevarlas a un alto nivel de producción y competencia.

Las Pymes por considerarse empresas de dimensiones medianas y pequeñas poseen características muy particulares que las limitan, principalmente cuando son afectadas por un entorno económico nacional y mundial cambiante.

Se considera importante mencionar que el desarrollo de estas empresas se encuentra restringido por aspectos financieros y no financieros, como son la deficiencia en la gestión gerencial, desconocimiento de herramientas de mercadeo, mano de obra no calificada y limitada tecnología, entre otros.

Por consiguiente ésta investigación se realiza sobre este sector en el entorno venezolano, a fin de determinar perspectivas de desarrollo factibles por el apoyo que están ofreciendo los organismos gubernamentales, como el Banco de Comercio Exterior, en el marco de la economía nacional e internacional muy variable.

Venezuela es un país dependiente de las exportaciones de petróleo, de allí que se hace necesario saber cómo promover las exportaciones no tradicionales para hacer la economía menos vulnerable; por eso a través de Bancoex se podrían incentivar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales, con la finalidad de impulsar el crecimiento económico de Venezuela.

Uno de los propósitos de este trabajo radica en tratar de verificar el cumplimiento de los objetivos planteados por la política de Bancoex y emitir una opinión sobre la validez, aplicabilidad y conveniencia de la Política de Promoción a las Exportaciones, en la forma teórica como está propuesta, para un país como Venezuela.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la llamada creciente globalización económica, el sector exportador tiene un rol fundamental como motor de crecimiento, generador de empleo e impulsor del desarrollo de las naciones.

En este orden de ideas, se puede asegurar que la globalización económica y su crecimiento, trasciende en forma progresiva hacia otros campos, situación que se manifiesta en el aumento del comercio internacional de bienes y servicios, que se ha visto potenciado gracias a la velocidad y avances tecnológicos de estos tiempos.

Cabe destacar que el crecimiento del comercio internacional es más dinámico que el de la economía mundial en su conjunto. En virtud de ello, han surgido en todas partes del mundo las denominadas Organizaciones de Promoción del Comercio Exterior (OPC), con la idea de propiciar un desarrollo armónico del comercio internacional, proveer asistencia técnica a las pequeñas y medianas empresa, facilitar la promoción de éstas en el mercado internacional y facilitar el acceso al financiamiento de recursos financieros que les son escasos, de igual manera, estas organizaciones han participado como consejeros de los gobiernos y entidades interesadas en temas de comercio internacional con la idea de impulsar una sana competitividad empresarial y una expansión del mismo.

El sector de los hidrocarburos, en particular el petróleo, ha sido y sigue siendo la espina dorsal de la economía venezolana, a pesar del sin fin de esfuerzos desplegados para diversificar la actividad económica durante los últimos años. Esta situación a generado la disminución en la participación de los sectores de rubros no tradicionales como son la manufactura y la agricultura en el PIB, e inclusive , en este último se observan fluctuaciones

relativamente amplias con motivo de la dependencia en gran parte de la producción nacional de petróleo y los precios mundiales del preciado líquido.

Es importante resaltar que Venezuela muestra síntomas claros de un sesgo anti-exportador con pérdida de competitividad internacional del sector no petrolero, debido a la apreciación real de la moneda, operaciones poco diversificadas y concentradas en más de un 80% en el sector de exportación de hidrocarburo.

Con relación a las variaciones del PIB, se ha observado que las mismas son producto de la evolución de las existencias y la inversión en el sector petrolero, trayendo como consecuencia un bajo coeficiente de inversión /PIB, lo que parece ser una característica estructural de la economía venezolana, con marcada escasez de la inversión privada, la cual es considerada como un pilar fundamental para lograr la tan ansiada diversificación.

De aquí la importancia de evaluar el rol que cumple BANCOEX como ente que ofrece apoyo financiero para impulsar las exportaciones no tradicionales en Venezuela, sino también el apoyo que esta institución brinda a nivel de financiamiento como en capacitación y promoción , el cual sumado a una política comercial e industrial adecuadas, lograría dar un aporte importante al desarrollo del sector productivo no tradicional y la disminución de la dependencia petrolera.

El Banco de Comercio Exterior constituye un banco de segundo piso cuya misión es Impulsar el desarrollo de una Venezuela productiva y exportadora, asistiendo integralmente a los sectores económicos, priorizando los estratos de ocupación y regiones del país que tradicionalmente han quedado excluidos de la banca comercial, en función de fortalecer su competitividad y coadyuvar a su inserción y permanencia en los mercados internacionales.

Sin embargo a pesar de que Bancoex cuenta con una plataforma bien estructurada con recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros, ha encontrado limitaciones en la atención de su mercado objetivo como son

las Pymes o llamado sector de los excluidos. Estas limitaciones radican fundamentalmente en las debilidades que presentan las Pymes con relación al cumplimiento de los requisitos fundamentales para ser sujetos de créditos. En este sentido, se considera importante mencionar la necesidad de apoyar a las Pymes con la finalidad de que estas mejoren su proceso productivo, venta y exportación, ya que en muchas ocasiones no tienen definido su negocio en términos genéricos de " que producto o bien se necesita nacional o internacionalmente" "para quienes están dirigidos sus productos", lo cual constituye una inadecuada y muchas veces inexistente mezcla de marketing que comprenda variables tomando en cuenta las cuatro "P" del mercado como son: producto, precio, plaza y promoción.

Las razones antes expuestas conducen a señalar las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son las bases teóricas que fundamentan a Bancoex como una organización que promueve a las exportaciones?

2. ¿Cuál es la estructura organizativa y funcional de Bancoex que atiende y orienta a las Pymes en las actividades de exportación?

3. ¿Cómo se desarrolla en el Banco de Comercio Exterior el proceso de apoyo y asistencia a las Pymes en las actividades de exportación?

4. ¿Cómo se podrían mejorar los programas de incentivos a las exportaciones por parte del Banco de Comercio Exterior adecuándose a las políticas y lineamientos que en ese sentido ha establecido el Gobierno Nacional?

JUSTIFICACIÓN

1. Esta investigación se justifica por el hecho de que la evaluación de todo el proceso de atención a las Pymes en cuanto a exportación y colocación de sus productos, constituye un paso fundamental para romper el esquema de dependencia con relación al sector de hidrocarburos, específicamente el petróleo.
2. De igual manera, se considera importante entender que las Pymes al igual que las grandes empresas, tienen las mismas oportunidades de emprender negocios que impulsen su crecimiento y por ende el crecimiento de la economía venezolana.
3. De igual manera se hace importante saber cuál es el rol que cumple Bancoex en la promoción y diversificación de las exportaciones del país
4. La investigación es de gran relevancia, ya que a través de la misma se podrá calibrar o medir las necesidades de atención de las Pymes y la forma en que el Banco de Comercio Exterior contribuiría con ello.

OBJETIVOS

GENERAL

Evaluar la función de Bancoex como organización que apoya las Pymes en el desarrollo de las exportaciones no tradicionales.

ESPECÍFICOS

1. Identificar las bases teóricas que fundamentan a Bancoex como una organización que promueve las exportaciones.

2. Conocer la estructura organizativa y funcional de Bancoex que atiende y orienta a las Pymes en las actividades de exportación.
3. Analizar el proceso de apoyo y orientación a las Pymes en las actividades de exportación que brinda el Banco de Comercio Exterior.
4. Ofrecer alternativas para mejorar los programas de incentivo a las exportaciones por parte del Banco de Comercio Exterior adecuándose a las políticas y lineamientos que en ese sentido ha establecido el Gobierno Nacional.

ALCANCES Y LIMITACIONES

ALCANCES

La presente investigación permitió determinar las necesidades de evaluar el proceso de atención a las Pymes en las actividades de exportación. La misma partió del estudio de la situación actual del Banco de Comercio Exterior identificando las características generales del mismo, de tal manera que el investigador reconozca la actividad que se realiza, la estructura organizativa y otros aspectos de manera general, que permitan conocer el proceso de atención y orientación a las Pymes con la intención de que pueda penetrar en el mercado internacional.

De igual forma, se describen los procesos de orientación, atención y capacitación con el objeto de que las Pymes se consoliden como unidades susceptibles a exportación.

LIMITACIONES

Durante el desarrollo de este trabajo de investigación, surgieron situaciones que dificultaron u obstaculizaron el desarrollo del mismo, estos estuvieron referidos a factores económicos, políticos y sociales. Una de las limitaciones

que se presentó se relaciona con la dificultad de acceder a la información necesaria para la detección de las necesidades de las Pymes, ya que la Información no estaba articulada.

Otra limitación fue que el personal del Banco del Comercio Exterior muchas veces no cuenta con el tiempo suficiente para dedicarlo a otras actividades diferentes a sus labores en la institución para así poder suministrar la información necesaria para desarrollar este trabajo.

Adicionalmente surgieron inconvenientes en la búsqueda de antecedentes relacionados al problema planteado, debido a desactualización de la información en medios electrónico, falta de disponibilidad de documentación bibliográfica actualizada. Sin embargo se procuro realizar todas las gestiones pertinentes para llegar con éxito al desarrollo de la misma.

CAPITULO II.
MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos de la Organización

Origen y evolución del Banco de Comercio Exterior

El Banco de Comercio Exterior, BANCOEX, nace el 12 de julio de 1996, según Gaceta Oficial N°35.990, con la aprobación de la Ley del Banco de Comercio Exterior, abre sus puertas al público el 07 de octubre de 1997 y pasa a ser Banco de Desarrollo según Decreto con Fuerza de Ley del Banco de Comercio Exterior, publicado en Gaceta Oficial Ordinaria N° 37.330, de fecha 22 de noviembre de 2001.

Asimismo, tiene por objeto el financiamiento y la promoción de las exportaciones de bienes y servicios nacionales, enmarcados en los planes y políticas de desarrollo socioeconómico establecido por el Ejecutivo Nacional. En cumplimiento de las funciones de promoción de las exportaciones, el banco prestará asistencia técnica y de capacitación. Igualmente, propulsará la asociación de las pequeñas empresas con el objeto de fortalecer su participación en los mercados externos. Así mismo, es objeto del Banco de Comercio Exterior, fomentar las inversiones dirigidas a la consolidación de unidades productivas para la exportación.

Accionistas:

- Banco de Desarrollo Económico y Social (BANDES).
- Ministerio de Finanzas (MF).

Con la creación de BANCOEX se fundaron las bases para el desarrollo de un moderno y eficaz sistema de financiamiento para las operaciones de exportación.

Misión del Banco de Comercio Exterior

El Banco de Comercio Exterior tiene como principal misión el impulsar el desarrollo de una Venezuela productiva y exportadora, asistiendo integralmente a los sectores económicos, priorizando los estratos de ocupación y regiones del país que tradicionalmente han quedado excluidos de la banca comercial, en función de fortalecer su competitividad y coadyuvar a su inserción y permanencia en los mercados internacionales.

Visión del Banco de Comercio Exterior

En el marco de los principios de la integración latinoamericana, la cooperación Sur-Sur y el comercio justo, el Banco de Comercio Exterior (BANCOEX) tiene como visión ser un ente estratégico de la política internacional y de comercio exterior del Gobierno Nacional, dirigidas a impulsar el desarrollo endógeno del país mediante la inserción de Venezuela en la economía internacional.

Asimismo, tiene como visión ser reconocido en el ámbito nacional e internacional por la asistencia integral que brinda a la actividad exportadora, la calidad de su servicio, recurso humano, eficiencia organizacional y solidez financiera.

Objetivos Específicos del Banco de Comercio Exterior

- Contribuir a organizar la oferta exportable de los bienes y servicios venezolanos no tradicionales.
- Impulsar la ampliación y consolidación de la base exportadora nacional.

- Promover la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios no tradicionales.
- Contribuir a fortalecer la presencia de la base exportadora nacional en los mercados internacionales.
- Promover la inversión nacional y extranjera para el desarrollo de proyectos de exportación.

Bases Teóricas

Promoción de exportaciones no tradicionales

En Venezuela, fue a partir de los años 70 cuando se comenzó a implementar una política de promoción de exportaciones con la finalidad de apoyar el sector productivo no tradicional, ya que se alcanzó un nivel de desarrollo en el cual resultaba insuficiente el petróleo, debido a la vulnerabilidad económica que produce el hecho de que el ingreso nacional esté sujeto a sus precios y niveles de producción.

Es por ello que en 1970 se crea el Instituto de Comercio Exterior (ICE) el cual debía encargarse de formular, coordinar, evaluar, planificar y promover el comercio exterior. Aunado a esto se implementaron una serie de tratados, acuerdos y leyes, entre las cuales se encuentra la Ley que creó el Fondo de Financiamiento a la Exportación (FINEXPO), organismo que otorgaba créditos a tasas y plazos preferenciales.

A partir de 1989, se comienza a desarrollar el proyecto del Sistema de Industria y Comercio (SIC), creándose el Ministerio de Industria y Comercio (MIC), asumiendo este organismo las funciones del ICE y del Ministerio de Fomento, así como las políticas de promoción de inversiones y de propiedad intelectual.

Dentro del SIC se contempló la creación del Banco de Comercio Exterior (Bancoex), que ejecutaría las acciones de financiamiento que antes realizaba FINEXPO y las de promoción de las exportaciones no tradicionales que realizaba el ICE, abriendo sus puertas al público el 07 de octubre de 1997 y pasando a ser Banco de Desarrollo el 22 de noviembre de 2001 (Ortiz, 2004).

Con relación a la política de promoción de exportaciones se acordó promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones no tradicionales, mediante la conformación de un aparato productivo competitivo y eficiente, que permitiera reducir la dependencia del sector petrolero. En este sentido, se adoptaron una serie de medidas tendientes a la adopción de un régimen cambiario flexible, que mantuviera una paridad real y competitiva que fomentara la producción de bienes transables a nivel nacional, se promovieron incentivos fiscales, se flexibilizaron los procedimientos administrativos para exportar, se inició el proceso de modernización de las aduanas y de los organismos asociados al comercio exterior, se adoptaron planes de asistencia técnica y financiera para mejorar la productividad y la calidad de los productos. A su vez, se contempló en la Ley Orgánica de Aduanas, algunos regímenes aduaneros especiales tales como: el Régimen de Admisión Temporal para el Perfeccionamiento Activo –ATPA-, el Draw Back, Reposición de Existencias y la creación de una Reforma Comercial Agrícola.

La Política de Promoción de Exportaciones dejó de ser tratada como un elemento aislado e inconexo y pasó a formar parte de la estrategia global del sector externo. No obstante, todas las acciones que se emprendieron para impulsar el sector exportador no tradicional en los 70, se vieron afectadas por el boom petrolero a mediados de la década. La entrada creciente de divisas, hizo incrementar la demanda interna de manera tal, que produjo una

contracción para un conjunto de productos no tradicionales, potencialmente exportables. Al mismo tiempo, la moneda sobrevaluada, la dependencia tecnológica y el tamaño reducido del mercado dentro de una política de industrialización altamente proteccionista, generó costos de producción elevados que impidieron el acceso a los mercados externos, lo cual provocó que los productores internos de bienes consideraran a la exportación como una actividad marginal.

Hoy en día, el sector productivo no tradicional de exportación se sigue enfrentando a una serie de dificultades, que se basan en la carencia de tecnología, falta de planes de inversión, de capacitación y garantías para el acceso a los créditos que otorga la banca comercial, necesidad de importar insumos y maquinarias para el proceso productivo, limitada formación gerencial, falta de conocimiento acerca de los incentivos a la exportación, y por otro lado, los productos de exportación no tradicionales son fundamentalmente recursos naturales y sus derivados, por lo que no abundan las manufacturas de otros rubros y productos de alto valor agregado.

Características de la Pyme en Venezuela

Durante la investigación se encontraron aspectos que le brindan características particulares en el entorno económico venezolano. Sin embargo, es importante destacar que la Pyme en Venezuela no se diferencia mucho de las Pymes en Latinoamérica, encontrando características similares en este sector. Las diferencias que podrían ser encontradas obedecen principalmente a las políticas establecidas por los gobiernos y a las capacidades que tienen los mismos para implementarlas.

La evolución económica del país, con la particularidad de disponer por un lado de la renta petrolera y por el otro, la preocupación del gobierno por la creación de nuevas empresas, ha llevado a este sector a subsistir bajo regulaciones, aperturas económicas, dificultades para las inversiones, variabilidad de tasas cambiarias, y movimientos en los índices de inflación.

Entre los obstáculos, que afectan el desempeño de las Pymes en las exportaciones de productos no tradicionales se encuentra el:

1. **Poco acceso a la tecnología**

Es escaso el número de las Pymes que realizan investigaciones para sus negocios. El costo de entrenamiento y formación, equipamiento, infraestructura y asesoría profesional es relativamente alto para estas empresas.

2. **Limitaciones institucionales dentro del conglomerado Pyme**

Por su tamaño y capacidad, la Pyme tiene dificultad en conseguir información del mercado para competir interna y externamente. La ineficiencia de los canales de distribución encarecen los costos de envío de mercancías y en mercados donde no exista una libre competencia, estas empresas no tienen oportunidad de desarrollarse.

3. **La competencia desleal y los ilícitos aduaneros.**

La ley de aduanas, la corrupción, el contrabando y la subfacturación, son temas importantes y de actualidad. Ciertamente, la modernización y la

profesionalización de nuestras aduanas son importantes para todo el sector industrial, de cualquier tamaño.

4. **Obstáculo en el Comercio Exterior.**

En vista de que el mercado local es muy pequeño, las Pymes deben exportar sus productos para obtener más ingresos y crecer, pero esta actividad presenta inconvenientes relativos a la demora del Estado para pagar el draw back y la falta de información disponible, que son las principales quejas de los empresarios.

5. **Aspectos económicos negativos para el crecimiento de las Pymes que afecta a las exportaciones no tradicionales:**

El escenario económico constituye un entorno externo que afecta a todos los sectores en su desempeño y desarrollo, ejerciendo un mayor impacto en el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Las economías donde prevalecen aspectos como los que se señalan a continuación, presentan dificultades para el crecimiento empresarial.

6. **Fluctuación de la moneda.**

En economías donde gran parte de la materia prima y de bienes de capital para la producción es importada, como es el caso de Venezuela, con precios expresados en dólares, las fluctuaciones monetarias podrían afectar el poder adquisitivo de las empresas. Si el valor de la moneda local excede al dólar, la adquisición de materia prima afecta los costos en el

proceso productivo, generando el encarecimiento de los productos que salen al mercado.

Por otra parte, la sobrevaluación del signo monetario favorece las importaciones de productos terminados, dificulta la competencia local de productos importados y nacionales, y reduce las posibilidades de exportación a precios no competitivo.

7. **Alto índice de inflación.**

La inflación origina el fenómeno de encarecer los productos y disminuye el poder adquisitivo del consumidor. Los efectos en las empresas es una disminución de la demanda, y en consecuencia disminuyen los ingresos.

8. **Inadecuada distribución del ingreso.**

La poca accesibilidad al empleo, reduciendo la tasa de población en ocupación formal y aumentando la de ocupación informal y desempleada, produce una distribución inadecuada del ingreso. La concentración de la masa monetaria se encuentra en un pequeño porcentaje de la población, limitando el mercado para algunos productos. Este factor incide en la disminución del ingreso para las empresas e industrias.

9. **Deterioro del salario.**

La política salarial estable permite el poder adquisitivo del consumidor. Sin embargo, la disminución del salario, en forma general, no facilita la fluidez en los mercados, produciéndose una reducción del consumo.

10. Regulaciones.

Las regulaciones se establecen para incluir controles gubernamentales. La cantidad de regulaciones impuestas obstaculiza la fluidez del ejercicio comercial.

11. Impuestos.

Las tasas impositivas ocasionan un encarecimiento de los productos y servicios en el mercado. Esto puede ser contraproducente para la generación de ingresos a las empresas, debido a la disminución de la demanda, y por el descuento del porcentaje que debe ser enterado a la fuente de recaudación gubernamental.

Lineamientos Gubernamentales

Lineamientos de política comercial: Plan de Desarrollo Económico y Social 2001 –2007

De acuerdo a los lineamientos del Plan de la Nación para el período 2001-2007: "Se tiene previsto sentar las bases de un modelo productivo capaz de generar un crecimiento auto sustentable, promover la diversificación productiva y lograr la competitividad internacional en un contexto de estabilidad macroeconómica, lo cual facilitará una profunda y diversa reinserción en el comercio internacional globalizado".

La sustentabilidad del crecimiento económico–social exigirá añadir al motor del desarrollo que actualmente se concentra en el producto petrolero, nuevas ramas de producción agrícola, industrial y de servicio, capaces de generar una firme corriente de exportación a los mercados globalizados. Esta expansión económica deberá estar concentrada en los sectores más competitivos, y al mismo tiempo diversificarse suficientemente.

En el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001 – 2007, se establecen ciertos objetivos que buscan el equilibrio económico. En materia de comercio y política de apoyo al sector no petrolero se puntualizan los siguientes aspectos.

1. Organizar un sistema integral de fomento a las exportaciones no petroleras. Lo que requiere por parte del Estado crear un entorno favorable (medidas fiscales, parafiscales, comerciales, financieras y de servicios) para la competitividad en los mercados internacionales. La estrategia para insertar a Venezuela en la economía internacional será la integración Latinoamericana, pretendiendo de esta manera elevar el nivel de interdependencia económica recíproca y aprovechar la potencialidad que ofrecen las negociaciones conjuntas de los países latinoamericanos frente a terceros países.
2. Integración regional orientada a fortalecer la capacidad de competir en los mercados regionales e internacionales. Como palanca de acción efectiva a favor de la apertura de mercado a nuestra oferta exportable bajo ventajas otorgadas y recibidas por los acuerdos suscritos o por suscribirse. Utilizando como estrategia la apertura racional y no generalizada a la competencia internacional.
3. Mejorar y construir nuevas obras de infraestructura de apoyo a la actividad exportadora. A través de la reparación y mantenimiento de la red vial existente, desarrollo del sistema ferroviario nacional, aplicación de puertos y aeropuertos utilizando los esfuerzos de los sectores público y privado.
4. Desarrollar políticas proactivas para elevar la productividad, la competitividad y la innovación del sector en rubros con opción de exportación. A través del apoyo a recursos naturales competitivos como: industria química, explotación gasífera, desarrollo agrícola,

producción forestal, industrias básicas, industria turística y servicios de alta tecnología con fines de exportación.

5. Mejorar y garantizar la existencia de mecanismos y fuentes de financiamiento a la actividad exportadora (corto, mediano y largo plazo). Donde se pueda acceder al financiamiento, seguro para exportar, promoción de exportaciones (delegaciones diplomáticas, Bancoex y BANDES) y capital de riesgo dirigido a diversificar la oferta exportable.

6. Simplificar los procedimientos administrativos y burocráticos que dificultan la actividad exportadora. Que a su vez reducen los costos sobre los flujos exportación.

7. Desarrollar un nuevo sistema aduanero. A través de zonas francas de exportación, puertos libres con régimen fiscal especial, políticas flexibles de tramitación aduanera, perfeccionamiento del proceso, devolución de impuestos y exoneraciones, preferencias arancelarias, zonas francas de exportación y puertos libres.

8. Incentivos fiscales a la exportación: bonos de exportación para la agricultura, disminución de los fletes de los bienes de exportación, la desmaterialización de la cancelación del Draw Back y de los bono se exportación (CERT -certificados de reintegro tributario-) mediante el pago inmediato o deducción anticipada sujeta a control posterior del SENIAT.

9. Reformulación de la Política Comercial. De donde se orientará a promover la reciprocidad como principio básico en los acuerdos de integración, exigiendo la salvaguarda de los sectores de producción que requieran ser temporalmente protegidos a la competencia abierta de las importaciones.

10. Difundir información sobre la capacidad de producción de las Pymes para identificar sus oportunidades en la gran industria y la exportación. Organizando una red de comercialización interna y externa para ofrecer sus productos.

11. Alcanzar mayores niveles de competitividad (hacia fuera y hacia adentro) para generar una estructura de precios relativos favorables a la producción nacional.

12. Modernizar los sistemas que constituyen las redes de distribución.

13. Establecer relaciones entre los productores primarios y los transformadores industriales con el fin de eliminar las estructuras de mercado oligopólicas que intervienen en la variación de los precios, conteniendo de forma artificial la oferta y su impacto negativo en términos de inflación.

14. Impulsar el proceso de apertura económica promoviendo la revisión de los acuerdos subregionales con el fin de obtener resultados equitativos para el productor nacional.

15. Estimular la libre competencia en la economía interna.

16. Incentivar la inserción de los productos nacionales dentro del mercado mundial y regional, estableciendo y asumiendo como premisas básicas de competencia: la calidad superior, el precio más competitivo y un mayor capacidad de suministro.

17. Impulsar el crecimiento significativo de la inversión en el sector comercio, telecomunicaciones y otros servicios.

18. Propiciar escenarios favorables para el desarrollo del sector, mejorando condiciones de empleo y remuneración, dada su masiva capacidad de generar puestos de trabajo.

El Plan de Desarrollo Económico y Social presentado por el Ejecutivo Nacional para el período 2001 al 2007, establece lineamientos especialmente formulados para alcanzar un desarrollo sostenido de la pequeña y mediana empresa venezolana.

Acciones en materia de política comercial implementadas por el actual gobierno

Con relación a las acciones que ha tomado el Gobierno en materia de política comercial, el economista Eduardo Ortiz Ramírez (2006) describe las siguientes:

1. **Utilización de licencias de importación (medida no arancelaria):**

Hasta el año 2002 existían 17 productos a los cuales se aplican contingentes arancelarios a las importaciones, así como también se exigen las licencias de importación por motivos sanitarios, de seguridad y ambiente. A su vez a las importaciones contenidas en el contingente se les aplicará el Sistema Andino de Franjas de Precios.

2. **Precios de referencia:**

Sistema de bandas de precios de referencia para las importaciones que realicen empresas del sector textil y de la confección.

3. **Medidas antidumping y derechos compensatorios:**

De esta manera la Comisión Antidumping y Sobre Subsidios (CASS) se encarga de determinar el daño que le produce a la producción nacional la existencia de competencia desleal (dumping o subsidios). Las leyes contemplan el aprovechamiento de salvaguardias en los sectores de la producción que requieran ser temporalmente protegidos y se vean amenazados por la competencia abierta de las importaciones.

4. **Incentivos a la pequeña y mediana empresa:**

Se prevé la compra preferencial por parte de la Administración Pública de bienes, servicios y obras que llevan incorporado valor agregado nacional.

5. **Apertura del sector de las telecomunicaciones**:

Con la aprobación de la nueva ley de telecomunicaciones, abriendo el mercado a la competencia y generando un nuevo entorno reglamentario.

6. **La inversión extranjera directa:**

Tiene el mismo trato que la nacional a excepción de los sectores de hidrocarburos, pesca y transporte marítimo que están reservados al estado.

7. **Régimen de control de precios:**

Fijándose precios máximos de venta al público para los productos de la canasta básica.

8. **Administración de divisas:**

Se estableció el control cambiario como medida para equilibrar el valor de la moneda nacional, asegurar la continuidad de los pagos internacionales y contrarrestar las fuertes salidas de capitales. Además en el mes de febrero de 2003, se creo la Comisión de Administración de Divisas como ente encargado de coordinar, administrar, controlar y establecer los requisitos para la obtención de divisas.

En materia de integración, de acuerdo con la Constitución vigente, la república promoverá y facilitará la integración latinoamericana y caribeña, en aras de avanzar hacia la creación de una comunidad de naciones y dentro de la políticas de integración se privilegiarán las relaciones con Ibero América, procurando sea una política común de América Latina (Art. 153).

Banco de Comercio Exterior y el Plan Económico y Social 2001-2007

En la actualidad el Banco de Comercio Exterior orienta su gestión hacia el cumplimiento de estos objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo Económico y Social 2001 – 2007 y el Plan Estratégico Nacional de Comercio Exterior 2004-2007, además de las políticas del gobierno, en especial las relacionadas con las áreas internacional, industrial y comercial. Para el cumplimiento de dichos objetivos ofrece a los exportadores venezolanos o con potencial de exportación, asesoría técnica, financiera y promocional. Siendo hoy en día los instrumentos de promoción internacional que implementa, los siguientes:

1. **Misiones de compradores:** es un evento que reúne a los compradores internacionales de determinados sectores, rubros o productos venezolanos, concretando negociaciones a corto plazo.
2. **Misiones comerciales:** es un encuentro nacional o internacional, donde un grupo de compradores venezolanos se dirigen a un mercado específico y de interés.
3. **Ferias internacionales:** es un evento comercial donde concurren importadores y exportadores y se exponen los productos con la finalidad de promocionarlos o venderlos. Las ferias internaciones son la forma tradicional de introducir, posicionarse y comercializar los productos en mercados externos. En las ferias se estudia la competencia y se negocia directamente con los potenciales clientes.
4. **Macro Ruedas de Negocios:** evento de promoción internacional en el que se reúnen exportadores e importadores, con la finalidad de pactar negocios de exportación que beneficie al comercio entre ambos países. En el marco de su realización se ofrece asistencia técnica y financiera.

Las Macro Ruedas constituyen un instrumento de política comercial empleado como modelo de gestión, para incrementar los niveles de intercambio comercial con mercados de interés estratégico para Venezuela, diversificar la oferta exportable no tradicional venezolana y contribuir a profundizar la integración latinoamericana. Son encuentros en los que se reúnen numerosos empresarios de diferentes nacionalidades para intercambiar ofertas y demandas de bienes y servicios con el objetivo de concretar negocios a gran escala "in situ" o en el corto plazo. Sólo que a diferencia del concepto original de los colombianos, las Macro Ruedas que se implementan en Venezuela se hacen en dos sentidos, es decir, se reúnen importadores y exportadores de ambos países con la finalidad de incrementar el intercambio comercial en general. Esto debido a que están enmarcadas en un lineamiento del Gobierno actual, basado en el comercio justo, bajo los principios de solidaridad, complementariedad y cooperación.

Están dirigidas fundamentalmente a cooperativas, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que: han dejado de exportar, han reducido su nivel de exportación, son activas y desean incursionar en nuevos mercados o son nuevos productores con potencial de exportación.

Objetivos de la Macro Rueda de Negocios:

Los objetivos de las llamadas Macro Ruedas de Negocios se resumen en:

1. Promover las exportaciones no tradicionales.
2. Fortalecer la integración latinoamericana y caribeña.
3. Recuperar y dinamizar el intercambio comercial entre los países.
4. Promover contactos, negocios y alianzas entre las empresas e instituciones participantes.
5. Facilitar al empresario información y conocimiento acerca del mercado objetivo.

6. Identificar y establecer en forma rápida y precisa, potenciales compradores de productos y servicios ofertados por las empresas participantes.
7. Maximizar la cantidad de citas o reuniones de negocios que puedan realizarse en el menor tiempo posible.
8. Concretar negocios a corto, mediano y largo plazo.

Uno de los fines de las Macro Ruedas de Negocios está vinculado con la integración, debido a que buscan configurar un nuevo marco estratégico económico, para lograr una mayor inserción de los países latinoamericanos y caribeños en el mercado internacional de forma más equitativa y competitiva. Utilizando de esta manera este instrumento para la facilitación y creación de acuerdos comerciales, políticos, sociales y culturales que puedan fundir en el futuro una identidad de naciones latinoamericanas.

Ventajas que ofrecen las Macro Ruedas de Negocios:

Entre las ventajas que ofrecen las macro ruedas se pueden mencionar que:

1. Permiten a las empresas iniciar, reactivar o fortalecer sus procesos de exportación mediante contactos comerciales previamente acordados y hacia mercados con capacidad de compra.
2. Ofrecen a los empresarios la oportunidad de identificar en forma rápida y precisa potenciales compradores de productos y servicios ofertados por las empresas.
3. Los resultados de los negocios se pueden observar a corto y mediano plazo.
4. Brinda la oportunidad de intercambiar experiencias entre empresarios.
5. Es un mecanismo que maximiza el número de citas en el menor tiempo posible.

6. Los contactos comerciales han sido previamente aceptados en base al perfil de las empresas y los productos.

Las macro ruedas de negocios son definidas como sectoriales o multisectoriales entre dos o más países, en función a los resultados que arroje un análisis de los mercados objetivos y sectores económicos prioritarios para Venezuela, alineado con el Plan Estratégico de Comercio Exterior y el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

Las empresas participantes pueden actuar como exportadoras, importadoras o ambas, en el caso en que el evento sea IMPORT-EXPORT.

El ente organizador en Venezuela es el Banco de Comercio de Exterior (Bancoex), por ser la institución encargada de la promoción y financiamiento de las exportaciones, conjuntamente con el Ministerio de Industrias Ligeras y Comercio (MILCO) y el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE).

La organización implica la asistencia integral a las Pymes, cooperativas y emprendedores a objeto de contribuir al desarrollo y fortalecimiento de sus capacidades exportadoras.

Su gestión está sustentada en una plataforma tecnológica de avanzada, que permite el seguimiento de cada una de las etapas del proceso.

Se desarrolla bajo una metodología que contempla las etapas siguientes: Inteligencia Comercial, Negociación, Definición de estrategias propias por parte del ente organizador, Logística, Promoción, Patrocinio, Desarrollo del Evento, Control y Seguimiento. Las etapas de Logística, Promoción, Control y Seguimiento, se mantienen en ejecución a lo largo de todo el proceso.

La promoción de los productos y servicios de las empresas participantes ante los potenciales compradores, puede ser complementada con un stand en una exhibición comercial.

Se ofrecen incentivos para las empresas participantes:

Incentivos a los exportadores venezolanos

Los incentivos a los exportadores venezolanos constituyen el principal impulso a la economía de Venezuela, en este sentido se pueden nombrar los siguientes:

1. **Incentivos Monetarios:** descuentos en el costo de inscripción, en tarifas aéreas, en tarifas de alojamiento, patrocinio y financiamiento en condiciones preferenciales.
2. **Incentivos no monetarios:** capacitación y asesoría previa y post-evento para las empresas seleccionadas en función a los resultados arrojados por la encuesta de diagnóstico empresarial, así como incentivos adicionales a las primeras 100 PYMES preinscritas.

Incentivos a los importadores de los países contrapartes

1. **Incentivos monetarios:** pago de pasajes aéreos, descuentos en tarifas de alojamiento y financiamiento en condiciones preferenciales para la adquisición de bienes y servicios venezolanos, a través de los bancos corresponsales en el exterior.
2. **Incentivos no monetarios:** otorgamiento de visas de cortesía y de negocios.

Las empresas participantes se comprometen a suministrar información precisa al software, monitorear las posibles contrapartes a través de la página Web diseñada para el evento, cancelación oportuna del costo de la inscripción, elaboración de la agenda de negocios en los plazos establecidos, asistir al evento en la fecha convenida y cumplir con los compromisos derivados de las negociaciones efectuadas durante el evento.

Asistencia Integral que Bancoex ofrece a las Pymes

Bancoex con relación a la asistencia integral que se ofrece en el marco de su realización, destaca que la misma está compuesta por:

1. **Asistencia Técnica**

Con la finalidad de brindar servicios de capacitación y asesoría complementarios al crédito. Ofrecido en las siguientes áreas:

- Gestión empresarial
- Comercio exterior
- Legal y contable para el acceso al crédito
- Mercadeo y ventas
- Fortalecimiento, certificación y adecuación de la calidad y productividad.

2. **Servicios financieros:**

- Capital de trabajo
- Descuento de factura
- Financiamiento de activos fijos
- Financiamiento de proyectos
- Crédito al comprador
- Capital semilla
- Capital de riesgo
- Sociedades de garantías recíprocas
- Emisión de garantías
- Fideicomisos
- Pólizas de seguro a las exportaciones

- Operaciones de comercio exterior

Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria:

Antes de plantear cuales son los organismos que por Decreto de Ley se crearon para apoyar a las Pymes hay que definir los siguientes conceptos:

Pequeña Industria:

La unidad de explotación económica realizada por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes industriales y de servicios conexos, comprendidos en los siguientes parámetros:

Planta de trabajadores con un promedio anual no menor de once (11) trabajadores, ni mayor a cincuenta (50) trabajadores.

Ventas anuales entre nueve mil una (9.001) unidades tributarias y cien mil (100.000) unidades tributarias.

Mediana Industria:

La unidad de explotación económica realizada por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes industriales y de servicios conexos, comprendidos en los siguientes parámetros:

Planta de trabajadores con un promedio anual no menor a cincuenta y un (51) trabajadores, ni mayor a cien (100) trabajadores.

Ventas anuales entre cien mil una (100.001) unidades tributarias y doscientos cincuenta mil (250.000) unidades tributarias".

Emprendedor:

Persona interesada y capaz de identificar, evaluar y desarrollar una idea hasta transformarla en un concepto de negocio operativo o en un producto, mediante la obtención de los recursos necesarios para su ejecución y posterior comercialización.

Asimismo, señala el Decreto Ley que cuando una industria no cumpla con alguno de los parámetros establecidos en los conceptos definidos anteriormente, el Ministerio competente en materia de Producción y Comercio determinará su clasificación de acuerdo a una metodología previamente establecida.

En este orden de ideas se infiere que el Ejecutivo Nacional formule las políticas y lineamientos que ha de ser aplicados por los diversos órganos del Poder Público en materia de apoyo a la pequeña y mediana industria. Entre estos se encuentran:

1. La creación de el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI), adscrito al Ministerio competente de la Producción y el Comercio, el cual tiene por objeto ejecutar las políticas, planes, programas y proyectos que en materia de fomento, recuperación, promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria dicte el Ejecutivo Nacional.

2. En materia de financiamiento, se establece que el Ejecutivo Nacional, a través de diversos órganos del Poder Público, deberá fomentar el desarrollo de la pequeña y mediana industria mediante:

2.1 Modalidades financieras preferenciales.

2.2 El fortalecimiento del Sistema Nacional de Garantías Recíprocas que facilite el acceso al crédito bancario.

2.3 La promoción de la constitución de Fondos y Sociedades de Capital de Riesgo para el financiamiento de proyectos de inversión.

2.4 La promoción ante el sistema financiero nacional, de mecanismos y procedimientos eficientes de evaluación de créditos para la pequeña y mediana industria, que garanticen el otorgamiento oportuno de los financiamientos.

Asimismo, se establece que las políticas, programas y acciones que regulen la asistencia financiera preferencial para la pequeña y mediana industria, deberán ser ejecutadas por el Banco Industrial de Venezuela (BIV), el Fondo de Crédito Industrial (FONCREI) y el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, así como por cualquier otra entidad financiera que pueda ser incorporada, cuando así lo disponga el Ejecutivo Nacional. Bajo este contexto, las entidades financieras señaladas deberán elaborar y ejecutar, de manera coordinada, programas especiales de financiamiento preferencial a la pequeña y mediana industria.

3. Por otra parte, el decreto ley establece que el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria deberá fijar anualmente montos y condiciones especiales de financiamiento dirigidos a proyectos de inversión presentados por nuevos emprendedores que

permitan la creación de pequeñas y medianas industrias en los sectores considerados prioritarios por el Ejecutivo Nacional.

4. En relación con el mejoramiento de la calidad, productividad y competitividad, el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria deberá promover la participación de la pequeña y mediana industria en programas que permitan propiciar el desarrollo integral de este sector.

5. En cuanto al desarrollo tecnológico del sector, el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Ministerio competente en materia de la Producción y el Comercio, serán los órganos encargados de la elaboración y ejecución de programas de asistencia técnica y financiera que permitan la conformación de la base tecnológica requerida para el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña y mediana industria.

6. Finalmente, el decreto ley establece, para fomentar el acceso a los mercados internacionales, que el Banco de Comercio Exterior (BANCOEX) y el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria deberán desarrollar programas conjuntos de asistencia técnica y financiera que contribuyan al desarrollo y promoción de las exportaciones de las pequeñas y medianas industrias.

Dentro de las actividades que realiza el Banco de Comercio Exterior esta el de brindar asesoramiento en el desarrollo de las exportaciones no tradicionales, a través de varios componentes: como son capacitación, asesoría, inteligencia comercial, promoción internacional en participación de ferias, eventos, además provee información sobre trámites y procedimientos para el tema de exportación y comercio exterior, entre ellos se encuentra el:

Manual para la Elaboración de una Exportación con Éxito

El dinamismo con el cual se originan los cambios en el contexto internacional exige mayor capacidad de adaptación y de flexibilidad para aprovechar las oportunidades brindadas por el proceso de globalización.

En este sentido, las empresas venezolanas deben desarrollar una nueva cultura exportadora, que consista en la calidad de sus productos y servicios, mejorando la capacidad tecnológica y permitiendo aumentar la productividad y la competitividad de la empresa, estrechando así, la distancia con otros países con éxito de exportación.

Este manual ha sido adaptado para el mercado venezolano del documento original creado por ALADI.

Su objetivo principal es orientar al exportador, potencial exportador o empresario, en las normas mínimas requeridas para la ejecución de una exportación con éxito.

El desafío de exportar

Se debe elaborar primero un diagnóstico a la empresa, el cual permitirá tener una idea de si la empresa está en condiciones de exportar.
El diagnóstico puede realizarse en base a las siguientes preguntas:

1. ¿Tiene su producto **condiciones** que le permitan competir en mercados externos (precio, calidad y oportunidad)?
2. ¿Cuenta con **capacidad de producción y flexibilidad suficiente** para atender una posible demanda externa?

3. ¿Cuenta la empresa con **acceso a financiamiento**?
4. ¿Tiene posibilidad de manejar **tiempos de entrega óptimos**?
5. ¿Posee la empresa la **infraestructura y estructura adecuadas** para desarrollar un proyecto de exportación?
6. ¿Cuenta con la posibilidad de brindar un **buen servicio postventa**?

Para desarrollar un proyecto de exportación, es indispensable que la empresa esté en condiciones de exportar y que tenga capacidad de producción y técnica suficiente para asumir los compromisos en los mercados internacionales. Asimismo, la empresa debe precisar la finalidad de una política exportadora, conociendo aspectos tales como los objetivos de crecimiento, los tipos de mercados, la estructura de la organización, los objetivos financieros, entre otros.

"Para exportar exitosamente se debe evaluar la capacidad de internacionalización de la empresa y la capacidad de encarar la exportación como una estrategia para mejorar la competitividad"

Qué exportar

"El **qué exportar**" hace referencia al producto que define el negocio de la empresa". Del tipo de producto que se trate y del mercado de destino dependerán, en buena medida, otros elementos tales como:

1. Quiénes son los **posibles clientes,**
2. Quiénes son los que **venden el mismo producto**,
3. Cómo se fija el **precio**,
4. Qué tipo de **embalaje** utilizar,
5. Cuál es el **modo de transporte** más adecuado,

6. Cuál es el **tipo de seguro** más conveniente,
7. Qué **canales de distribución** utilizar.

Cuando la meta sea desarrollar exportaciones, es fundamental realizar una profunda investigación para determinar sí las características de calidad, presentación y empaque del producto le permitirán adaptarse a los nuevos mercados, conformando una estructura de precios competitivos. De no ser así, la empresa debe tener la disposición al cambio mediante la re-ingeniería de la organización.

A dónde y a quién exportar

A dónde y a quién exportar hace referencia al mercado de destino y/o posible destinatario del producto, el cual integra el mercado objetivo; una buena opción para establecer contactos con los posibles importadores es la asistencia o participación en ferias y/o encuentros empresariales.

Antes de exportar se considera que es conveniente conocer y evaluar las condiciones que presenta cada uno de los posibles mercados alternativos, así como también las expectativas que puede ofrecer a corto y mediano plazo. Entre estas condiciones podemos destacar:

1. Tamaño, estructura y características del mercado
2. Existencia de diferencias culturales
3. Entorno económico
4. Entorno político
5. Nivel de riesgo
6. Disponibilidad y costos del transporte hasta ese destino
7. Normativa aplicable en materia aduanera y de comercio exterior (Régimen arancelario, existencia de preferencias arancelarias

derivadas de acuerdos comerciales, regímenes de origen, normas de importación y normas reguladoras de comercio)

8. Evolución de precios
9. Características de la red de distribución y condiciones de comercialización
10. Nivel y características de la competencia

Es importante destacar que no se debe perder de vista quién es el cliente principal de la empresa, ya que muchas veces, éste no es el importador sino el consumidor final al cual el importador le vende. De la satisfacción de las necesidades de ese cliente principal dependerá, en buena medida, que el importador envíe nuevas órdenes de compra.

Las características del mercado objetivo y de los clientes a los cuales el producto está destinado, influyen a su vez, en el diseño y las características de este último.

La cadena exportadora

La cadena exportadora está conformada por un conjunto de contratos entre diversos actores, los cuales dan origen a diferentes documentos:

1. Contrato de Compra Venta Internacional de Mercancías (CCVIM)

Entre el exportador y el importador, y la emisión de las Facturas Pro-Forma y Comercial o Definitiva.

En el proceso operativo de una exportación, intervienen básicamente dos sujetos, entre los cuales se efectúa el Contrato de Compra Venta Internacional de Mercancías (CCVIM): el exportador o vendedor y el importador o comprador, localizados en países distintos. Esta última razón

hace que las ventas internacionales de mercancías se combinen casi siempre a distancia, lo cual trae aparejado un conjunto de consecuencias.La distancia entre el exportador y el importador determina que el CCVIM sea un contrato de tipo consensual, es decir, que no requiera expresión escrita ni formalidades para su elaboración.

Generalmente se inicia con la realización de contactos entre el exportador y el importador, de donde surgen las condiciones en que se desarrollará la exportación.

Estas condiciones hacen referencia básicamente a:

- Descripción de la mercancía
- Cantidad
- Precio
- Plazo para el pago
- Forma de pago
- Condiciones o términos de venta (INCOTERMS)
- Tipo de transporte
- Tipo de seguro
- Lugar de embarque y desembarque
- Plazo de entrega
- Fecha de embarque
- Bancos intervinientes en la operación
- Documentos exigidos por el importador

Las principales condiciones del contrato se expresan en la emisión, por parte del exportador, de una Factura Pro-Forma que constituye la oferta dirigida al importador.

Posteriormente a la aceptación de la oferta, el exportador emite la Factura Comercial o Definitiva que es el documento principal en el cual se expresa el CCVIM.

2. **Contrato de Transporte**

La intervención del transportador; y la emisión del Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte, y del Certificado de Pago de Flete.

Las mercancías objeto de exportación deben ser expedidas por el exportador al importador por medio de un transportador encargado de llevarlas hasta el destino convenido. Se constituye así un segundo contrato o Contrato de Transporte que queda registrado en un documento que lo instrumenta: el Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte, según se trate de transporte por vía acuática, aérea o terrestre, respectivamente. El precio pagado por el transporte se denomina "flete" y consta, a su vez, en una Factura o Comprobante de Pago de Flete.

La modalidad que presentan estas ventas internacionales es la de "venta al embarque", donde la principal obligación del exportador es la de embarcar, por oposición a las "ventas en destino" o "ventas domésticas", donde la obligación principal del vendedor es la entrega de las mercancías.

3. **Contrato de Seguro**

La intervención del asegurador; la Póliza de Seguro y el Certificado de Seguro.

Durante el viaje la mercancía está expuesta a diversos riesgos, por lo que suele ser asegurada interviniendo en la operación un cuarto sujeto: el asegurador, de donde resulta la celebración de un nuevo contrato, el

Contrato de Seguro, que a su vez se expresa en un nuevo documento, la Póliza de Seguro. El precio pagado al asegurador se denomina "premio" y consta, a su vez, en otro documento denominado Certificado de Seguro.

4. **Intermediación de los bancos en los pagos internacionales**

La actividad comercial internacional genera la necesidad de efectuar, recíprocamente, pagos y cobranzas a distancia entre el importador y el exportador ubicados en diferentes países. El riesgo propio que encierra para el exportador la posibilidad de falta de pago por parte del importador y para este último la posibilidad de que no se cumpla el embarque por parte del exportador, motiva la intervención de otros sujetos, los bancos, que actúan en el manejo de los pagos internacionales y en el canje de documentos por dinero.

Cómo cobrar

En un orden creciente de seguridad podemos citar las siguientes formas de pago:

1. **Pagos directos**

Son el medio de pago más simple y menos oneroso debido a la actuación restringida de los bancos en la operación. Puede efectuarse mediante cheques (propios o de terceros); cheques de viajero (travel checks); transferencias o giros bancarios; o tarjetas de crédito internacionales. Generalmente es empleado por quienes poseen una relación comercial regular, sustentada en un alto grado de confianza. A excepción del giro, suele utilizarse para pagos de menor cuantía.

2. **Órdenes de pago simples**

Son gestionadas por el importador en favor del exportador utilizando la mediación de un banco que es quien la emite. El pago se ordena contra simple recibo otorgado, sin requerirse la presentación de documentos comerciales para hacer efectivo el cobro. Debido a que, por definición, son revocables, su utilización se limita a personas con gran vinculación económica y comercial.

3. **Órdenes de pago documentarias**

El pago se efectúa, únicamente, contra la presentación por parte del exportador de los documentos comerciales indicados en la orden de pago.

4. **Cobranzas simples (Clean Collection)**

A diferencia de lo que ocurre en el caso de las órdenes de pago, donde la operación se origina en el importador, la gestión de cobro es iniciada por el exportador, requiriéndose la intervención de un banco (corresponsal) en la plaza del importador. En la cobranza simple el pago se efectúa contra presentación de documentos financieros únicamente (cheque o letra de cambio aceptada por el importador).

5. **Cobranzas documentarias**

Son aquellas en que el pago se efectúa contra presentación de un documento financiero acompañado de documentos comerciales (Factura Comercial, Conocimiento de Embarque, Comprobantes o Certificados de pago de flete y seguro) que el exportador entrega al importador, contra el pago o la aceptación, en su caso, del documento financiero

Créditos Documentarios

Las Cartas de Crédito

La distancia existente entre el exportador y el importador vuelve imposible la realización de una transacción al contado mediante la ejecución instantánea del contrato. Debido a lo anterior, el exportador se ve obligado a: cobrar sus mercancías por adelantado, o correr el riesgo de cobrar luego de haberlas embarcado. Los créditos documentarios posibilitan dirimir el riesgo, tanto para el exportador como para el importador, utilizando la mediación de los bancos.

Los pasos para constituir una carta de crédito son las siguientes

1. El importador (ordenante del crédito) solicita a su banco (Banco Emisor) que emita una carta de crédito a la orden del exportador (beneficiario) por el importe de la Factura.
2. El Banco Emisor, a su vez, solicita a un banco en el país del exportador (Banco Avisador o Banco Confirmador, según el caso) que notifique al exportador la apertura de ese crédito a su orden.
3. El exportador embarca la mercadería y presenta ante el Banco Avisador o Confirmador los documentos exigidos por el crédito. La entrega del Conocimiento de Embarque asegura al banco que el exportador ya embarcó la mercancía.
4. Si todo está aparentemente en orden, el Banco Avisador o Confirmante entrega el dinero al exportador y retiene los documentos presentados por éste enviándolos al Banco Emisor y rescatando de éste la suma desembolsada.

5. El Banco Emisor entrega los documentos al importador para que pueda retirar la mercancía contra el pago del importe del crédito, más una suma determinada por concepto de servicios prestados.

De una gran cantidad de modalidades que el crédito puede asumir, la modalidad "irrevocable y confirmado" es la que aporta la mayor dosis de seguridad.

Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI

En el ámbito de la ALADI funciona el Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos consistente en un sistema concebido por los bancos centrales para facilitar, sostener y expandir el comercio recíproco y las relaciones financieras de sus respectivos países.

Cómo es el procedimiento para exportar

Los pasos a realizar por el exportador son, en líneas generales, los siguientes:

- Informarse si en su país existen regímenes especiales de fomento a la exportación (devolución de impuestos indirectos, etc.)
- Informarse acerca de los requisitos para poder exportar exigidos en su país, por ejemplo: necesidad de obtener una autorización o licencia previa; exigencia de inscripción en un registro de exportadores; existencia de prohibiciones, restricciones o requerimientos particulares para exportar el producto de que se trate, entre otros.
- Conocer los requisitos y el tratamiento dado al producto en el país de destino, especialmente en lo que se refiere al tratamiento arancelario aplicable, existencia de preferencias arancelarias derivadas de

acuerdos comerciales, regímenes de origen, normas de importación y normas reguladoras de comercio.

- Realizar los contactos con el importador, de donde surgen las condiciones en que se desarrollará la exportación.
- Emitir y enviar al importador la Factura Pro-Forma.
- Emitir y enviar al importador la Factura Definitiva.
- Contratar el transporte, ya sea por cuenta propia o por cuenta y orden del importador, según lo estipulen los términos o condiciones de venta pactados (INCOTERMS).
- Contratar el seguro, en las mismas condiciones anteriores.
- Iniciar los trámites ante la Aduana de su país para dar curso al Despacho Aduanero de Exportación. Deberá tener en cuenta si en su país es obligatoria la intervención de un Agente o Despachante de Aduana.
- Entregar la mercadería al embarcador o al transportista, según el caso
- En caso de haberse elegido un medio de pago contra entrega de documentos, presentar al cobro éstos ante el banco designado.

Documentos Básicos para Exportar

1. **Declaración de Aduanas:** Este documento forma parte de los trámites aduaneros, debe ser realizado y presentado por personal especializado, en este caso un agente de aduanas debidamente inscrito ante el Ministerio de Finanzas. Las mercancías a ser exportadas deberán ser declaradas ante la aduana dentro de un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, contados a partir de la fecha de ingreso a las zonas de almacenamiento habilitadas, tal como lo establece la Ley Orgánica de Aduanas.

2. **Documento de Transporte**: Constituye el documento de contrato entre el expedidor (exportador) y el transportista para el traslado de determinadas mercancías de un lugar a otro. Es decir, es el contrato de fletamento entre el transportista y el exportador, el cual tiene carácter de título de propiedad sobre la mercancía.

De acuerdo a la modalidad de transporte acordada con el comprador para la realización de la exportación puede ser:

1. **Conocimiento de Embarque:** Cuando se trate de transporte marítimo, contendrá datos como: nombre y dirección del embarcador y del consignatario; lugares de embarque y de destino; marcas y numeración; clase; cantidad; peso; volumen; contenido de los bultos; tipo de fletes; valor de la mercancía; otros gastos; condición de entrega. etc.

2. **Guía Aérea:** Cuando se trate de transporte aéreo contendrá datos como: nombre y dirección del embarcador y del consignatario; lugares de embarque y de destino; marcas y numeración; clase; cantidad; peso; volumen; contenido de los bultos; tipo de fletes; valor de la mercancía; otros gastos; condición de entrega; etc.

3. **Conocimiento de Embarque Terrestre o Guía de Encomienda:** Cuando se trate de transporte terrestre, contendrá datos como: nombre y dirección del remitente; lugar y fecha de embarque de la carga; lugar previsto para la entrega; nombre y dirección del destinatario; cantidad; clase de bultos; marcas y números;

denominación corriente de la denominación de la carga; flete; gastos suplementarios y valor de la Mercancía; etc.

4. **Factura Comercial Definitiva:** Este un documento preparado por el exportador con el objeto de amparar las mercancías, debe ser detallada como sea posible y estar claramente redactada. La factura comercial definitiva es el documento que describe las mercancías, por lo general contiene información sobre la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor, nombre y dirección del consignatario, descripción detallada del mercancía, cantidades, peso, modalidades del embarque, precio de la mercancía, especificando el tipo de moneda y señalando su equivalente en moneda nacional (sin incluir IVA), tipo de divisas, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición, además de requerimientos adicionales exigidos por el comprador.

Los documentos que se exigen para garantizar que el producto llegue a su lugar de destino son;

1. **Certificado de Origen**: Este documento acredita el origen y procedencia de las mercancías, basado en las normas de origen establecidas en los diferentes esquemas de preferencia y convenios o acuerdos suscritos por Venezuela.
   Para obtener su certificado de origen en:

   CARACAS: Banco de Comercio Exterior (BANCOEX): Calle Los Chaguáramos, Centro Gerencial Mohedano, Piso 2, La Castellana.

ANZOATEGUI: Centro Comercial Géminis II, Local 22, Av. Intercomunal Andres Bello. Barcelona

Responsable: Glevis Lorenzo (Especialista de Ind. Y Com. III)

Telef. 0281 – 2760235

ARAGUA: Ave. Mariño Sur, Centro Empresarial Uniaragua, PB, Local 11.Consejo de Desarrollo Económico y Tecnológico del Estado Aragua CODET. Maracay, Edo. Aragua.

Rep. Gustavo Serrano

Telf.: 0243-2462690/ 2466666

Fax.: 0243-2461066

CARABOBO: Centro Comercial Ara, Tercera Etapa, Nave C, N° 79146, Av. Arturo Michelena, Valencia

Rep. Andrés Azocar

Telf.: 0241 - 8389220

Fax.: 0416-4488283

LARA: Zona Industrial I, Carrera 4 con Calle 27, Sede del MPC, frente a la Fábrica de Pastas Capri

Rep. Aurelena Briceño

Telf.: 0251-2375932

TACHIRA: Carrera 5, entre Calles 4 y 5 Edificio Franyannis, N° 4-33, al lado del surtidos eléctrico, diagonal al IUFRONT, San Antonio del Táchira

Rep. Henry Rincón

Telf. 0276 - 7712789 / 0276 – 7714933

Fax: 0276 - 7717659

ZULIA: Calle 78, Dr. Portillo con Av. 15, Centro Comercial Occidente, Piso 5, Las Delicias, Maracaibo -Edo. Zulia

Rep. Guisepppe Tamborino

Telf.: 0261 - 7831003 / 0261 - 7595304

PUERTO ORDAZ: Altavista, Edif. Sede CVG, Ciudad Guayana, Puerto Ordaz, Estado Bolívar.
Rep. Luz Toledo
Telf.: 0286 - 9661425 / 0286 - 9661782
Fax.: 0286 - 9614161 / 0286 - 9661909
SUCRE: Edif. Arda, P 1, Santa Rosa - Cumaná
Rep. David Toro (Especialista de Ind. y Com. III)
Telf.: 0293 - 4324866

2. **Certificado de Calidad:** Es un documento emitido por el Estado venezolano a través del Fondo para la Normalización y Certificación de la Calidad (Fondonorma), mediante el cual se hace constar que determinada mercancía cumple con una especificación o norma técnica suministrada por la parte interesada

Documentos exigidos según el tipo de Producto

Tomando en cuenta el tipo de producto a exportar existen diversos documentos que deben ser consignados, tales como:

1. **Registro Sanitario**: Documento obligatorio para los productos objeto de algún grado de elaboración que están destinados al consumo humano, como alimentos procesados, bebidas, medicamentos y cosméticos.

   Ministerio de Salud y de Desarrollo Social *(antiguo M.S.A.S.) en la División de Higiene de Alimentos, Drogas y Cosméticos.*

2. **Certificado Fitosanitario**: Documento requerido para las exportaciones de productos de Origen Vegetal, el cual es exigido tanto en las aduanas venezolanas como en las aduanas del país importador.

   Ministerio de Agricultura y Tierras(M.A.T) - *División de Sanidad Vegetal, Servicio Autónomo de Sanidad (S.A.S.A)*

3. **Certificado Zoo-Sanitario**: Documento necesario para la exportación de animales vivos y de productos y subproductos de origen animal.

   Ministerio de Agricultura y Tierras(M.A.T) - *División de Sanidad Animal, Servicio Autónomo de Sanidad (S.A.S.A)*

4. **Certificado Ictiosanitario**: Documento necesario para la exportación de productos pesqueros y acuícolas.

   Ministerio de Agricultura y Tierras (M.A.T) - *Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura (INAPESCA)*

Documentos Opcionales o Complementarios

Adicionalmente se exigen documentos que complementan los requisitos formales exigidos, tales como:

1. Clasificación Arancelaria: Documento emitido por el SENIAT y su función es asegurar, al exportador y a los funcionarios públicos, que el ítem arancelario donde se clasificó la mercancía es el que efectivamente le corresponde, de acuerdo a lo establecido en el Sistema Armonizado.

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). División de Aranceles. Dirección: Plaza Venezuela, Torre Capriles, Piso 10. Caracas

2. **Póliza de Seguros:** Aunque no es obligatoria, la póliza de seguros es uno de los documentos más utilizados en las operaciones de exportación. En Venezuela existen los siguientes tipos de seguros:

8.1 Seguro de Crédito a la Exportación: Es un instrumento destinado a proteger al exportador venezolano contra los riesgos comerciales y no comerciales que pueden ocasionarse durante la operación de exportación.

El Seguro de Crédito a la Exportación se tramita ante La Mundial, C.A: Av. Rómulo Gallegos, No. 23, Edf. R.I.V., Piso 1, Ofic. B y C, Urb. Montecristo, Los Dos Caminos.

2.1 **Póliza de Riesgo Comercial (post-embarque):** Cubre al exportador de la insolvencia del comprador.

2.2 Póliza de Rescisión de Contrato (pre-embarque): Cubre al exportador de la cancelación de las ordenes de compra o pedidos por parte del importador.

2.3 **Emisión de Fianzas:** Utilizadas en operaciones de comercio exterior referentes a fiel cumplimiento, anticipo, aduaneras.

2.4 **Emisión de Fianzas:** Utilizadas en operaciones de comercio exterior referentes a fiel cumplimiento, anticipo, aduaneras.

2.5 **Póliza de Contingencias Políticas y Extraordinarias:** Ofrece al exportador cobertura a posibles confiscaciones, terremotos, huracanes, inundaciones, entre otros.

3. **Seguros Ordinarios:** Son los seguros otorgados por las empresas privadas dedicadas a esta actividad. Los trámites y requisitos necesarios para la emisión de la póliza, así como los límites de cobertura son fijados por la empresa que los confiere. Los tres (3) tipos de seguros mas usados en materia de exportaciones son los seguros de carga, valores y fletes.

4. **Certificado de Valor Agregado Nacional (VAN):** Este certificado determina el porcentaje de insumos nacionales que posee el producto a exportar. Sólo es necesario en aquellos casos en los que se desee solicitar financiamiento para realizar la exportación, acogerse a la política automotriz y/o a la Ley de Zona Franca. Este documento se gestiona ante El Ministerio de Producción y Comercio.

Organismos e instituciones que apoyan la PYME

En los diversos estudios realizados sobre la PYME, ya sea en nuestro país o en Latinoamérica, se encuentran problemas financieros, de deficiencia organizacional y de gestión, poca competitividad y desconocimiento de la información de su entorno, ya sea económico o de mercado.

El apoyo que se ofrece al sector presenta un esquema no articulado, por parte del sector público y privado, sino que por lo contrario se trata de acciones orientadas a diferentes áreas del sector empresarial como son: la innovación, la asistencia técnica, la capacitación, el financiamiento, entre otras. Todo ello con la finalidad de solventar la problemática de este sector y ayudar a su desarrollo.

Venezuela no es la excepción de los países latinos en cuanto a organismos de apoyo al sector PYME. En nuestro país el principal promotor de apoyo es

centrado en el gobierno nacional a través del Ministerio de Producción y Comercio. A partir de estos organismos se desprende la infraestructura de apoyo designado por el estado.

Ministerio de la Producción y el Comercio (MPC)

El Ministerio de la Producción y el Comercio (MPC) surge en 1999, de la fusión del anterior Ministerio de Industria y Comercio (MIC) y del Ministerio de Agricultura y Cría (MAC).

Es un organismo del Estado centralizador de las actividades de políticas, de planificación y de orientación de los diversos sectores de la realidad económica, reorientando voluntades oficiales y privadas hacia el proceso de reactivación del aparato productivo y sus canales de comercialización.

Actualmente desempeña un papel importante en la definición de políticas que alinean los esfuerzos de los organismos de apoyo al sector de la pequeña y mediana industria, brindándoles facilidades para el crédito, la capacitación y asistencia técnica.

Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI)

El INAPYMI fue creado mediante el decreto No. 1547 de noviembre de 2001, en la ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria.

Este órgano está adscrito al Ministerio de Producción y Comercio y tiene por objeto ejecutar la política de fomento, recuperación, promoción y desarrollo en materia de la pequeña y mediana industria; y tiene asignada las siguientes atribuciones:

- Coordinar el Plan de Desarrollo de la pequeña y mediana industria y supervisar los programas y proyectos dirigidos al fomento y promoción del sector.

- Administrar y gestionar el sistema de información industrial.
- Identificar las necesidades de asistencia financiera y técnica del sector de la pequeña y mediana industria.
- Conceder asistencia financiera bajo modalidades especiales para la pequeña y mediana industria, en condiciones y términos de tasas de interés y plazos preferenciales.
- Desarrollar programas de asistencia técnica integral, adiestramiento y capacitación en todas las áreas de gestión, para el mejoramiento competitivo de la pequeña y mediana industria.
- Proponer mecanismos de incentivos y beneficios que conduzcan al desarrollo integral del sector de la pequeña y mediana industria.
- Suscribir convenios y demás acuerdos con instituciones públicas y privadas para coordinar políticas, programas y proyectos de desarrollo de la pequeña y mediana industria.

Confederación Venezolana de Industriales (CONINDUSTRIA)

Conindustria es la máxima organización gremial del sector industrial venezolano, en cuyo seno están agrupadas más de cincuenta cámaras y asociaciones de industriales venezolanos, de las cuales treinta y ocho (38) son sectoriales y trece (13) regionales. De igual forma, en Conindustria están representadas treinta (30) industrias manufactureras, pertenecientes a la pequeña, mediana y gran industria, que entraron al gremio industrial en carácter de Miembros Activos Especiales.

En Conindustria está representado el 90% de la producción industrial nacional y el 80% de ellas la constituye la pequeña y mediana empresa.

Objetivos:

- Formular las bases de una política industrial coherente y de largo plazo.

- Ser vínculo e interlocutor idóneo en el campo del comercio internacional y de integración regional.
- Apoyar a la industria en el desarrollo sostenido de la competitividad.
- Estimular la inversión privada en el sector manufacturero.

Entre los programas que ofrece Conindustria de apoyo a la pequeña y mediana empresa venezolana se encuentra el Coninpyme.

Coninpyme es un programa de Conindustria y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), orientado al fortalecimiento de la competitividad y productividad de las pequeñas y medianas empresas. Para ello ofrece los siguientes servicios:

- Asistencia empresarial en materia de productividad, calidad y competitividad, mediante la ejecución de estudios que permitan diagnosticar la situación de las empresas e implementar planes de mejoras. Asimismo, asesoría en la búsqueda del financiamiento adecuado para la puesta en marcha de estos planes de mejoras.
- Información y asistencia puntual: De acuerdo a los requerimientos particulares de pequeñas y medianas empresas, en materia de enfoques competitivos, oportunidades de negocios, exportación de productos, información gerencial, y asesoría legal y financiera.
- Información grupal: Mediante foros, talleres, conferencias y jornadas de entrenamiento, en diversas áreas, tales como: gerencia, calidad, financiamiento, nuevas tecnologías de información y negocios, internacionalización, consorcios, compras gubernamentales, trámites administrativos, competitividad y asuntos coyunturales, entre otros tópicos de interés.

- Asesorías para la creación de Consorcios de Exportación y evaluación de mecanismos de asociatividad.

Por su parte, Coninpyme cuenta con programas de formación de consultores que actúen como agentes de cambio en el ámbito gerencial de las pequeñas y medianas empresas. Asimismo ofrece:

- Información sobre oferta y demanda de servicios de consultoría.
- Catálogo de empresas consultoras y consultores independientes, especializados en servicios de apoyo a las pequeñas y medianas empresas.
- Seminarios y actividades de intercambio, para la difusión de casos exitosos orientados al mejoramiento de consultores y empresarios.

La meta de Coninpyme es ofrecer un aporte significativo al mejoramiento de la pequeña y mediana empresa venezolana, de allí que se proponga la formación y calificación de aproximadamente 480 consultores, durante un período de tres años, y la prestación de consultoría técnica especializada a no menos de 1000 empresas, pequeñas y medianas.

Para ello, se han seleccionado los siguientes sectores y regiones industriales: Metalúrgico y Metalmecánico, Textil-Confección, Plástico, Químico, Papel y Artes Gráficas; sin excluir a otros sectores. Estos sectores han sido seleccionados debido a que cuentan con estudios que recogen las áreas críticas de cada uno de ellos.

El Programa pretende atender a pequeñas y medianas empresas de todas las regiones del país.

Federación de Artesanos, Micros, Pequeños y Medianos Industriales de Venezuela (FEDEINDUSTRIA)

FEDEINDUSTRIA es una Sociedad Civil sin fines de lucro, con personalidad jurídica y patrimonio propio, fundada el 26 de Noviembre de 1971; constituida por 42 Cámaras y Asociaciones regionales y/o sectoriales de carácter nacional de los Artesanos, Micros, Pequeños y Medianos Industriales del país. Tiene por objeto fundamental, la representación de los intereses del sector de la Artesanía, Micro, Pequeña y Mediana Industria; coordinación de actividades generales, el desarrollo, la defensa y proyección de las Cámaras y Asociaciones de industriales existentes en el territorio nacional y de las empresas que las integran, y que, conjunta o separadamente, ejerzan la representación de actividades e intereses, económicos en el sector industrial.

Federación Venezolana de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción (FEDECÁMARAS)

Asociación sin fines de lucro, fundada el 17 de julio de 1944, formada por entidades económicas gremiales privadas, integradas por empresarios, personas naturales o jurídicas, que conjunta o separadamente, ejercen la representación de actividades e intereses económicos en el país.

FEDECÁMARAS tiene entre sus objetivos el desarrollo y la diversificación de la economía nacional, basados en el sistema de la empresa privada y de la libre iniciativa, dentro de un orden jurídico que proclame y garantice los derechos fundamentales del hombre.

La filosofía y la doctrina sobre la cual FEDECÁMARAS fundamenta su tesis económica apunta al fortalecimiento de la iniciativa individual, sustentada en un régimen de libertades políticas y sociales que estimule positivamente y

que haga posible, el desarrollo de la empresa privada como factor fundamental para la producción y distribución de riqueza.

Los principios que sustentan a este organismo, relativos al desarrollo empresarial del país, son los siguientes:

1. Propiciar el desarrollo armónico de la economía nacional, dentro del concepto de libre empresa, a través de la defensa, el impulso y la cooperación de la actividad privada en lo relativo al progreso nacional.
2. Armonizar los diferentes intereses de la producción, del comercio y los servicios, a través del entendimiento intersectorial, de manera que el crecimiento y el rendimiento del aparato productivo, posibilite la integración de los diversos componentes de la actividad económica.
3. Impulsar el desarrollo de las organizaciones empresariales del país, a fin de que cada vez contribuyan más y mejor a la labor de incremento de la actividad productiva, a la elevación del nivel social de la población y de las localidades o áreas donde se desenvuelven sus actividades, con el fin de que Venezuela sea cada vez menos dependiente de las economías de terceros países.

En cumplimiento de sus fines y deberes, Fedecámaras permanentemente señala al país sus criterios y diagnósticos debidamente razonados y sustentados, en relación con los diversos procesos que integran el sistema económico y social de la Nación.

Sociedad Nacional de Garantías Reciprocas para la Mediana y Pequeña Industria (SOGAMPI)

Instituto de capital mixto, con una participación del 84% del Estado, a través del Ministerio de Producción y Comercio. El resto esta conformado por

Instituciones financieras, Fedeindustria, Asociación de apoyo a la PYME y socios beneficiarios.

La misión de SOGAMPI es garantizar a sus socios beneficiarios el acceso al crédito, mediante el otorgamiento de fianzas y avales a los industriales que pertenecen al sector PYME, asegurando el mejoramiento de la competitividad de los socios afiliados a esta organización. SOGAMPI asume el 80% del riesgo crediticio.

SOGAMPI y la banca duplican esfuerzos de análisis y otorgamiento de créditos, retrasando el tiempo de respuesta al cliente.

Esta institución opera principalmente con el Banco Industrial de Venezuela, y en menor escala, con bancos privados como Provincial y Canarias de Venezuela, entre otros. Tiene vinculaciones con las Cámaras y Fondos Regionales, como medios para llevarle información a los industriales.

Fondo Nacional de Garantías Recíprocas para Pequeñas y Medianas Empresas (FONPYME)

Fonpyme fue creado como el organismo del Estado venezolano rector de las políticas y coordinador de las sociedades de garantías recíprocas para las pequeñas y medianas empresas del país. La creación de este organismo responde al decreto ley número 251 del año 1999, por medio del cual el Estado procedió a regular el sistema nacional de garantías recíprocas para las pequeñas y medianas empresas.

Dicho sistema se fundamenta en la cooperación de los actores directamente involucrados en el problema del acceso al crédito del sistema financiero, y otros entes financieros públicos y privados, mediante el otorgamiento de garantías que avalen los créditos que las pequeñas y medianas empresas requieren para financiar sus proyectos.

La estrategia de implantación de este sistema es formar una red de fondos nacionales de garantías recíprocas (FNGR) y de sociedades de garantías recíprocas (SGR) que apoyen a las pymes a obtener acceso al financiamiento de sus proyectos en el sistema financiero venezolano.

Fonpyme constituye el primer FNGR creado por el gobierno nacional para proveer servicios de reafianzamiento de las garantías otorgadas por los socios de las SGR.

Para fomentar la creación de la red de SGRs el gobierno ha planteado que la mejor forma de garantizar su expansión de manera rápida y ordenada, es mediante el diseño y puesta en práctica de una estrategia de franquicias, donde los franquiciados reciban un paquete que incluya el modelo de gestión, la metodología de análisis para el otorgamiento de garantías, y la tecnología a ser utilizada.

En esta estrategia el franquiciante será Fonpyme y los franquiciados estarán integrados por cada uno de los grupos interesados en constituir las SGRs.

Las SGRs estarán formadas por pymes que aporten capital, los socios beneficiarios, y podrán contar con el apoyo del sector público, a través de los gobiernos regionales, municipales o instituciones públicas, y del sector privado, a través de instituciones gremiales o financieras.

Fondo de Crédito Industrial (FONCREI)

El Fondo de Crédito Industrial es un instituto Autónomo adscrito al Ministerio de Finanzas, con capacidad de apoyar al desarrollo industrial del país, mediante el otorgamiento de créditos, a través de la Banca Nacional, a proyectos de inversión, destinados al establecimiento, ampliación, reactivación y modernización de la industria manufacturera.

FONCREI proporciona al sector industrial manufacturero, un servicio de financiamiento, con apoyo integral, a través del sistema bancario nacional, fomentando un tejido industrial eficiente que le permita competir globalmente.

Se comporta como entidad financiera de segundo piso. FONCREI realiza el proceso del crédito hasta su aprobación y liquidación. Realiza abonos en cuenta del Banco Central de Venezuela para que la institución financiera responsable ejecute el crédito.

Las actividades de análisis y aprobación se realizan por duplicado por la institución financiera y por FONCREI.

Banco Industrial de Venezuela (BIV)

El Banco Industrial de Venezuela nace el 23 de julio de 1937, por ley del Congreso Nacional, como resultado de un proyecto elaborado por la Asociación Nacional de Comerciantes e Industriales de la época. Inicia sus actividades formalmente el 4 de febrero de 1938.

La razón original de su creación fue la de contar con instrumentos financieros que impulsaran el desarrollo del comercio y de las nacientes industrias, en los primeros años posteriores a la dictadura de Juan Vicente Gómez, en los cuales se comenzaba a sentir el gran impulso que daría la industria petrolera a la economía nacional.

En medio de este ambiente se constituyó el capital inicial del banco, con un aporte del 60 % por parte del Estado y un 40 % por parte de entes privados; posteriormente, los aportes de capital fueron asumidos totalmente por el Estado. La Corporación Venezolana de Fomento llegó a ser la principal accionista del Banco, hasta que con su desaparición, las acciones que ésta poseía pasaron a manos del Fondo de Inversiones de Venezuela. Con el tiempo y las coyunturas económicas, esta institución fue disminuyendo su

participación, hasta que el Ministerio de Hacienda, hoy Ministerio de Finanzas, se convirtió en el accionista mayoritario del BIV.

El BIV es considerado como el pilar financiero de la política de sustitución de importaciones que durante las décadas de los 60 y 70 impulsó el proceso de industrialización venezolano.

Entre los objetivos principales del Banco Industrial de Venezuela se encuentran:

1. Contribuir al financiamiento a corto y mediano plazo de la producción, comercialización, transporte, almacenamiento, entre otros, del sector empresarial venezolano.
2. Financiar al sector de servicios y complementar a la asistencia crediticia que presten las instituciones públicas y privadas.
3. Promover y financiar la exportación de productos industriales de origen nacional.

Actualmente, el BIV conserva una cartera de clientes formada por grandes industriales a través de créditos corporativos. Para la pequeña y mediana empresa mantiene convenios con FONCREI y con SOGAMPI.

Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (BANDES)

Institución financiera que sustituye al Fondo de Inversiones de Venezuela (FIV) a partir del año 2001. Tiene entre sus objetivos apoyar la incorporación de capital privado en empresas, así como, programas y proyectos de alta prioridad para el país. Los medios para el logro de sus objetivos son:

financiar mediante créditos globales a través del sistema financiero, la asistencia técnica para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa; prestar servicios de asesoría técnica y financiera a los entes del sector público que ejecutan procesos de incorporación de capital privado en empresas; y participar excepcionalmente en el capital de empresas en formación.

Banco de Comercio Exterior (BANCOEX)

El Banco de Comercio Exterior es una institución financiera, orientada al desarrollo de la competitividad de las empresas venezolanas exportadoras de productos o servicios no tradicionales, a los fines de garantizar su inserción y permanencia en los mercados internacionales.

Para ello, entre los objetivos de este organismo se encuentran:

1. El financiamiento y la promoción de las exportaciones de bienes y servicios nacionales, enmarcados en los planes y políticas de desarrollo socioeconómico establecidos por el Ejecutivo Nacional.
2. La asistencia técnica y capacitación a empresas venezolanas exportadoras o con potencial exportador, en cumplimiento de la función de promoción de las exportaciones.
3. Propulsar la asociación de pequeñas empresas con el objeto de fortalecer su participación en los mercados externos.
4. Fomentar las inversiones dirigidas a la consolidación de unidades productivas para la exportación.

Bancoex nace el 12 de Julio de 1996, con la aprobación de la Ley del Banco de Comercio Exterior, y abre sus puertas al público el 07 de Octubre de 1997. El capital inicial, para su creación, fue aportado por el Ministerio de Industria y Comercio y el Fondo de Inversiones de Venezuela; siendo sus actuales accionistas el Ministerio de Finanzas y el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Venezuela.

Por otra parte podemos explicar el alcance que el Banco de Comercio exterior tiene en las Organizaciones de Comercio exterior .

Organizaciones de Promoción del Comercio Exterior (OPC):

Son organizaciones creadas para el desarrollo del comercio que proveen asistencia técnica, promoción internacional y financiamiento a empresas, y que aconsejan al Gobierno y otras entidades interesadas en temas que conciernen a la competitividad empresarial y la expansión del comercio.

La creación y mantenimiento de las OPC sigue siendo un reto importante para todos los países, desarrollados y en desarrollo. Esto es especialmente cierto en el caso de los países con economías en desarrollo o en transición como las nuestras, donde hay una gran demanda de recursos para muchas esferas legítimas de desarrollo pero donde a menudo la disponibilidad de estos recursos necesarios está gravemente limitada. Por consiguiente las OPC deben justificar continuamente su existencia y su derecho a exigir recursos escasos.

Este trabajo se presenta como un aporte en el continuo proceso de asistencia prestado por el Banco de Comercio Exterior en Venezuela, con el

fin de que sus servicios sean más eficientes y ayuden a conocer las actividades que desarrollan sus homólogos en otros lugares, especialmente en Latinoamérica. No hay dos OPC que puedan funcionar idénticamente en diferentes países, porque las circunstancias serán distintas, pero los buenos resultados de una pueden utilizarse como punto de referencia o inspiración para otra.

Los objetivos de las OPC

Entre los objetivos fundamentales de las OPC se destacan:

1. Incrementar el número de empresas exportadoras
2. Diversificar los mercados destino de la exportación
3. Consolidar la presencia internacional de las empresas exportadoras

El Rol de las OPC

El rol de las OPC es importante ya que a traves de ellas se logra:

1. Proveer asistencia técnica a los empresarios, asociaciones empresariales y gremios sectoriales
2. Apoyar el diseño e implementación de una política nacional de promoción de exportación (PNPE)
3. Promover la competitividad de las exportaciones
4. Proveer información especializada con alto valor agregado
5. Ser un enlace entre exportadores y sus compradores
6. Liderar las actividades de Promoción de Exportaciones
7. Apoyar el desarrollo e internacionalización de las PYMES
8. Nexo entre el sector privado y el sector público
9. Promover la imagen del país y sus productos en el extranjero
10. Realizar Inteligencia de Mercado

Principales servicios de las OPC

Entre los principales servicios que ofrecen las OPC´s se encuentran:

1. Inteligencia de mercados (estudios, investigaciones)
2. Consultoría técnica y comercial
3. Capacitación especializada en temas actuales y prácticos
4. Elaboración de agendas de negocios en el país o en el extranjero
5. Organización de ferias y misiones comerciales
6. Bases de datos actualizadas; páginas web funcionales
7. Promoción de la marca país en el extranjero
8. Fortalecimiento de la asociatividad
9. Atracción de inversión extranjera directa
10. Impulso al comercio electrónico
11. Promoción de Turismo
12. Financiamiento

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta la información del marco metodológico bajo el cual se desarrolló el proceso de investigación del presente trabajo. Se especifica el tipo de estudio realizado, el método de investigación y las técnicas de recolección de datos utilizadas.

Dada la naturaleza del proyecto desarrollado que consistió en el análisis de diversas fuentes documentales y de la opinión de algunos expertos, a fin de comprender su contenido y analizar su relación a la problemática planteada, se efectuó una Investigación Explicativa con miras a describir las características principales del fenómeno en estudio, sino también determinar sus orígenes, sus causas y sus implicaciones, ofrecer resultados y llegar a conclusiones válidas que pudiesen ser utilizadas por el Banco de Comercio Exterior como guía en el desempeño de sus funciones gerenciales.

Como estrategia se utilizó la Investigación Documental para la obtención y análisis de datos contenidos en diversas fuentes documentales. La obtención de fuentes elaboradas o secundarias se llevó a cabo a través de la recopilación de bibliografía, artículos, revistas, documentos, trabajos de grado, otras publicaciones; y mediante la investigación en organismos gubernamentales y el sector privado, que sirvieron de base para el desarrollo de la investigación.

En cuanto a la obtención de fuentes primarias se adoptó la estrategia POST-FACTO, a través de la recopilación directa de información.

Por otra parte, las entrevistas realizadas formaron parte del estudio efectuado en el Banco de Comercio Exterior (Bancoex), lo cual permitió

conocer el ámbito en el que se desarrolla el apoyo a la pequeña y mediana empresa venezolana en un organismo gubernamental.

Finalmente, los resultados obtenidos de la investigación y de las encuestas y entrevistas realizadas, fueron contrastados en el análisis de una matriz DOFA del sector, mediante la cual se determinaron los aspectos que influyen para dar una perspectiva del desarrollo de la pequeña y mediana empresa en Venezuela, basado en el apoyo que brindan organismos del estado, , como el Banco de Comercio Exterior, en lo referente al financiamiento, capacitación y asesoría técnica.

CAPITULO IV
CASO DE ESTUDIO

Pequeñas y medianas empresas venezolanas y su proceso para poder Exportar.

El estudio exploratorio fue realizado sobre una muestra de 11 pequeños y medianos empresarios, escogidos en forma aleatoria, a los cuales se les solicitó su opinión del apoyo recibido por entidades públicas y privadas en los aspectos de financiamiento, capacitación del recurso humano, capacitación gerencial, mercadeo y tecnología. Para la recolección de la información se utilizó la técnica de encuesta (ver anexo 1).

Este instrumento fue aplicado a las siguientes empresas: Elizabeth Fleming, Botas Rambo, Atlas Marine, Lamigal, Industrias Oregon, Química Venoco, Caribe Náutica, Sucesora Jose Puig, INFRA, LIBANBRAGA, Alemar.

Los valores obtenidos de estas encuestas se expresaron mediante tablas y gráficos que permitieron organizar la información y visualizar los resultados para facilitar su análisis.

El objetivo de la encuesta realizada fue determinar las debilidades de estas empresas en cuanto a los aspectos señalados, el conocimiento de los empresarios sobre los institutos del Estado y entes privados que apoyan al sector, y el beneficio obtenido por estas empresas mediante el uso de estas instituciones de apoyo.

A continuación se muestran los resultados obtenidos:

En cuanto a los aspectos considerados de mayor importancia para el desenvolvimiento de la empresa, el orden dado por los empresarios fue el siguiente: Financiamiento con el 28%, seguido de capacitación del recurso

humano con el 21%, mercadeo con el 20%, tecnología con el 18% y la capacitación gerencial con el 13%.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Tecnología	1	4	1	1	5	3	3	2	3	2	5	30
Mercadeo	4	3	2	5	1	1	5	3	2	5	2	33
Capacitación gerencial	2	2	3	3	3	2	1	1	1	3	1	22
Capacitación RRHH	3	1	5	2	2	4	2	4	4	4	3	34
Financiamiento	5	5	4	4	4	5	4	5	5	1	4	46

TABLA 1. IMPORTANCIA DADA POR LOS EMPRESARIOS A LOS PARÁMETROS EXPUESTOS
Fuente: Propia

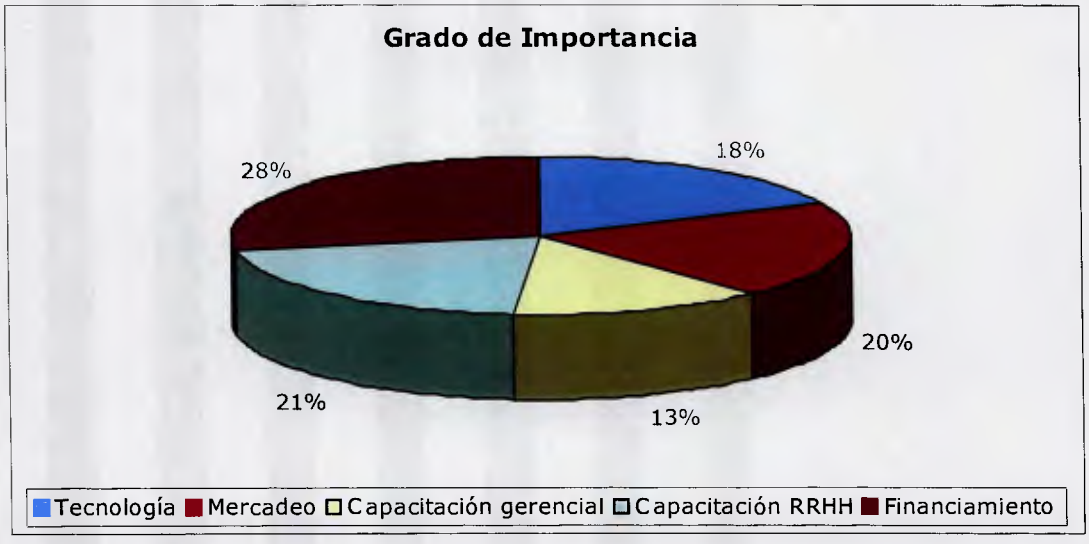


FIGURA 1. IMPORTANCIA DADA POR LOS EMPRESARIOS A LOS PARÁMETROS EXPUESTOS

Por su parte, con relación a los aspectos que presentan mayor debilidad en la empresa, el orden dado fue el siguiente: Financiamiento con el 22%,

seguido de mercadeo con el 21%, capacitación del recurso humano con el 20%, tecnología con el 19% y capacitación gerencial con el 18%.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Tecnología	1	4	4	5	1	3	3	2	3	4	1	31
Mercadeo	4	3	5	1	5	5	1	3	2	1	4	34
Capacitación gerencial	2	2	1	3	3	4	5	1	1	3	5	30
Capacitación RRHH	3	1	2	4	4	2	4	4	4	2	3	33
Financiamiento	5	5	3	2	2	1	2	5	5	5	2	37

TABLA 2: DEBILIDADES DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS
Fuente: Propia

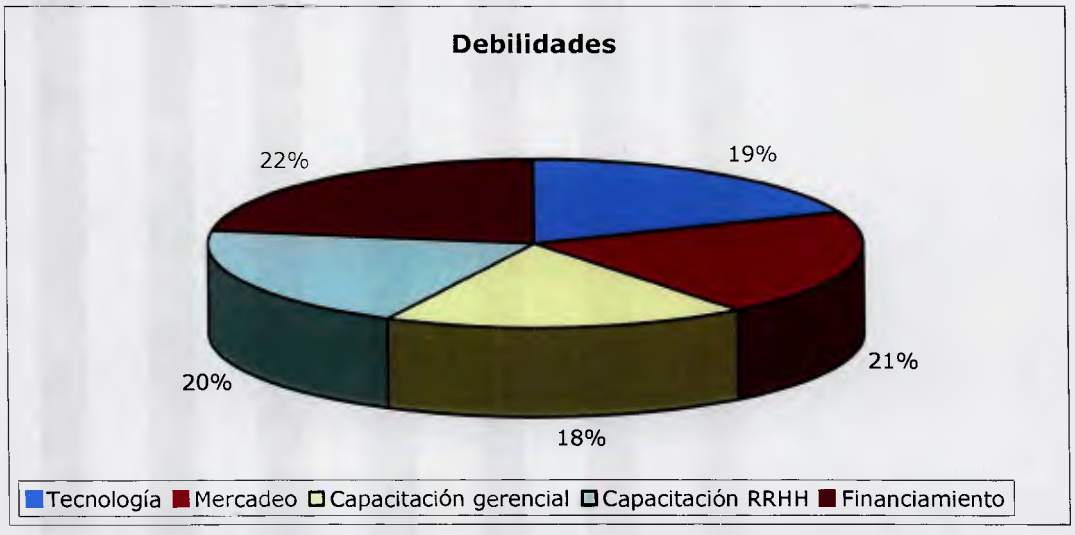


FIGURA 2: DEBILIDADES DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS

De los aspectos señalados anteriormente, los que recibieron mayor atención fueron indicados en el orden siguiente: Financiamiento con el 27%, seguido de mercadeo con el 21%, capacitación del recurso humano con el 21%, la tecnología con el 17% y capacitación gerencial con el 14%.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Tecnología	1	3	1	1	4	3	3	2	3	2	5	28
Mercadeo	4	5	2	5	1	1	5	3	2	5	2	35
Capacitación gerencial	2	2	4	3	3	2	1	1	1	3	1	23
Capacitación RRHH	3	1	5	2	2	4	2	4	4	4	3	34
Financiamiento	5	4	3	4	5	5	4	5	5	1	4	45

TABLA 3: AREA DE MAYOR ATENCIÓN EN EL ULTIMO AÑO
Fuente: Propia

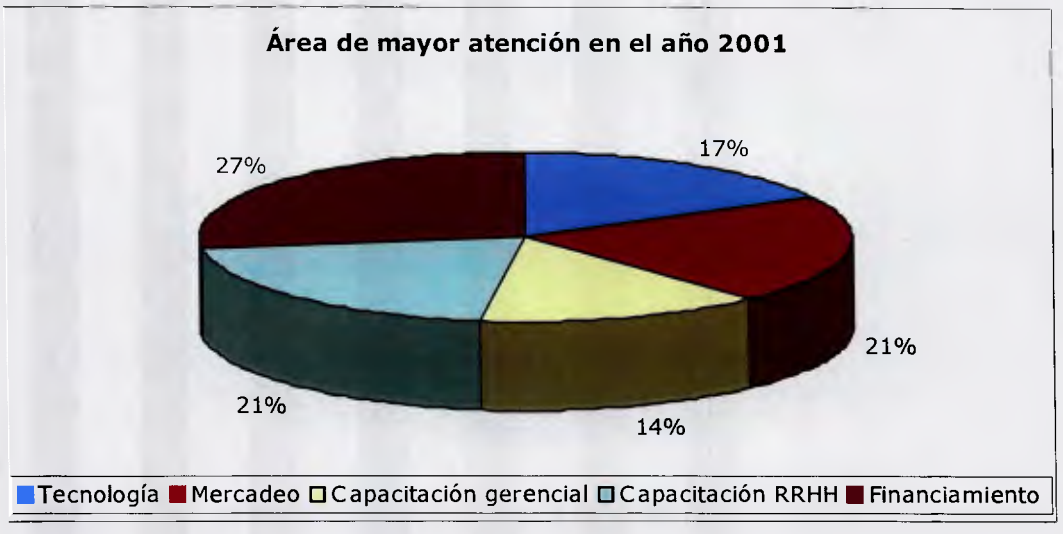


FIGURA 3: AREA DE MAYOR ATENCIÓN EN EL ULTIMO AÑO

En cuanto al conocimiento de los empresarios acerca de las entidades públicas y privadas que brindan apoyo al sector de la pequeña y mediana empresa, un 55% indicó conocer algunas entidades gubernamentales y privadas, un 18% indicó conocer algunas entidades gubernamentales, un 18% indicó conocer algunas entidades privadas, y el restante señaló desconocimiento de este tipo de instituciones.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Gubernamentales y Privados	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	6
Gubernamentales y No Privados	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2
Privados y No Gubernamentales	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Ninguno	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1

TABLA 4: CONOCIMEINTO DE LOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES Y PRIVADOS DE APOYO A LA PYME

Fuente: Propia

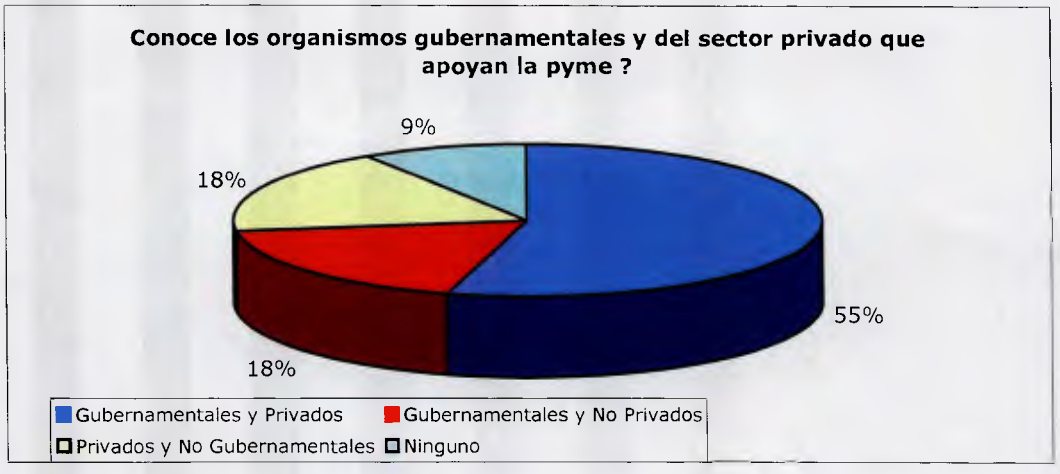


FIGURA 4: CONOCIMIENTO DE LOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES Y PRIVADOS DE APOYO A LA PYME

De las empresas que indicaron haber recibido apoyo de organismos del Estado, se señaló que el apoyo brindado se orientó al financiamiento en un 100%, al mercadeo en un 50%, a la capacitación del recurso humano en un 10%, a la capacitación gerencial en un 10% y a la tecnología en un 20%.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Tecnología	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2
Mercadeo	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	5
Capacitación gerencial	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Capacitación RRHH	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Financiamiento	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10

TABLA 5: ASPECTOS EN LOS QUE HA RECIBIDO APOYO DE LOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES
Fuente: Propia

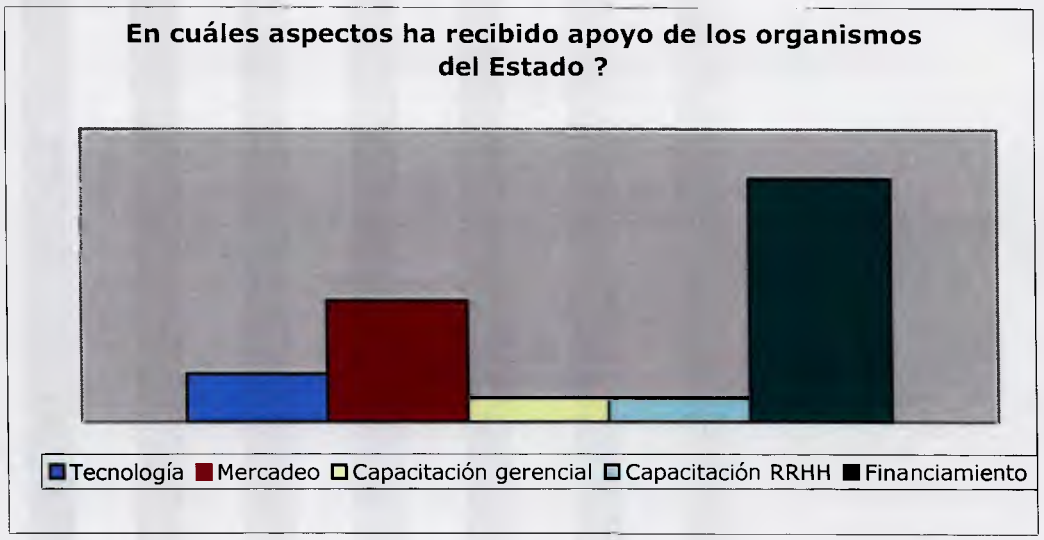


FIGURA 5: ASPECTOS EN LOS QUE HA RECIBIDO APOYO DE LOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES

Finalmente, respecto al apoyo recibido por las instituciones privadas, las empresas indicaron que el apoyo brindado se orientó al financiamiento en un 85%, a la capacitación del recurso humano en un 43%, y a la capacitación gerencial en un 43%.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Tecnología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mercadeo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capacitación gerencial	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
Capacitación RRHH	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
Financiamiento	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	6

TABLA 6: ASPECTOS EN LOS QUE HA RECIBIDO APOYO DE LOS ORGANISMOS PRIVADOS
Fuente: Propia

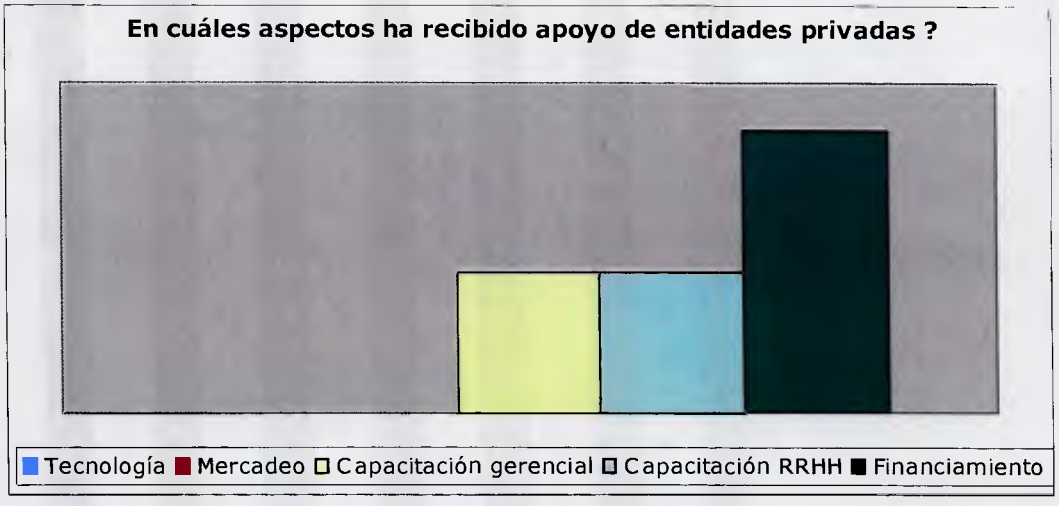


FIGURA 6: ASPECTOS EN LOS QUE HA RECIBIDO APOYO DE LOS ORGANISMOS PRIVADOS

Como consecuencia del apoyo recibido por las instituciones públicas y privadas, el 100% de las empresas indicó haber mejorado su funcionamiento y competitividad.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total
Mejoró funcionamiento y competitividad	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10
Mejoró funcionamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mejoró competitividad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
No mejoró ninguno de estos aspectos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TABLA 7: MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO Y COMPETITIVIDAD
Fuente:Propia

Organismo gubernamental

Según lo expuesto en la sección correspondiente a los organismos e instituciones que apoyan la Pyme, se demuestra que Venezuela cuenta con una serie de organismos públicos y privados orientados a realizar acciones en la búsqueda de apoyar al sector empresarial del país, en cuanto a sus necesidades de asistencia técnica, capacitación, financiamiento, entre otras.

Entre estos organismos, se puede destacar al Banco de Comercio Exterior (BANCOEX), institución financiera de desarrollo que tiene como misión estimular la creación de nuevas unidades económicas de exportación e impulsar la competitividad del sector exportador venezolano, en especial de la pequeña y mediana industria, mediante modalidades eficaces de financiamiento, asistencia técnica y capacitación.

Por lo antes expuesto se puede apreciar que Bancoex representa un organismo del Estado que agrupa las actividades de financiamiento, asistencia técnica y capacitación de empresas venezolanas, razón por la cual es seleccionado como marco de referencia para proyectar el apoyo prestado a las pyme por parte de los entes gubernamentales.

A fin de determinar el apoyo que brinda este organismo a la pyme venezolana, se realizó un estudio basado en entrevistas dirigidas a los gerentes encargados de las áreas de asistencia, en las tres vertientes señaladas. Asimismo, se efectuó una entrevista a la Consultoría Jurídica de la organización a fin de conocer el marco legal que regula la asistencia de Bancoex a este sector empresarial.

Estas entrevistas fueron aplicadas en forma directa a vicepresidentes y gerentes de las áreas involucradas, puesto que son las personas que centralizan la información estadística relacionada a cada una de las áreas a su cargo. Para ello, se entrevistaron a los representantes de los siguientes

cargos: Vicepresidente de Negocios, Gerente de Negocios, Gerente de Asistencia Técnica, Ejecutivo de Asistencia Técnica, Gerente de Promoción de las Exportaciones, Gerente de Atención al Exportador, Consultor Jurídico, y al Gerente Legal.

Una vez realizadas estas entrevistas, se analizó la información suministrada por cada uno de las áreas, constatando el apoyo que brinda este órgano del Estado a la pyme venezolana. A continuación se exponen los resultados obtenidos:

Marco legal

Con relación al marco legal que regula el apoyo que debe brindar Bancoex a la pequeña y mediana empresa, se encontró que este organismo está regido por su propia ley y por la Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, como se describe a continuación:

La Ley del Banco de Comercio Exterior en su artículo 4, establece que:

"El Banco tiene por objeto el financiamiento y la promoción de las exportaciones de bienes y servicios nacionales, enmarcados en los planes y políticas de desarrollo socioeconómico establecidos por el ejecutivo nacional. En cumplimiento de las funciones de promoción de las exportaciones, el banco prestará asistencia técnica y de capacitación. Igualmente, propulsará la asociación de las pequeñas empresas con el objeto de fortalecer su participación en los mercados externos. Así mismo, es objeto del Banco de Comercio Exterior, fomentar las inversiones dirigidas a la consolidación de unidades productivas para la exportación".

Por su parte, la Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, en el capítulo 6 referente al acceso a los mercados, específicamente en su artículo 27, establece:

"EL Banco de Comercio Exterior, en coordinación con el Instituto Nacional de Desarrollo para la Pequeña y Mediana Industria, debe desarrollar programas específicos para el fomento y promoción de las exportaciones de las pequeñas y medianas industrias, en los cuales se incorporan los siguientes aspectos:

1. Identificar la oferta exportable, real y potencial, de los bienes y servicios conexos producidos por la pequeña y mediana industria.
2. Identificar la demanda, real y potencial, para las exportaciones de la pequeña y mediana industria.
3. Promover, desarrollar y financiar la constitución de mecanismos asociativos entre pequeñas y medianas industrias, para la comercialización de sus productos en los mercados externos.
4. Promover la participación de las pequeñas y medianas industrias en las ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios y otros eventos internacionales para la promoción y comercialización de sus productos y servicios, bajo condiciones preferenciales.
5. Desarrollar programas de asistencia técnica, de formación y de adiestramiento en todas las áreas y procesos vinculados con las exportaciones para el personal gerencial y técnico de las pequeñas y medianas industrias, así como de sus gremios.
6. El Banco de Comercio Exterior, sin menoscabo de las actividades indicadas, debe fomentar el desarrollo y la ejecución de todos aquellos programas que coadyuven al establecimiento de una infraestructura de apoyo a las exportaciones de la pequeña y mediana industria, a través de la cual pueda garantizarse el aprovechamiento de sus capacidades y la pronta inserción en los mercados externos".

Este marco legal establece claramente la obligación de Bancoex de apoyar a la pyme venezolana en los tres aspectos relativos al financiamiento, asistencia técnica y capacitación.

Financiamiento

Con relación al financiamiento, Bancoex otorga a la pequeña y mediana empresa créditos bajo las siguientes modalidades:

Crédito Pre-embarque: Financiamiento que se otorga previo al despacho de la mercancía, dirigido a la producción, fabricación o comercialización del producto a ser exportado. Puede otorgarse para capital de trabajo, inversiones fijas o inversiones en activos intangibles.

Crédito para Capital de Trabajo: Dirigido a empresas exportadoras o con potencial exportador las cuales requieren de recursos financieros para la compra de insumos, pago de mano de obra, inventarios, servicios corrientes o gastos generales de producción, fabricación o comercialización del producto a ser exportado.

Crédito para Inversión Fija: Dirigido a empresas exportadoras o con potencial exportador que requieren de recursos financieros para la adquisición e instalación de maquinarias o equipos, que les permita contar con la tecnología de punta requerida para estar en condiciones de participar en los mercados internacionales.

Crédito para Activos Intangibles: Dirigido a empresas que requieran de capital para atender las necesidades de preinversión y estudios de factibilidad; estudios y planes de mercado; análisis estratégicos, económicos y gerenciales; estudios de productividad y calidad; desarrollo de empaques, mercados y canales de distribución; contratación de servicios profesionales;

desarrollo de recursos humanos; entre otros; orientados a satisfacer mercados de exportación.

Crédito Post-embarque: Financiamiento que se otorga posterior al despacho o entrega de la mercancía con el fin de brindar flujo de caja por ventas a plazos. Puede otorgarse bajo las modalidades de descuento de instrumentos financieros o crédito al comprador.

Descuento de documentos financieros o comerciales: Modalidad de crédito dirigida a empresas venezolanas que otorgan crédito a sus compradores en el extranjero mediante documentos financieros o comerciales y necesitan adelantos de fondos sobre las cobranzas que estas ventas a plazos generan.

Crédito al Comprador: Modalidad que ofrece atractivas condiciones de financiamiento a los compradores de bienes o servicios venezolanos en el extranjero. Mediante este programa, la empresa exportadora recibe el valor de la venta en el momento del despacho a la vez que aumenta la competitividad de su producto ofreciendo una modalidad de financiamiento muy atractiva a sus clientes.

Sobre estas modalidades, Bancoex exige que estén acompañadas de garantías que se consideren suficientes a los efectos de cubrir los niveles de riesgo de la operación de crédito, tales como: fianza, hipoteca, aval, prenda, caución, fideicomiso, entre otros.

Asimismo, Bancoex exige que las solicitudes de financiamiento cumplan con los requisitos previstos en las políticas, normas y procedimientos establecidos por Bancoex, y estén enmarcadas en las disposiciones legales y financieras previstas en la Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras, así como en las regulaciones emanadas de la Superintendencia de Bancos.

Estas modalidades de crédito son otorgadas en monedas extranjeras, a plazos que varían de acuerdo al tipo de crédito y con tasas de interés muy competitivas respecto al mercado, pero acordes con los niveles de riesgo.

Otras opciones de asistencia financiera.

Además de los financiamientos otorgados a la pyme venezolana, Bancoex ha propiciado la creación de mecanismos que contribuyan a desarrollar nuevas alternativas de asistencia financiera orientadas a la internacionalización de la pyme. Estos son:

1. Consolidación de Fondos de Garantías Recíprocas mediante aporte de capital y participación en directorio de Fonpyme.
2. Administración y promoción del fondo creado por el Estado venezolano para el pago de las contingencias políticas y extraordinarias que puedan sufrir las exportaciones.
3. La promoción ante organismos multilaterales de empresas calificadas para la constitución de fondos de capital de riesgo dirigidos a proyectos de inversión orientados a las exportaciones.
4. Exoneración de encaje legal ante el BCV dirigidos a los bancos privados que utilicen los fondos de Bancoex para financiar operaciones de empresas con destino exportador, con la finalidad de promover una mayor participación de la banca privada en el desarrollo comercial de la industria venezolana.
5. Exoneración de gastos correspondientes al registro de las garantías otorgadas a Bancoex para amparar los créditos, por parte de pequeños y medianos empresarios.
6. Promoción de mecanismos de asociación y de cooperación empresarial mediante la creación de consorcios de exportación, con la finalidad de

superar las dificultades vinculadas al tamaño de la producción y acceso al financiamiento que afrontan las pequeñas y medianas empresas.

Asistencia Técnica y Capacitación.

El servicio de asistencia técnica no financiera que ofrece Bancoex está orientado a facilitar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas venezolanas productoras u oferentes de bienes y servicios.

Para ello, Bancoex ofrece programas integrales dirigidos a las pequeñas y medianas empresas, que agrupan:

1. La elaboración de planes de exportación y estrategias de internacionalización de las empresas solicitantes, mediante la asesoría especializada de consultores con amplia experiencia en el área de comercio internacional.
2. La formación de empresas en materia de comercio exterior y gestión empresarial, que suministre herramientas, conocimientos, habilidades y destrezas que permitan enfrentar los retos del mercado internacional.
3. El seguimiento a la puesta en marcha de los planes de exportación elaborados en las empresas.
4. Respecto a la asistencia técnica brindada por Bancoex a la pequeña y mediana empresa, estas fueron apoyadas en su proceso de internacionalización, mediante la orientación especializada para la elaboración de planes de exportación, definición de mercados objetivos y de perfiles de productos a exportar. Adicionalmente, se evaluaron los perfiles competitivos y los estudios de mercados presentados en cinco proyectos de inversión dirigidos a las exportaciones.

Bancoex tiene previsto realizar estos programas integrales de manera sectorial, dando prioridad a aquellos sectores de mayor demanda en el

ámbito internacional. Se estima que anualmente se pudiera brindar asesoría individualizada a las pequeñas y mediana empresas, lo que permitiría garantizar que se incremente la base de pymes venezolanas exportadoras.

Promoción de Exportaciones.

Con relación a la promoción de exportaciones, durante el año 2005 Bancoex coordinó la participación de empresas venezolanas, en eventos comerciales de promoción de exportaciones. De estas empresas el mayor porcentaje correspondían a la pequeña y mediana empresa.

Ello implica que una gran mayoría de pequeñas y medianas empresas, lograron, a través de su participación en estos eventos comerciales, establecer contactos con potenciales compradores, bajo la asistencia continua de personal especializado de Bancoex en materia de exportación y financiamiento.

Según la opinión emitida por la Gerente de Promoción de las Exportaciones de esta institución, el monitoreo a mediano plazo de los resultados alcanzados en los contactos establecidos, permitirá determinar cuáles de ellos se materializaron en exportaciones.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LOS EVENTOS INTERNACIONALES

AÑOS 2000 – 2005

Año	Empresas
2000	410
2001	556
2002	240
2003	172
2004	332
2005	514

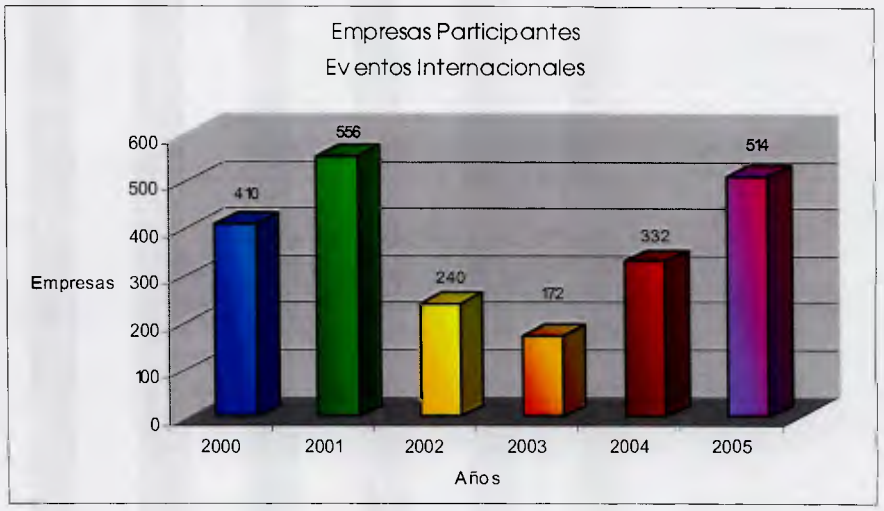


Figura 7. Participación de Empresas

La participación empresarial en los Eventos de Promoción Internacional, sufrió una baja durante los años 2002 - 2003, debido a la recesión económica producto del momento político - social, sin embargo, durante los años 2004 - 2005, se restableció la participación de las empresas exportadoras en los Eventos Internacionales.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LOS EVENTOS INTERNACIONALES

AÑOS 2000 – 2005

Año	Misiones
2000	2
2001	10
2002	4
2003	7
2004	0
2005	6

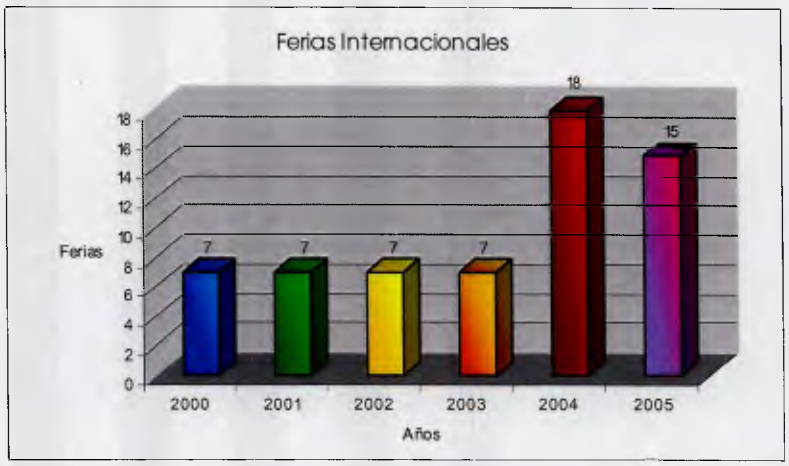


Figura 8. Participaciones en ferias Internacionales

Durante los años 2004 - 2005, se amplió y diversificó las Ferias Internacionales del Calendario de Eventos, para incentivar y promover la participicación de las empresas exportadoras

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LOS EVENTOS INTERNACIONALES

AÑOS 2000 – 2005

Año	Misiones
2000	2
2001	10
2002	4
2003	7
2004	0
2005	6

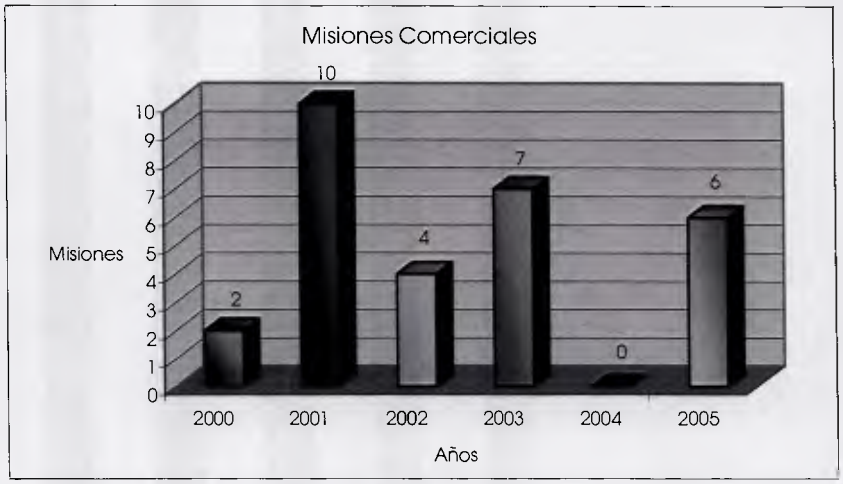


Figura 9. Participaciones en Misiones Comerciales

En el transcurso del año 2004, y con la implementación de las Macro Ruedas de Negocios como instrumento de promoción de exportaciones, no se realizaron Misiones Comerciales, pero durante el año 2005, fueron retomadas debido a que son un instrumento de promoción de alta efectividad.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LOS EVENTOS INTERNACIONALES

AÑOS 2000 – 2005

Año	Eventos
2000	40
2001	22
2002	0
2003	10
2004	0
2005	12

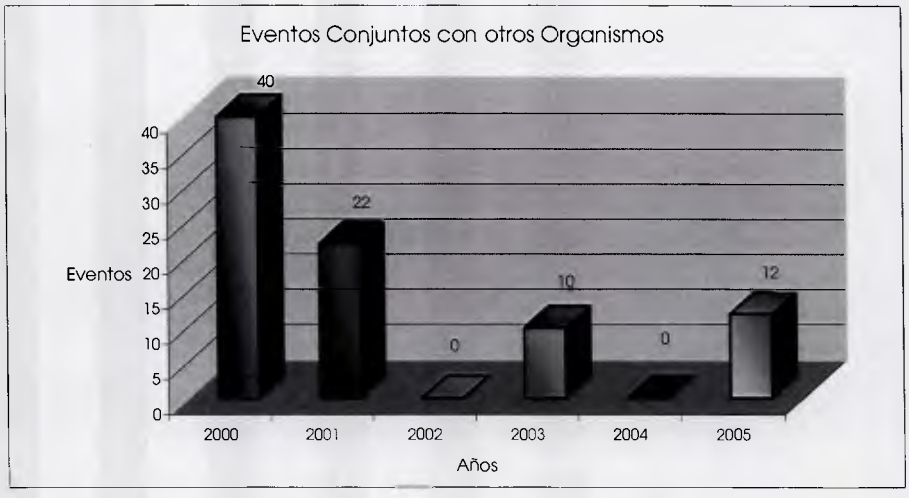


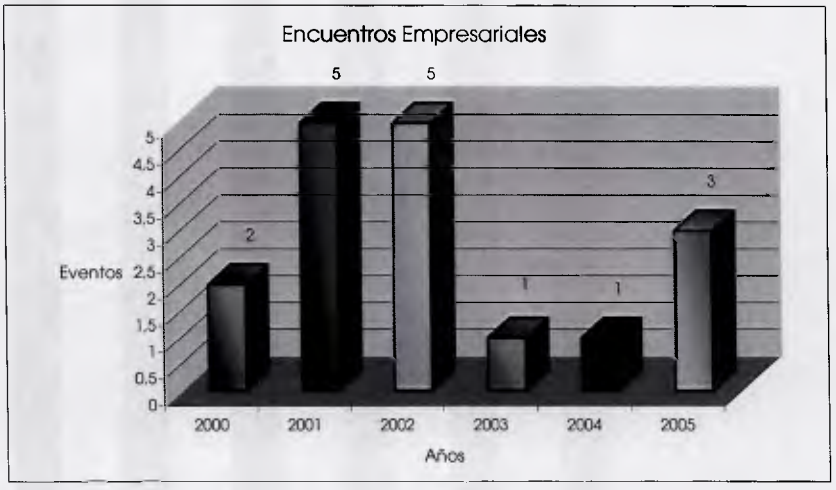
Figura 10. Participaciones en Eventos en Conjunto con otros Organismos

Los Encuentros Empresariales y Eventos conjuntos con otros Organismos, han mantenido un comportamiento equilibrado, sin embargo durante el año 2005 se aprecia un aumento debido a los lineamientos del Ejecutivo Nacional, de promover y consolidar el intercambio comercial Sur-Sur.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LOS EVENTOS INTERNACIONALES

AÑOS 2000 – 2005

Año	Encuentros
2000	2
2001	5
2002	5
2003	1
2004	1
2005	3

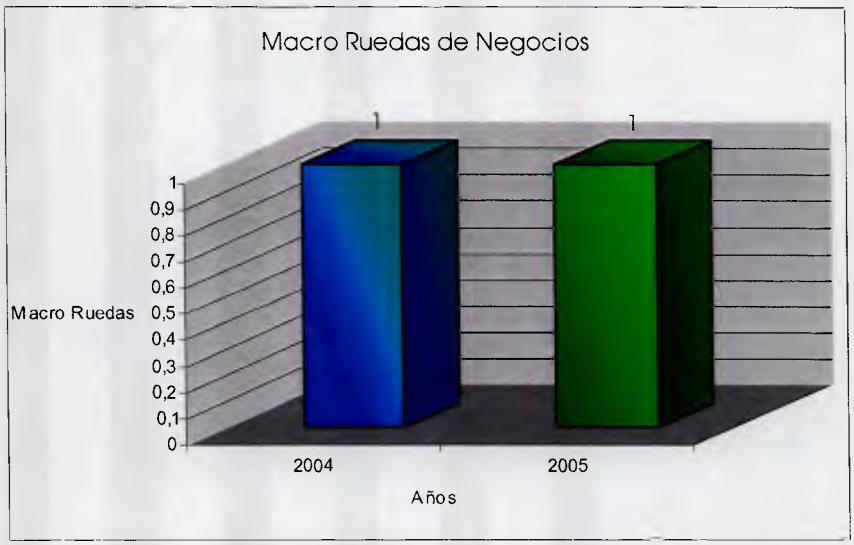


Grafica 11. Participación en Encuentros Empresariales

Los Encuentros Empresariales y Eventos conjuntos con otros Organismos, han mantenido un comportamiento equilibrado, sin embargo durante el año 2005 se aprecia un aumento debido a los lineamientos del Ejecutivo Nacional, de promover y consolidar el intercambio comercial Sur-Sur.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LAS MACRO RUEDAS INTERNACIONALES

Años	Macro Ruedas
2004	1
2005	1



Grafica 12. Participación en la Macro Ruedas Internacionales

En el año 2004, la Gerencia de Promoción Internacional asumió la ejecución de la I Macro Rueda de Negocios (Colombia), por ser un nuevo instrumento de promoción internacional. Durante el año 2005, la Gerencia de Promoción Internacional, realizó la I Macro Rueda de Negocios (Colombia), ya que es su responsabilidad todas las Macro Ruedas realizadas a nivel internacional

Atención al Exportador.

Dentro del marco de asistencia integral al empresario, Bancoex ofrece diversos servicios mediante los cuales el empresario o público en general, puede efectuar consultas en materia de Comercio Internacional. Estos servicios se ofrecen a través de una línea de consulta gratuita 800-EXPOR, del portal www.bancoex.gob.ve, y del Centro de Información y Documentación de Exportaciones CIDEX.

Con relación al portal de Internet, Bancoex ofrece este servicio como un instrumento de información y difusión de los servicios financieros y no financieros que presta la institución, y de temas relacionados al Comercio Internacional, dirigido a exportadores, potenciales exportadores, inversionistas, empresarios, profesionales, importadores extranjeros, estudiantes y público en general.

Finalmente, Bancoex ofrece al empresario y público en general información en materia de comercio internacional en su Centro de Información y Documentación de Exportaciones. Este centro cuenta con una colección especializada en Comercio Internacional, a la vez que brinda la posibilidad de localizar información vía Internet a través de nueve equipos de computación disponibles a los usuarios.

Una vez evaluado el servicio integral que presta Bancoex a las empresas, se puede apreciar que la labor de este órgano gubernamental puede impulsar la creación de nuevas unidades económicas de exportación y contribuir a mejorar la competitividad del sector exportador venezolano, en especial de la pequeña y mediana empresa. De esta forma, si se logra alcanzar un trabajo coordinado con otros entes del Estado, podría pronosticarse el desarrollo sostenido de la pequeña y mediana empresa en Venezuela, a corto y mediano plazo.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados del análisis realizado a la documentación obtenida durante el proceso de investigación. La documentación analizada permitió obtener datos referentes al entorno interno y externo del sector de la pequeña y mediana empresa donde se logró determinar un conjunto de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que rodean a la pyme. Los resultados obtenidos se complementaron mediante un trabajo de campo que consistió en revisar con los empresarios venezolanos algunos aspectos relacionados con el apoyo que reciben de organismos gubernamentales y privados a fin de medir cómo estos contribuyen con su desarrollo.

A continuación se muestra el resultado del análisis realizado, tomando como base la llamada matriz DOFA, donde se analizan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Debilidades

1. Deficiencia de la definición de pyme. En la nueva ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria se establece una definición oficial de pyme, que requiere del cumplimiento simultáneo de rangos establecidos para los parámetros número de empleados y volumen de ventas; y no incluye a todo el sector comercio y servicio.

2. Dificultades para el acceso al crédito por no disponer de garantías suficientes que avalen el endeudamiento.

3. Uso frecuente de financiamiento comercial otorgado por proveedores que incrementan los costos de los productos.

4. Poca capacidad para invertir en la formación técnica y gerencial del recurso humano.

5. Existencia de un marco legal que regula al sector empresarial sin distinción de tamaño de empresa.

6. Dificultad para acceder a la información relacionada con el apoyo al sector.

7. Poco capacidad para invertir en actualización tecnológica.

8. Dificultad para acceder a la información de la competencia.

9. Desconocimiento del proceso de exportación que les permita incursionar en nuevos mercados.

10. Limitada capacidad productiva que conlleva a no poder satisfacer demandas de exportación.

11. La existencia de múltiples organismos públicos y privados realizando acciones segmentadas, orientadas a diferentes áreas de la pyme, como son: la innovación, la asistencia técnica, la capacitación, el financiamiento, entre otras.

Oportunidades

El nuevo plan del gobierno que incorpora acciones orientadas al desarrollo y fortalecimiento de la pyme, abarcando aspectos como marco legal, financiamiento, asistencia técnica, capacitación, preferencias en las compras gubernamentales y simplificación de trámites administrativos. A continuación se reflejan las oportunidades que proporciona este plan de gobierno.

1. La nueva ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria la cual establece un marco institucional que favorece la recuperación, creación, desarrollo y fortalecimiento de este sector.
2. La existencia de múltiples organismos gubernamentales de apoyo a la pyme, distribuidos en todo el territorio nacional.
3. La existencia de instituciones de apoyo a la pyme para la capacitación y asistencia técnica, creadas por iniciativas de empresarios y entes privados.
4. Apoyo del ejecutivo nacional a la pyme para el acceso a la tecnología informática a través del Ministerio de Ciencia y Tecnología.
5. Existencia de múltiples organismos públicos creados con el objetivo de proporcionar financiamientos al sector industrial bajo condiciones preferenciales, que faciliten su desarrollo.
6. Establecimiento de convenios entre instituciones financieras públicas y banca privada para facilitar a las empresas el acceso al financiamiento preferencial que otorga el Estado, en todo el territorio nacional.
7. El fortalecimiento del sistema de sociedades de garantías que faciliten el acceso al crédito bancario.
8. Apertura de los mercados internacionales que facilita la incorporación de la pyme local a la actividad exportadora, como resultado del fenómeno de Globalización.
9. Acuerdos internacionales que brindan preferencias arancelarias para colocar los productos nacionales en los países asociados.

Fortalezas

1. Los mecanismos de producción de la pyme le ofrecen mayor flexibilidad de adaptación a los cambios que se produzcan en el entorno.

2. Representa un porcentaje importante del sector empresarial del país que contribuye fuertemente en el crecimiento económico.

3. Constituyen una importante fuente para la generación de empleo.

4. Facilitan la innovación y diversificación de la producción de bienes y servicios nacionales.

Amenazas

1. Desaceleración económica que incide desfavorablemente en la demanda de productos.

2. Desaceleración de la inversión que contrae el crecimiento económico y deteriora el índice de empleo.

3. Economía inflacionaria que encarece los productos y disminuye el poder adquisitivo lo que conlleva a la disminución de la demanda.

4. Índice de desempleo que afecta el poder adquisitivo de la población e índice de empleo informal que genera una fluctuación de la demanda de productos.

5. Recesión económica mundial que influye en los precios del petróleo.

6. Dependencia del precio del petróleo que afecta los ingresos fiscales que se traducen en nuevas imposiciones tributarias a todos los sectores del país y disminución del gasto público.

7. Política cambiaria que dificulta la exportación e incentiva la importación.

8. Política monetaria orientada a restringir liquidez para aminorar las presiones sobre el mercado cambiario que incide en la fluctuación de las tasas de interés y distorsiona los presupuestos de las empresas.

9. Regulaciones crediticias establecidas por los organismos fiscalizadores del sistema financiero que restringe el otorgamiento de créditos a empresa que presenten buena situación económica.

10. Demora del Estado en el pago del draw back de las exportaciones, ocasionando el encarecimiento de los productos, haciéndolos menos competitivos en los mercados internacionales.

11. Inseguridad jurídica relacionada con el cumplimiento de contratos, garantía de la propiedad, protección de marcas y patentes, y la falta de transparencia en los procesos de licitación pública.

12. La apertura económica derivada de la globalización que incrementa la competencia entre los productos nacionales y extranjeros, dificultando la penetración en el mercado de las pyme ya que se caracterizadas por presentar menores niveles de competitividad.

13. La inadecuada aplicación del marco legal para la administración de las aduanas que garantice la reducción de los ilícitos aduaneros, los cuales deterioran los niveles de competencia.

Es bien reconocida la importancia de las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico de los países, porque representan un porcentaje importante del sector empresarial, tienen una participación en el mercado, son fuentes generadoras de empleo y, por sus características de tamaño, son más flexibles a los cambios con respecto a las grandes corporaciones. Estas características le proporcionan al sector fortalezas propias que le permiten mantenerse en un alto nivel de importancia.

El tamaño de estas empresas limita su capacidad productiva y le incorpora características propias que las diferencia de otras más grandes. Este tipo de empresas son creadas, generalmente, por la iniciativa propia del empresario,

por lo que su desarrollo y crecimiento se encuentra reducido a la inversión de capital propio, teniendo que recurrir al financiamiento para obtener más dinero el cual utiliza, en muchos casos, como capital de trabajo.

Estas condiciones económicas no le permiten invertir en la capacitación del personal y de la plana gerencial, en tecnología, ni en estudios particulares de su mercado, siendo otros aspectos que determinan sus debilidades como empresas.

En la investigación desarrollada se conoció que estas características son similares a otras empresas del mismo sector que funcionan en distintos países en desarrollo. Se encontró, de igual forma, que en estos países, la pyme es regulada por el Gobierno central.

La primera condición para la efectiva ejecución de las políticas de los gobiernos para el desarrollo de las pymes, consiste en contar con una definición de este sector que sirva para alinear a todos los organismos de apoyo y crear un frente para el desarrollo.

A pesar de contar con una nueva ley en Venezuela y un plan para el desarrollo, nuestra definición de PYMI, la cual es utilizada actualmente por los organismos del estado, presenta una limitación al ser explícita para la producción industrial y no incorporar al comercio y a los servicios. Esto puede ocasionar dificultades en la atención del sector de la pyme para la prestación de servicios de capacitación, asistencia técnica y evaluaciones de crédito.

Por otra parte, el entorno le concede a estas empresas oportunidades que pueden ser bien aprovechadas para contrarrestar sus limitaciones. La necesidad de incentivar el desarrollo económico y las limitaciones que tienen estas empresas, ha originado acciones orientadas a promover este sector por parte del gobierno, por organismos internacionales y por la iniciativa de empresas privadas, que a pesar de presentarse en forma desarticulada, se

traduce en oportunidades importantes que pueden ser utilizadas por estas empresas. Finalmente el entorno económico del país nos presenta indicadores que mueven las variables macroeconómicas y que por consecuencia, afectan a las empresas en general en los niveles financieros, de productividad y competitividad. El sector de las pyme's debe tomar previsiones para enfrentar un marco económico cambiante, y adquirir la capacidad de manejar los flujos de caja y proyectos presupuestarios considerando estas variables macroeconómicas.

Apoyo Financiero A las PYMES

En el aspecto financiero existe un gran apoyo que abarca desde el ejecutivo Nacional, a través de las leyes y planes que fomentan y amparan el desarrollo del sector mediante el acceso al crédito; a los organismos multilaterales que participan en programas de apoyo y ofrecen capital para el sector; diversos organismos públicos y privados que contemplan planes de crédito para la pequeña y mediana empresa venezolana; y el apoyo de banca comercial a organismos del estado para facilitar la distribución del crédito a nivel nacional. Adicionalmente, el estado se encuentra en la revisión y fortalecimiento de las sociedades de garantías que faciliten el cumplimiento de las exigencias necesarias para el otorgamiento de créditos.

La pyme tiene a su disposición toda la infraestructura que le proveen estos organismos, sin embargo, aun no se vislumbra la posibilidad de disponer de un fácil acceso al financiamiento por cuanto aún se consideran una inversión de alto riesgo. Asimismo, las regulaciones del sector financiero no permiten a las instituciones del estado otorgar créditos de alto riesgo y la banca comercial no considera el sector como un negocio importante.

Todo lo anterior nos indica que el desarrollo de la pyme basado en el apoyo de los organismos del estado, requiere de la implementación de otros instrumentos de créditos, el desarrollo de las sociedades de garantías y la

implementación de regulaciones especiales al sector por parte del mercado financiero.

Capacitación y asistencia técnica

La capacitación y asistencia técnica, las cuales facilitan el desarrollo de las potencialidades de la empresa para ser más productivas y aumentar su competencia, han sido bien asumidas como retos del gobierno nacional.

Se destaca en los últimos años el esfuerzo de las Universidades en la inclusión de programas para incentivar a los emprendedores, como una respuesta a su labor de formación en pro del progreso económico y social del país.

La necesidad de la pyme en cuanto a capacitación es resaltada por los empresarios, a pesar de que la atención principal se centra en el financiamiento. Esta inquietud por la formación es importante a ser desarrollada por las empresas de este sector, las cuales presentan deficiencias en aspectos como conocimientos gerenciales, disponibilidad de mano de obra calificada y calidad del recurso humano, ya señalados en varios trabajos realizados por organismos públicos y multilaterales.

Las facilidades que se ofrecen al sector de la pyme, en cuanto a capacitación, formación y asistencia técnica, por los organismos de apoyo, permiten intuir que el sector puede llegar a un buen nivel de desarrollo organizacional que le permita aplicar técnicas para mejorar la productividad y competitividad. De ser así, se convierten en empresas rentables en el mercado para los institutos financieros. Además, la buena formación gerencial permitirá una mejor administración de los recursos, incluyendo el capital, que fortalecerá la credibilidad de la empresa y le facilitará la entrada a las instituciones de crédito.

CONCLUSIONES

Evaluando el caso Venezuela, se observa que en los últimos años se ha reconocido la importancia de realizar esfuerzos para fortalecer a la pequeña y mediana empresa del país. No obstante, dicho sector continúa con dificultades para mantener niveles eficientes de rentabilidad y competitividad. Es por este motivo que el Estado ha identificado la necesidad de ejecutar acciones coordinadas entre las diversas instituciones que apoyan a este sector empresarial, a fin de lograr una infraestructura adecuada de asesoría, capacitación y apoyo técnico y financiero, que permita superar las dificultades y lograr el desarrollo sostenido de la pequeña y mediana empresa venezolana.

Como conclusión de este proceso se destacan los aspectos más resaltantes obtenidos del estudio realizado:

1. Definición de políticas económicas orientadas a generar un entorno favorable para la recuperación del tejido industrial y el incremento de la productividad y competitividad.

En este contexto, cabe señalar, que en el actual plan de la Nación, analizado durante el desarrollo de este trabajo, se incorporan tendencias de las políticas económicas vigentes en el ámbito mundial. Al respecto, establecen el desarrollo de mecanismos financieros para facilitar el acceso al crédito que incluye el fortalecimiento del sistema nacional de garantías recíprocas; el mejoramiento del perfil de la mano de obra que permita la incorporación de tecnología moderna y elevar la productividad; la ampliación de los mecanismos de acceso a mercados internacionales; sistemas de incentivos favorables al sector relacionados con las compras del Estado; y la simplificación de los trámites administrativos.

2. Establecimiento de una definición de pequeña y mediana empresa en el país, que le permite manejarse bajo un criterio uniforme y elimina las ambigüedades y subjetividades presentes en el pasado.

Anteriormente no existía una definición aceptada por todos los órganos vinculados con el tema, situación que imposibilitaba la articulación de programas y la aplicación de políticas públicas coherentes, dirigidas al desarrollo y fortalecimiento de este importante sector del país.

3. Creación del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, con el objeto de centralizar y coordinar las políticas de fomento y desarrollo, específicas del sector.

Este nuevo organismo permite una atención directa al sector de la pymi, función que hasta ahora se encontraba dentro de las responsabilidades adscritas al Ministerio de Producción y Comercio. De esta forma, el empresariado de la pequeña y mediana industria cuenta con un ente gubernamental, de alto nivel, que lo apoya de forma exclusiva, resguardando los lineamientos y políticas dictados por el Ejecutivo Nacional para fomentar el crecimiento y desarrollo sostenido de este sector.

4. Apoyo financiero, de capacitación y asesoría técnica.

Desde el punto de vista del apoyo que brindan a las pyme los organismos gubernamentales, se puede apreciar una tendencia a incrementar los servicios prestados al sector de la pequeña y mediana empresa, relativos al financiamiento, capacitación y asistencia técnica. Lamentablemente, este esfuerzo no muestra resultados más exitosos por cuanto es brindado de manera aislada, sin la ejecución de planes coordinados entre los diversos órganos que conforman la infraestructura pública y privada de apoyo al sector de la pequeña y mediana empresa.

A pesar de todos esos esfuerzos, la pequeña y mediana empresa de Venezuela no mantiene niveles eficientes de rentabilidad y competitividad. Entre los factores que determinan esta situación están los siguientes:

5. Debilidades en su desempeño gerencial:

En forma general, la pequeña y mediana empresa venezolana presenta debilidades en su desempeño gerencial que le dificulta una adecuada evaluación del negocio, optimización de procesos, y una eficiente administración y organización de la empresa.

Dichas deficiencias la llevan a alcanzar bajos rendimientos y altos costos, y por tanto, un bajo retorno de la inversión; situación que limita el recurso financiero necesario para realizar inversiones en tecnología, capacitación e investigación de mercado, que conduzca al mejoramiento continúo de la competitividad de la empresa.

6. Dificultades en el acceso al crédito

La pequeña y mediana empresa presenta dificultades en el acceso al crédito que se debe principalmente a la carencia de garantías que lo amparen, y a la falta de documentación exigida por los entes reguladores del sistema financiero, para analizar el riesgo inmerso en la operación. A su vez, las operaciones de crédito con la pequeña y mediana empresa representan, generalmente, un riesgo mayor al de las grandes corporaciones, que se traduce en altas tasas de interés, lo que imposibilita la aceptación del financiamiento por parte del empresario.

7. Falta de diferenciación de las políticas industriales del Estado

A lo largo de la historia empresarial de Venezuela, las políticas de desarrollo no han sido diseñadas diferenciando en forma adecuada al sector de las pequeñas y medianas empresas respecto a las grandes corporaciones. En tal sentido, no se han instrumentado respondiendo a las necesidades propias de las pequeñas y medianas empresas, lo que ha ocasionado que este sector presente en la actualidad dificultades para su desarrollo.

8. Desconocimiento de las instituciones y mecanismos de apoyo gubernamental

En las encuestas realizadas, los empresarios manifestaron desconocer el universo de entidades gubernamentales y privadas que cuentan con programas o mecanismos dirigidos a apoyar a la pequeña y mediana empresa venezolana, en lo relativo al financiamiento, capacitación gerencial y del recurso humano, mercadeo y tecnología.

Por consiguiente, para continuar impulsando el desarrollo de la pequeña y mediana empresa venezolana es necesario:

9. Gestar un cambio en la percepción por parte del empresariado de la pequeña y mediana empresa, de la problemática que vive actualmente el sector. De esta forma, se podrían orientar los esfuerzos al desarrollo de las capacidades gerenciales, capacitación de la mano de obra, estudio de la competencia y mejoramiento de los productos, que permita la conducción eficiente de la empresa en cualquier entorno económico, manteniendo niveles adecuados de productividad y competitividad.

10. El Estado venezolano debe diseñar las políticas de desarrollo diferenciando, en forma adecuada, al sector de la pequeña y mediana empresa respecto a las grandes corporaciones, lo que permitirá que se instrumenten respondiendo a las necesidades propias de las pequeñas y medianas empresas.

    Asimismo, el gobierno nacional debe dar el adecuado seguimiento a estas políticas, a fin de determinar la relación de las mismas con el grado de desarrollo alcanzado por la pequeña y mediana empresa, y hacer los ajustes necesarios y oportunos.

11. A fin de solventar el desconocimiento expresado por el empresariado, referente a la infraestructura de apoyo disponible, se debe lograr un trabajo de difusión coordinado entre los diversos órganos públicos y privados que apoyan al sector de la pequeña y mediana empresa venezolana, que permita informar al empresariado la infraestructura disponible, los distintos servicios que ofrecen y los beneficios que las empresas pueden obtener al utilizar estos servicios.

12. Los esfuerzos de los organismos gubernamentales para apoyar a la pequeña y mediana empresa, deben ser realizados mediante la ejecución de planes coordinados que permitan lograr resultados más exitosos, por cuanto, actualmente, la ayuda es brindada de manera aislada por los diversos órganos que conforman la infraestructura pública y privada de apoyo al sector.

    A través del nuevo Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, el gobierno podrá coordinar las acciones de los diversos organismos de apoyo, concentrando los esfuerzos mediante planes integrados que permitan asignar responsabilidades y dar seguimiento al desarrollo de estos planes.

13. Para aminorar las dificultades que presentan las pequeñas y medianas empresas en el acceso al crédito, se debe reforzar el rol que brindan los entes financieros gubernamentales en favor de la pyme, a través de un conjunto de modalidades y esquemas de financiamiento preferenciales para este sector.

    Cabe destacar que el perfil asumido por estos organismos de apoyo debe estar orientado a aquellos sectores de menor desarrollo relativo, siempre y cuando, cuenten con proyectos económica y financieramente viables, a fin de garantizar la sustentabilidad de estos organismos en el tiempo.

    Por último, el gobierno nacional, dada la importancia del rol que juega la banca nacional privada como intermediador para

Atención al Exportador.

Dentro del marco de asistencia integral al empresario, Bancoex ofrece diversos servicios mediante los cuales el empresario o público en general, puede efectuar consultas en materia de Comercio Internacional. Estos servicios se ofrecen a través de una línea de consulta gratuita 800-EXPOR, del portal www.bancoex.gob.ve, y del Centro de Información y Documentación de Exportaciones CIDEX.

Con relación al portal de Internet, Bancoex ofrece este servicio como un instrumento de información y difusión de los servicios financieros y no financieros que presta la institución, y de temas relacionados al Comercio Internacional, dirigido a exportadores, potenciales exportadores, inversionistas, empresarios, profesionales, importadores extranjeros, estudiantes y público en general.

Finalmente, Bancoex ofrece al empresario y público en general información en materia de comercio internacional en su Centro de Información y Documentación de Exportaciones. Este centro cuenta con una colección especializada en Comercio Internacional, a la vez que brinda la posibilidad de localizar información vía Internet a través de nueve equipos de computación disponibles a los usuarios.

Una vez evaluado el servicio integral que presta Bancoex a las empresas, se puede apreciar que la labor de este órgano gubernamental puede impulsar la creación de nuevas unidades económicas de exportación y contribuir a mejorar la competitividad del sector exportador venezolano, en especial de la pequeña y mediana empresa. De esta forma, si se logra alcanzar un trabajo coordinado con otros entes del Estado, podría pronosticarse el desarrollo sostenido de la pequeña y mediana empresa en Venezuela, a corto y mediano plazo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados del análisis realizado a la documentación obtenida durante el proceso de investigación. La documentación analizada permitió obtener datos referentes al entorno interno y externo del sector de la pequeña y mediana empresa donde se logró determinar un conjunto de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que rodean a la pyme. Los resultados obtenidos se complementaron mediante un trabajo de campo que consistió en revisar con los empresarios venezolanos algunos aspectos relacionados con el apoyo que reciben de organismos gubernamentales y privados a fin de medir cómo estos contribuyen con su desarrollo.

A continuación se muestra el resultado del análisis realizado, tomando como base la llamada matriz DOFA, donde se analizan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Debilidades

12. Deficiencia de la definición de pyme. En la nueva ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria se establece una definición oficial de pyme, que requiere del cumplimiento simultáneo de rangos establecidos para los parámetros número de empleados y volumen de ventas; y no incluye a todo el sector comercio y servicio.

13. Dificultades para el acceso al crédito por no disponer de garantías suficientes que avalen el endeudamiento.

14. Uso frecuente de financiamiento comercial otorgado por proveedores que incrementan los costos de los productos.

15. Poca capacidad para invertir en la formación técnica y gerencial del recurso humano.

16. Existencia de un marco legal que regula al sector empresarial sin distinción de tamaño de empresa.

17. Dificultad para acceder a la información relacionada con el apoyo al sector.

18. Poco capacidad para invertir en actualización tecnológica.

19. Dificultad para acceder a la información de la competencia.

20. Desconocimiento del proceso de exportación que les permita incursionar en nuevos mercados.

21. Limitada capacidad productiva que conlleva a no poder satisfacer demandas de exportación.

22. La existencia de múltiples organismos públicos y privados realizando acciones segmentadas, orientadas a diferentes áreas de la pyme, como son: la innovación, la asistencia técnica, la capacitación, el financiamiento, entre otras.

Oportunidades

El nuevo plan del gobierno que incorpora acciones orientadas al desarrollo y fortalecimiento de la pyme, abarcando aspectos como marco legal, financiamiento, asistencia técnica, capacitación, preferencias en las compras gubernamentales y simplificación de trámites administrativos. A continuación se reflejan las oportunidades que proporciona este plan de gobierno.

10. La nueva ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria la cual establece un marco institucional que favorece la recuperación, creación, desarrollo y fortalecimiento de este sector.

11. La existencia de múltiples organismos gubernamentales de apoyo a la pyme, distribuidos en todo el territorio nacional.

12. La existencia de instituciones de apoyo a la pyme para la capacitación y asistencia técnica, creadas por iniciativas de empresarios y entes privados.

13. Apoyo del ejecutivo nacional a la pyme para el acceso a la tecnología informática a través del Ministerio de Ciencia y Tecnología.

14. Existencia de múltiples organismos públicos creados con el objetivo de proporcionar financiamientos al sector industrial bajo condiciones preferenciales, que faciliten su desarrollo.

15. Establecimiento de convenios entre instituciones financieras públicas y banca privada para facilitar a las empresas el acceso al financiamiento preferencial que otorga el Estado, en todo el territorio nacional.

16. El fortalecimiento del sistema de sociedades de garantías que faciliten el acceso al crédito bancario.

17. Apertura de los mercados internacionales que facilita la incorporación de la pyme local a la actividad exportadora, como resultado del fenómeno de Globalización.

18. Acuerdos internacionales que brindan preferencias arancelarias para colocar los productos nacionales en los países asociados.

Fortalezas

5. Los mecanismos de producción de la pyme le ofrecen mayor flexibilidad de adaptación a los cambios que se produzcan en el entorno.

6. Representa un porcentaje importante del sector empresarial del país que contribuye fuertemente en el crecimiento económico.

7. Constituyen una importante fuente para la generación de empleo.

8. Facilitan la innovación y diversificación de la producción de bienes y servicios nacionales.

Amenazas

14. Desaceleración económica que incide desfavorablemente en la demanda de productos.

15. Desaceleración de la inversión que contrae el crecimiento económico y deteriora el índice de empleo.

16. Economía inflacionaria que encarece los productos y disminuye el poder adquisitivo lo que conlleva a la disminución de la demanda.

17. Índice de desempleo que afecta el poder adquisitivo de la población e índice de empleo informal que genera una fluctuación de la demanda de productos.

18. Recesión económica mundial que influye en los precios del petróleo.

19. Dependencia del precio del petróleo que afecta los ingresos fiscales que se traducen en nuevas imposiciones tributarias a todos los sectores del país y disminución del gasto público.

20. Política cambiaria que dificulta la exportación e incentiva la importación.

21. Política monetaria orientada a restringir liquidez para aminorar las presiones sobre el mercado cambiario que incide en la fluctuación de las tasas de interés y distorsiona los presupuestos de las empresas.

22. Regulaciones crediticias establecidas por los organismos fiscalizadores del sistema financiero que restringe el otorgamiento de créditos a empresa que presenten buena situación económica.

23. Demora del Estado en el pago del draw back de las exportaciones, ocasionando el encarecimiento de los productos, haciéndolos menos competitivos en los mercados internacionales.

24. Inseguridad jurídica relacionada con el cumplimiento de contratos, garantía de la propiedad, protección de marcas y patentes, y la falta de transparencia en los procesos de licitación pública.

25. La apertura económica derivada de la globalización que incrementa la competencia entre los productos nacionales y extranjeros, dificultando la penetración en el mercado de las pyme ya que se caracterizadas por presentar menores niveles de competitividad.

26. La inadecuada aplicación del marco legal para la administración de las aduanas que garantice la reducción de los ilícitos aduaneros, los cuales deterioran los niveles de competencia.

Es bien reconocida la importancia de las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico de los países, porque representan un porcentaje importante del sector empresarial, tienen una participación en el mercado, son fuentes generadoras de empleo y, por sus características de tamaño, son más flexibles a los cambios con respecto a las grandes corporaciones. Estas características le proporcionan al sector fortalezas propias que le permiten mantenerse en un alto nivel de importancia.

El tamaño de estas empresas limita su capacidad productiva y le incorpora características propias que las diferencia de otras más grandes. Este tipo de empresas son creadas, generalmente, por la iniciativa propia del empresario,

por lo que su desarrollo y crecimiento se encuentra reducido a la inversión de capital propio, teniendo que recurrir al financiamiento para obtener más dinero el cual utiliza, en muchos casos, como capital de trabajo.

Estas condiciones económicas no le permiten invertir en la capacitación del personal y de la plana gerencial, en tecnología, ni en estudios particulares de su mercado, siendo otros aspectos que determinan sus debilidades como empresas.

En la investigación desarrollada se conoció que estas características son similares a otras empresas del mismo sector que funcionan en distintos países en desarrollo. Se encontró, de igual forma, que en estos países, la pyme es regulada por el Gobierno central.

La primera condición para la efectiva ejecución de las políticas de los gobiernos para el desarrollo de las pymes, consiste en contar con una definición de este sector que sirva para alinear a todos los organismos de apoyo y crear un frente para el desarrollo.

A pesar de contar con una nueva ley en Venezuela y un plan para el desarrollo, nuestra definición de PYMI, la cual es utilizada actualmente por los organismos del estado, presenta una limitación al ser explícita para la producción industrial y no incorporar al comercio y a los servicios. Esto puede ocasionar dificultades en la atención del sector de la pyme para la prestación de servicios de capacitación, asistencia técnica y evaluaciones de crédito.

Por otra parte, el entorno le concede a estas empresas oportunidades que pueden ser bien aprovechadas para contrarrestar sus limitaciones. La necesidad de incentivar el desarrollo económico y las limitaciones que tienen estas empresas, ha originado acciones orientadas a promover este sector por parte del gobierno, por organismos internacionales y por la iniciativa de empresas privadas, que a pesar de presentarse en forma desarticulada, se

traduce en oportunidades importantes que pueden ser utilizadas por estas empresas.

Finalmente el entorno económico del país nos presenta indicadores que mueven las variables macroeconómicas y que por consecuencia, afectan a las empresas en general en los niveles financieros, de productividad y competitividad. El sector de las pyme's debe tomar previsiones para enfrentar un marco económico cambiante, y adquirir la capacidad de manejar los flujos de caja y proyectos presupuestarios considerando estas variables macroeconómicas.

Aspecto Financiero

En el aspecto financiero existe un gran apoyo que abarca desde el ejecutivo Nacional, a través de las leyes y planes que fomentan y amparan el desarrollo del sector mediante el acceso al crédito; a los organismos multilaterales que participan en programas de apoyo y ofrecen capital para el sector; diversos organismos públicos y privados que contemplan planes de crédito para la pequeña y mediana empresa venezolana; y el apoyo de banca comercial a organismos del estado para facilitar la distribución del crédito a nivel nacional. Adicionalmente, el estado se encuentra en la revisión y fortalecimiento de las sociedades de garantías que faciliten el cumplimiento de las exigencias necesarias para el otorgamiento de créditos.

La pyme tiene a su disposición toda la infraestructura que le proveen estos organismos, sin embargo, aun no se vislumbra la posibilidad de disponer de un fácil acceso al financiamiento por cuanto aún se consideran una inversión de alto riesgo. Asimismo, las regulaciones del sector financiero no permiten a las instituciones del estado otorgar créditos de alto riesgo y la banca comercial no considera el sector como un negocio importante.

Todo lo anterior nos indica que el desarrollo de la pyme basado en el apoyo de los organismos del estado, requiere de la implementación de otros instrumentos de créditos, el desarrollo de las sociedades de garantías y la implementación de regulaciones especiales al sector por parte del mercado financiero.

Capacitación y asistencia técnica

La capacitación y asistencia técnica, las cuales facilitan el desarrollo de las potencialidades de la empresa para ser más productivas y aumentar su competencia, han sido bien asumidas como retos del gobierno nacional.

Se destaca en los últimos años el esfuerzo de las Universidades en la inclusión de programas para incentivar a los emprendedores, como una respuesta a su labor de formación en pro del progreso económico y social del país.

La necesidad de la pyme en cuanto a capacitación es resaltada por los empresarios, a pesar de que la atención principal se centra en el financiamiento. Esta inquietud por la formación es importante a ser desarrollada por las empresas de este sector, las cuales presentan deficiencias en aspectos como conocimientos gerenciales, disponibilidad de mano de obra calificada y calidad del recurso humano, ya señalados en varios trabajos realizados por organismos públicos y multilaterales.

Las facilidades que se ofrecen al sector de la pyme, en cuanto a capacitación, formación y asistencia técnica, por los organismos de apoyo, permiten intuir que el sector puede llegar a un buen nivel de desarrollo organizacional que le permita aplicar técnicas para mejorar la productividad y competitividad. De ser así, se convierten en empresas rentables en el mercado para los institutos financieros. Además, la buena formación gerencial permitirá una mejor administración de los recursos, incluyendo el

capital, que fortalecerá la credibilidad de la empresa y le facilitará la entrada a las instituciones de crédito.

CONCLUSIONES

Evaluando el caso Venezuela, se observa que en los últimos años se ha reconocido la importancia de realizar esfuerzos para fortalecer a la pequeña y mediana empresa del país. No obstante, dicho sector continúa con dificultades para mantener niveles eficientes de rentabilidad y competitividad. Es por este motivo que el Estado ha identificado la necesidad de ejecutar acciones coordinadas entre las diversas instituciones que apoyan a este sector empresarial, a fin de lograr una infraestructura adecuada de asesoría, capacitación y apoyo técnico y financiero, que permita superar las dificultades y lograr el desarrollo sostenido de la pequeña y mediana empresa venezolana.

Como conclusión de este proceso se destacan los aspectos más resaltantes obtenidos del estudio realizado:

14. Definición de políticas económicas orientadas a generar un entorno favorable para la recuperación del tejido industrial y el incremento de la productividad y competitividad.

En este contexto, cabe señalar, que en el actual plan de la Nación, analizado durante el desarrollo de este trabajo, se incorporan tendencias de las políticas económicas vigentes en el ámbito mundial. Al respecto, establecen el desarrollo de mecanismos financieros para facilitar el acceso al crédito que incluye el fortalecimiento del sistema nacional de garantías recíprocas; el mejoramiento del perfil de la mano de obra que permita la incorporación de tecnología moderna y elevar la productividad; la ampliación de los mecanismos de acceso a mercados internacionales; sistemas de incentivos favorables al sector relacionados con las compras del Estado; y la simplificación de los trámites administrativos.

15. Establecimiento de una definición de pequeña y mediana empresa en el país, que le permite manejarse bajo un criterio uniforme y elimina las ambigüedades y subjetividades presentes en el pasado.

Anteriormente no existía una definición aceptada por todos los órganos vinculados con el tema, situación que imposibilitaba la articulación de programas y la aplicación de políticas públicas coherentes, dirigidas al desarrollo y fortalecimiento de este importante sector del país.

16. Creación del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, con el objeto de centralizar y coordinar las políticas de fomento y desarrollo, específicas del sector.

Este nuevo organismo permite una atención directa al sector de la pymi, función que hasta ahora se encontraba dentro de las responsabilidades adscritas al Ministerio de Producción y Comercio. De esta forma, el empresariado de la pequeña y mediana industria cuenta con un ente gubernamental, de alto nivel, que lo apoya de forma exclusiva, resguardando los lineamientos y políticas dictados por el Ejecutivo Nacional para fomentar el crecimiento y desarrollo sostenido de este sector.

17. Apoyo financiero, de capacitación y asesoría técnica.

Desde el punto de vista del apoyo que brindan a las pyme los organismos gubernamentales, se puede apreciar una tendencia a incrementar los servicios prestados al sector de la pequeña y mediana empresa, relativos al financiamiento, capacitación y asistencia técnica. Lamentablemente, este esfuerzo no muestra resultados más exitosos por cuanto es brindado de manera aislada, sin la ejecución de planes coordinados entre los diversos órganos que conforman la infraestructura pública y privada de apoyo al sector de la pequeña y mediana empresa.

A pesar de todos esos esfuerzos, la pequeña y mediana empresa de Venezuela no mantiene niveles eficientes de rentabilidad y competitividad. Entre los factores que determinan esta situación están los siguientes:

18. Debilidades en su desempeño gerencial:

En forma general, la pequeña y mediana empresa venezolana presenta debilidades en su desempeño gerencial que le dificulta una adecuada evaluación del negocio, optimización de procesos, y una eficiente administración y organización de la empresa.

Dichas deficiencias la llevan a alcanzar bajos rendimientos y altos costos, y por tanto, un bajo retorno de la inversión; situación que limita el recurso financiero necesario para realizar inversiones en tecnología, capacitación e investigación de mercado, que conduzca al mejoramiento continúo de la competitividad de la empresa.

19. Dificultades en el acceso al crédito

La pequeña y mediana empresa presenta dificultades en el acceso al crédito que se debe principalmente a la carencia de garantías que lo amparen, y a la falta de documentación exigida por los entes reguladores del sistema financiero, para analizar el riesgo inmerso en la operación. A su vez, las operaciones de crédito con la pequeña y mediana empresa representan, generalmente, un riesgo mayor al de las grandes corporaciones, que se traduce en altas tasas de interés, lo que imposibilita la aceptación del financiamiento por parte del empresario.

20. Falta de diferenciación de las políticas industriales del Estado

A lo largo de la historia empresarial de Venezuela, las políticas de desarrollo no han sido diseñadas diferenciando en forma adecuada al sector de las pequeñas y medianas empresas respecto a las grandes corporaciones. En tal sentido, no se han instrumentado respondiendo a las necesidades propias

de las pequeñas y medianas empresas, lo que ha ocasionado que este sector presente en la actualidad dificultades para su desarrollo.

21. Desconocimiento de las instituciones y mecanismos de apoyo gubernamental

En las encuestas realizadas, los empresarios manifestaron desconocer el universo de entidades gubernamentales y privadas que cuentan con programas o mecanismos dirigidos a apoyar a la pequeña y mediana empresa venezolana, en lo relativo al financiamiento, capacitación gerencial y del recurso humano, mercadeo y tecnología.

Por consiguiente, para continuar impulsando el desarrollo de la pequeña y mediana empresa venezolana es necesario:

22. Gestar un cambio en la percepción por parte del empresariado de la pequeña y mediana empresa, de la problemática que vive actualmente el sector. De esta forma, se podrían orientar los esfuerzos al desarrollo de las capacidades gerenciales, capacitación de la mano de obra, estudio de la competencia y mejoramiento de los productos, que permita la conducción eficiente de la empresa en cualquier entorno económico, manteniendo niveles adecuados de productividad y competitividad.

23. El Estado venezolano debe diseñar las políticas de desarrollo diferenciando, en forma adecuada, al sector de la pequeña y mediana empresa respecto a las grandes corporaciones, lo que permitirá que se instrumenten respondiendo a las necesidades propias de las pequeñas y medianas empresas.

Asimismo, el gobierno nacional debe dar el adecuado seguimiento a estas políticas, a fin de determinar la relación de las mismas con el grado de desarrollo alcanzado por la pequeña y mediana empresa, y hacer los ajustes necesarios y oportunos.

24. A fin de solventar el desconocimiento expresado por el empresariado, referente a la infraestructura de apoyo disponible, se debe lograr un trabajo de difusión coordinado entre los diversos órganos públicos y privados que apoyan al sector de la pequeña y mediana empresa venezolana, que permita informar al empresariado la infraestructura disponible, los distintos servicios que ofrecen y los beneficios que las empresas pueden obtener al utilizar estos servicios.

25. Los esfuerzos de los organismos gubernamentales para apoyar a la pequeña y mediana empresa, deben ser realizados mediante la ejecución de planes coordinados que permitan lograr resultados más exitosos, por cuanto, actualmente, la ayuda es brindada de manera aislada por los diversos órganos que conforman la infraestructura pública y privada de apoyo al sector.

    A través del nuevo Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, el gobierno podrá coordinar las acciones de los diversos organismos de apoyo, concentrando los esfuerzos mediante planes integrados que permitan asignar responsabilidades y dar seguimiento al desarrollo de estos planes.

26. Para aminorar las dificultades que presentan las pequeñas y medianas empresas en el acceso al crédito, se debe reforzar el rol que brindan los entes financieros gubernamentales en favor de la pyme, a través de un conjunto de modalidades y esquemas de financiamiento preferenciales para este sector.

    Cabe destacar que el perfil asumido por estos organismos de apoyo debe estar orientado a aquellos sectores de menor desarrollo relativo, siempre y cuando, cuenten con proyectos económica y financieramente viables, a fin de garantizar la sustentabilidad de estos organismos en el tiempo.

27. Por último, el gobierno nacional, dada la importancia del rol que juega la banca nacional privada como intermediador para ofrecer créditos a la

pequeña y mediana empresa; debe propiciar un cambio de actitud, respecto a la problemática que vive actualmente este sector empresarial, entre los entes que conforman el sistema financiero.

En este contexto, se podrían emprender acciones conjuntas orientadas a flexibilizar las exigencias a estas empresas en cuanto a garantías y documentación, situación en la cual la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN) juega un rol importante.

Asimismo, bajo este escenario, se podría incrementar la posibilidad de éxito de la implantación del sistema de garantías recíprocas, lo que podría facilitar a las pequeñas y medianas empresas cumplir con las exigencias de garantías de la banca, y de esta forma verse beneficiadas por plazos y tasas de interés, acordes a sus necesidades.

RECOMENDACIONES

El desarrollo económico proporciona las condiciones que permiten, a su vez, el desarrollo social. Dicho desarrollo económico se soporta en las actividades comerciales que realizan empresas, corporaciones, cooperativas e individuos, generando recursos financieros que son utilizados en bienes y servicios o colocados en forma de nuevas inversiones.

Basados en estos aspectos y en el marco de nuestras recomendaciones, a continuación se presentan algunos elementos que pueden ayudar a mejorar las expectativas de desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y a buscar su equilibrio dentro de una economía continuamente cambiante.

En primer lugar incentivar la competencia de estas empresas. Es importante realizar estudios que consideren todos los aspectos de mercado relacionados con el producto: precios, características, consumidores, competidores y canales de distribución, para cada sector económico en el cual se desenvuelven las Pequeñas y Medianas Empresas. Esto implicaría un registro de información donde cada empresa participe a fin de crear una base de datos útil para este sector, que podría propiciar un nivel de competencia aceptable para el futuro.

Incentivar la exportación de productos. Dicha modalidad de venta puede resultar beneficiosa al permitir incrementar los volúmenes de producción, bajo mayores niveles de exigencia en cuanto a la calidad de los productos.

El aumento de la producción permite obtener economías de escala, así como precios más favorables al comprar materia prima e insumos, o contratar servicios. En tal sentido, se reduce el costo unitario de producción y se incrementa la tasa de rentabilidad. Asimismo, un mayor volumen de producción permite adoptar nuevas tecnologías que de otra forma no se podrían considerar viables.

Por otra parte, el acceso a los mercados extranjeros abre el camino a nuevas ideas y métodos de trabajo que pueden mejorar la competitividad de la empresa. Esa ventaja competitiva es esencial incluso para seguir vendiendo en el mercado interno, en el que el proceso de apertura de los mercados mundiales se manifiesta en una creciente competencia internacional.

Asimismo, la entrada a los mercados internacionales permite mitigar las repercusiones de cualquier problema que pueda surgir en el mercado interno, haciendo de esta forma menos vulnerable a la empresa exportador frente a los cambios bruscos de la demanda.

Cabe señalar que el empresario que considere la exportación como una estrategia para enfrentar la crisis o como un mecanismo para crecer y fortalecer su empresa, deberá estar decidido a emprender actividades a largo plazo. Si sólo se piensa en exportar para superar una disminución temporal de la demanda interna, quizás convendría esperar a que pase la coyuntura y direccionar sus acciones a reforzar la posición de la empresa en el mercado nacional.

De hecho, para entrar en los mercados internacionales hay que incurrir en costos elevados por lo que no suele ser prudente hacerlo por períodos cortos. Por su parte, de surgir la incertidumbre de que se planea salir de la negociación en cualquier momento, se puede deteriorar la credibilidad necesaria para realizar una transacción de venta en los mercados internacionales.

No obstante, con lo antes expuesto, no se pretende aseverar que la exportación coyuntural sea necesariamente inconveniente, aunque lo ideal es un plan integral de exportaciones, que se extienda a mediano y largo plazo. En efecto, la colocación de excedentes temporales en el exterior puede ser una vía para solucionar problemas puntuales, e incluso puede representar una experiencia útil en la futura formulación de un programa de exportaciones.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo ALIDE. (2001). La Viabilidad y Sostenibilidad de La Banca de Desarrollo en un Mundo Global. ALIDE. Perú.
2. Banco Provincial, Espiñeira, Sheldon y Asociados, Universidad Católica Andrés Bello. (1999). Sabiduría Popular en la Empresa Venezolana. Publicaciones UCAB. Primera Edición. Caracas.
3. Centro de comercio Internacional. (1997). Las PYME y la compañía de Desarrollo de las Exportaciones. Ginebra.
4. Fundes Venezuela. Definición de Pequeña y Mediana Empresa en Venezuela. Corporación Prag C.A. Caracas.
5. Ortiz, E. (2004): Estrategias de desarrollo y política comercial de Venezuela. FACES/UCV Fondo Editorial Tropykos.
6. Plan de Desarrollo Económico y Social de Nación 2001 2007.
7. Plan Estratégico del Banco de Comercio Exterior 2003, 2004, 2005.
8. Utreras Medina, Germán. Venezuela: análisis de la Política. Promoción a las Exportaciones.
9. www.asobanca.com.ve/data/archivos/2000/Hist_Bancoex.pdf
   www.bcv.org.ve
10. **www.bancoex.gob.ve**
11. **www.bancomext.com/Bancomext/index.jsp**
12. **www.bancomundial.org/document/15018.pdf** Informe sobre el Desarrollo mundial, 2002 **"Instituciones para los mercados"**
13. **www.intracen.org/menus/itc-s.htm**
14. **www.prochile.cl/**

ANEXOS

Anexo 1 :

Modelo de Encuesta

Encuesta de opinión sobre el apoyo en Venezuela a Pequeños y Medianos empresarios

Objetivo

Determinar, mediante la opinión de empresarios venezolanos del sector de la pequeña y mediana empresa, el apoyo que recibe actualmente en cuanto a sus necesidades gerenciales, de capacitación, financieras y de mercadeo, con respecto a las alternativas que ofrecen las entidades públicas y privadas.

Fecha de Elaboración:

1. Datos de la Empresa	
Nombre de la empresa:	
Actividad comercial:	
Fecha de inicio de operaciones:	
Número de empleados:	Ventas anuales (aproximadas):
2. Datos del Encuestado	
Nombre:	Cargo:
Gerencia / Departamento:	Teléfono:
3. Áreas de la empresa	
Para las preguntas que se formulan a continuación, indique con los valores del 0 al 5 las respuestas correspondientes.	

3.1. Con relación a los siguientes aspectos, cuales considera Ud. son los más importantes para su empresa. Señale con el mayor peso el de mayor importancia:

☐ Financiamiento ☐ Capacitación RRHH ☐ Capacitación Gerencial ☐ Mercadeo ☐ Tecnología

3.2. Cuál de los siguientes aspectos, considera Ud., presenta debilidades su empresa. Señale con el mayor peso el de mayor debilidad:

☐ Financiamiento ☐ Capacitación RRHH ☐ Capacitación Gerencial ☐ Mercadeo ☐ Tecnología

3.3. Cuál de los siguientes aspectos ha recibido atención en el último año. Señale con el mayor peso el de mayor atención:

☐ Financiamiento ☐ Capacitación RRHH ☐ Capacitación Gerencial ☐ Mercadeo ☐ Tecnología

4. Entidades de apoyo

4.1. Conoce Ud. alguno de los organismos gubernamentales de apoyo a la pyme en los aspectos mencionados? ☐ Si ☐ No

4.2. Conoce Ud. alguna de las entidades privadas de apoyo a la pyme en los aspectos mencionados? ☐ Si ☐ No

4.3. Señale con una X en cuál de los siguientes aspectos ha recibo su empresa apoyo de organismos del Estado:

☐ Financiamiento ☐ Capacitación RRHH ☐ Capacitación Gerencial ☐ Mercadeo ☐ Tecnología

4.4. Señale con una X en cuál de los siguientes aspectos ha recibo su empresa apoyo de entidades privadas :

☐ Financiamiento ☐ Capacitación RRHH ☐ Capacitación Gerencial ☐ Mercadeo ☐ Tecnología

4.5. En caso de haber recibido apoyo, señale si éste mejoró el funcionamiento de su empresa: ☐ Si ☐ No

4.6. En caso de haber recibido apoyo, señale si éste mejoró la competitividad de su empresa: ☐ Si ☐ No

BIBLIOTECA