

## Sólo 0.8% de Mipymes incursiona en el mercado internacional (El Financiero 22/02/12)

Sólo 0.8% de Mipymes incursiona en el mercado internacional (El Financiero 22/02/12) Isabel Becerril Miércoles, 22 de febrero de 2012 Desconocimiento, falta de certificaciones y regulaciones internas, obstáculos. Destinan 250 mdp del Fondo Pyme para apoyar a empresas. Es tiempo de avanzar hacia la diversificación comercial: Canacintra. - FALTA INCORPORAR MIPYMES En México sólo entre 0.6 y 0.8 por ciento de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) se han incorporado al mercado exportador. Miguel Marón Manzur, subsecretario para la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de Economía (SE), señaló que los principales problemas que enfrentan estas firmas para incursionar en el exterior son el desconocimiento de los mercados, y la falta de certificaciones y regulaciones internas, sobre todo en aduanas. Las unidades de menor tamaño que exportan son principalmente de los sectores mueblera, alimentos y químico, sobre todo a los mercados de Estados Unidos y algunos países de Centroamérica. Para apoyar a las firmas pequeñas a que incursionen en los mercados internacionales, del total del presupuesto del Fondo Pyme se están destinando unos 250 millones de pesos. En México, basados en el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), existen 4.8 millones de microempresas, 221 mil 194 pequeñas y 15 mil 432 medianas. Sergio Cervantes Rodiles, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), dijo que es tiempo de avanzar hacia la diversificación comercial, por lo que se debe apoyar la incorporación de más firmas al mercado exportador, ya sea directa o indirectamente, y alentar el acceso de las empresas y productos a nuevos mercados. Hasta el momento eso resulta limitado por las distancias, como es el caso de los mercados asiáticos, apuntó. También hay que fomentar la promoción de los productos exportables del país, mediante agresivas campañas en el extranjero y la participación en ferias especializadas, en particular de aquellas firmas cuyas mercancías reúnan las características de calidad y precio que les permitan incursionar en otros mercados. El financiamiento y apoyo a las empresas nacionales con potencial exportador no debe desatenderse. Admitió que la falta de certificaciones en las pequeñas empresas es lo que ha impedido que muchas de éstas exporten sus mercancías a los mercados foráneos. Impulso Para contribuir a que las Mipymes mexicanas se incorporen en mayor número al comercio internacional, Miguel Marón, junto con Herminio Blanco y Jaime Zabludovsky, presidente y vicepresidente de la compañía IQOM Inteligencia Comercial, pusieron en marcha el proyecto Identificación de Mercados de Exportación. Mediante un seminario se busca fomentar la competitividad de las pequeñas empresas, identificando, de forma ordenada y sistemática, mercados de exportación para sus productos, anotó Zabludovsky. Destacó que México comercia bienes con el exterior por casi dos mil millones de dólares diarios, equivalentes a 60 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), y las empresas de menor tamaño sólo participan con 5 por ciento de las exportaciones mexicanas, por lo que hay una amplia ventana de oportunidad para ellas.