

EXPORTACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Documento elaborado por la Dra. Ileana Díaz Fernández del Centro de Estudios de la Economía Cubana de la Universidad de La Habana a solicitud de la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba (ANEC)

Introducción

El trabajo por cuenta propia cuenta con más de 600 mil personas naturales al cierre de 2019, una parte sustantiva de los mismos gestionan sus negocios como empresas, aunque no han sido reconocidos jurídicamente como tales. Ante la usencia de información relevante de la ONAT, es imposible para la academia determinar cuántos en realidad son autónomos (o los verdaderos trabajadores por cuenta propia) y cuántos funcionan como empresas.

Teniendo en cuenta que el tema a tratar es la exportación, el documento se referirá a pequeños negocios, que son los que en realidad tendrían alguna oportunidad de exportar. De igual forma las cooperativas son pequeños o medianos negocios, que sí están reconocidos como tal.

Características de las MIPYMES exportadoras. Experiencia internacional

En América Latina y el Caribe, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan apenas un 6% de las exportaciones regionales, aunque corresponden al 99% del número total de empresas y son responsables de más del 60% del empleo. En Europa las PYMES aportan entre el 20% y 40% del valor total de las exportaciones.

Caracteriza a este tipo de exportaciones tres aspectos: pocos productos (1 o 2) y volumen a exportar, dos o tres países como destinos, por lo general cercanos geográficamente y se especializan en nichos específicos de alto valor, pues su capacidad productiva no le permite economías de escala.

La innovación se convierte en una exigencia para mantenerse en el mercado, la experiencia indica que las motivaciones más fuertes para innovar están en la demanda y la solución de problemas.

En cuanto a la primera, deriva en tres aspectos fundamentales: la adopción de requisitos de acceso al mercado (normas, estándares, certificaciones), adaptación del producto a la demanda y definición de los canales de distribución adecuados. De ellos se despliegan programas específicos de apoyo a la innovación.

Las fortalezas más significativas de los pequeños negocios relevantes para la exportación son:

- Son muy flexibles, desde el punto de vista estructural y organizativo
- Manejan montos bajos y tienen una imagen de pagar en tiempo
- Pueden tener alta capacidad de innovación
- Mantienen una estrecha relación con los clientes
- Tienen facilidades para adaptarse al entorno

También exhiben debilidades tales como:

- La falta de capital de trabajo para financiar las exportaciones,
- Insuficientes habilidades y conocimientos gerenciales,
- La falta de trabajadores especializados en operaciones de comercio exterior,
- La escasez de información en la empresa sobre el funcionamiento de los mercados externos, sus canales de venta y la logística para el comercio exterior.
- Costos onerosos asociados a documentación comercial, certificaciones, etc.
- Dificultades con el acceso al crédito

FORMAS DE EXPORTACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS. EXPERIENCIA INTERNACIONAL

1. Exportación mediante grandes empresas
2. Agencia exportadora de gobierno especializada en exportación de PYMES
3. Agencia exportadora mixta (público-privada)
4. Exportación directa de las PYMES

La exportación mediante grandes empresas:

Los encadenamientos entre empresas grande y MIPYMES, estas últimas como proveedoras, garantiza una exportación pasiva. En dependencia del nivel de especialización que provee la MIPYME pudiera ser conveniente que se declare su participación, lo que pudiera permitir a futuro su inserción directa en cadenas globales.

Agencia exportadora de gobierno

Promover y apoyar a las MIPYMES en el proceso de exportación

Tareas:

- Promoción de las exportaciones en mercados internacionales
- Promover incentivos a la exportación (exenciones de impuestos, créditos a la exportación, etc.)
- Ventanilla única para tramitación de documentos de exportación
- Servicios de certificación, asesoramiento, denominación de origen, logística, información y estudios de mercados, con costos muy bajos o sin costos
- Asesorías sobre exportaciones (estrategias, etc.)
- Promover la participación en ferias y ruedas de negocio
- Estrategias de penetración de mercados y de marketing

Agencia exportadora mixta (público-privada) o privada,

El enfoque es el mismo que lo expuesto para la de gobierno, pero aquí participaría un capital externo, la agencia de fomento para pequeños negocios o una agrupación de los pequeños negocios.

Exportación directa.

Requiere cierto crecimiento y experiencia de los pequeños negocios, en muchos países se alcanza con clúster o agrupaciones de empresas pequeñas, que les permite poder de negociación. La subcontratación directa de autónomos por ejemplo en el negocio de software.

La experiencia indica que en los diferentes países operan las 4 variantes antes expuestas, ya que como norma las agencias son especializadas por tipos de productos o mercados. En cualquier caso, la ventanilla única deberá ser un servicio que ofrezca el gobierno.

PROPUESTAS PARA EXPORTACIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS EN CUBA

El presidente Miguel Díaz Canel ha enfatizado sistemáticamente la necesidad de exportar, como vía de ingresar divisas al país que le permitan acometer inversiones importantes para el desarrollo del país.

Si bien las empresas estatales poseen mayores posibilidades de exportación en escala, no es de despreciar las posibilidades que muchos pequeños negocios pudieran poseer en insertarse en nichos de alto valor o en cadenas globales.

La capacidad financiera de los pequeños negocios no siempre les permite exportar, es por ello que los gobiernos promueven mediante políticas, servicios y agencias reducir los costos de exportación, así como apoyarlos en la penetración de los mercados con información, estrategias, etc. Este es un trabajo especializado que genera beneficios para el ingreso de divisas en el país.

I. Marco Institucional

1. Agencia gubernamental de exportación de pequeños negocios

Integrado por:

Equipo pequeño especialistas en comercio exterior y específicamente en ventas de pequeño formato y volumen. Pudieran trabajar en coordinación con las Universidades y centros de investigaciones

Estructura:

La agencia puede ser generalista, es decir, exporta cualquier tipo de producto o servicio o se estructura por divisiones especializándose en tipos de productos o servicios, que más se exporten o demanden.

En función del crecimiento de las exportaciones de determinados productos o servicios, pudiera pensarse en agencias especializadas, lo que permita un trabajo más personalizado en los mercados y quizás agrupaciones de PYMES especializadas por tipos de productos.

Las tareas serían las apuntadas y además en el caso de Cuba también sería recomendable ser una interfase de información sobre las producciones y servicios de otros pequeños negocios y empresas estatales.

La agencia gubernamental puede complementarse con:

Exportación mediante empresa estatal

Si se logran encadenamientos entre sector estatal y no estatal o no estatal-no estatal (con empresas mixtas), se podrían lograr exportaciones como es el caso del tabaco, donde están presente casi todas las formas de propiedad.

La vía directa pudiera no ser, en un inicio generalizadas, pero autorizadas para algunos negocios

Directa

Existen negocios que ya exportan directamente por lo que debería pensarse en la conveniencia de legalizarlo y hay otros que pudieran tener la capacidad para hacerlo, de ser autorizados legalmente.

No deberá obviarse la posibilidad de que aparezcan agencias mixtas, esto libera al gobierno de costos.

2.Marco legal

Ser reconocidos jurídicamente como empresas en el caso de los TCP

Deben definirse políticas claras sobre la exportación de pequeños negocios que incentiven a los mismos a exportar, al ofrecer apoyo mediante servicios para reducir los costos de exportación.

Se debería emitir una resolución específica para este tipo de exportaciones, que ayude a los pequeños empresarios a organizarse y conducirse.

3. Apoyo del sistema fiscal y financiero

Se deberá definir los instrumentos y mecanismos financieros que apoyen la exportación, tales como: financiamiento gubernamental para exportación, crédito a la exportación con tasas bajas y facilidades de pago, instrumentos financieros para los encadenamientos, bancarización de las remesas, exenciones de impuesto o reducción de tasa impositiva, acceso a medios de pago vinculado al comercio internacional, etc.

Además, los pequeños negocios podrán abrir cuentas en divisas producto de sus exportaciones.

4. Cadena de suministro

Garantizar la calidad y cantidad del producto a exportar requiere de contar con los suministros necesarios a tiempo, lo cual es un grave problema en la actualidad. Será necesario que agencia-negocio, estudien las vías factibles para asegurar los suministros nacionales e importados y/o otorgar licencias de importación a los pequeños negocios (también mediante tiendas en consigna en Cuba)

5. Protección a la propiedad intelectual e incentivos a la innovación

Apoyar a los pequeños negocios en presentar y adquirir los derechos sobre la propiedad intelectual. Además, un factor de competitividad es la innovación, mucho más si los mercados son nichos de alto valor por lo que es necesario medidas tales como:

- Financiamiento para la innovación basado en proyectos que permitan la evaluación de los resultados.
- Incentivos fiscales.

- Vínculo con centros generadores de conocimiento, mediante parques tecnológicos, spin-off, etc.
- Acceso a incubadoras y aceleradoras de empresas.
- Programas específicos de apoyo (nuevos canales de distribución, adaptación del producto al mercado y adquisición de certificados, estándares y propiedad intelectual)

II. Acciones con los pequeños negocios

- a). Convocatoria a todos los TCP y Cooperativas no agropecuarias para exportar (en una primera etapa pudiera ser en La Habana).
- b). Evaluar las potencialidades reales de cada propuesta con una pequeña presentación por parte de los negocios y clasificarlas (las listas para exportar, aquellas que requieran algún apoyo y las que no se encuentran listas y que pudieran recibir incubación para el rediseño de su propuesta.).

Este pudiera ser un momento para valorar aquellos negocios que pudieran exportar directamente o encadenarse con empresa estatal o mixta.

- c). Determinar un programa para cada negocio (Agencia-negocio). Determinar los pasos a seguir y el apoyo efectivo que puede ofrecer la agencia
- d). Desarrollar una feria de exportación en el país (con empresas estatales, cooperativas y TCP exportadores o potencialmente exportador), el objetivo es generar intercambios que puedan potenciar la exportación
- e). Crear dentro de la Feria de la Habana, un espacio para los pequeños negocios
- f). Capacitación y asesoría a los pequeños negocios por parte de las Universidades y Centros de investigación.