
Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional

Contenidos:

- 1. La Importancia Estratégica de las Pymes: características principales de las pequeñas y medianas empresas y su rol en el desarrollo económico.**
- 2. La Contribución de las Pymes al Comercio Internacional.**
- 3. Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas.**
- 4. La Globalización y sus consecuencias para las Pymes.**
- 5. Hacia un mejor entendimiento de las PyME en Argentina.**

1. La Importancia Estratégica de las Pymes: características principales de las pequeñas y medianas empresas y su rol en el desarrollo económico.

El elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las Pymes y de la actividad emprendedora. Paradójicamente, a pesar de la relativamente poca atención que reciben de parte de los hacedores de políticas, las Pymes representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo. Los beneficios más relevantes para la actividad económica, a partir del aporte de las Pymes, están dados principalmente por:

- El estímulo a la actividad privada.
- El desarrollo de habilidades emprendedoras.
- La flexibilidad que les permite a las Pymes adaptarse a cambios en la demanda y la oferta.
- Son una importante fuente generadora de empleo.
- Ayudan a la diversificación de la actividad económica,
- Y por lo tanto, realizan un importantísimo aporte a las exportaciones y al comercio.

Las políticas para el desarrollo de las Pymes deben sortear importantes obstáculos como:

- Falta de legislación.
- Falta de promoción e infraestructura suficientes.
- Falta de crédito y medios de financiación.
- Falta de instrumentos de capacitación a medida de sus necesidades.

Desde el punto de vista estratégico, las razones que justifican el desarrollo de políticas para las Pymes son:

- Las Pymes contribuyen al crecimiento del empleo en tasas mayores que las grandes corporaciones., y bien pueden representar una importante porción del empleo total.

- Las Pymes pueden ser una herramienta interesante para reestructurar las empresas estatales, ayudándolas a abandonar o vender las actividades que no están ligadas a su core estratégico¹, y absorbiendo a los empleados desafectados.
- Las Pymes aportan mayor flexibilidad en la producción de bienes y servicios a la economía en términos agregados.
- Mejoran la competitividad en el mercado, y moderan las posiciones monopólicas de las grandes corporaciones.
- Las Pymes pueden actuar como un semillero para la actividad emprendedora y la innovación.
- Juegan un papel relevante en la provisión de servicios para la comunidad, y
- Pueden realizar una importante contribución a los programas de desarrollo regional.

La capacidad innovadora es sin lugar a dudas una de las características más interesantes de las Pymes. Recordemos por ejemplo, durante la década pasada, el desarrollo innovador de Internet estuvo en gran medida liderado por Pymes. También es importante destacar que cuando hablamos de innovación no siempre nos referimos a tecnologías de quiebre, como es el caso de Internet. La innovación puede darse en diversas dimensiones, ya sea a partir del producto que se comercializa, los procesos de fabricación o servicio en general, organizativamente a través de estructuras creativas que promuevan el mejor desempeño de los empleados o a través de la comercialización y el marketing creativos.

En nuestro país, entre 1998 y 2001, solo el 60% del total de empresas relevadas estaba involucrada en actividades innovadoras, es decir, tenía una *conducta innovadora* (ver Tabla 1.1.) Del total de empresas grandes, el 92% poseía una conducta innovadora, con un 83% de actividad innovadora en procesos, mientras que el 78% de las medianas y el 58% de las pequeñas estaban involucradas en algún tipo de innovación. Paradójicamente, en términos relativos a su cantidad, las Pymes poseían una menor conducta innovadora, sin embargo, al ser el número de Pymes en su conjunto mayor que el de las grandes empresas, en términos absolutos, dentro del universo Pymes es donde se llevan adelante la mayor cantidad de actividades innovadoras.

¹ Por ejemplo, el Estado en la mayoría de los países controla al correo. Sin embargo, el transporte de la correspondencia está tercerizado entre numerosos operadores de transporte, que en su gran mayoría son Pymes.

Conducta Innovadora	Total		Grandes		Medianas		Pequeñas	
	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %
Nº de firmas	1.688	100	109	100	276	100	1.213	100
Innovadoras	1.023	61	100	92	216	78	699	58
en Producto	779	46	85	78	159	58	528	44
en Proceso	796	47	91	83	172	62	527	43
en Organización	604	36	66	61	145	53	387	32
Comercialización	465	28	53	49	113	41	297	24
Potencialmente Innovadoras	373	22	10	9	61	22	293	24

Tabla 1.1. Número de empresas innovadoras por tipo de innovación y tamaño de la empresa (1998 - 2001)

2. La Contribución de las Pymes al Comercio Internacional.

A pesar de la importante participación de las Pymes en la actividad económica, la mayoría no participa activamente en el comercio internacional y las inversiones. Las principales desventajas de las Pymes pasan por el acceso al financiamiento, la tecnología, el desarrollo de los recursos humanos y el *networking*. El comercio internacional está típicamente asociado con las grandes corporaciones multinacionales, cuyas marcas y productos pueden ser encontradas alrededor del mundo. Si bien resulta sumamente difícil de medir, las Pymes contribuyen y se benefician del comercio internacional de diferentes maneras:

- Forman parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales.
- Exportan productos y servicios para nichos especializados del mercado.
- Importan y distribuyen productos de Pymes extranjeras.
- Proveen servicios de soporte en la cadena de transacciones del comercio internacional (logística, despachos, etc.)

En las economías en transición, el rol de las Pymes es mucho más importante para el comercio internacional. Quizá el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y el alto contenido de valor agregado en cuanto a productos y servicios. Si asumimos que la primera etapa lógica de la actividad emprendedora es la Pymes, y que una característica fundamental de la actividad emprendedora es la capacidad de innovación, sin lugar a dudas, el fomento de esta actividad es vital para lograr un sector Pymes de alto valor agregado. La experiencia nos muestra que la promoción efectiva del comercio internacional y de los programas de desarrollo de las exportaciones son el pivote para los emprendedores y las Pymes que quieren entrar en los mercados internacionales. En

conclusión, las instituciones de desarrollo y promoción del comercio, universidades y centros de estudios tienen un mandato para desarrollar actividades y contenidos que apunten a estos criterios y permitan a las Pymes y a los emprendedores contar con las herramientas necesarias para desarrollar su actividad.

A pesar de todo esto, existen numerosos obstáculos para la expansión de la actividad de las Pymes en el comercio internacional. Uno de estos problemas es la falta de regulaciones homogéneas entre los países creando barreras para - arancelarias. Otro de los puntos críticos que requieren atención para aumentar el rol de los fabricantes Pymes en el comercio internacional está dado por los requerimientos de calidad y conformidad. Las Pymes tienen problemas para adoptar costosos sistemas de calidad, o procesos de certificación que requieren ser repetidos una y otra vez. En líneas muy generales no existe una única estrategia para las Pymes exportadoras. La orientación de las Pymes hacia el comercio internacional, principalmente en las economías en desarrollo, está determinada muchas veces por la cadena de valor en la cual la Pymes desarrolla su actividad comercial², la coyuntura macroeconómica, a partir del tipo de cambio y las políticas públicas de desarrollo y promoción comercial, y la calidad del producto o servicio en cuestión. De todas maneras, los factores clave de éxito están dados por las capacidades de management, y el conocimiento del mercado.

En el cuadro 1.1. presento un resumen de los principales problemas que enfrentan las Pymes en el comercio internacional:

BARRERAS INTERNAS	BARRERAS EXTERNAS
Falta de información	Restricciones Técnicas al Comercio (normas de calidad, estandarización, requerimientos de responsabilidad social empresaria)
Falta de Capital (para desarrollo comercial, capital de trabajo, cobertura de riesgo)	Procedimientos Burocráticos
Capacidades de management insuficientes (falta de orientación comercial, falta de managers con experiencia internacional y de	Problemas de Marketing y Distribución

² Más adelante se analiza el funcionamiento de la cadena de valor a través de la vinculación entre las subsidiarias de empresas multinacionales y su aporte en el proceso de internacionalización de las Pymes.

gestión, idiomas)	
Políticas de incentivo incompletas y reaccionarias ³	Falta de Cobertura de Riesgo
	En países con bajo nivel de infraestructura, altos costos de comunicación y transporte

Cuadro 2.1.: Los problemas que enfrentan las Pymes que actúan en los negocios internacionales.

Existe la necesidad de crear un entorno favorable para las Pymes, que sustente en el tiempo el crecimiento de este sector y apunte a la creación de empleo y la innovación, producto de la actividad del sector Pymes en todo el mundo. Para lograr esto, hace falta coordinar el trabajo de agencias de desarrollo dentro de claras políticas gubernamentales, pero también es muy importante la actividad que desarrollan las instituciones privadas, sobre todo las Universidades.

Entre las actividades que la acción combinada del sector público y el privado deberían promover y acercar a las Pymes podemos mencionar:

- Capacitación en negocios e idiomas.
- Asistencia con el desarrollo de nuevos productos e innovación, incluyendo diseño de packaging, requerimientos de medioambiente, etc.
- Certificaciones de calidad (ISO, CE, DIN, etc.)
- Apoyo en el registro de marcas y patentes.
- Asistencia en la exportación y en el acceso al financiamiento, a través de reformas en el sector financiero, la creación de instituciones de trade finance, etc.
- Mejorar el capital humano, generando incentivos para emplear graduados universitarios, programas de capacitación de la fuerza laboral, entrenamiento en las técnicas de comercio exterior, en estrecha colaboración con Universidades y centros de estudios.
- Participación en ferias, investigación de mercados, etc.

Como podemos ver, el potencial exportador de las pequeñas y medianas empresas (PYME) despierta un creciente interés en los hacedores de políticas y académicos de todo el mundo. Pero, ¿por qué habría que centrarse en las PYME, en vez

³ Diferentes administraciones en nuestro país han reaccionado ante la problemática de las Pymes, pero nunca abordan la complejidad de tema con la continuidad y claridad que requieren estas empresas.

de las grandes empresas, o las microempresas? Básicamente, podemos definir cuatro aspectos conceptuales que nos dan una pauta de porque el interés se centra en este sector:

- **Gran potencial de crecimiento:** Aunque en los países en desarrollo hay muy pocas PYME en el comercio de exportación, generan alrededor del 40% de los ingresos del sector.
- **Nuevo marco jurídico:** La creación de la OMC ha definido un marco institucional favorable a un sistema de comercio mundial más abierto, en particular para las empresas pequeñas.
- **Disminución de los costos de transporte y comunicaciones:** Tal entrada podría facilitarse con una estrategia de fomento de las exportaciones que les ayude a adquirir competencias técnicas y dominar las innovaciones que permiten recortar costos.
- **Transformación de las ventajas comparativas:** La globalización del comercio, las inversiones y la producción ha alterado sustancialmente la correlación entre las ventajas comparativas de las grandes y las pequeñas empresas. Las pequeñas compañías que se han adaptado a las nuevas circunstancias — a menudo estableciendo nuevas asociaciones y alianzas — están en buenas condiciones para lograr un fuerte crecimiento.

3. **Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas.**

Por internacionalización de empresas entendemos al grupo de acciones y maniobras que una compañía debe desarrollar para penetrar en un mercado y beneficiarse de los recursos que se originan en ese mercado (A. Szabó, 2003). Dado lo limitado de los recursos con los que cuentan las Pymes, la internacionalización de sus negocios es probablemente la decisión más difícil que deban enfrentar por los numerosos riesgos que implica. Muchas Pymes exitosas en los mercados domésticos, suelen fallar al extender sus operaciones internacionalmente. En nuestro país hemos visto recientemente un auge de actividad exportadora, básicamente liderado por Pymes y emprendedores que por primera vez se aventuran en este tipo de proyectos, pero el éxito de estos emprendimientos esta dado básicamente por un desequilibrio macroeconómico producto de una drástica devaluación con congelamiento de precios y salarios. Necesitaríamos estudiar la evolución de varios de estos proyectos en el tiempo

para poder relacionar su éxito con variables más estables, como políticas de fomento, capacitación e innovación.

El Modelo de Internacionalización de Uppsala (Johanson & Vahlne, 1977), también conocido como la Teoría de Internacionalización por Etapas, plantea que, cuando se enfrentan con mercados desconocidos, información incompleta, y un estado de permanente incertidumbre, las empresas se desarrollan en los mercados extranjeros adoptando un proceso que evoluciona por incrementos. Es decir, las Pymes pasan de una etapa a la otra a medida que adquieren mayor experiencia internacional. En líneas generales, el proceso de internacionalización evoluciona a partir del desarrollo del conocimiento del mercado extranjero y los recursos que la compañía compromete en el mercado. Simultáneamente, otro factor de gran importancia como explicativo de la internacionalización de las Pymes es el management, en términos de su calidad, conocimientos y compromiso con el proyecto.

La mayoría de las empresas logra internacionalizarse de acuerdo a los principios vertidos en la Teoría de Internacionalización por Etapas, sin embargo, muchas otras evolucionan a partir de acuerdos entre empresas o alianzas estratégicas, que en cierta manera permiten aliviar el problema de restricción de recursos que las Pymes enfrentan. En nuestro país, en los últimos tiempos, han surgido algunas iniciativas por parte de grandes corporaciones que, a través de áreas específicas o fundaciones, promueven el concepto de internacionalización y desarrollo de las Pymes que conforman su universo de proveedores, es decir, lo que en la actualidad conocemos como *cadena de valor*.

En general, podemos decir que existen algunos factores específicos que afectan la manera en que una empresa se internacionaliza. Podemos encontrar algunas cajas negras en la teoría general que deberían ser analizadas en profundidad. Sin embargo, el área que ha recibido una atención limitada por parte de los investigadores es el proceso de internacionalización de las Pymes. Esto es especialmente cierto para los países en desarrollo, en donde podemos apreciar la falta de teorías y estudios empíricos sobre internacionalización, que puedan explicar los determinantes tecnológicos del proceso de expansión internacional de las Pymes.

Concluyendo, el proceso de internacionalización de las Pymes es bastante costoso y demanda tiempo y esfuerzo, variables de difícil compromiso para el management de esas empresas, sobre todo en contextos económicos como el nuestro. Generalmente, un primer intento recomendable para estos emprendedores es *regionalizar* sus actividades,

es decir, lograr un primer avance en los países de la región en donde los diversos costos del negocio, incluyendo los de adaptación al mercado, están más controlados, o al menos así se ven desde la perspectiva del empresario Pymes. A un nivel regional, resulta más fácil para el empresario proyectarse en la idea de la internacionalización de su negocio.

4. La Globalización y sus consecuencias para las Pymes.

Las Pymes son las primeras afectadas por la globalización y el sector de la economía que mas rápido siente su efecto. Por lo tanto, las Pymes, especialmente en economías en desarrollo, deben estar preparadas para los cambios producidos por el desarrollo del comercio internacional.

La globalización es un proceso continuo que presenta oportunidades, riesgos y desafíos. Gracias a la globalización, las Pymes y, en general, las empresas de todo el mundo han accedido a los avances de la tecnología de la información, las mejoras en las comunicaciones, la integración de los mercados y, en algunos casos, el desarrollo de mercados financieros más transparentes. Sin lugar a dudas, este proceso ha ayudado a una mayor prosperidad y ha aumentado el potencial de los países para beneficiarse de este mayor crecimiento. Sin embargo, la globalización también eleva el riesgo de marginalización de algunas economías, sobre todo de las menos desarrolladas, lo que eleva a su vez el riesgo de brechas en el ingreso entre países, y el aumento de la pobreza. Otra consecuencia no deseada de esta globalización es la inestabilidad todavía existente en el mercado financiero internacional.

La mayoría de las asociaciones de desarrollo, agencias gubernamentales e instituciones académicas alrededor del mundo han enfatizado la significativa contribución que un sector Pyme dinámico y la actividad emprendedora tienen en la reestructuración económica y el alivio de la pobreza. La globalización y la mejora de los cambios tecnológicos crean nuevos desafíos para las Pymes, aunque también pueden contribuir a mayores costos de transición. La globalización debe ser considerada como un proceso importante que impacta en el desarrollo individual de las economías, contribuyendo de esa manera en un nivel de vida más alto para todos los participantes.

Específicamente, una preocupación entre los empresarios Pymes en nuestro país, y en general en varios países del mundo, es la del riesgo de exclusión que sufren sus empresas, que serían desplazadas marginalmente del proceso de globalización en

beneficio de corporaciones multinacionales mejor financiadas y con un grado superior de internacionalización.

En realidad, la globalización tiene un doble efecto sobre las Pymes. Para algunas provee nuevas oportunidades para expansión y crecimiento, sacando ventaja de la posibilidades del mercado internacional. Éstas son capaces de adaptarse a este contexto y llegar a ser competitivas en el mercado internacional. Éstas empresas trascienden el momento oportunista que pueden favorecer las políticas macroeconómicas de turno, y en cambio, se centran en mejorar sus competencias profesionales, innovadoras, organizativas y sobre todo, poseen una visión de largo plazo centrada en la calidad del *delivery* que proponen.

La mayoría de las Pymes, en cambio, con la creciente globalización económica ven incrementar su competencia con empresas extranjeras, acarreado consigo desafíos competitivos y amenazas. Para estas Pymes, la globalización trae aparejados riesgos que difícilmente puedan sobrellevar en su situación actual sin mejoras en la calidad de sus productos y servicios, la competitividad de sus costos y la mejora de sus prácticas de administración.

En lo que respecta al sector Pyme, existe una nueva filosofía para el tercer milenio: *Pensamiento global – Acción local*. La mayoría de las Pymes están operando en un ambiente local. Sus clientes están al alcance de su ciudad, región eventualmente del país, en el caso de mercados como el argentino⁴. Esta es su fortaleza y en donde se encuentran sus oportunidades. Sin embargo, tienen que actuar tomando en consideración la influencia de factores externos generados por la globalización, el estado particular de la etapa de internacionalización incluyendo desafíos de los jugadores que compiten en el mercado, temas de medioambiente, crecimiento económico sustentable, estándares internacionales y tecnología de la información.

Las Pymes del siglo XXI deben tener todos estos factores en cuenta, ya que absolutamente todas están inmersas en un contexto internacionalizado, que no implica necesariamente una participación activa en los mercados internacionales, pero que puede tener la forma de una amenaza pasiva, a partir de otros potenciales competidores en mercados extranjeros en etapas más avanzadas de internacionalización.

⁴ En EE.UU. o en Brasil, es altamente improbable que una Pyme tenga alcance nacional.

5. Hacia un mejor entendimiento de las PyME en Argentina.

En la actualidad, resulta innegable el importante rol de las PyMEs y su aporte en el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo. Sin lugar a dudas, la capacidad generadora de empleo, su adaptabilidad para el cambio, y sobre todo, la capacidad innovadora de las PyMEs es determinante en esta valoración. Sin embargo, más allá del discurso, la realidad nos enseña que las políticas para su desarrollo no han sido del todo exitosas, por una u otra razón, pero fundamentalmente no se han sostenido en el tiempo. Del mismo modo, vemos como también innumerables instituciones, agencias gubernamentales y centros académicos enfocan sus esfuerzos en el sector PyME, apuntalando aún más la hipótesis de que el sector comienza a despertar interés. Probablemente, a partir de este interés, surjan nuevos aportes que permitan lograr resultados más visibles y sostenibles en el tiempo. Pero es esto así realmente? Estas agencias están focalizándose en las necesidades concretas de un sector de difícil definición? Probablemente, esto no sea exactamente así.

El primer obstáculo surge en la definición de las PyMEs. Esta difiere de país en país, y en cierto modo es razonable, dado que la definición misma esta dada por el tamaño de la empresa, que es un indicador relativo, y como tal difiere entre distintas economías; una PyME de Brasil puede ser sensiblemente diferente a una PyME de Costa Rica. Así llegamos a una primera hipótesis: el sector carece de una definición uniforme que permita unificar características comunes, al menos entre países con marcadas diferencias macroeconómicas.

Otro aspecto que dificulta la mejora continua en términos de políticas y soluciones está dado por el relativamente escaso interés de la comunidad académica en el sector. De esta manera, mientras el sector financiero internacional goza del aporte de miles de trabajos publicados anualmente, el estudio de las PyMEs está considerado como un tema “poco prestigioso” y por lo tanto, la mayoría de los estudios académicos se enfoca en áreas más “prestigiosas”, desde un punto de vista estrictamente intelectual. Prueba de ello, es el interés que han despertado en la comunidad académica durante los últimos seis años los escándalos financieros de Enron y Arthur Andersen, entre otros, lo que ha dado lugar a un verdadero aluvión en estudios de gobernanza corporativa, y éstos han colaborado con la elaboración de políticas como la ley Sarbannes - Oxley.

Quienes hemos trabajado activamente en el sector PyME, sabemos que no todas las empresas que se consideran dentro de este sector poseen características comunes. En

algunos casos, solo tienen en común la clasificación de PyME! Por lo tanto, propongo una nueva clasificación del sector, que no está basada en la cantidad de empleados ni en su nivel de facturación. Asumo que esta nueva clasificación es más apropiada, ya que se acerca más a la realidad de las empresas en los nuevos mercados y dentro del proceso de globalización. Facturación no implica rentabilidad, y cantidad de empleados no necesariamente implica tamaño y alcance del negocio. Las diferencias están dadas por el estado de madurez del sector en que operan, la escalabilidad del negocio, la rentabilidad, el estadio de evolución del management, y las principales problemáticas inherentes a la empresa y su entorno. Creo que de esta manera, se pueden lograr soluciones más adaptables a la necesidad particular de cada empresa en nuestro mercado. Recordemos que la mayoría de las PyME tiene como objetivo ser una gran empresa en el futuro!

Clasificación	Sector	Escalabilidad	Rentabilidad	Management	Problemática
Nivel 1: de alto potencial	De crecimiento, ya sea por innovación o por oportunidades dadas a partir de una situación macroeconómica específica.	Alta, el negocio puede crecer y superar su clasificación como Pyme.	Alta., y participan activamente en la fijación de precios del sector.	Capacitado, profesional. Este management es probablemente el producto de la segunda o tercera generación de los fundadores o es management profesional a cargo de la empresa.	En líneas generales, muchas empresas en esta etapa son "muy grandes para ser Pymes y muy chicas para ser grandes", lo que representa una serie de oportunidades y amenazas que deben ser analizadas con mucha atención.
Nivel 2: de potencial medio	Sector de crecimiento medio, apoyado en la coyuntura macroeconómica.	Media, generalmente estas empresas participan en mercados medianos o pequeños.	Alta, pero tiende a baja, una vez que el mercado madura o se pierden ventajas competitivas temporales.	En proceso de transición, estas empresas todavía manejan un proceso decisorio y de gestión dependiente de una familia o de su fundador.	A veces, las oportunidades de mercado no pueden ser totalmente explotadas por falta de management capacitado, y el acceso a financiamiento o a nuevos clientes está determinado

					por la confianza en el management fundador.
Nivel 3: de potencial limitado.	Es un sector de características dependiente de los ciclos del mercado, generalmente en productos o servicios de bajo valor agregado o commodities.	Depende del nivel de inversión.	Baja.	Dependiente de un manager fundador, generalmente con poca calidad administrativa, conocedor del negocio.	Si no se modernizan en su management y agregan valor a su oferta de productos o servicios, generalmente desaparecen cuando su fundador se retira del negocio.

Cuadro 5.2.: Clasificación de empresas PyMEs en un modelo de seis variables.

Por ejemplo, en nuestro país, cuando hablamos de PyMEs usualmente pensamos en una empresa informal, sin potencial de crecimiento, que depende en un cien por ciento de la capacidad de su dueño y de su habilidad en captar oportunidades puntuales en el mercado. Lo que vale la pena aclarar es que en nuestro país existen numerosas empresas PyMEs, con managers capaces y procesos eficientes, que saben planificar su crecimiento y compiten de igual a igual con empresas multinacionales en mercados domésticos e internacionales. también en nuestro país, en los últimos años luego de la crisis, muchos managers jóvenes y con buena experiencia en grandes empresas se han volcado a proyectos personales, a través de start ups o de la adquisición de PyMEs exitosas que presentan interesantes oportunidades de crecimiento a partir de la mejora de sus procesos y su administración en general. Sin lugar a dudas, todas estas empresas son diferentes y no caben dentro de una misma clasificación de PyMEs.

Asimismo, esta clasificación es sumamente general, y existen combinaciones intermedias que hacen aun más compleja la problemática de las PyMEs. Tengamos en cuenta que tampoco incluimos en esta clasificación a los nuevos desarrollos o start-ups.

El objetivo de proponer nuevas clasificaciones para las PyMEs en nuestro mercado apunta a lograr un mejor entendimiento de la problemática particular de las mismas. De esta manera, no solo las instituciones académicas que estudian el fenómeno de las PyMEs, sino las entidades financieras, claves para el crecimiento, y las grandes corporaciones, que muchas veces son clientes o proveedores de estas PyMEs, pueden lograr un mejor acercamiento a la realidad de las mismas, ayudando a su fortalecimiento y a un mejor ajuste de su rol dentro de intereses comunes.

